

TEM toimialaraportit 2020:2

Toimialaraportit

Elintärkeää, monimuotoinen elintarvikeala



www.temtoimialapalvelu.fi



Työ- ja elinkeinoministeriö
Arbets- och näringsministeriet

TEM toimialaraportit 2020:2

Elintärkeä, monimuotoinen elintarvikeala

Työ- ja elinkeinoministeriö

ISBN PDF: 978-952-327-544-7

Taitto: Valtioneuvoston hallintoyksikkö, Julkaisutuotanto

Helsinki 2020

Kuvailulehti

Julkaisija	Työ- ja elinkeinoministeriö	1.12.2020	
Tekijät	Leena Hyrylä, toimialapäällikkö, Kaakkois-Suomen ELY-keskus		
Julkaisun nimi	Elintärkeä, monimuotoinen elintarvikeala		
Julkaisusarjan nimi ja numero	TEM toimialaraportit 2020:2		
Diaari/hankenumero		Teema	
ISBN PDF	978-952-327-544-7	ISSN PDF	2736-9382
URN-osoite	http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-544-7		
Sivumäärä	113	Kieli	suomi
Asiasanat	TEM toimialaraportit, elintarviketeollisuus, elintarvikeala, juomateollisuus, lähiruoka, ruokajärjestelmät, vienti.		
Tiivistelmä	<p>Elintarviketeollisuus työllistää kokoaikaisesti noin 34 000 henkilöä noin 1 800 yrityksessä. Lisäksi maassamme toimii tuhatkunta lähiruokayritystä. Ala on mikroyritysvaltainen ja merkittävä kausityön tarjoaja. Toimipaikkoja on kaikkialla Suomessa, ja alan välillinen työllistyvyys on suuri. Elintarviketeollisuuden liikevaihto vuonna 2019 oli noin 11,2 miljardia euroa, jossa kasvua vuotta aiempaan oli 1,2 %.</p> <p>Koronaepidemia kohtelee monialaisen ja -muotoisen toimialan yrityksiä eri tavoin. Koronakriisi näkyy kysynnän rakenteen muutoksena ja on vaikeuttanut erityisesti ruokapalvelualalla toimivien yritysten toimintaa. Ruoan verkkokauppa puolestaan on hyötynyt koronaepidemiasta. Kuluttajalähtöisyys ja uudistuminen korostuvat muuttuvassa kotimaisessa ja kansainvälistyneessä liiketoimintaympäristössä. Parhaat mahdollisuudet alan kasvuun ovat viennin kehityksessä ja jalostusarvon kasvattamisessa. Vienti tukee elintarviketuotantomme kannattavuutta, sillä se tarjoaa uusia markkinoita rajallisesti kasvavien kotimaan markkinoiden rinnalle.</p> <p>Elintarvikeyritysten kasvuhakuisuus jatkuu. Töiden organisointi uudella tavalla on investointien ohella ollut käytetyin tapa uudistaa toimintaa. Kehittämistarpeissa korostuvat myynti ja markkinointi sekä tuotanto- ja materiaalitoinnot. Elintarviketeollisuus on jatkossakin merkittävä toimiala Suomessa. Kotimainen kysyntä on sen kivijalka.</p> <p>TEM:n yhteyshenkilö: Innovaatio- ja yritysrahoitusosasto/Toimialapalvelu/Katri Lehtonen, katri.lehtonen(at)tem.fi, puh 029 506 4926 ELY-keskuksen yhteyshenkilö: Leena Hyrylä, leena.hyryla(at)ely-keskus.fi, puh 0295 029 047</p>		
Kustantaja	Työ- ja elinkeinoministeriö		
Julkaisun jakaja/myynti	Sähköinen versio: julkaisut.valtioneuvosto.fi Julkaisumyynti: julkaisutitlaukset.valtioneuvosto.fi		

Presentationsblad

Utgivare	Arbets- och näringsministeriet	1.12.2020	
Författare	Hyrylä Leena, branschchef, närings-, trafik- och miljöcentralen i Sydöstra Finland		
Publikationens titel	Livsviktig, mångfacetterad livsmedelssektor Branschrapport om livsmedelsindustrin		
Publikationsseriens namn och nummer	ANM Branschrapporter 2020:2		
Diarie-/ projektnummer		Tema	
ISBN PDF	978-952-327-544-7	ISSN PDF	2736-9382
URN-adress	http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-544-7		
Sidantal	113	Språk	finska
Nyckelord	livsmedelsindustri, livsmedelsbranschen, livsmedelsframställning och framställning av drycker, närproducerad mat, livsmedelssystem, export		
Referat	<p>Livsmedelsindustrin sysselsätter cirka 34 000 personer på heltid i nästan 1 800 företag. I vårt land finns därtill ett tusental företag inom sektorn för närproducerad mat. Branschen domineras av mikroföretag och erbjuder säsongarbete för en betydlig skara människor. Verksamhetsställen finns överallt i Finland och branschen har en stor indirekt sysselsättande effekt. År 2019 omsatte livsmedelsindustrin 11,2 miljarder euro, vilket innebar en ökning med 1,2 procent jämfört med året innan.</p> <p>Coronavirusepidemin drabbar företag inom den sektorsövergripande och mångfacetterade branschen på olika sätt. Coronakrisen har förändrat efterfrågestrukturen och försvårat verksamheten särskilt för företag inom mattjänster. E-handeln med livsmedel har däremot dragit nytta av coronavirusepidemin.</p> <p>Konsumentorientering och förnyelse är allt viktigare i ett föränderligt inhemskt och internationaliserat företagsklimat. Att utveckla exporten och öka förädlingsvärdet ger de bästa möjligheterna för branschen att växa. Exporten bidrar till lönsamheten inom vår livsmedelsproduktion eftersom den öppnar nya marknader utöver den inhemska marknaden med begränsad tillväxt.</p> <p>Livsmedelsföretagens tillväxtorientering fortsätter. Att organisera arbetet på ett nytt sätt har tillsammans med investeringarna varit det mest använda sättet att förnya verksamheten. Behovet av utveckling gäller närmast försäljning och marknadsföring samt produktions- och materialfunktioner. Livsmedelsindustrin kommer även i fortsättningen att vara en betydande bransch i Finland. Den inhemska efterfrågan utgör grundvalen för den.</p> <p>Kontaktperson vid arbets- och näringsministeriet: Avdelningen för innovationer och företagsfinansiering/Branschtjänst/Katri Lehtonen, katri.lehtonen(at)tem.fi, tfn 029 506 4926 Kontaktperson vid närings-, trafik- och miljöcentralen: Leena Hyrylä, e-post: leena.hyryla(at)ely-keskus.fi, tfn 0295 029 047</p>		
Förläggare	Arbets- och näringsministeriet		
Distribution/ beställningar	Elektronisk version: julkaisut.valtioneuvosto.fi Beställningar: julkaisutilaukset.valtioneuvosto.fi		

Description sheet

Published by	Ministry of Economic Affairs and Employment	1.12.2020	
Authors	Leena Hyrylä, Sector Manager, ELY Centre of Southeast Finland		
Title of publication	The vital and diverse food sector - Food industry sector report		
Series and publication number	MEAE Sector Reports 2020:2		
Register number		Subject	
ISBN PDF	978-952-327-544-7-	ISSN PDF	2736-9382
Website address (URN)	http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-544-7		
Pages	113	Language	Finnish
Keywords	Food industry, food sector, beverage industry, local food, food systems, export		
Abstract			
<p>The food sector employs approximately 34,000 full-time personnel in nearly 1,800 enterprises. In addition, there are roughly a thousand companies engaged in local food production. Micro enterprises dominate the sector, which is a significant provider of seasonal work. Places of business are located across Finland, and the sector accounts for significant indirect employment. The food industry reported a turnover of approximately EUR 11.2 billion in 2019, showing an increase of 1.2 % on the previous year.</p> <p>The coronavirus epidemic has treated the companies within the diverse sector differently. The coronavirus crisis has caused a change in the structure of demand and has negatively affected the operations of food service sector businesses, in particular. Online food sales, on the other hand, have benefited from the epidemic.</p> <p>The domestic business environment is changing and becoming more international, which puts a stronger focus on the consumer and on continued renewal. Exports and raising the value added provide the best opportunities for growth in the sector. Exports support the profitability of our food production as they offer new markets alongside the limited growth of the domestic market. Food companies continue to look for growth. In addition to investments, organising work in a new way has been the most common way to reform operations. There is a need for development especially in sales and marketing, as well as production and material operations. The food industry will continue to be an important industry in Finland, with domestic demand forming its cornerstone.</p> <p>Contact person at the Ministry of Economic Affairs and Employment: Katri Lehtonen, Innovations and Enterprise Financing/Business Sector Services, email: katri.lehtonen(at)tem.fi, tel. +358 29 506 4926 Contact person at the ELY Centre: Leena Hyrylä, leena.hyryla(at)ely-keskus.fi, tel. +358 29 502 9047</p>			
Publisher	Ministry of Economic Affairs and Employment		
Distributed by/ publication sales	Electronic version: julkaisut.valtioneuvosto.fi Publication sales: julkaisutilaukset.valtioneuvosto.fi		

Sisältö

Saatteeksi	9
1 Katsaus elintarviketeollisuuteen	11
1.1 Elintarviketeollisuuden kuvausta ja määrittelyä	11
1.2 Yritysten määrä ja liikevaihto	13
1.3 Toimialan kytkeytyminen muihin aloihin	16
2 Toimialan rakenne	22
2.1 Yritysten, toimipaikkojen ja henkilöstömäärien kehitystä	22
2.2 Toimialan alueellinen jakauma	26
2.3 Uudet ja lopettaneet yritykset	29
2.4 Työvoiman saatavuus	31
2.5 Alan suurimpia yrityksiä	33
3 Markkinoiden kehitystä ja näkymiä	34
3.1 Alan liikevaihdon kehitystä	35
3.2 Ravintomenot	42
3.3 Asiakkuudet toimialalla	45
3.4 Elintarvikkeiden ja juomien vienti sekä tuonti	53
4 Alan yritysten taloudellinen tilanne	62
4.1 Kannattavuus	62
4.2 Vakavaraisuus ja maksuvalmius	68
4.3 Pääoman käytön tehokkuus	71
5 Investoinnit, uusiutuminen ja digitalisoinnin hyödyntäminen	72
5.1 Toimialan investoinnit	72
5.2 Tuotekehitys ja uusiutuminen toimialalla	74
5.3 Digitaalisuus vauhdittaa kehitystä ja arvonluontia	77
6 Näkymiä toimialan tulevaisuudesta	80
6.1 Muuttuva toimintaympäristö	80
6.2 PESTEL-analyysia	82

6.3	Kotimaisuus nosteessa	83
6.4	SWOT-analyysia.....	85
6.5	Pk-yritysbarometrin havaintoja.....	86
6.5	Yhteenvetoa ja näkymiä.....	90
Lähteet		96
Liite 1. Maakunnalliset taulukot elintarvikkeita (TOL 10) ja juomia valmistavista yrityksistä (TOL 11)		97
Liite 2. Suurimmat yritykset elintarvikkeiden ja juomien valmistuksessa.....		99
Liite 3. Haastattelut.....		109

SAATTEEKSI

Toimialaraportit-julkaisusarjassa on koottu tietoaineistoja eri lähteistä toimialakohdaisiksi perustietopaketeiksi. Näissä raporteissa käsitellään toimialan rakennetta, markkinoiden kehitystä, alan yritysten taloudellista tilaa, investointeja ja tulevaisuuden näkymiä. Lähteinä on käytetty viimeisintä saatavilla olevaa tilastoaineistoa ja toimialan yrittäjien, yritysten ja alan muiden keskeisten toimijoiden näkemyksiä.

TEM:n Toimialapalvelu julkaisee vuosittain eri aloja käsitteleviä toimiala- ja teemaraaportteja. Pääsääntöisesti ne käsittelevät elintarvikealaa, uusiutuvaa energiaa, puutuotealaa, kaivosteollisuutta, sosiaali- ja terveystaloutta, matkailua, liike-elämän palveluita sekä luonnontuotealaa. Toimialaraporttien lisäksi julkaistaan ajankohtaiskatsauksia toimialojen näkymiin. Tuoreimmat elintarvikealan näkymät julkaistiin kesäkuussa 2020.

Toimialaraporttien kanssa julkaistaan usein myös alakohtaiset pk-toimialabarometrit, jotka käsittelevät pk-yritysten nykytilaa ja tulevaisuuden odotuksia. Pk-toimialabarometrit perustuvat työ- ja elinkeinoministeriön, Suomen Yrittäjien sekä Finnvera Oyj:n teettämään yrityskyselyyn, joista viimeisin tehtiin kesä-heinäkuussa 2020. Syksyllä 2020 julkaistu barometri perustuu 5 068 pk-yrityksen vastauksiin. Yrityksistä 112 oli elintarvikealan yrityksiä. Vastauksia saatiin kaikilta elintarviketeollisuuden alatoimialoilta. Eniten vastauksia kertyi leipomoalalta (45 %), liha-alalta (13 %) ja muiden elintarvikkeiden valmistajilta (13 %). Suurimmalla osalla (68 %) yrityksiä liikevaihto oli alle miljoona euroa, ja yli viiden miljoonan liikevaihtoon yliti 13 % vastaajista.

Toimialapalvelu on työ- ja elinkeinoministeriön johdolla toimiva asiantuntijaverkosto. Se kokoaa, analysoi ja välittää tietoa yritysten toimintaympäristöstä päätöksenteon pohjaksi. Toimialapalvelun verkosto toteuttaa julkaisutoimintaa ja

viestintää sekä järjestää asiantuntijaseminaareja. Julkaisut sekä uutiskirje ovat saatavissa Toimialapalvelun verkkosivuilta osoitteesta www.tem.fi/toimialapalvelu

Elintärkeä elintarvikeala

Elintarviketeollisuuden tuotteista voimme nauttia päivittäin. Elintarviketeollisuus koostuu elintarvikkeiden (TOL 10) ja juomien valmistuksesta (TOL 11). Elintarvikkeiden ja juomien valmistajia löytyy myös muilta toimialoilta. Tässä raportissa toimialaa tarkastellaan monessa kohtaa tilastollisen toimialaluokituksen pohjalta.

Poikkeuksellisen kevään jälkeen elämme poikkeuksellista syksyä. Koronaepidemia on muuttanut arjen rutiineja sekä vauhdittanut organisaatioiden ja yhteiskunnan uudistumista. Koronaepidemia on aiheuttanut uudenlaisia, ennakoimattomia tilanteita elintarvikealan yrityksille sekä vaikuttanut merkittävästi kuluttajien arkeen ja elämään sekä meillä että maailmalla. Koronaepidemian leviämisen estämiseksi tehdyt rajoitukset sekä muutokset ovat vaikuttaneet monialaiseen ja -muotoiseen toimialaan eri tavoin.

Tähän toimialaraporttiin on sisällytetty myös kolme haastattelua (Liite 3). Niissä on peilattu muutamien toimialan etujärjestöjen näkemyksiä kesällä tehtyyn pk-yritysbarometriin. Kiitos ajastanne ja näkemyksistänne toimitusjohtaja Mari Hannuksela Lihakeskusliitto ry:stä, toimitusjohtaja Tuula Loikkanen Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliitto ry:stä sekä toimitusjohtaja Mika Väyrynen Suomen Leipuriliitto ry:stä.

Raporttiin sisältyy vieraskynä, jonka on kirjoittanut erityisasiantuntija Auli Väänänen maa- ja metsätalousministeriöstä. Kirjoituksessaan Väänänen käsittelee sitä, miten julkisilla ruokahankinnoilla suunnistetaan kohti kestävämpää ruokajärjestelmää.

Parhaat kiitokset kaikille niille, jotka ovat auttaneet ja olleet myötävaikuttamassa tämän sekä aiempien raporttien tekemiseen. Toivon, että julkaisut edistävät suomalaisen ruokayritysten taivalta ja menestymistä.

Lappeenrannassa 15.11.2020

Leena Hyrylä

1 Katsaus elintarviketeollisuuteen

1.1 Elintarviketeollisuuden kuvausta ja määrittelyä

Elintarviketeollisuus on liikevaihdoltaan suurin ja eniten työllistävä teollisuudenala EU:ssa. EU:n ruoka- ja juomateollisuus työllistää 4,82 miljoonaa ihmistä. Elintarviketeollisuuden yrityksiä on EU:ssa noin 291 000¹.

Elintarviketeollisuuden osuus Suomen bruttokansantuotteesta oli 1,4 % vuonna 2019. Elintarviketeollisuus on tuotannon arvolla mitattuna neljänneksi suurin teollisuusala metalli-, kemian- ja metsäteollisuuden jälkeen. Elintarviketeollisuuden osuus koko teollisuustuotannon liikevaihdosta vuonna 2019 oli 7,7 %, yrityksistä 9 % ja henkilöstöstä 11,1 % (Taulukko 1).

Taulukko 1. Elintarviketeollisuuden osuus muusta teollisuudesta Suomessa vuonna 2019.

	Yritysten lukumäärä	Liikevaihto, 1 000 €	Henkilöstö, htv	Palkkasumma, 1 000 €
C Teollisuus (10-33)	20 019	146 138 043	302 001	14 800 165
10 Elintarvikkeiden valmistus	1 630	9 850 200	30 658	1 268 416
11 Juomien valmistus	163	1 341 338	2 942	153 084
Yhteensä 10 + 11	1 793	11 191 538	33 600	1 421 500
Osuus teollisuudesta	9,0 %	7,7 %	11,1 %	9,6 %

Lähde: Tilastokeskus, Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto. Oikeudelliset yksiköt, htv = henkilötöyvuosi.

1 <https://www.fooddrinkeurope.eu/publication/data-trends-of-the-european-food-and-drink-industry-2020/>

TILASTOKESKUKSEN KANSALLINEN TOIMIALALUOKITUS ELINTARVIKETEOLLISUUDELLE

Elintarviketeollisuus koostuu kahdesta päätoimialasta, jotka ovat elintarvikkeiden valmistus (TOL 10) ja juomien valmistus (TOL 11). Elintarvikkeiden valmistus puolestaan koostuu yhdeksästä ja juomien valmistus seitsemästä alatoimialasta. Tässä raportissa toimialaa tarkastellaan monessa kohtaa tilastollisen toimialaluokituksen (TOL 2008) pohjalta. Huomioitavaa on, että TOL-luokat perustuvat yritysten antamiin tietoihin omasta toimialaluokastaan. Toimialojen nimitykset eivät kuvaa monialaistunutta ruokateollisuuttamme. Esimerkiksi lihateollisuus valmistaa enenevässä määrin kasvistuotteita ja meijeriteollisuus erilaisia juotavia ja välipalatuotteita.

Elintarviketeollisuuden toimialat, niiden alatoimialat ja toimialaluokat ovat seuraavat:

10 Elintarvikkeiden valmistus

- 101 Teurastus, lihan säilyvyyskäsittely ja lihatuotteiden valmistus
- 102 Kalan, äyriäisten ja nilviäisten jalostus ja säilöntä
- 103 Hedelmien ja kasvien jalostus ja säilöntä
- 104 Kasvi- ja eläinöljyjen ja -rasvojen valmistus
- 105 Maitotuotteiden valmistus
- 106 Mylly- ja tärkkelystuotteiden valmistus
- 107 Leipomotuotteiden makaronien yms. valmistus
- 108 Muiden elintarvikkeiden valmistus
- 109 Eläinten ruokien valmistus

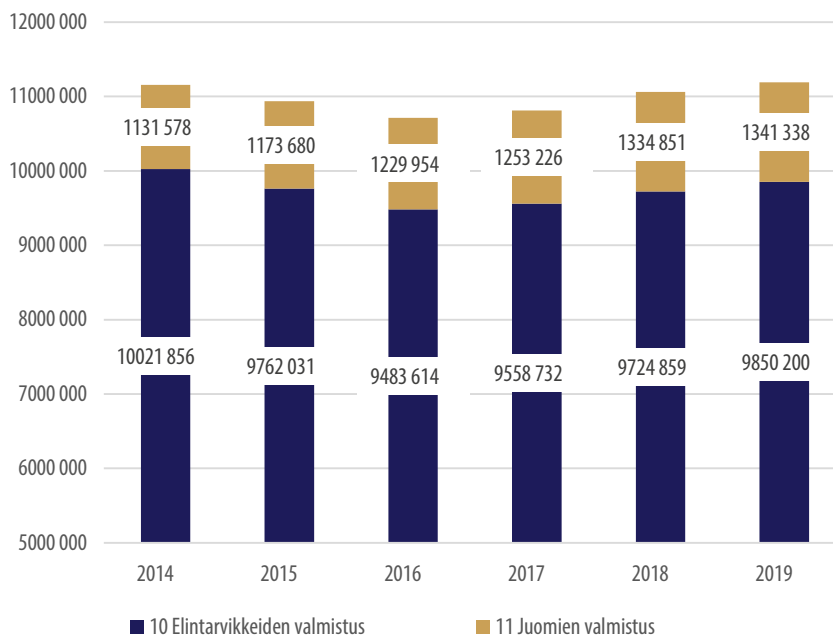
11 Juomien valmistus

- 1101 Alkoholijuomien tislauk ja sekoittaminen
- 1102 Viinin valmistus rypäleistä (Huom. Suomessa ei voida tuottaa)
- 1103 Siiderin, hedelmä- ja marjaviinien valmistus
- 1104 Muiden tismaamattomien juomien valmistus käymisteitse
- 1105 Oluen valmistus
- 1106 Maltaiden valmistus
- 1107 Virvoitusjuomien valmistus; kivennäisvesien ja muiden pullotettujen vesien tuotanto.

1.2 Yritysten määrä ja liikevaihto

Vuoden 2019 ennakkotietojen mukaan elintarviketeollisuuden liikevaihto oli lähes 11,2 miljardia euroa. Kuten kuviosta 1 ilmenee, elintarviketeollisuuden liikevaihto jatkoi maltillista kasvua vuonna 2019, ja nousua vuotta aiempaan oli 1,2 %. Liikevaihdon kehitystä tukivat ruoan hintojen kallistuminen ja kuluttajien luottamus omaan talouteensa. Juomien valmistuksen (TOL 11) osuus koko elintarviketeollisuuden liikevaihdosta oli 12 % vuonna 2019, ja alan liikevaihto kasvoi vain vähän vuotta aiemmasta (0,49 %).

Kuvio 1. Liikevaihdon kehitystä elintarvikkeiden (TOL 10) ja juomien (TOL 11) valmistuksessa vuosina 2014–2019, 1 000 €.



Lähde: Tilastokeskus, yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto. Vuosi 2019 on ennakkotieto.

Liikevaihto kasvoi monilla elintarvikealan alatoimialoilla vuonna 2019 (Taulukko 2). Myllytuotteiden valmistuksessa sekä hedelmien ja kasvien jalostuksessa liikevaihto kasvoi yli 10 %. Suurimmat alatoimialat liikevaihdolla mitattuna ovat lihateollisuus, meijeriteollisuus ja muiden elintarvikkeiden valmistus. Liha- ja meijeriteollisuus muodostavat lähes puolet koko elintarviketeollisuuden liikevaihdosta (44 %).

Juomien valmistuksessa (TOL 11) oluiden valmistus muodostaa lähes 70 % toimialan liikevaihdosta.

Taulukko 2. Elintarviketeollisuuden liikevaihto (1 000 €) vuosina 2017–2019 sekä muutos 2018–2019 (%).

	2017	2018	2019	Muutos-%
10 Elintarvikkeiden valmistus	9 558 732	9 724 859	9 850 200	1 %
101 Teurastus, lihan säilyvyyskäsitely ja lihatuotteiden valmistus	2 481 629	2 509 414	2 573 939	3 %
102 Kalan, äyriäisten ja nilviäisten jalostus ja säilöntä	353 342	416 719	422 940	1 %
103 Hedelmien ja kasvien jalostus ja säilöntä	435 437	455 440	504 684	11 %
104 Kasvi- ja eläinöljyjen ja -rasvojen valmistus	53 297	55 466	56 244	1 %
105 Maitotaloustuotteiden valmistus	2 233 102	2 289 786	2 299 744	0 %
106 Mylly- ja tärkkelystuotteiden valmistus	388 212	413 276	474 536	15 %
107 Leipomotuotteiden, makaronien yms. valmistus	1 077 359	1 060 476	995 996	-6 %
108 Muiden elintarvikkeiden valmistus	1 903 924	1 917 158	1 903 319	-1 %
109 Eläinten ruokien valmistus	632 430	607 123	618 797	2 %
11 Juomien valmistus	1 253 226	1 334 851	1 341 338	0 %
1101 Alkoholijuomien tislauksen ja sekoittaminen; etyylialkoholin valmistus käymisteitse		.	271 511	
1103 Siiderin, hedelmä- ja marjaviinien valmistus	22 934	25 104	25 519	2 %
1104 Muiden tislattomien juomien valmistus käymisteitse	
1105 Oluen valmistus	857 140	926 103	922 541	0 %
1106 Maltaiden valmistus	67 996	67 917	...	
1107 Virvoitusjuomien valmistus; kivennäisvesien ja muiden pulloitetujen vesien tuotanto	41 383	45 941	45 484	-1 %
Yhteensä 10+11	10 811 958	11 059 710	11 191 538	1 %

Lähde: Tilastokeskus, yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto. Vuosi 2019 on ennakkotieto.

Monialainen ja -muotoinen elintarvikeala

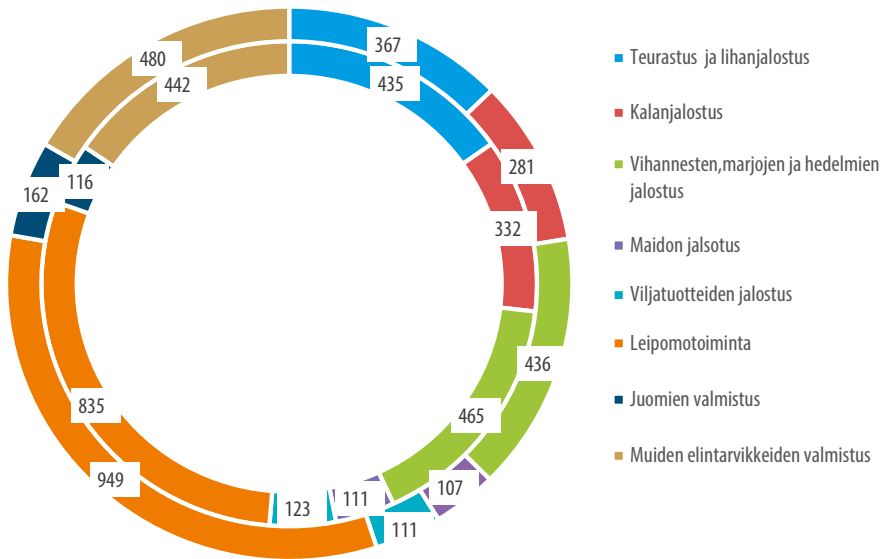
Tilastokeskuksen mukaan maassamme toimi 1 793 elintarvikeyritystä vuonna 2019 (Taulukko 3). Yritysten määrä on loivassa kasvussa juomia (TOL 11) ja muita elintarvikkeita valmistavien (TOL108) yritystenmäärän kasvun takia. Esimerkiksi pienpanimoita on maassamme yli 100. Myös uusia artesaanityyppisiä kahvipaahtimoita on perustettu useita. Noin joka kolmas elintarviketeollisuuden yritys on leipomotuotteiden valmistaja (36 %).

Taulukko 3. Elintarviketeollisuuden yritysten määrien kehitystä alatoimialoittain vuosina 2017–2019.

	2017	2018	2019	Muutos 2017–2019
10 Elintarvikkeiden valmistus	1632	1620	1630	0 %
101 Teurastus, lihan säilyvyyskäsittely ja lihatuotteiden valmistus	215	206	201	-7 %
102 Kalan, äyriäisten ja nilviäisten jalostus ja säilöntä	139	134	128	-8 %
103 Hedelmien ja kasvien jalostus ja säilöntä	149	152	155	4 %
104 Kasvi- ja eläinöljyjen ja -rasvojen valmistus	17	15	15	-12 %
105 Maitotaloustuotteiden valmistus	65	66	67	3 %
106 Mylly- ja tärkkelystuotteiden valmistus	59	59	56	-5 %
107 Leipomotuotteiden, makaronien yms. valmistus	668	652	649	-3 %
108 Muiden elintarvikkeiden valmistus	246	261	281	14 %
109 Eläinten ruokien valmistus	74	75	78	5 %
11 Juomien valmistus	139	152	163	17 %
Yhteensä elintarviketeollisuus, 10+11	1771	1772	1793	1 %

Lähde: Tilastokeskus, yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto. Vuosi 2019 on ennakkotieto.

Aitojamakuja.fi- tilastoinnin mukaan maassamme on 2 893 elintarvikeyritystä, kun vuonna 2017 määrä oli 2 859. Määrissä on huomioitu lähiruokayrittäjyys ja toiminimellä toimivat. Myös kuvion 2 mukaan kolmannes maamme yrityksistä on leipomotuotteita valmistavia. Juomien valmistuksen osalta yritysmäärät ovat Tilastokeskuksen tilastoja vastaavia.

Kuvio 2. Elintarvikejalostajia toimialoittain vuonna 2020 (ulkorinki) ja 2017 (sisärinki).

Lähde: Aitoja makuja², https://www.aitojamakuja.fi/tilastot/Elintarvikeyritykset_taulukot.pdf

Maa- ja metsätalousministeriön tilaaman Kantar TNS Maatilojen kehitysnäkymät 2027 -tutkimuksen mukaan noin 3 300 maatilaa harjoittaa suoramyntiä. Määrä on parissa vuodessa kasvanut noin 300 tilalla. Maatiloista noin 800 tilaa harjoitti tuotteiden jatkojalostusta vuonna 2019. Tuotannon heikko kannattavuus sekä epävarmuus tulevasta nähdään jatkojalostusinvestointeja eniten rajoittavina tekijöinä.

1.3 Toimialan kytkeytyminen muihin aloihin

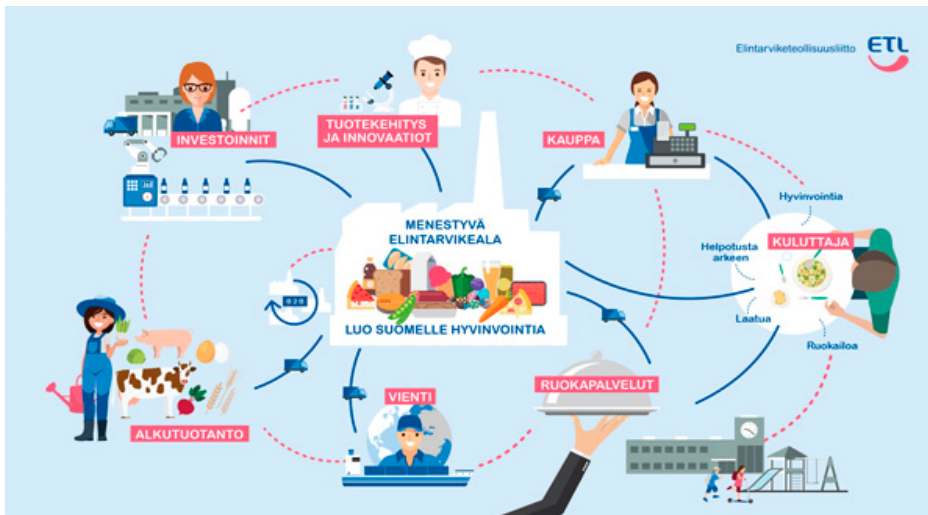
Elintarviketeollisuus valmistaa laajaa valikoimaa tuotteita raaka-aineista ruoanlaittoa helpottaviin ja käyttövalmiisiin tuotteisiin. Ala on Suomen suurin kulutustavaroiden valmistaja. Se myy tuotteita vähittäiskaupalle, tukkuliikkeille, ruokapalveluille ja toisille elintarvikeyrityksille sekä suoraan kuluttajille. Koronakriisi on osaltaan todentanut ruokajärjestelmämme toimivuuden poikkeustilanteessa ja nostanut kotimaisuuden sekä huoltovarmuuden arvostusta.

2 <https://aitojamakuja.fi/yritystilastot/>

Elintarviketeollisuuden toiminta liittyy moniin erilaisiin arvoketjuihin, kuten kuvio 3 osoittaa. Ruoka-ala on pääosin kotimaisten kotitalouksien kulutuskysynnän aikaansaama. Lisäksi ruokavienti on noin 1,7 miljardia euroa. Alan toimintaa ohjaavat ympäristö- ja ravitsemustietoisuus sekä vastuullisuus.

Suomen hallituksen tavoite on saavuttaa hiilineutraalisuus vuoteen 2035 mennessä. Hiilineutraalisuus nähdään ruoka-alalla ruoan arvostusta nostavana menestystekijänä. Ruoka-alan arvoketjun toimijat ovat ensimmäisenä toimialana Suomessa määrittäneet toimenpiteet päästötavoitteiden saavuttamiseksi raaka-aineen tuotannosta kuluttajarajapintaan asti. Hallitusohjelman mukaisesti alan toimijoiden laatimien vähähiilisten tiekarttojen³ rinnalla ruoka-alan päästövähennyksiä tukevat maa- ja metsätalousministeriössä valmisteltava ilmastoruokaohjelma⁴ ja maankäyttösektorin ilmastotoimenpidekokonaisuus⁵.

Kuvio 3. Elintarvikeala luo Suomelle hyvinvointia.



Lähde: Elintarviketeollisuusliitto ry.

3 Työ- ja elinkeinoministeriö on julkaissut eri toimialojen tiekartoista yhteenvetoraportin. Yhteenveto toimialojen vähähiilitiekartoista (TEM:n julkaisu 52/2020) <<http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-525-6>>

Toimialojen tiekarttojen verkkosivut TEM:n palvelussa <<http://www.tem.fi/tiekartat>>

4 <https://mmm.fi/ilmastoruokaohjelma>

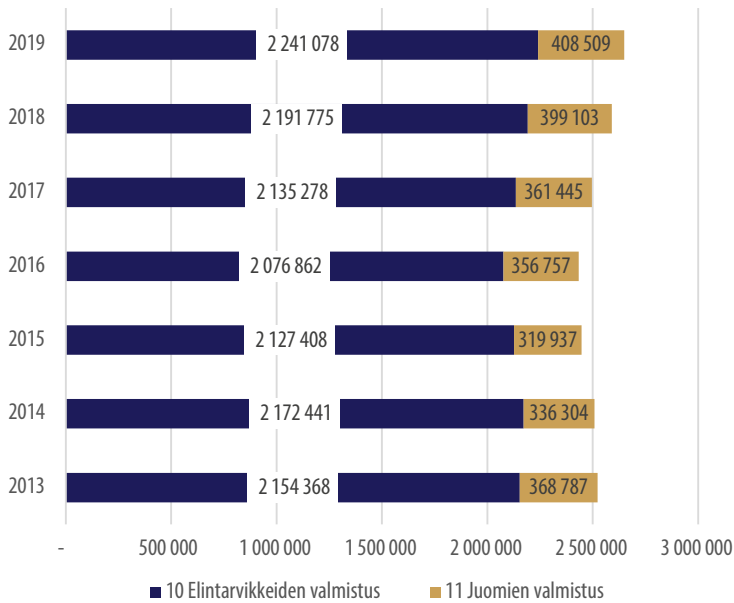
5 <https://mmm.fi/maankayttosektorin-ilmastosuunnitelma>

Elintarvikeala tuo ruoan moneen pöytään

Elintarviketeollisuuden merkitys kansantaloudelle on huomattava. Elintarviketeollisuudessa työskentelee lähes 38 000 henkilöä noin 1 800 yrityksessä. Elintarviketeollisuuden välillinen työllistävä vaikutus on merkittävä. Ruoka-ala työllistää yli 300 000 henkeä ja tuottaa noin 15 miljardin euron arvonlisäyksen Suomen kansantaloudelle. Maassamme noin joka kahdeksas työpaikka on siten ruokaketjussa.

Elintarviketeollisuuden osuus arvonlisäyksestä on noin 2,6 miljardia euroa, kuten kuvio 4 osoittaa. Arvonlisäys on maltillisesti kasvanut viime vuosina. Ruokaketjulla tarkoitetaan tässä maataloutta, elintarviketeollisuutta, elintarvikekauppaa ja ravitsemispalveluja. Elintarviketeollisuus on myös merkittävä veronmaksaja. Koko ruoka-alan verojen osuus maamme veroista ja veroluonteisista maksuista on noin 10 %.

Kuvio 4. Elintarviketeollisuuden jalostusarvon kehitystä vuosina 2013–2019, 1 000 €.



Lähde: Tilastokeskus, yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto, 2019 ennakkotieto.

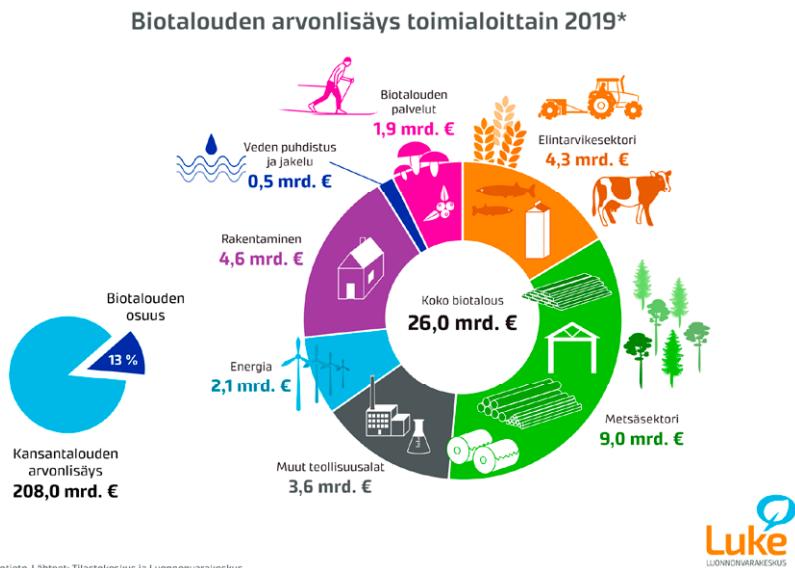
Tuotannon jalostusarvo mittaa toimipaikan varsinaisessa tuotantotoiminnassa eri tuotantotekijöiden tuottamaa yhteenlaskettua arvonlisäystä. Jalostusarvo lasketaan tuotantotoiminnasta saatujen tuottojen ja toiminnasta aiheutuneiden kustannusten erotuksena.

Elintarvikesektori on osa biotaloutta

Biotalous⁶ osuus Suomen kansantalouden arvonnäyksestä oli 26 miljardia euroa (13 %) vuonna 2019. Osuus tuotoksesta ja arvonnäyksestä on vain hieman kasvanut 2010-luvulla. Metsäsektori on säilyttänyt asemansa biotalouden tärkeimpänä toimialana. Merkittävää kasvua saavutettiin elintarvikesektorilla ja kemianteollisuudessa. Maataloudesta ja elintarviketeollisuudesta koostuvan elintarvikesektorin osuus oli 4,3 miljardia euroa, kun vuonna 2018 se oli 3,9 miljardia euroa.

Biotalous toimialat työllistivät 301 800 henkilöä vuonna 2019 - eli 11 % työllisten kokonaismäärästä (Kuvio 5). Elintarvikesektorin merkitys työllistäjänä ja investoinneissa on metsäsektoria suurempi. Elintarvikesektorilla työllisten määrä väheni eniten, 1 800 henkilöllä. Maatalous oli edelleen biotalouden suurin työllistäjä 64 300 henkilöllä.

Kuvio 5. Biotalous toimialoittainen arvonnäys vuonna 2019.



Lähde: Tilastokeskus ja Luonnonvarakeskus. Vuosi 2019 on ennakkotieto.

6 <https://www.biotalous.fi/>

Biotalous mahdollistaa myös entistä turvallisemman ruoan tuottamista. Hyviä esimerkkejä terveysvaikutteista tuotteista ovat ksylitolituotteet tai kasvisteroleilla rikastetut levitteet. Myös erilaiset sivuvirrat ja jakeet päätyvät yhä enemmän erilaisiin biojalosteisiin tai energian tuotantoon sekä mahdollistavat uudenlaista liiketoimintaa. Suomen biotalousstrategian päivitystyö on käynnissä ja valmistuu vuoden 2021 loppuun mennessä. Tarkoituksena on tunnistaa toimenpiteet biopohjaisten tuotteiden ja palveluiden jalostusarvon kasvattamiseksi.

Kiertotalous vahvistaa bisnestä

Elintarvikeala on uusiutuviin luonnonvaroihin perustuvan kiertotalouden keskiössä. Ruoan osuus kotimaisen kulutuksen ympäristövaikutuksista on noin kolmannes. Elintarvikealan materiaalitehokkuuden⁷ sitoumuksella 2019–2021 pyritään vähentämään ruoan valmistuksen, jakelun ja kulutuksen ympäristövaikutuksia. Sitoumuksen ovat allekirjoittaneet Elintarviketeollisuus ry sekä kaupan ja pakkausalan järjestöt kolmen ministeriön (MMM, TEM ja YM) kanssa. Materiaalien käytön tehostaminen parantaa myös yritysten kilpailukykyä. Pienissä ja keskisuurissa elintarviketeollisuuden yrityksissä tyypillinen materiaalikaltelemuksissa todettu säästöpotentiaali on vuodessa keskimäärin 600 000 euroa/yritys.

Valtion kehitysyhtiö Vake Oy siirtyy työ- ja elinkeinoministeriön omistajaohjaukseen joulukuussa ja samalla yhtiön nimi muuttuu Ilmastorahasto Oy:ksi⁸. Ilmastorahaston toiminta keskittyy ilmastonmuutoksen torjuntaan, teollisuuden vähähiilisyuden vauhdittamiseen ja digitalisaation edistämiseen. Kuluttajat kokevat kotimaisuuden suosimisen ruokavalinnoissa ehkäisevän ilmastomuutosta.

Vahvasti keskinäisriippuvainen elintarvikeala

Elintarviketeollisuuden tuotanto on raaka-ainevaltaista. Väli tuotteiden osuus on suuri. Ala nojaa kotimaiseen alkutuotantoon. Teollisuudessa käytetyistä raaka-aineista noin 80 % arvioidaan olevan kotimaisia. Vaikka kotimaisuusaste on korkea,

⁷ https://www.motiva.fi/ratkaisut/materiaalitehokkuus/materiaalitehokkuuden_sitoumukset/elintarvikealan_sitoumus

⁸ Ilmastorahasto Oy - esittelyaineisto (ppt) 27.10.2020 <https://tem.fi/documents/1410877/16402203/IlmastorahastoOy_27102020.pdf/0e196e8c-3b10-c85e-ea0d-dc86a6e3ff54?t=1603779520799>

erilaiset tuontipanokset tekevät elintarvikesektorin riippuvaiseksi ulkomaankaupasta. Tuonnin aste vaihtelee alatoimialoittain.

Hyvä omavaraisuusaste turvaa ruokajärjestelmän toimintaa häiriötilanteissa ja poikkeusoloissa. Koronaepidemia on osoittanut ruokajärjestelmässämme olevan resilienssiä, mutta tarve on kuitenkin kehittää toimintaa muutosjoustavammaksi. Hajautettu omavarainen ruokatuotanto ja siihen kytkeytyvien sivuvirtojen tehokas hyödyntäminen tukevat alueellista työllisyyttä ja huoltovarmuutta.

Elintarviketeollisuus hankki erilaisia aineita ja tarvikkeita vuonna 2019 yli 6,3 miljardilla eurolla ja maksoi palkkoja yli 1,7 miljardilla eurolla. Lisäksi ulkopuolisia palveluja ostettiin lähes 384 miljoonalla, ja liiketoiminnan muihin kuluihin meni yli 2 miljardia euroa (Taulukko 4).

Taulukko 4. Elintarviketeollisuuden hankintoja ja kuluja vuonna 2019 1 000 €.

	10 Elintarvikkeiden valmistus	11 Juomien valmistus	Yhteensä	Osuus tuotoista
Yritysten lkm.	1 630	163	1 793	
Liiketoiminnan tuotot yhteensä	10 068 845	1 377 065	11 445 910	
Aine- ja tarvikkeikäyttö	-5 681 896	-658 872	-6 340 768	-55 %
Ulkopuoliset palvelut	-310 733	-73 121	-383 854	-3 %
Palkat ja henkilösivukulut	-1 520 309	-179 744	-1 700 053	-15 %
Laskennallinen palkkorjaus	-14 120	-1 189	-15 309	0 %
Liiketoiminnan muut kulut	-1 809 666	-239 070	-2 048 736	-18 %
Valmisteverastojen muutos	-25 473	2 507	-22 966	0 %
Käyttökate	706 648	227 575	934 223	8 %
Poistot ja arvonalentumiset	-346 179	-61 661	-407 840	-4 %
Liiketulos	360 469	165 915	526 384	5 %

Lähde: Tilastokeskus, yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto. Vuosi 2019 on ennakkotieto.

2 Toimialan rakenne

2.1 Yritysten, toimipaikkojen ja henkilöstömäärien kehitystä

Tilastokeskuksen yritystilastojen mukaan maassamme oli 1 793 elintarvikkeita ja juomia valmistavaa yritystä vuonna 2019. Elintarviketeollisuuden toimipaikkoja on yli 2 000, ja niitä on kaikissa maakunnissa sekä Ahvenanmaalla (Taulukko 5).

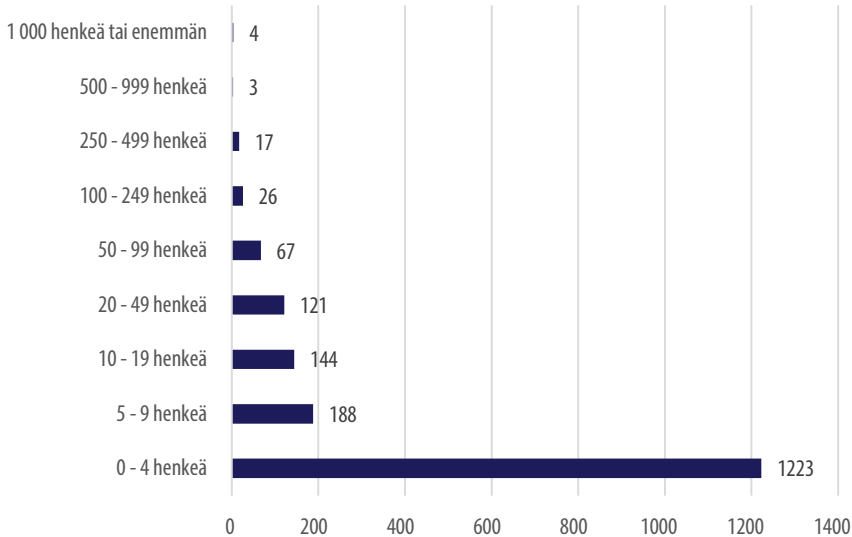
Taulukko 5. Elintarviketeollisuuden (TOL 10–11) yritysten määrät ja liikevaihdot (1 000 €) henkilöstöluokittain vuonna 2019.

Koko	Yritysten lukumäärä		Liikevaihto, 1 000 euroa		Henkilöstön lukumäärä, htv	
	10 Elint. valmistus	11 Juomien valmistus	10 Elint. valmistus	11 Juomien valmistus	10 Elint. valmistus	11 Juomien valmistus
Yhteensä	1 630	163	9 850 200	1 341 338	30 658	2 942
0 - 4 henkeä	1 100	123	223 442	31 745	1 169	132
5 - 9 henkeä	175	13	236 050	...	1 156	72
10 - 19 henkeä	132	12	345 219	39 115	1 815	169
20 - 49 henkeä	115	6	968 959	34 433	3 466	166
50 - 99 henkeä	63	4	1 656 414	137 357	4 344	277
100 - 249 henkeä	26	.	1 099 538	.	3 984	.
250 - 499 henkeä	13	4	...	748 754	4 764	1 517
500 - 999 henkeä	2	1	1 877	608
1 000 tai enemmän	4	.	2 806 615	.	8 084	.

Lähde: Tilastokeskus, yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto. Vuosi 2019 on ennakkotieto. Pisteet tarkoittavat, että tieto puuttuu tai se on salattu, kun yritysten lukumäärä on vähemmän kuin viisi.

Elintarvikeyrityskenttä on mikroyritysvaltainen, mikä ilmenee hyvin kuviosta 6. Yrityksistä 68 % työllistää alle neljä henkilöä, ja alle 10 henkilöä työllistäviä yrityksiä on 79 %. Yli 250 henkilöä työllistäviä elintarviketeollisuuden yrityksiä on 24.

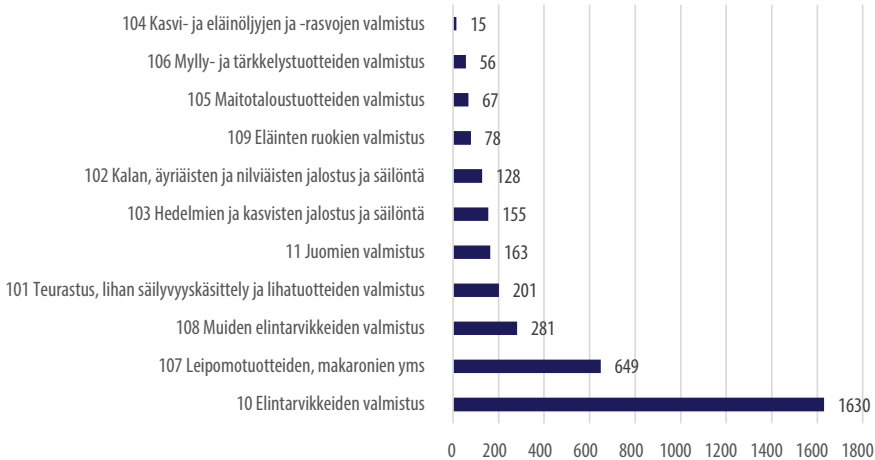
Kuvio 6. Elintarviketeollisuuden yritysten määrät henkilöstöluokittain vuonna 2019.



Lähde: Tilastokeskus, yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto. Vuosi 2019 on ennakkotieto.

Joka kolmas elintarviketeollisuuden yritys on leipomoalan toimija (36 %), mutta alan osuus liikevaihdosta on alle 9 %. Juomia valmistavia yrityksiä (TOL 11) on yritysmäärästä 9 %, ja osuus liikevaihdosta on 12 %. Eniten uusia yrityksiä on tullut vuonna 2019 muiden elintarvikkeiden valmistukseen ja juomien valmistukseen. Vähentymää on eniten lihateollisuuden yritysmäärässä. Kuviossa 7 on esitetty yritysten määrät alatoimialoittain.

Kuvio 7. Elintarvikeyrityksiä alatoimialoittain vuonna 2019.



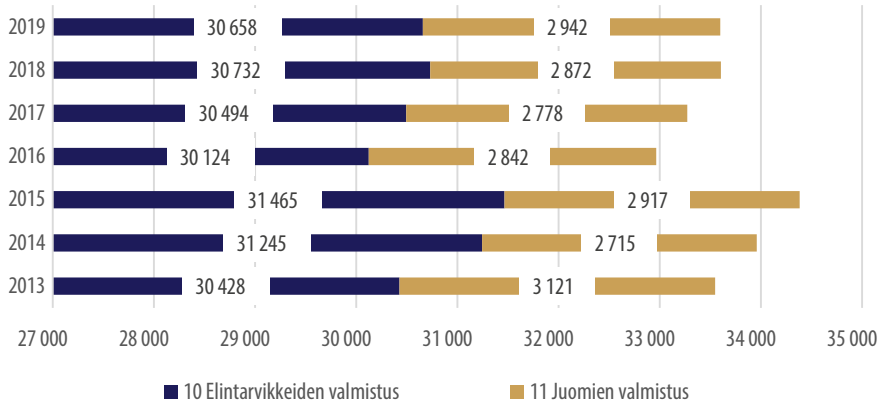
Lähde: Tilastokeskus, yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto. Vuosi 2019 on ennakkotieto.

Elintarviketeollisuus on vakaa työllistäjä talouden eri tilanteissa, kuten kuvio 8 osoittaa. Alan työllisyyttä ylläpitää ruuan tasainen kysyntä. Elintarvikkeiden valmistus (TOL 10) on työllistänyt viime vuosina reilut 30 000 ja juomien valmistus (TOL 11) alle 3 000 henkilöä.

Elintarvikeala työllistää monia kausityöntekijöitä ja tarjoaa työmahdollisuuksia vuokratyövoimalle. Kausityövoimasta riippuvaisille luonnontuotealan sekä maa- ja puutarhatalouden työvoiman saatavuudelle tulisi saada kestävä ja joustavat ratkaisut.

Kotimaisuuden arvostus ja viennin kehittyminen tukevat alan työllisyyttä. Toisaalta toimintojen tehostaminen, automaatioasteen nousu ja ulkoistamiset pitävät kasvun vaatimattomana. Kesällä 2020 pk-yritysbarometriin vastanneet pk-elintarvikeyritykset ennakoivat henkilökunnan määrän hieman kasvavan (saldoluku 5), mutta työllistämisedotukset toimialalla olivat aiempaa vuotta heikommat. Lokakuun lopussa julkaistun EK-barometrin mukaan henkilöstön määrän ennakoidaan vähenevän talvea kohti mentäessä. Tähän vaikuttaa muun muassa koronaepidemiasta johtuva tilauskannan heikkeneminen.

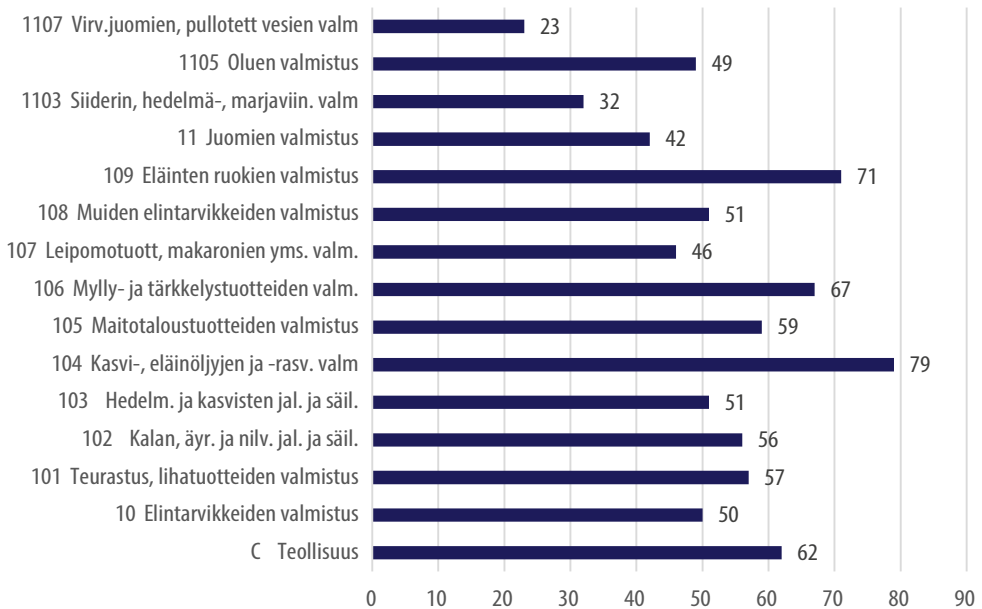
Kuvio 8. Henkilöstömäärän kehitystä elintarvikkeiden ja juomien valmistuksessa vuosina 2013–2019, henkilötyövuotta.



Lähde: Tilastokeskus, yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto. Vuosi 2019 on ennakkotieto.

Jalostusarvo/henkilö on yleisesti käytetty henkilötöön tehokkuuden mittari, joka kuvaa tuotetun lisäarvon määrää yhtä työntekijää kohden. Luku ei huomioi ulkoisena palveluna ostettavaa työpanosta. Teollisuudessa jalostusarvo/henkilö oli 62 000, elintarvikkeiden valmistuksessa 50 000 ja juomien valmistuksessa 42 000 euroa vuonna 2019. Alatoimialojen välillä on selkeitä eroja, kuten kuviosta 9 ilmenee. Yrityskoko ja automaatioaste vaikuttavat merkittävästi tuottavuuteen.

Kuvio 9. Elintarviketeollisuuden henkilöstötehokkuus verrattuna muuhun teollisuuteen vuonna 2019, 1 000 €, mediaani.



Lähde: Tilastokeskus, yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto. Vuosi 2019 on ennakkotieto.

2.2 Toimialan alueellinen jakauma

Elintarviketeollisuudessa tilastoituja toimipaikkoja oli 2 089 vuonna 2018. Toimipaikkojen määrässä on pientä kasvua, mm. leipomomyymälöiden määrä on kasvussa. Toimipaikkatilastoissa ovat mukana **oikeudelliset yksiköt**⁹, jotka ovat työllistäneet henkilöitä vähintään puolen vuoden ajan ja ovat arvonlisäverollisia.

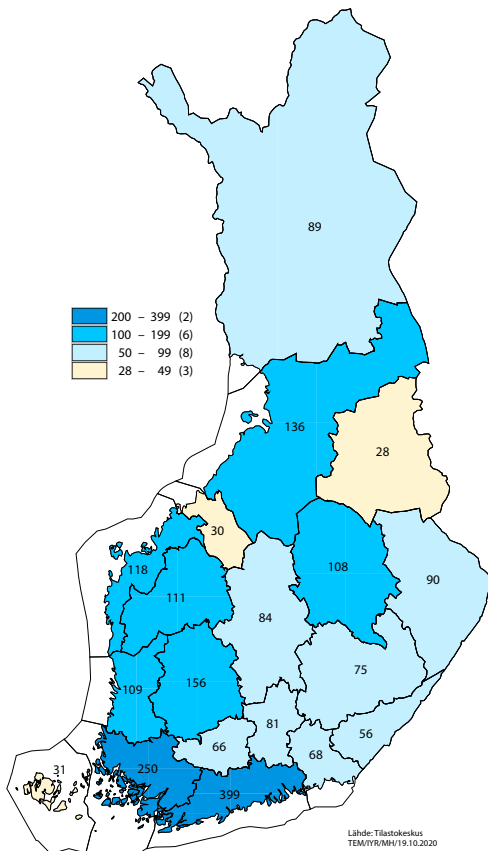
Elintarviketeollisuuden toimipaikat ovat lukumääräisesti keskittyneet Uudellemaalle ja Varsinais-Suomeen, kuten kuvioista 10 ilmenee. Alan toimipaikkoja on kuitenkin kaikkialla Suomessa, ja ne ovat merkittäviä työnantajia seutukunnillaan.

⁹ **Oikeudellinen yksikkö** on yhteisö tai liiketoiminnan harjoittamista varten rekisteröitynyt organisaatio. Tällaisia yksiköitä ovat liikeyritysten lisäksi julkisyhteisöt ja voittoa tavoittelemattomat yhteisöt.

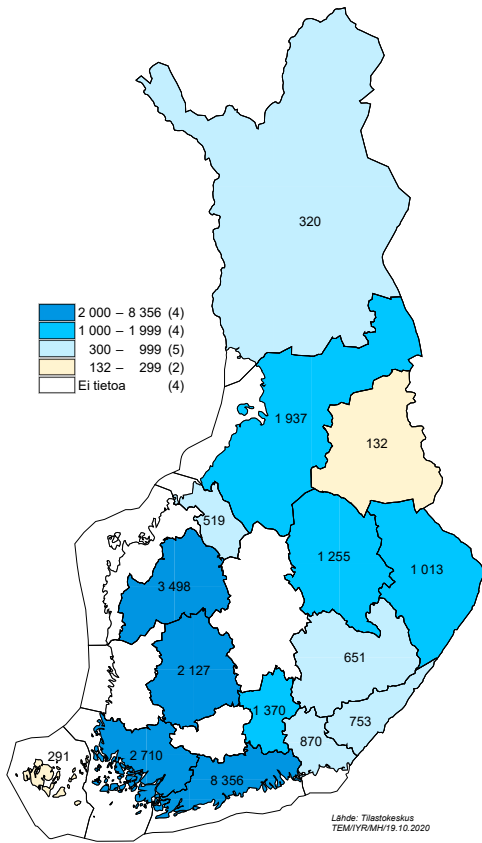
Henkilöstömäärän jakautuminen noudattelee toimipaikkojen mukaista jakaumaa. Poikkeuksen muodostaa Etelä-Pohjanmaa, jonne on keskittynyt suurempaa ruoka-teollisuutta. Kuviossa 11 osalle maakunnista ei kuitenkaan voida yritysten vähäisen määrän takia todentaa henkilömäärää, kuten ei myöskään liikevaihtotietoja. Liitteessä 1 on esitetty maakuntakohtaiset sekä Ahvenanmaan tiedot erikseen elintarvikkeiden ja juomien valmistuksessa.

Liikevaihto elintarvikeyrityksissä noudattelee samaa suuntausta kuin toimipaikkojen tai henkilöstön määrä. Alueelliseen tietoon liikevaihdosta on suhtauduttava varauksella, sillä toimipaikkojen liikevaihtotiedot voivat kohdistua päätoimipaikkaan. Luvut kuitenkin antavat karkean kuvan maakunnissa syntyvästä tuotoksesta. Kuvioista 10–12 ilmenee, että elintarviketeollisuus on merkittävä toimiala eri puolella maata, vaikka alan yrittäjyys onkin keskittynyt Etelä- ja Länsi-Suomeen.

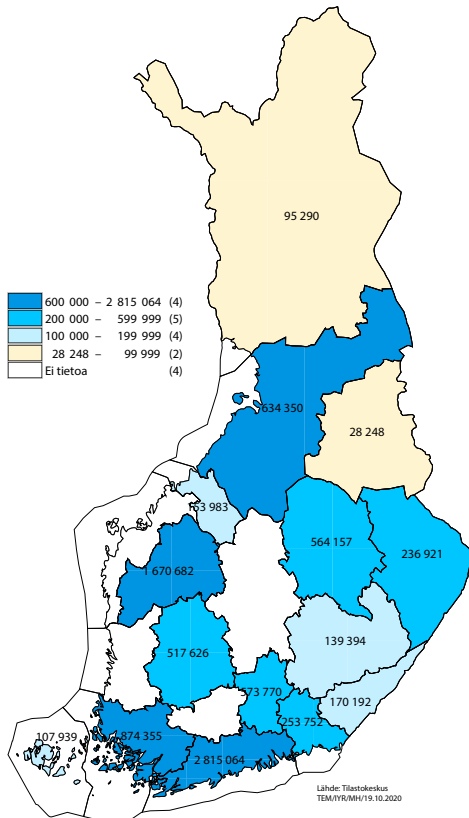
Kuvio 10. Elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen (TOL 10–11) toimipaikat maakunnittain vuonna 2018.



Kuvio 11. Elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen (TOL10–11) henkilöstön määrät maakunnittain vuonna 2018.



Kuvio 12. Elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen (TOL 10–11) liikevaihto maakunnittain vuonna 2018.



2.3 Uudet ja lopettaneet yritykset

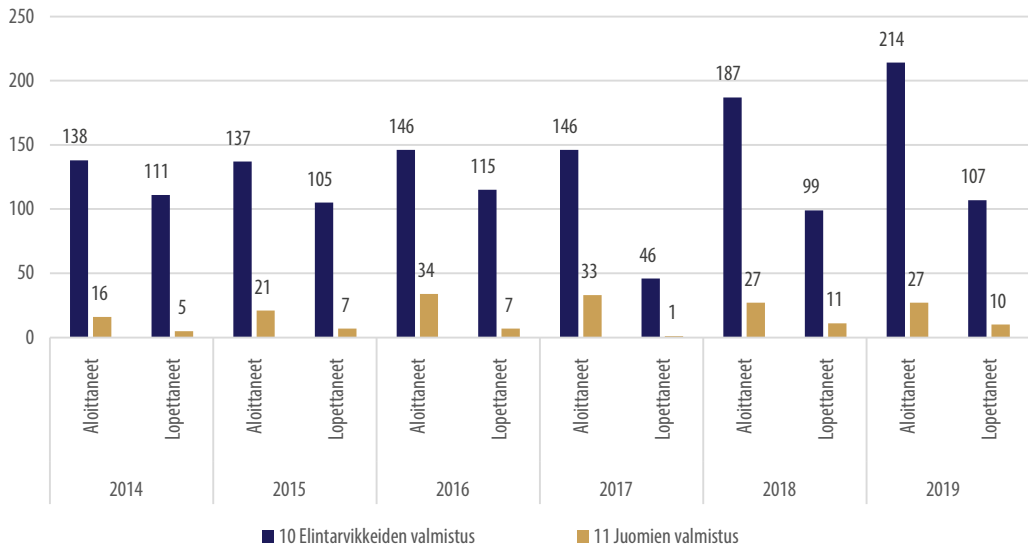
Elintarviketeollisuus on melko vakaa toimiala, koska ruoan tasainen kysyntä ylläpitää toimialan rakennetta. Uusia yrityksiä on perustettu entistä aktiivisemmin, ja aloittaneiden yritysten määrä onkin ollut lopettaneita suurempi viime vuosina, kuten kuvio 13 näkyy. Alkoholilain uudistus piristi erilaisten juoma-alan yritysten, erityisesti pienpanimoiden, perustamista. Valviran tilastosta¹⁰ löytyvät tiedot alkoholia valmistavista yrityksistä. Kokonaisuutena yrityskanta uusiutuu ilman mittavia

10 <https://www.avoindata.fi/data/fi/dataset/alkoholielinkeinorekisteri>

kasvu- tai supistumispyrähdyksiä. Tammi-kesäkuussa 2020 on perustettu 120 uutta elintarvikeyritystä ja toimintansa lopettaneita on ollut 48.

Toimialan muutoksesta kertovat kuitenkin strategiset yrityskaupat, joissa isot yritykset ostavat startup-yrityksiä tai niiden osuuksia (Fazer-konserni/Solar Foods, Pauligin pääomasijoitushautomon PINC/ Kaffe Bueno -start-up-yritys) tai liiketoimintaansa vahvistavia yrityksiä (Atria-konserni/Domretor tai Fazer-konserni/Kaslink Foods ja Vuohelan Herkku).

Kuvio 13. Aloittaneet ja lopettaneet elintarvikealan yritykset vuosina 2014–2019.



Lähde: Tilastokeskus, aloittaneet ja lopettaneet yritykset.

Eläinruoka on iso bisnesalue. Koiran- sekä kissan ruokiin käytetään Suomessa jopa 400 miljoonaa euroa vuodessa. Tuonnin osuus on ollut arvioilta noin 97 %. Kotimainen tarjonta on lisääntymässä ja näkyy esimerkiksi Rovio Pet Foodsin, Serti Oy:n ja Biofarm Oy:n toiminnassa.

Konkurssien määrä elintarviketeollisuudessa on kasvanut viime vuosina. Tänä vuonna tammi-syyskuussa konkurssiin on hakeutunut 41 yritystä, joista valtaosa on ollut juomia valmistavia. Konkurssiin ajautui 28 yritystä vuonna 2019 ja 24 yritystä vuonna 2018. Pitkittyessään koronaepidemian vaikutukset lisäävät alan konkurssseja ja yrityskauppoja.

2.4 Työvoiman saatavuus

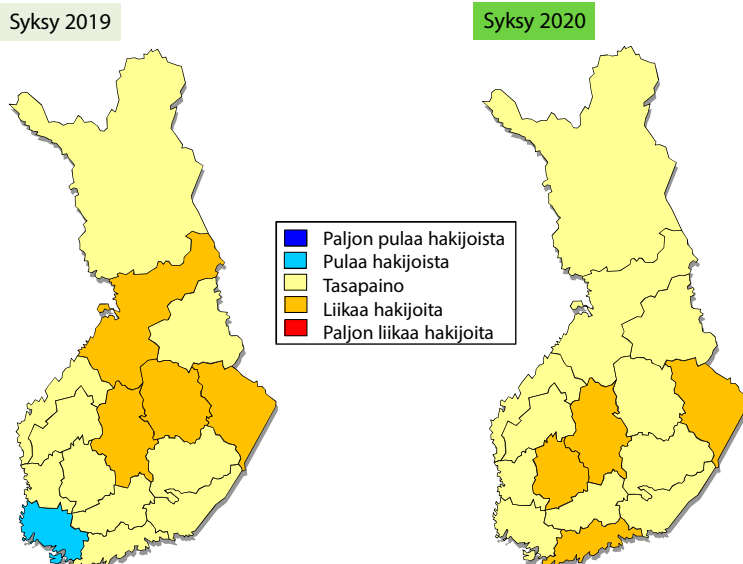
TE-toimistojen arviointeihin perustuvan kyselyn mukaan elintarvikealan yrityksissä työntekijöitä on hyvin saatavilla. Kohtaantotilanne on parantunut viime vuosina eikä pulaa hakijoista juurikaan ilmene. Ulkomaisen kausityövoiman saatavuus kosketti erityisesti marja- ja puutarhatiloja sekä luonnontuotteiden keräilyä. Tilanne kuitenkin helpottui, ja ulkomaista kausityövoimaa saatiin kesällä Suomeen.

Osaavan työvoiman saatavuus sekä pysyvyys eri puolella maatamme on tärkeää. Työvoiman vuokraus on yleistynyt, ja se tarjoaakin perinteisiä työsuhteita joustavamman rakenteen vastata vaihteleviin työvoimatarpeisiin. Lisäksi työkokemusta vailla olevat voivat työvoimavuokrauksen kautta tutustua ruoka-alaan ja saada arvokasta kokemusta.

Kuvio 14. Työvoiman kohtaantotilanne eräissä elintarvikealan ammateissa syyskuussa 2019 ja 2020.

Arvio työmarkkinatilanteesta seuraavan puolen vuoden aikana

Leipurit ja kondiittorit

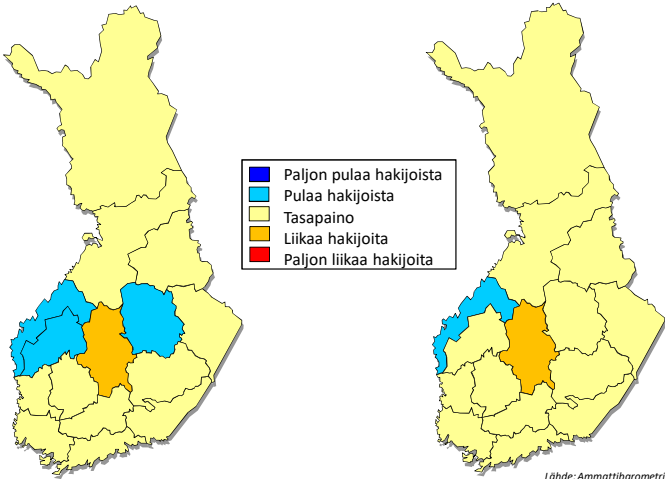


Arvio työmarkkinatilanteesta seuraavan puolen vuoden aikana

Elintarviketeollisuuden prosessityöntekijät

Syysy 2019

Syysy 2020

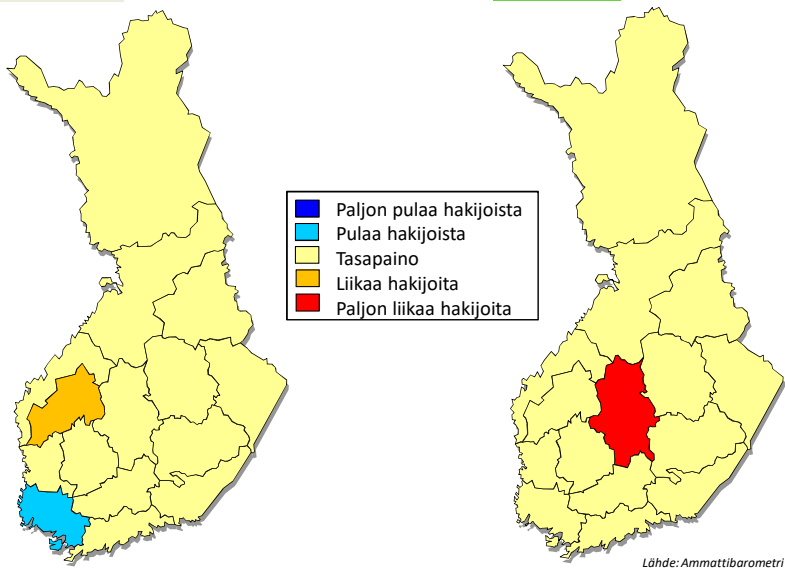


Arvio työmarkkinatilanteesta seuraavan puolen vuoden aikana

Lihanleikkaajat, kalankäsittelijät ym.

Syysy 2019

Syysy 2020



2.5 Alan suurimpia yrityksiä

Elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen suurimpien yritysten listaaminen on haasteellista toimialojen monimuotoistumisen ja erilaisten rakenteiden takia. Suurimmat elintarviketeollisuuden yritykset vuonna 2019 olivat:

	Liikevaihto, milj. €	Henkilöstö
Valio konserni	1 787	4 256
HKScan konserni	1 744	6 928
Atria konserni	1 451	4 454
Fazer-konserni *	1 097	7 532
Paulig konserni	921	2 115
Yhteensä	7 000	25 285

Lähde: Talouselämä Nro 22/2020. * Fazer-konsernin osalta on esitetty jatkuvat liiketoiminnot.

Viiden isoimman konsernin rooli työllistäjänä ja liikevaihdon muodostuksen osalta on keskeinen. Fazer-konserni keskittyy kuluttajatuotteisiin ja on vahvistanut toimintaansa yrityskaupoilla. Fazer Food Servicen myynti vahvistui tammikuussa 2020, ja sen osalta lukuihin ei sisälly toiminnan 597 miljoonan euron liikevaihto. Suurin osa liitteenä 2 olevien taulukoiden tiedoista perustuu Suomen Asiakastiedon vuoden 2019 tilinpäätöstietoihin.

Suomalaisen elintarvikealan rikkaus on sen monimuotoisuus: isoista kansainvälisesti toimivista teollisuusyrityksiä pieniin artesaanityyppisiin yhden henkilön yrityksiin. Toimialalle on toisaalta ominaista perinteisyys ja toisaalta uudistuminen. Suomessa valmistetuilla elintarvikkeilla on vankka asema suomalaisessa ruoka- ja juomakulttuurissa myös tulevaisuudessa. Ala vastaa kuluttajien muuttuviin ja yksilöityviin tarpeisiin aktiivisella tuotekehityksellä, innovoinnilla sekä liiketoimintamallien kehittämisellä. Alan kehitystä tukevat myös yritysten kansainvälistyminen ja vienti. Erilaisten yrityskauppojen ja fuusioitumisten kautta vahvistetaan kilpailukykyä, kuten alkoholitalojen Altian ja norjalaisen Arcusin yhdistymisessä.

3 Markkinoiden kehitystä ja näkymiä

Elintarviketeollisuus on Suomessa pääosin kotimarkkinateollisuutta, mutta kansainvälistyminen on vahvistumassa. Vahvan kotimaan markkina-aseman lisäksi isommat elintarvikealan yritykset ovat kansainvälistyneet ja etabloituneet erityisesti Itämeren ympäristömaihin. Paikalliset ja alueelliset markkinat ovat keskeisiä monille alan pienyrityksistä, kuten leipomo- ja konditoria-alan yrityksille sekä pienpanimoille.

Venäjän vastapakotteet osaltaan vauhdittivat alan kansainvälistymistä. Kansainvälistyneiden yritysten joukko on kuitenkin vielä melko suppea. Kypsien kotimarkkinoiden takia vienti voi avata uusia liiketoiminta- ja kasvumahdollisuuksia.

Ruoka on globaalia liiketoimintaa. Kauppapolitiikka, -suhteet ja -sopimukset vaikuttavat merkittävästi yritysten toimintaan. EU:n jäsenvaltioilla on yhteinen kauppapolitiikka, joka vaikuttaa kolmansien osapuolten kanssa käytäviin neuvotteluihin ja sopimuksiin (kuten Brexit tai Mercosur-sopimus). EU-maat ovat vieneet Britanniaan ruokaa noin 40 miljardin euron arvosta. Jos vuoden loppuun mentäessä ei saada aikaan kauppasopimusta, tilanne sekoittaa EU:n ruokamarkkinoita.

Erilaiset kauppapoliittiset ristiriidat ja talouspakotteet (kuten Kiinan ja Yhdysvaltojen väliset kauppasuhteet ja Venäjän vastapakotteet) sekä taudit (kuten afrikkalainen sikarutto ja koronaviruspandemia) vaikuttavat kansainväliseen ruokamarkkinaan. Koronaviruspandemia lisää protektionismia ja huolta omavaraisuudesta. Yrityksillä tilanne on puolestaan vaikeuttanut uusasiakashankintaa. Maailman ruokamarkkinat ovat kuitenkin toimineet hyvin pandemiasta huolimatta. Viruksen vaikutukset näkyvät globaalisti vielä pitkään.

3.1 Alan liikevaihdon kehitystä

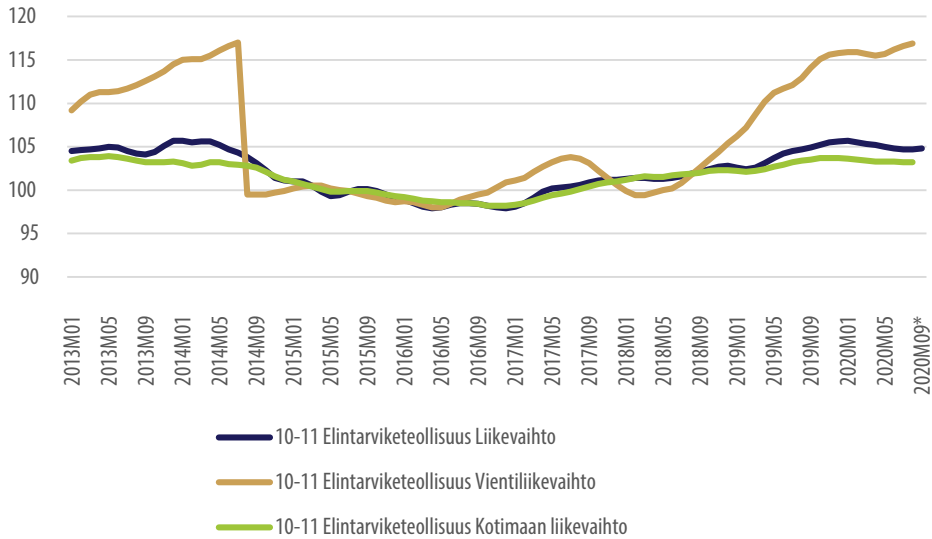
Liikevaihdon kasvu kuvaa liiketoiminnan kasvukehitystä ja myynnissä menestymistä. Kuviossa 15 on esitetty elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen kotimaan sekä vientiliikevaihdon kehitystä. Muutokset kotimaan liikevaihdossa ovat olleet vähäisiä viime vuosina varsinkin elintarvikkeiden valmistuksessa (TOL 10). Vaikutukset koko alan liikevaihtoon tulevat pitkälti viennissä tapahtuvista muutoksista. Vientiliikevaihto on kasvanut kotimaan myyntiä voimakkaammin elintarvikkeiden valmistuksessa (TOL 10). Kotimarkkinoiden ostovoiman ja kuluttajien luottamuksen ylläpito on oleellista, sillä noin 85 % alan liikevaihdosta tulee kotimarkkinoilla.

Koronaepidemian vaikutukset ilmenevät erityisesti kysynnän rakenteen muutoksissa, kun kysyntä on kohdistunut vähittäiskauppaan ja vähentynyt ruokapalveluissa. Koronakevät 2020 aiheutti lyhytaikaisen hamstrauksen, mutta tilanne on tasaantunut. Juomien vientikauppaan (laivaliikenne, HoReCa-pisteiden sulkeutumisesta ja rajoitukset) koronapandemian pitkittyminen vaikuttaa liikevaihtoa supistavasti. Kaikkien juomaryhmien matkustajatuonnin vähentyminen sekä matkailu ja lomailu kotimaassa ovat tukeneet kotimaan juomamyyntiä kesällä. Erialaisten alkoholituotteiden myynti Alkossa ja vähittäiskaupassa onkin kasvanut toimintaympäristön muutosten takia.

Suomessa ruoan hintakehitys on ollut korona-aikana tasaisempaa kuin EU-maissa keskimäärin. PTT:n¹¹ mukaan elintarvikkeiden hinnat nousevat Suomessa vuonna 2020 keskimäärin 1,5 % ja vuonna 2021 keskimäärin 0,5 %. Eniten kallistuvat vuonna 2020 hedelmien ja marjojen hinnat. Hedelmien hintoja nostaa muiden EU-maiden pula kausityövoimasta, mikä aiheuttaa tuontihedelmien kallistumista.

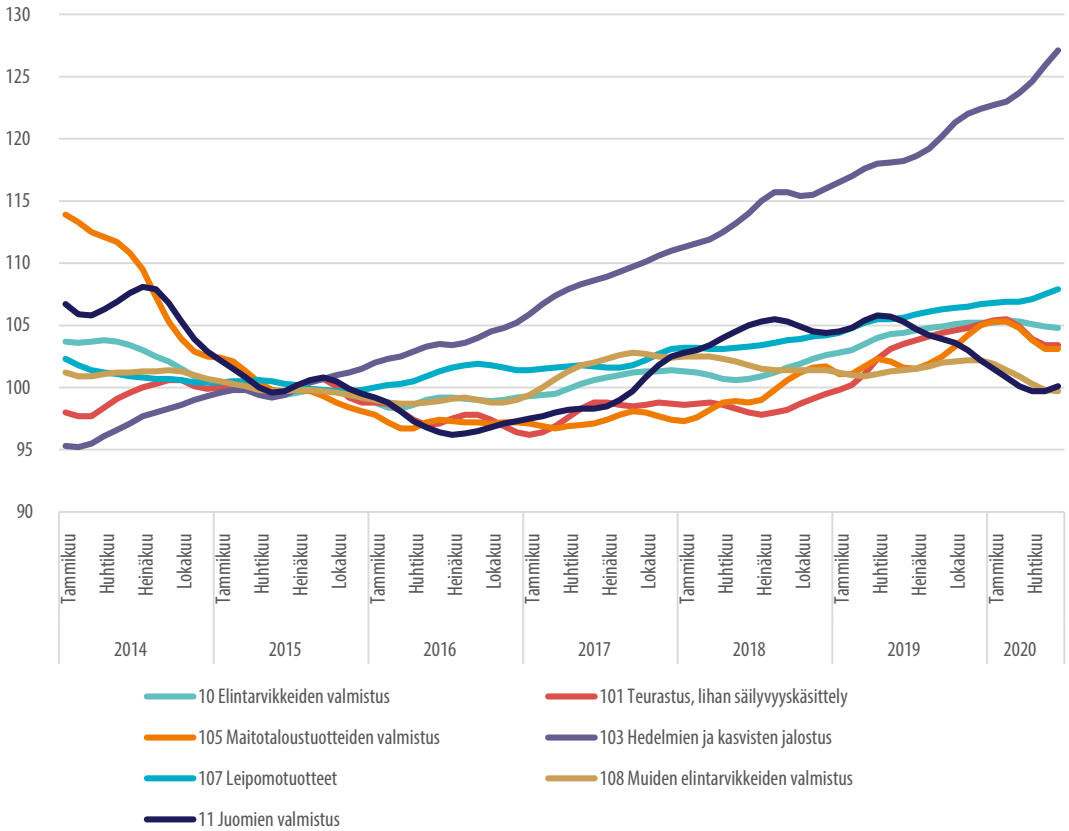
11 <https://www.ptt.fi/ennusteet/maa-ja-elintarviketalous.html>

Kuvio 15. Liikevaihdon indeksikehitystä elintarviketeollisuudessa 2013– syyskuu 2020, 2015 = 100, trendi.



Lähde: Tilastokeskus, Teollisuuden liikevaihtokuvaaja.

Kuvio 16. Liikevaihdon indeksikehitystä elintarviketeollisuudessa ja sen eräissä alatoimialoissa 2014–kesäkuu 2020, 2015 = 100.



Lähde: Tilastokeskus, Asiakaskohtainen suhdannepalvelu.

Syksyn 2020 pk-yritysbarometrin mukaan 54 % elintarvikealan pk-yrityksistä arvioi liikevaihdon kasvavan tulevan vuoden aikana, ja pienenemistä ennakoiti 23 % vastanneista. Kesällä tehdyn pk-yritysbarometrin mukaan elintarvikealan pk-yritykset arvioivat yleiset suhdannenäkymät koko maata ja vertailualoja positiivisemmaksi, mutta odotukset jäivät kuitenkin vuodentakaisista heikoimmiksi. Saldoluku oli 15, kun se oli 31 syksyllä 2019 ja 55 syksyllä 2018. Elintarviketeollisuuden suhdannearviot lähikuukausille ovat heikentymässä.

Koronaepidemian pitkittyminen lisää epävarmuutta sekä yrittäjillä että kuluttajilla

Lokakuun lopussa julkaistun EK-barometrin¹² mukaan riittämätön kysyntä ja tilauskannan ohentuminen himmentävät elintarviketeollisuuden näkymiä. Odotukset tulevan tuotannon määrästä ovat pessimistiset joulusesongista huolimatta. Myös henkilöstömäärän ennakoidaan supistuvan lähikuukausina. Elpymisen ennustetaan hiipuvan, ja näkymien saldoluku oli lokakuussa -16.

Julkisen taloustilanteen heikkeneminen on vähentänyt kuluttajien luottamusta ja näkyy säästämiseen varautumisena. Pitkittyvä matkailu- ja ravintola-alan ahdinko supistaa myyntiä ja heikentää elintarvikeketjun taloudellisia odotuksia. Juomasektorin yritykset ovat toivoneet alkoholin etämyynnin mahdollistamista Suomessa. Koronaviruspandemian jatkuminen vaikeuttaa myös elintarvikkeiden vientikysyntää. Elintarvikeyritykset tarvitsevat jatkossakin sieto-, sopeutumis- ja mukautumiskyvykkyyttä.

Elintarvikkeita myydään päivittäistavarakaupassa¹³ enemmän kuin aiemmin. Päivittäistavarakaupassa elintarvikkeiden ja juomien myynti on kasvanut tammi-syyskuussa 8,3 %, ja kasvu on tullut pitkälti kappalemäärien myynnin kasvusta. Elintarvikkeiden ja alkoholittomien juomien hinnat ovat nousseet 1,8 % päivittäistavarakaupassa tammi-syyskuussa. Alkoholijuomien sekä tupakan hinnat kallistuivat vastaavana aikana puolestaan 4,5 %.

Koronaepidemia koettelee erilaisten rajoitteiden, suositusten ja etätöiden takia foodservice-tukkukauppaa vähittäiskauppasektoria voimakkaammin. Foodservice-tukkukauppa supistui tammi-syyskuussa 16,5 % vuodentakaisesta. Keskikesällä tukkukauppa toipui hieman ravintoloiden sulkemisesta aiheutuneesta myynnin pudotuksesta, mutta elokuussa myynti lähti uudelleen lasku-uralle. Ravintolatoimen rajoituksien lisäksi etätöiden jatkuminen vähentävää suomalaisille ominaista lounasruokailua ja siten foodservice-tukkukauppaa.

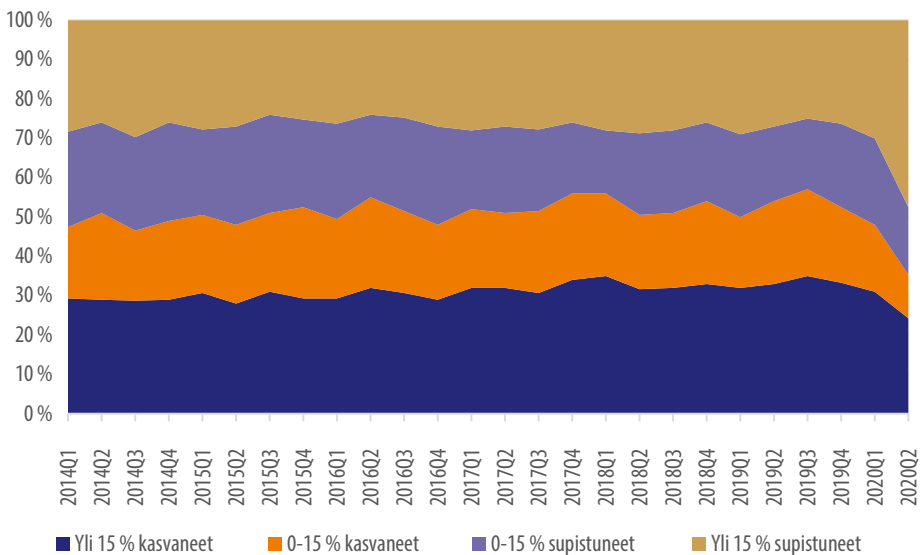
12 <https://ek.fi/wp-content/uploads/2020/10/SB-lokakuu-2020.pdf>

13 <https://www.pti.fi/ajankohtaista/myyntitiedotteet/>

Koronapandemia kohtelee monimuotoista toimialaa eri tavoin

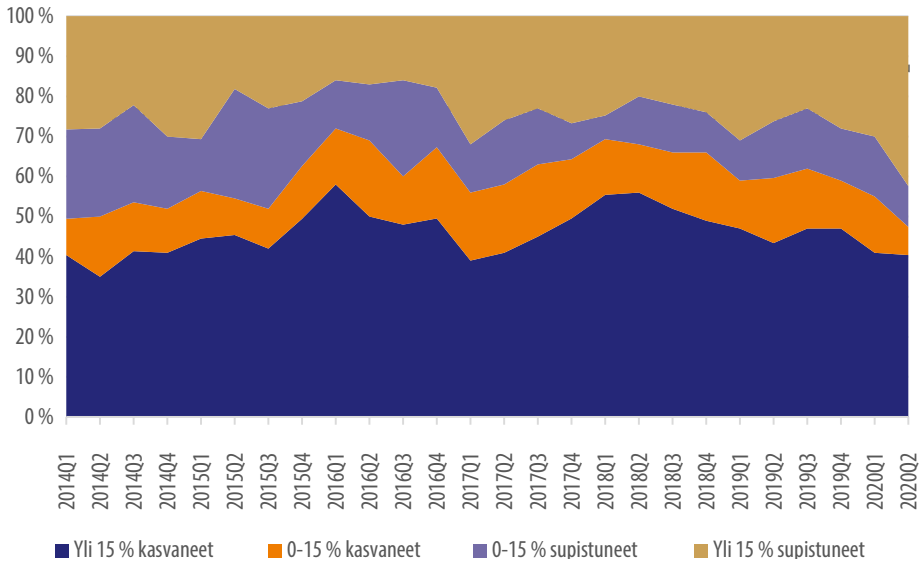
Tilastokeskuksen kasvukatsausta tarkastelemalla voidaan havaita liikevaihdon kehityksessä elintarvikkeiden valmistuksen (TOL 10) tasaisuus koronakevääseen asti. Juomien valmistuksessa muutokset ovat aiemminkin olleet muuta elintarviketeollisuutta suurempia. Elintarvikkeiden valmistuksessa alan yrityksistä 64 %:lla liikevaihto supistui huhti-kesäkuussa 2020, ja lähes puolella yrityksistä liikevaihto supistui yli 15 %. Juomien valmistuksessa yli puolella alan yrityksissä liikevaihto supistui keväällä 2020. Kuvioissa 17 ja 18 toimialan yritykset on jaettu sen mukaisesti, kuinka paljon niiden liikevaihto on kasvanut tai supistunut vuosineljänneksittäin.

Kuvio 17. Liikevaihdolla mitattuna elintarvikkeiden valmistuksessa (TOL 10) kasvaneet ja supistuneet yritykset vuosineljänneksittäin vuodesta 2014 vuoden 2020 toiseen neljännekseen.



Lähde: Tilastokeskus, Asiakaskohtainen suhdannepalvelu, Kasvukatsaus.

Kuvio 18. Liikevaihdolla mitattuna juomien valmistuksessa (TOL11) kasvaneet ja supistuneet yritykset vuosineljänneksittäin vuodesta 2014 vuoden 2020 toiseen neljännekseen.



Lähde: Tilastokeskus, Asiakaskohtainen suhdannepalvelu, Kasvukatsaus.

Taulukossa 6 on esitetty lisäksi muutamien alatoimialojen liikevaihdon muutosprosentteja. Koronapandemia kohtelee monialaista ja -muotoista elintarviketeollisuutta eri tavoin.

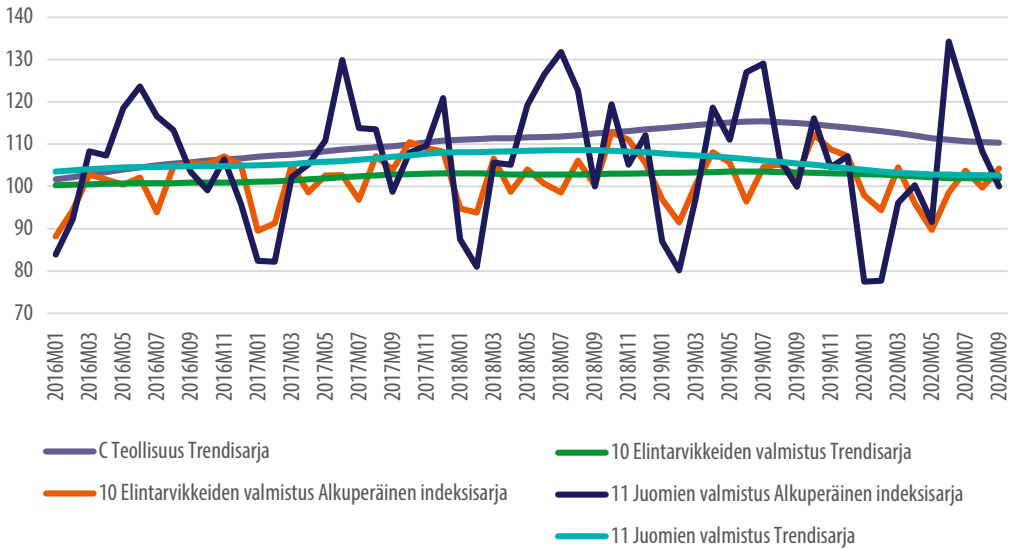
Taulukko 6. Elintarvikkeiden valmistuksen ja sen muutamien alatoimialojen sekä juomien valmistuksen liikevaihdon muutosprosentteja vuosina 2018–2020 vuosineljänneksittäin.

	101 Teurastus, lihan säilyvyys-käsittely	103 Hedelmien ja kasvien ja- lostus	107 Leipomo- tuotteet	105 Maitotalous- tuotteiden valmistus	10 Elint. valmistus	11 Juomien valmistus
2018Q1	4,2	1,5	2,7	2,3	3,4	5,5
2018Q2	-1,1	2,9	0,3	1,1	-0,8	4,1
2018Q3	-0,8	9,4	2,6	0,9	-0,4	10,3
2018Q4	0,2	2,9	0,7	5,3	2,0	0,7
2019Q1	-1,0	3,8	-0,1	1,1	-0,5	-1,3
2019Q2	6,4	5,9	2,8	4,6	5,1	4,7
2019Q3	7,4	0,9	4,2	2,3	4,6	-2,3
2019Q4	5,0	8,4	2,2	2,0	2,8	-0,2
2020Q1	5,9	3,6	2,0	6,2	4,6	-3,0
2020Q2	-1,2	-9,9	-11,3	-0,5	-5,4	-7,5

Lähde: Tilastokeskus, Asiakaskohtainen suhdannepalvelu, Kasvukatsaus.

Elintarviketeollisuuden tuotanto kasvoi kesäkuukausina 2020. Ravintolarajoitusten purkaminen ja kesäkausi selvittävät osin tuotannon kasvua. Kuvio 19 ilmentää hyvin sesonkien vaikutusta elintarvikkeiden ja erityisesti juomien valmistuksessa (TOL 11). Syksyn pk-yritysbarometrissä elintarvikealan pk-yrityksistä 47 % ennakoi tilausten määrän kasvavan tulevana vuonna ja 24 % määrän laskevan. Tilausten määrän saldoluku on pudonnut aiemmista vuosista. Kysynnän ennustaminen on päiväysmerkityllä ruoka-alalla tärkeää, sillä tavarakierron parantaminen ja hävikin pienentäminen vaikuttavat tulokseen.

Kuvio 19. Elintarviketeollisuuden volyyymi-indeksin kehitystä vuosina 2016–syyskuu 2020, vuosi 2015 = 100.



Lähde: Tilastokeskus, Teollisuustuotannon volyyymi-indeksi.

3.2 Ravintomenot

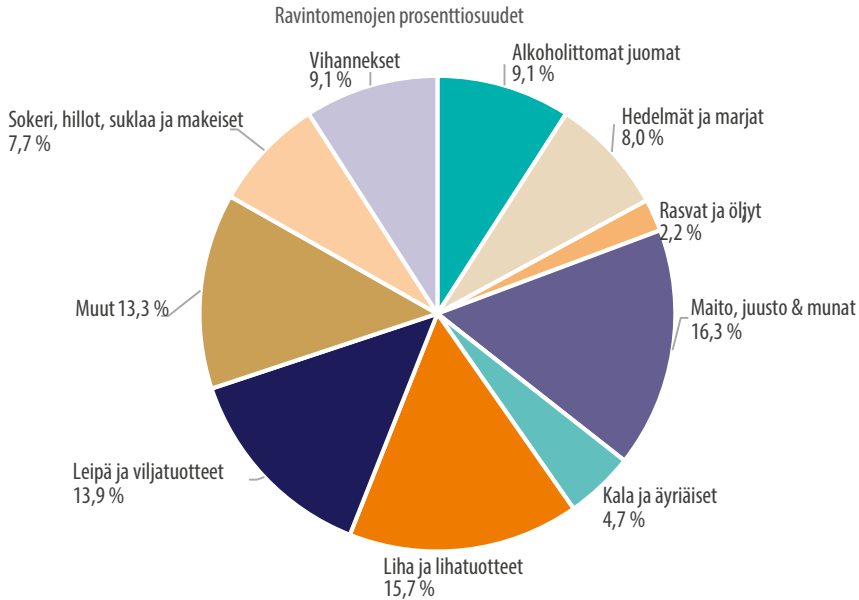
Kotitalouksien ravintomenot asukasta kohti ovat laskeneet alle 2 300 euroon vuodessa. Kotitalouksien kulutusmenoista ovat neljässäkymmenessä vuodessa muuttuneet eniten asumisen ja ruoan osuudet. Kotitalouksien kulutusmenoista asumisen ja energian osuus oli 28,8 % vuonna 2019, kun se vuonna 1980 oli 19 %. Vuonna 2019 kotitalouksien menoista kului 11,4 % elintarvikkeisiin ja alkoholittomiin juomiin, kun niiden osuus oli 21 % vuonna 1980. Alkoholituotteisiin ja tupakkaan käytettiin 4,7 % ja hotelli-, kahvila- ja ravintolamenoihin puolestaan 6,9 % menoista vuonna 2019. Vaihtelua on kuitenkin tuloluokittain.

Tieto kasvien ja kauran terveyshyödyistä näkyy lisääntyneenä kulutuksena

Suomalaiset kuluttivat keskimäärin 148 kiloa nestemäisiä maitotuotteita, 80 kiloa lihaa, 12 kiloa kananmunia, 81 kiloa viljaa, 66 kiloa hedelmiä, 66 kiloa vihanneksia ja 15 kiloa kalaa per henkilö vuonna 2019 Luonnonvarakeskuksen ravintotaseen¹⁴ mukaan. Lihan kokonaiskulutus on laskenut hieman siipikarjalihan kokonaiskulutuksen noin neljän prosentin kasvusta huolimatta. Viljan kokonaiskulutus kasvoi kauran kulutuksen vauhdittamana yli kaksi kiloa henkeä kohti vuodesta 2018. Maidon juonti on jatkanut vähenemistään. Kalan ja kananmunien kokonaiskulutuksissa ei ole tapahtunut juurikaan muutoksia. Vihannesten kulutus kasvoi parilla kilolla.

Kuviossa 20 on esitetty elintarvikkeiden kulutusmenojen rakenne. Lukuun ei sisälly kodin ulkopuolisia aterioita, alkoholijuomia eikä muitakaan juomamenoja. Suomi ei ole kallis ruokamaa, kun ruoan hinta suhteutetaan yleiseen palkkatasoon. Kun verrataan Suomen kotitalouksien rahan käyttöä elintarvikkeisiin ja alkoholittomiin juomiin muihin EU-maihin, Suomi sijoittuu kärkikymmeneen, joissa osuus on pienin. Osuus ei oleellisesti eroa muista läntisistä EU-maista. Naapurimaistamme Ruotsissa kotitaloudet käyttivät elintarvikkeisiin ja alkoholittomiin juomiin 12,6 %, Tanskassa 11,4 % ja Virossa 19,6 %.

14 <https://www.luke.fi/uutinen/mita-suomessa-syotiin-vuonna-2019/>

Kuvio 20. Elintarvikkeiden kulutusmenojen rakenne, % elintarvikekulutuksesta.

Lähde: Kantar TNS Agri Oy, Elintarviketalous 2020.

Lisää luomua ja merkin tunnettuutta

Luomun myynti Suomessa on kasvanut koko 2010-luvun ajan. Vuonna 2019 luomua myytiin vähittäiskaupoissa 368 miljoonalla eurolla, jossa kasvua edellisvuoteen oli 9,6 %. Luomun markkinaosuus on kuitenkin pieni päivittäistavara-kaupassa, noin 2,6 %. Suurimmat tuoteryhmät myynnissä ovat hedelmät, maito ja muut neste-mäiset maitotuotteet sekä vihannekset. Myös kahvi ja kananmunat ovat suosittuja luomutuotteita. Viiden suosituimman tuoteryhmän osuus koko luomumyynnistä on yhteensä noin 45 %, ja korkein markkinaosuus luomulla on lastenruokien tuoteryhmässä.

Suomalaiset ostavat luomutuotteita tavallisimmin ruokakaupoista. Kauppojen luomutarjontaan toivotaan eniten lisää lihaa sekä leipää ja muita viljatuotteita. Luomulla on maassamme 2,2 miljoonaa säännöllistä käyttäjää, ja sitä suositaan erityisesti lapsiperheissä Kantarin tekemän Luomun kuluttajabarometri 2019

-tutkimuksen¹⁵ mukaan. Luomun säännöllinen käyttö lisääntyy, ja lähes joka kolmas käyttää luomua viikoittain. Aktiivikäyttäjät toivovat lisää valikoimia, satunnaiset käyttäjät puolestaan tietoa luomun erosta tavanomaiseen tuotantoon. Luomutuotteiden käyttö voisi kasvaa, jos niiden hinta olisi edullisempi. Ammattikeittiöistä 46 % käyttää luomutuotteita vähintään joka viikko.

Lokakuun 2020 alussa käynnistyi mittava, EU:n menekinedistämisvaroin tuettu luomukampanja¹⁶ Suomessa. Se pyrkii lisäämään luomun ostamista sekä parantamaan EU:n luomumerkin tunnettuutta ja merkityksen ymmärtämistä. Kiinnostus luomua kohtaan on koronapandemian myötä vahvistunut.

Suomen koko peltoalasta oli vuonna 2019 luomuviljeltyä 13,5 %. Noin joka kymmenes maatila Suomessa on luomutila, sillä luomuviljelyä harjoittaa yli 5 000 maatilaa. Luomutilojen tilakoko on keskimääräistä suurempi, noin 60,9 hehtaaria. Suomessa on maailman suurin sertifioitu luomukeruualue, noin 4,6 miljoonaa hehtaaria. Siitä valtaosa sijaitsee Lapissa.

Luomuelintarvikkeita vietiin Suomesta noin 25–30 miljoonalla eurolla vuonna 2018. Luomuviennin suurimmat tuoteryhmät ovat mylly- ja leipomotuotteet, erilaiset kaurapohjaiset valmisteet, maitovalmisteet sekä luonnontuotteet. Luomulla on bisespotentiaalia, sillä luomuruoan kulutus kasvaa kotimarkkinoiden ohella kansainvälisesti. Koronapandemia on lisännyt myös muissa maissa kuluttajien kiinnostusta ruoan koostumuksesta ja vaikutuksesta hyvinvointiin sekä clean label -tyyppisestä tarjonnasta.

3.3 Asiakkuudet toimialalla

Kaupan rooli tarjontaketjun järjestäjänä on keskeinen. Vuoden 2020 alussa maassamme toimi noin 4 500 erilaista myymälää, joista päivittäistavaramarketteja oli 2 789. Vuonna 2019 päivittäistavarojen kokonaismyynnin arvo oli 18,5 miljardia euroa. Myynnin arvo kasvoi 2,5 % ja volyyymi 0,3 % vuoteen 2018 verrattuna.

15 <https://proluomu.fi/material/materiaalit/kuluttajabarometrit/>

16 <https://proluomu.fi/suomen-suurin-luomukampanja-kaynnistyy-lokakuussa/>

Kaupan valikoimien koko vaihtelee pienten myymälöiden noin 2 000 tuotteesta suurempien myymälöiden jopa 25 000 tuotteeseen. Elintarvikkeiden osuus päivittäistavaramyynnistä on noin 80 %.

Kaupan omat merkit ovat osa tarjontaa, ja niiden osuus ostoista on noin 24 %. Valmisruoan kysyntä kasvaa kaupoissa, mikä tarkoittaa myös kaupan ja ravintoloiden eron hälvenemistä. Päivittäistavarakauppa ry on alkanut julkaista jäsenyritystensä myynnin arvon rakennetta ja muutoksia vuosineljänneksittäin tänä keväänä.

Jokainen talous asioi kaupassa kolmisen kertaa viikossa, ja ostoskorin arvo alkuvuodesta 2020 oli 24,4 euroa. Suomalaisten kulutustavat ovat muuttuneet koronaepidemian aikana. Maaliskuun puolivälistä kesäkuuhun kestäneet säädökset rajoittivat suomalaisten liikkumista ja pakottivat etsimään uusia ratkaisuja ostosten tekemiseen. Aluksi koronaepidemia lisäsi kuluttajilla arkiruokien hankintaa ja hamstrausta. Kuluttajat alkoivat ostaa ruokansa aiempaa suunnitelmallisemmin ja kerralla enemmän aiempaa vähemmällä kauppakäynneillä. Myös kauppakassipalvelu, kotiinkuljetusten määrä ja palvelutarjonta vauhdittuivat poikkeustilanteen myötä. Ruoanlaitto kotona on kasvattanut matalamman jalostusasteen tuotteiden myyntiä.

Ruokakaupan muutosajureina ovat teknologian kehittyminen ja kuluttajakäyttäytymiseen vaikuttavat trendit. Kaupan Liiton Uusiutuva kauppa 2035 -julkaisun¹⁷ mukaan yhä useampi kaupan yritys on vuonna 2035 alusta, jossa kokonaisuuksien hallinta, palvelut ja elämykset ohittavat tuotteiden roolin asiakkuuksien sitouttajana. Peruselintarvikkeita arvioidaan hankittavan yhä enemmän verkkokaupan kautta tai valmiiksi kerättyinä. Nielsenin ennusteiden mukaan seuraavat seitsemän muutosvoimaa muokkaavat eurooppalaista päivittäistavarakauppaa 2020-luvulla:

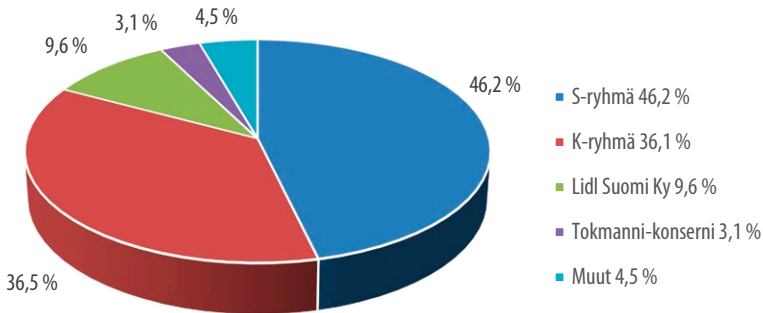
1. Esineiden internet muuttaa kaiken
2. Tuloerot ovat kasvussa
3. Verkkokauppa ja kaupan omat merkit kasvavat
4. Passiivisesta kulutuksesta osallistumiseen
5. Kasvun lähteenä terveyttä ja hyvinvointia edistävät tuotteet
6. Kuluttajat edellyttävät personointia
7. Aika on rahaa.

17 <https://kauppa.fi/linjaukset/vastuullisuutta-ymparisto-ja-ilmastoteoilla/uusiutuva-kauppa-2035/>

Päivittäistavarakauppa

Suomen päivittäistavarakauppa¹⁸ on keskittynyttä, sillä S-ryhmän ja K-ryhmän yhteenlaskettu markkinaosuus vuonna 2019 oli 82,7 % (Kuvio 21). S-ryhmän markkinaosuus oli 46,2 %, K-ryhmän 36,5 % ja vuonna 2002 Suomeen tulleen Lidl Suomen 9,6 %. Markkinaosuuksien siirtymät ovat kuitenkin vuositasolla melko vähäiset. Suurimpien kauppaketjujen neuvotteluvoima suhteessa elintarvikeyrityksiin on vahva. Alueellisesti kauppaketjujen markkina-asetat vaihtelevat ja kilpailua käydään myymälätasolla. S-ryhmä luopui markkinoinnissaan halpuuttamisesta, mutta Lidl puolestaan on lähtenyt aktiivisesti kampanjoimaan edullista ruokakoria.

Kuvio 21. Suomen päivittäistavarakaupan ryhmittymien markkinaosuudet vuonna 2019.



Lähde: Päivittäistavarakauppa ry.

Hallituksen esitys elintarvikemarkkinalain¹⁹ uudistamisesta on hyväksytty valtioneuvoston istunnossa 29.10.2020. Lain tavoitteena on antaa kaupankäyntiin selkeät pelisäännöt ja tasapainottaa neuvotteluasemia sekä mahdollistaa epäterveisiin kauppatapoihin puuttumista ruokajärjestelmässä. Lain valvontaviranomaisena toimii elintarvikemarkkinavaltuutettu.

Uudistuksessa ei puututa tuottajahintoihin. Lakia sovelletaan maataloustuotteiden ja elintarvikkeiden myyntiin, kun ostajan liikevaihto on yli kaksi miljoonaa euroa ja

¹⁸ <https://www.pty.fi/julkaisut/>

¹⁹ <https://mmm.fi/-/uudistettu-elintarvikemarkkinalaki-tuo-tasapainoa-ruokajarjestelmaan>

ostaja on myyjää suurempi. Laki koskee myös hotelli- ja ravintola-alaa sekä julkisia toimijoita. Nykyinen elintarvikemarkkinalaki on ollut voimassa vuoden 2019 alusta.

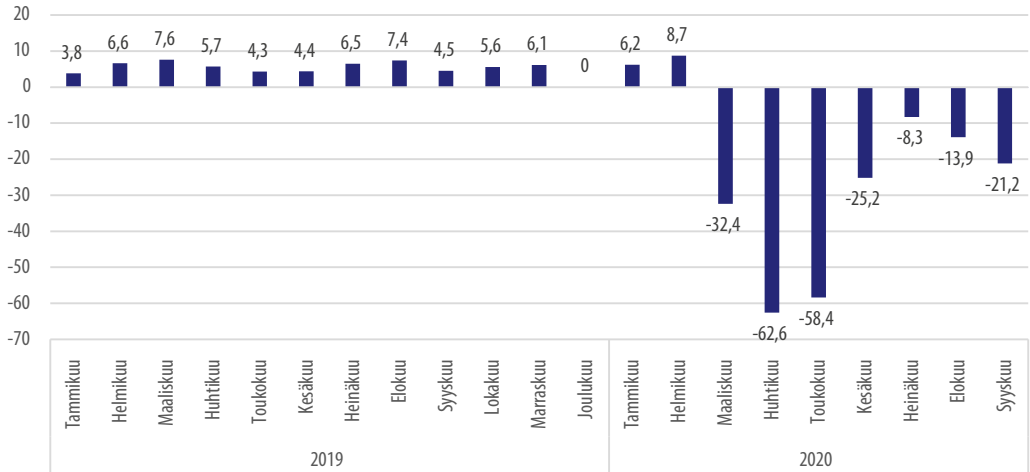
Foodservice-tukkukauppa

Foodservice-tukkukauppa tarjoaa vähittäiskaupan ulkopuolista tavaravälitystä. Maamme yli 16 000 ammattikeittiötä valmistavat noin 749 miljoonaa ateriaa vuodessa. Näistä noin 4 700 on jakelukeittiötä. Valmistuskeittiöistä 67 % on yksityisiä elinkeinoharjoittajia tai osakeyhtiöitä. Eniten ammattikeittiötä on Uudellamaalla, jossa ruoka-annosten määrä on ollut vuositasolla yli 212 miljoonaa. Päivittäin joka toinen suomalainen on käyttänyt tukkukaupan yritysten palveluita aterioidessaan kodin ulkopuolella, ja nähtäväksi jää palautuuko tilanne koronaepidemian jälkeen samalle tasolle monipaikkaisen työskentelyn lisääntyessä.

Foodservice-tukkukaupan liikevaihto supistui yli 17 % tammi-elokuussa vuodentakaisesta ja oli yhteensä 1 240 miljoonaa euroa. Kesällä foodservice-tukkukauppa hieman elpyi ravintoloiden sulkemisesta aiheutuneesta myynnin romahduksesta, mutta elokuussa myynti alkoi taas laskea. Liikevaihto vuonna 2019 oli noin 2,3 miljardia euroa, jossa nousua edelliseen vuoteen oli 6,7 %. Myyntiluvuissa ovat mukana Heinon Tukku Oy, Kespro Oy, Meira Nova Oy, Wihuri Oy Aarnio/Metro ja Suomen Palvelutukkurit Oy.

Matkailu- ja ravintola-alalle koronaepidemiasta aiheutuneet rajoitukset, etätyö ja -opetus ovat synkistäneet toimialan tilannetta ja näkymiä. Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry:n syyskuussa julkaistun tiedotteen mukaan noin 70 % jäsenyrityksistä arvioi liikevaihtonsa alenevan vähintään 30 % syys-joulukuussa. Lisäksi alan yritysten tilanne on kriittinen ja henkilöstö tiukoilla lomautusten takia. Kyselyssä 57 % yrityksistä arvioi lomauttavansa syys-joulukuussa ainakin jonkin verran työntekijöitään ja 3 % olevansa suljettuja.

Jäsenyrityksistä 15 % arvioi olevansa konkurssiuhan alla kuuden kuukauden kulluttua epidemian pitkittyessä, kun kesäkuussa osuus oli 10 %. Yrityksistä 71 % on sopeuttanut toimintaansa, ja toiminta jatkuu kannattavuutta tavoitellen. Noin 13 % yrityksistä arvioi toimintansa jatkuneen kannattavana. Toimintansa on lopettanut prosentti yrityksistä. Kuviossa 22 on esitetty liikevaihdon vuosimuutos ravitsemistoiminnassa.

Kuvio 22. Liikevaihdon vuosimuutos ravitsemistoinnassa 1/2019–9/2020 (%).

Lähde: MaRa ry/Tilastokeskus (alkuperäinen indeksisarja) 13.11.2020.

Päivitetyt Suomen ruokamatkailustrategian 2020–2028²⁰ tavoitteena on kehittää ruokamatkailua kärkituotevetoisesti, kannustaa yhdistelmätuotteiden ja ruokareitien luomiseen, edistää matkailu- ja elintarvikealan kilpailukykyä sekä laatutasoa, parantaa suomalaisen ruokakulttuurin imagoa sekä rakentaa ruokamatkailuverkosto. Ruokamatkailussa kannattaa nyt kohdentaa toimintaa kotimaisille kuluttajille.

Julkiset hankinnat ovat myös elintarvikealan yrityksille kasvava mahdollisuus. Julkisia hankintoja koskeva kansallinen strategia on julkaistu syksyllä 2020. Vieraskynän kirjoittaja erityisasiantuntija Auli Väänänen käsittelee kirjoituksessaan julkisia ruokahankintoja.

20 <http://www.hungryforfinland.fi/sites/hungryforfinland.fi/files/Ruokamatkailustrategia-2020-2028.pdf>

Julkisilla ruokahankinnoilla kohti kestävämpää ruokajärjestelmää

Suomi sai ensimmäisen julkisten hankintojen strategian²¹ tänä syksynä.

Valtiovarainministeriö ja Kuntaliitto ovat valmistelleet strategian yhdessä kuntien ja valtionhallinnon, tarjoajien ja asiantuntijaorganisaatioiden kanssa. Strategia annettiin myös valtioneuvoston periaatepäätöksenä, jolla valtio sitoutuu yhteisiin tavoitteisiin.

Julkisten hankintojen strategiassa on oma tavoite kestäville ja vastuullisille elintarvike- ja ruokapalveluhankinnoille. Lisäksi valtioneuvoston periaatepäätöksessä strategiasta on elintarvike- ja ruokapalveluhankinnoista tarkempi linjaus määrittämään, mitä vastuullisilla ruokahankinnoilla tavoitellaan ja miten tavoitteisiin päästään. Kansallinen hankintastrategia ja siitä annettu periaatepäätös päivittävät valtioneuvoston vuonna 2016 tehdyn periaatepäätöksen elintarvike- ja ruokapalveluhankintojen arviointiperusteista.



Kuva. Kansallinen julkisten hankintojen strategian tunnuskuva

Julkisiin hankintoihin käytetään vuosittain noin 35 miljardia euroa, josta elintarvikehankintojen osuus on noin 350 miljoonaa euroa. Julkisiin hankintoihin liittyvillä vähimmäisvaatimuksilla, sopimusehdoilla, seurannalla ja muilla menettelyillä voidaan esimerkiksi pienentää hankinnan ympäristövaikutuksia sekä edistää hyvinvointia ja terveyttä sekä työntekijöiden oikeuksia. Julkiset hankinnat ovatkin väline, jolla on vaikuttavuutta, ja tätä vaikutusmahdollisuutta on opittava hyödyntämään entistä paremmin.

21 Kansallinen julkisten hankintojen strategia <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/162418>

Julkisilla ruokahankinnoilla on merkittävä rooli kestävän ruokajärjestelmän kehittämisessä. Kestävästi toteutetut julkiset ruokahankinnat vahvistavat myös huoltovarmuutta ja omavaraisuustavoitteitamme, joiden merkitys on koronakriisin myötä korostunut. Lisäksi ruokahankinnoilla on positiivinen vaikutus talouteen, sillä kestävästi toteutetut julkiset hankinnat lisäävät työllisyyttä ja vahvistavat aluetaloutta.

Hankintastrategian tavoite elintarvike- ja ruokapalveluhankinnoille on seuraava:

”Kestävä ruokajärjestelmä on ruokaturvan perusta. Ilmastonmuutos, monimuotoisuuden häviäminen ja kriisitilanteet voivat heikentää Suomessakin ruokaturvaa merkittävästi. Hyvällä huoltovarmuudella turvataan kriisitilanteiden edellyttämä ruoantuotannon omavaraisuus. Elintarvike- ja ruokapalveluhankinnoissa tulee käyttää hankintakriteereitä, jotka edistävät ympäristön kannalta hyviä viljelymenetelmiä, elintarviketurvallisuutta, ravitsemusta sekä eläinten hyvinvointia ja terveyttä, ja jotka edistävät samalla kestävää ruokahuoltoa ja ekologista kestävyyttä.”

Maa- ja metsätalousministeriö edistää monin tavoin strategian tavoitetta vastuullisemmista elintarvike- ja ruokapalveluhankinnoista. Motiva päivittää oppaan vastuullisista elintarvikehankinnoista maa- ja metsätalousministeriön toimeksiannosta vuoden 2020 loppuun mennessä. Päivitetty opas ottaa aikaisempaa paremmin huomioon vaatimukset kestävästä kehityksestä sekä vastuullisuudesta ja ohjaa julkisia toimijoita eri elintarvikeryhmien hankintakriteerien käyttöön. Työtä täydentää Luonnonvarakeskuksen selvitystyö uusien kriteerien ja tuoteryhmäkorttien taustalle. Tavoitteena on selkeyttää olemassa olevia kriteereitä ja tuoda niitä uusille tuoteryhmille. Tuoteryhmäkortit avaavat kriteerien taustalla olevia kestävyys- ja vastuullisuuskysymyksiä, esimerkiksi tuotannon ympäristövaikutuksia.

Maa- ja metsätalousministeriön johdolla on aloitettu tänä syksynä myös oppaan laadinta ruokapalveluiden vastuulliseen hankintaan. Opas valmistuu syksyllä 2021, ja se on tarkoitettu ruokapalvelun hankinnoista vastaaville sekä kunnille oman toimintansa kuvaamiseen.

Strategian tavoitetta kestävämmistä ruokahankinnoista toteutetaan yhteistyössä hallitusohjelman mukaisten ilmatoruokaohjelman ja kotimaisen kalan

edistämishjelman²² sekä käynnissä olevien luomu- ja lähiruokaohjelmien kanssa. Yhteisenä tavoitteena on muun muassa pyrkiä lisäämään kotimaisten kasvien, kasvisproteiinien ja kalan osuutta ruokapalveluissa sekä saada markkinoille lisää ammattikeittiöille soveltuvia luomutuotteita kotimaisista raaka-aineista.

Kansallisessa julkisten hankintojen strategiassa todetaan, että strategia on tarkoitettu meille kaikille. Samoin tavoite kestävämmästä ruokajärjestelmästä ja ruokahankinnoista on yhteinen päämäärä, jota me kaikki voimme edistää omassa työssä ja organisaatiossamme.

Hankintastrategian sisältöä ja tavoitteita toimeenpannaan lisäksi valtiovarainministeriön toimesta eri aihealueisiin keskittyvissä Hankinta-Suomen²³ kehittäjäryhmissä, joihin kaikki aihepiireistä kiinnostuneet ovat tervetulleita osallistumaan.

Oma työni ministeriön hankintalähtetilläänä jatkuu strategian tavoitteiden jalkauttamisella sekä tukemalla vastuullisempien hankintojen teossa.

Auli Väänänen, maa- ja metsätalousministeriö, auli.vaananen@mmm.fi

Verkkokauppa vauhdittunut

Monikanavaisuus lisääntyy, mikä ilmenee erilaisina verkkokauppoina, lähiruokamyymälöinä, osuuskuntina, ruokapiireinä, kumppanuusmaatalouksina ja ruokakassitoimituksina. Digitaalisuus vauhdittaa monikanavaisuuden lisääntymistä ja koronaepidemia digitaalisuutta. Monikanavaisuuden kehittyminen tarjoaa elintarvikeyrityksille uusia mahdollisuuksia tuotekokeiluihin, valikoimien kasvattamiseen ja asiakaskunnan tavoittamiseen. Monikanavaisuus muuttaa kaupan rakenteita.

Poikkeustilanne on vauhdittanut verkkokaupan kehitystä, ja ruoan verkkokauppa on kasvanut reilusti. Merkityksellistä onkin, jatkavatko kuluttajat verkko-ostoksia vai palaavatko takaisin vanhaan. Kaupan liiton tutkimuksessa 55 % vastanneista arvioi, ettei aio lisätä ruoan ostamista verkosta jatkossa. MTV:n Nepa Oy:lla teettämässä tutkimuksessa vain 16 % suomalaisista uskoi suosivansa jatkossa aiempaa

22 <https://merijakalatalous.fi/>

23 Hankinta-Suomi <https://vm.fi/hankinta-suomi>

enemmän verkkokauppaa. Mielenkiintoista on myös Amazon-verkkokauppajätin laajentuminen ensi vuonna Ruotsiin.

Kotimaisuus, lähiruoka ja artesaanituotteet kiinnostavat kuluttajia yhä enemmän. Noin 2 300 yrityksen, lähiruokamyymälän ja tuottajan tietoja on koottu www.aitojamakuja.fi-sivustolle. Sivustolta löytyvät tiedot myös REKO-renkaista. Aktiivisesti toimivia renkaita on Suomessa noin 150. Myös REKO-renkaista ostaminen on vahvistunut. Osuus on kuitenkin edelleen pieni.

3.4 Elintarvikkeiden ja juomien vienti sekä tuonti

Elintarviketeollisuuden tuotannosta noin 85 % myydään kotimarkkinoille, joten niiden toimivuus on oleellista ja mahdollistaa myös vientikyvykkyyttä. EU:n jäsenyydestä alkanut kansainvälistyminen on tarjonnut yrityksille kasvumahdollisuuksia erityisesti lähialueilta. Venäjän vastapakotteet lisäsivät yritysten kiinnostusta muihin maihin sekä vahvistivat poliittista tahtotilaa viennin kasvattamiseen. EU jäsenyyden aikana kauppataseen alijäämä on kasvanut noin kolmeen miljardiin euroon.

Yhä useampi yrityksistämme on suuntautunut kansainvälisille markkinoille, ja kiinnostus vientiin on virinnyt myös pienemmissä yrityksissä. Osaamisen parantuminen näkyy muun muassa suoraan vientimarkkinoille kehitettyjen tuotteiden määrässä. Myös kohdemaiden kirjo on kasvanut merkittävästi. Maailmalla arvostetaan puhtaasta luonnosta peräisin olevia raaka-aineita, vähäistä tarvepohjaista eläinlääkintää ja antibioottien käyttöä sekä korkeaa ravitsemuksellista osaamista ja hygieenistä laatua. Tarvitaan syvenevää yhteistyötä ruokajärjestelmässä, pitkäjänteistä sitoutumista ja brändäämistä volyymin kasvamiseksi ja vahvuuksemme hyödyntämiseksi.

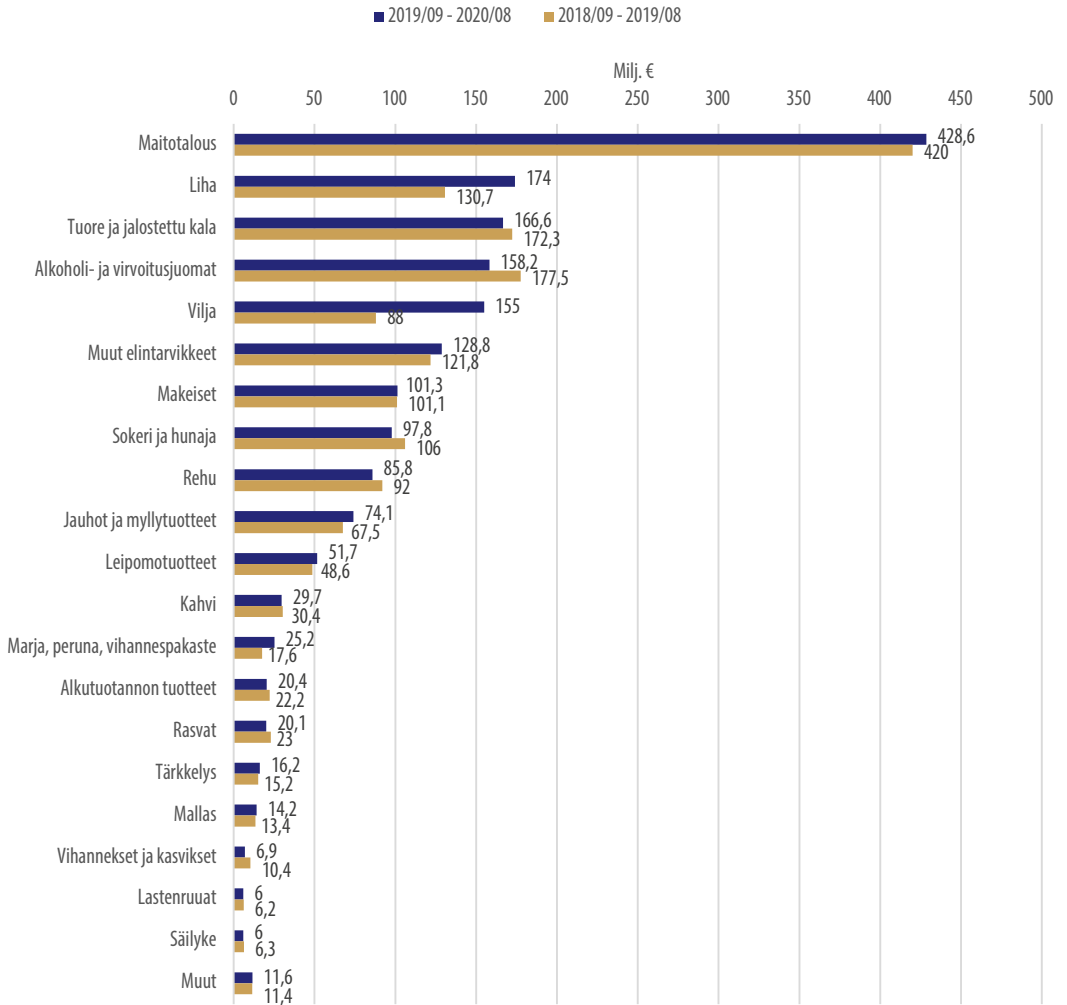
Osa suurimmista yrityksistä toteuttaa kansainvälistä kauppansa etabloitumisen kautta. Suomalaisten elintarvikeyritysten omistamien tytäryhtiöiden liikevaihto ulkomailta on merkittävä osa yritysten liiketoimintaa. Valio on Suomen suurin elintarvikeviejä.

Ruoka- ja juomavienti vuonna 2019 oli ennätysellinen ja viennin arvo nousi 200 miljoonalla eurolla. Suomesta vietiin vuonna 2019 elintarvikkeita ja juomia 1,75 miljardilla eurolla, jossa kasvua oli 12,8 %. Merkittävää oli myös elintarvikkeiden

kauppataseen heikkenemisen pysähtyminen. EU-viennin osuus oli edelleen suurin, 63 % koko elintarvikeviennistä (kasvua 8,6 %). Vientimme EU:n ulkopuolisiin, kolmansiin maihin kasvoi kuitenkin viime vuonna peräti 20,6 %. Vuonna 2019 vientimme kasvoi kaikilla keskeisillä Food from Finland –ohjelman kohdemarkkinoilla: Kiina 82 %, Saksa 30 %, Etelä-Korea 28,8 %, Ruotsi 16 %, Japani 9,4 %, Tanska 7,2% ja Venäjä 4,2 %.

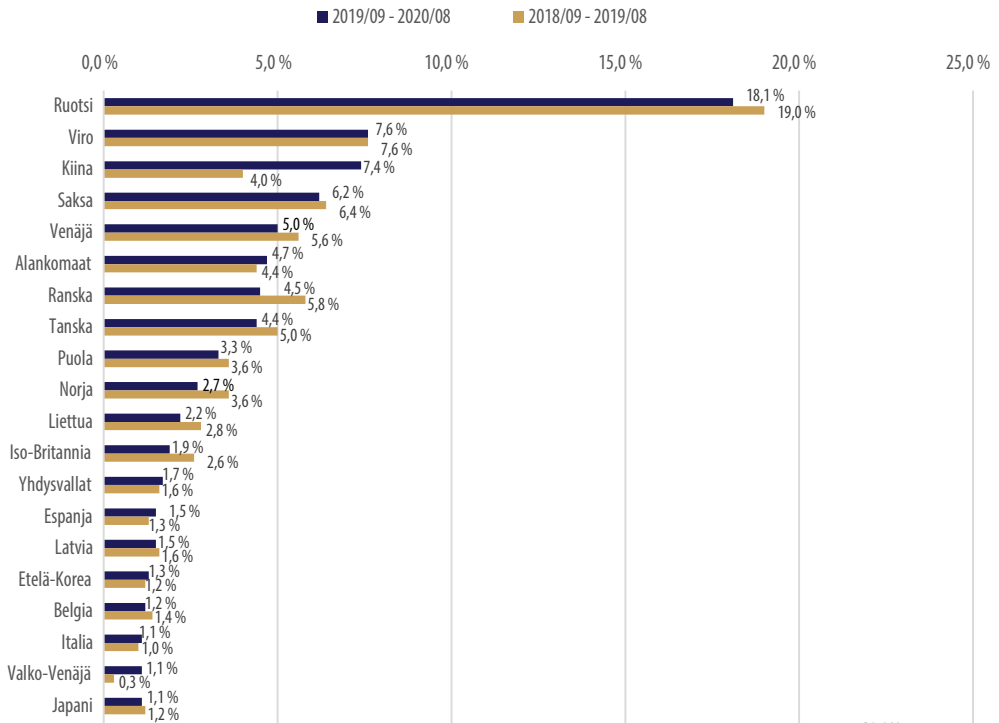
Koronapandemia hankaloittaa myös elintarvikevientiä ja vaikeuttaa yritysten toimintamahdollisuuksia maailmalla. Alkuvuosi on kuitenkin lukujen valossa sujunut hyvin HoReCa-sektorin erilaisista rajoituksista ja kauppojen peruselintarvikkeisiin keskittymisestä huolimatta. Koronapandemia on vaikeuttanut alkoholituotteiden ja HoReCa-sektorille tarkoitettujen tuotteiden vientiä. Alkuvuoden konttipulan lisäksi lentoliikenteen supistuminen aiheutti haasteita osalle vientiyrityksistä. Poikkeustilanteen pitkittyminen jarruttaa muun muassa uusien kauppasuhteiden luontia.

Eniten elintarvikkeita viedään EU-alueelle. Merkittävimpiä vientituoteryhmiä kuvion 23 mukaan ovat olleet maitotaloustuotteet, liha, kala, alkoholi- ja virvoitusjuomat sekä viljat. Maitotaloustuotteiden rooli on keskeinen viennissä, noin neljännes koko viennistä. Jalostettujen tuotteiden osuus viennistä on hieman laskenut ja on vertailujaksolla ollut 80,8 %. Kiinan merkitys vientimaana on vahvistunut. Eniten tuotteita on viety vertailujaksolla Ruotsiin (18,1 %), Viroon (7,6 %), Kiinaan (7,4 %), Saksaan (6,2 %) ja Venäjälle (5,0 %).

Kuvio 23. Vienti tuoteryhmittäin syyskuu 2019 –elokuu 2020 sekä vuotta aiemmin. Milj.€

Lähde: Elintarviketeollisuusliitto ry/Tulli.²⁴

24 ETL:n ulkomaankaupan tilastopalvelusta löytyy ajantasaista tietoa jalostettujen elintarvikkeiden, hedelmien ja marjojen sekä viljojen ja rehujen viennistä ja tuonnista. Tiedot tulevat Tullin Uljas-tietokannasta. Tilastossa on tietoja CN-luokista 02–05, 07–12, 15–23 sekä muutamia nimikkeitä luokista 29, 35 ja 38 (sokerikemian tuotteet ja tärkkelysjohdannaiset).

Kuvio 24. Vienti kohdemaittain syyskuu 2019 –elokuu 2020 sekä vuotta aiemmin (% arvosta).

Lähde: Elintarviketeollisuusliitto ry/ Tulli.

Tammi-elokuussa 2020 maastamme on viety elintarvikkeita yli 1,2 miljardin euron edestä, kun vastaavana aikana viime vuonna vienti oli 1,1 miljardia euroa. Kasvu on kolmansien maiden osuudessa. Kiinasta on tullut vuonna 2020 Suomelle toiseksi tärkein elintarvikkeiden vientimaa Ruotsin jälkeen. Tammi-heinäkuussa Kiinaan vietiin 94,4 miljoonan euron arvosta elintarvikkeita, lähes tuplasti enemmän kuin vuotta aiemmin (50 miljoonaa euroa). Atria ja HKScan vievät Kiinaan muun muassa sianlihaa, sillä afrikkalaisen sikaruton takia Kiina on kärsinyt tuotanto-ongelmista.

Kiinalainen, terveisiin ja kestävän kehityksen elintarvikkeisiin keskittyvä Chunbo-verkkokauppa ja Food from Finland -ohjelma²⁵ ovat käynnistäneet yhteiskampanjan lokakuun lopussa. Kohderyhmä soveltuu suomalaiselle ruoalle.

25 <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/ohjelmat/food-from-finland>

Chunbo-verkkokaupasta löytyy nyt 22 suomalaista tuotetta. 3 000 tuotteen joukossa on Keskon, Myllyn Parhaan, Fazerin, Aqua Nordicsin ja Linkosuon tuotteita. Kesko on aikaisemmin myynyt Pirkka-tuotteitansa Alibaba-verkkokaupassa.

Vienti - elintarviketeollisuuden suurin kasvumahdollisuus

Viennissä on hyvät näkymät, sillä ruoan kulutus maailmalla kasvaa ja kuluttajat ovat entistä kiinnostuneempia kokonaisvaltaisesta hyvinvoinnistaan sekä turvallisista ruokatuotteista. Elintarvikevientiä edistetään monin tavoin, ja tukena vahva poliittinen tahtotila. Esimerkiksi Business Finlandin **Food from Finland -ohjelman** tavoitteena on kaksinkertaistaa Suomen elintarvikevienti vuoteen 2025 mennessä. Ohjelman toiminnan piirissä on yli 150 elintarvikealan yritystä. Ohjelman sivustolta löytyy runsaasti ajantasaista tietoa viennistä kiinnostuneille.

Vientiä tukevaa tietoaineistoa löytyy muun muassa Luonnonvarakeskuksen ylläpitämältä Ruokafakta –sivustolta²⁶ tai maataloustuotteiden ja elintarvikkeiden ulkomaan kauppa -tilastosta²⁷. Ruokavirasto²⁸ auttaa monissa vientiin liittyvissä toiminnoissa. Ruokaviraston ylläpitämässä Kontti-tietopalvelussa²⁹ on vientitietoa Suomen ja eri maiden välisistä vientisopimuksista, -vaatimuksista ja käytössä olevista todistuksista. Lisäksi sieltä löytyy tuote- ja kohdemaaspesifistä tietoa. Ruokaviraston sivuille on myös koottu tietoa Brexitin vaikutuksista.

Tullin yritysneuvonta³⁰ auttaa yrityksiä varmistamaan kaupankäyntiä Britannian kanssa Brexitin siirtymäkauden päättyessä. Euroopan komissio on lanseerannut Access2Markets -työkalun³¹, joka sisältää tietoa alkuperäsäännöistä, kauppasopimuksesta ja kaupan esteistä.

Lisäksi on useita kansainvälistymistä tukevia kehittämishankkeita. Myös julkista rahoitusta on hyvin saatavilla yritysten kansainvälistymiseen. TEM:in uudella viennin

26 <https://www.luke.fi/ruokafakta/>

27 https://stat.luke.fi/maataloustuotteiden-ja-elintarvikkeiden-ulkomaankauppa-elokuu-2020-ennakko_fi

28 <https://www.ruokavirasto.fi/yritykset/tuonti-ja-vienti/>

29 <https://www.ruokavirasto.fi/yritykset/tuonti-ja-vienti/vienti-eun-ulkopuolelle/maakohtaista-vientitietoa-kontissa/>

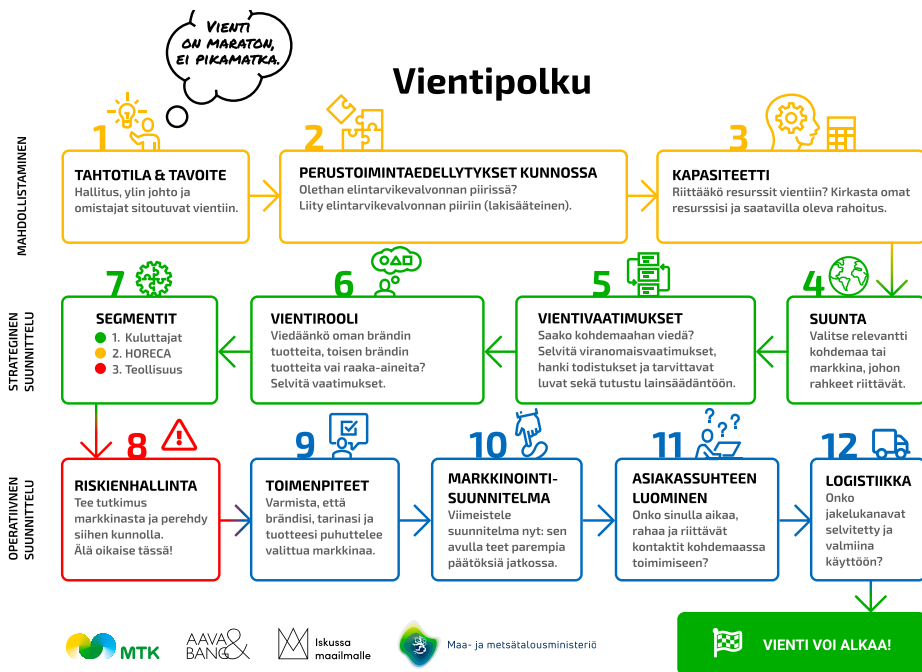
30 <https://tulli.fi/yritysassiakkaat/tullin-asiakkaana/yritysneuvonta>

31 <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/fi/content/>

ja kansainvälisen kasvun ohjelmalla³² pyritään palauttamaan Suomen vienti kasvu-uralle vuoden 2021 aikana. Ohjelmassa muun muassa perustetaan yrityksille suunnattu EU- ja kansainvälisen rahoituksen keskitetty neuvontapalvelu ja kasvatetaan Business Finlandin ulkomaanverkostoa.

Julkiset toimijat luovat edellytyksiä, mutta yritysten on itse panostettava toimintansa kansainvälistymiseen ja asiakkuuksiin. Kuviossa 25 on mallinnettu elintarvikkeiden vientipolku, jota on kehitetty MMM:n rahoittamassa RuoKasvu-hankeessa³³.

Kuvio 25. Elintarvikkeiden vientipolku.



Lähde: www.mtk.fi/vientipolku, MTK ja Aava&Bang.

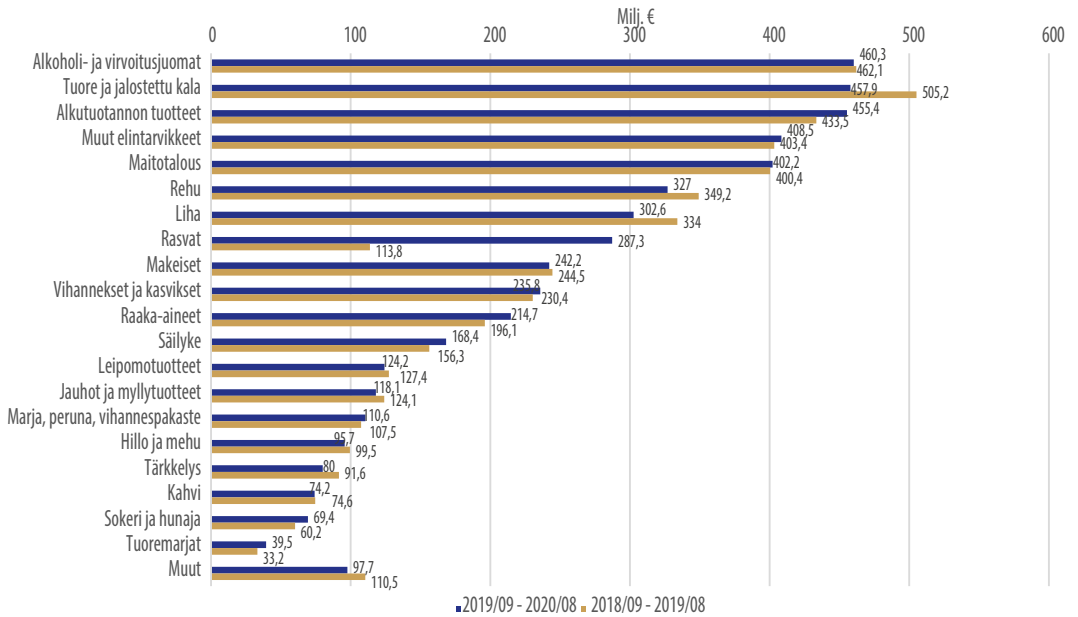
32 <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/162486>

33 <https://www.mtk.fi/ruokasvu>

Elintarvikkeiden ja juomien tuonti

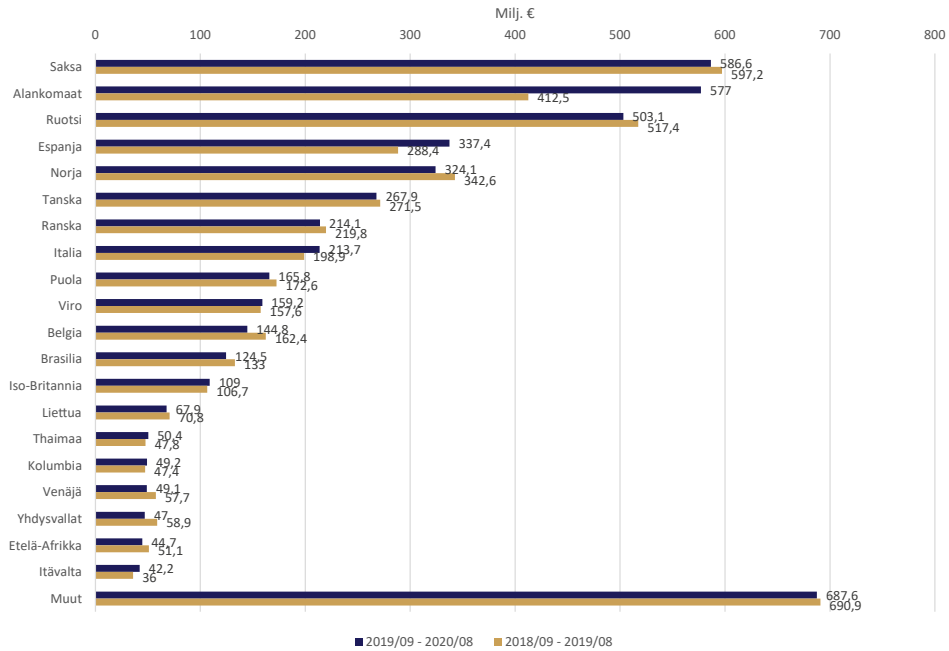
Suomen elintarvikkeiden ulkomaankauppa on ollut vuosia alijäämäistä, ja tuonnin arvo on noin kolme kertaa suurempi kuin viennin arvo. Elintarviketuonnin arvo viime vuonna oli 4,7 miljardia euroa ja vuotta aiemmin 4,6 miljardia euroa. Jalostettujen elintarvikkeiden osuus tuonnista oli 71,5 % ja alkutuotteiden 28,5 %. Osa tuonnista on tuotteita, joita Suomessa ei tuoteta tai valmisteta. Elintarvikkeiden kauppataseen alijäämän pienentämiseksi keskeistä on vientituotteiden jalostustason nostaminen sekä vahva tuotteistaminen.

Merkittävimmät tuontituoteryhmät ovat olleet viimeisen vuoden aikana alkoholituotteet ja alkutuotannon tuotteet sekä tuore kala ja kalajalosteet, kuten kuviosta näkyy. Osa tuontituotteista on samoja kuin viennissä. Suurin osa kalasta on Norjan lohien läpivientiä Suomen kautta, ns. transit-liikennettä, mikä näkyy myös vientiluvuissa. Tuonnin kanssa kilpailevan toimialan on parannettava omaa kilpailukykyään ja panostettava vaikuttavaan kuluttajaviestintään. Maahamme on tuotu tuotteita eniten Saksasta, Alankomaista, Ruotsista, Espanjasta ja Norjasta. Tuonti tammi-elokuussa on ollut 3,2 miljardia euroa, kun se vastaavana aikana vuonna 2019 oli 3,1 miljardia euroa.

Kuvio 26. Elintarvikkeiden tuonti syyskuu 2019 –elokuu 2020 sekä vuotta aiemmin.

Lähde: Elintarviketeollisuusliitto, Tulli.

Kuvio 27. Elintarvikkeiden tuontimaiden osuudet arvossa mitattuna syyskuu 2019- elokuu 2020 sekä vuotta aiemmin, milj. euroa.



Lähde: Elintarviketeollisuusliitto, Tulli.

4 Alan yritysten taloudellinen tilanne

Talouden tunnusluvut perustuvat tässä raportissa todellisiin tilinpäätöstietoihin. Vuoden 2019 osalta tiedot ovat ennakkotietoja. Yksittäisten yritysten välillä on suuria eroja. Taulukossa 7 on kuitenkin esitetty **suhteellinen kulurakenne**, jossa katelaskelman erät suhteutetaan kokonaistuottoon eli liikevaihtoon, joka saa arvon 100 %. Muut erät ilmoitetaan prosenttiosuuksina tästä. Suhteellisuus lisää kannattavuustarkastelun vertailtavuutta.

4.1 Kannattavuus

Kannattavuus on yritystoiminnan keskeinen tavoite ja edellytys. Kannattavuuden tunnuslukuina käytetään käyttökateprosenttia ja liiketulosprosenttia.

Käyttökateprosentti kertoo, kuinka paljon yrityksen liikevaihdosta jää katetta, kun siitä vähennetään yrityksen toimintakulut. Käyttökate kuvaa yrityksen liiketoiminnan ennen poistoja ja rahoituseriä. Teollisuuden käyttökatteet vaihtelevat 5–20 %:ssa ja kaupan 2–10 %:ssa.

Liiketulosprosentti kertoo, kuinka paljon varsinaisen liiketoiminnan tuotoista on jäljellä ennen rahoituseriä ja veroja suhteutettuna liikevaihtoon. Liiketulosta pidetään hyvänä, jos se on yli 10 %. Tyydyttävä tulos on 5–10 % ja heikko alle 5 %.

Kustannusrakenne vaikuttaa suoraan kannattavuuteen. Vuoden 2019 tietojen mukaan materiaalikustannusten osuus on suurin kuluerä, joka on suurempi yli 10 henkilöä kuin alle 10 henkilöä työllistävissä yrityksissä. Liiketoiminnan muut kulut ovat palkkakustannuksia suurempi kuluerä, kuten taulukko 7 osoittaa. Juomien

valmistuksen suhteellinen kannattavuus on elintarvikkeiden valmistusta parempi. Suhteellisen kulurakenteen osuudet eivät ole juurikaan muuttuneet viime vuosina.

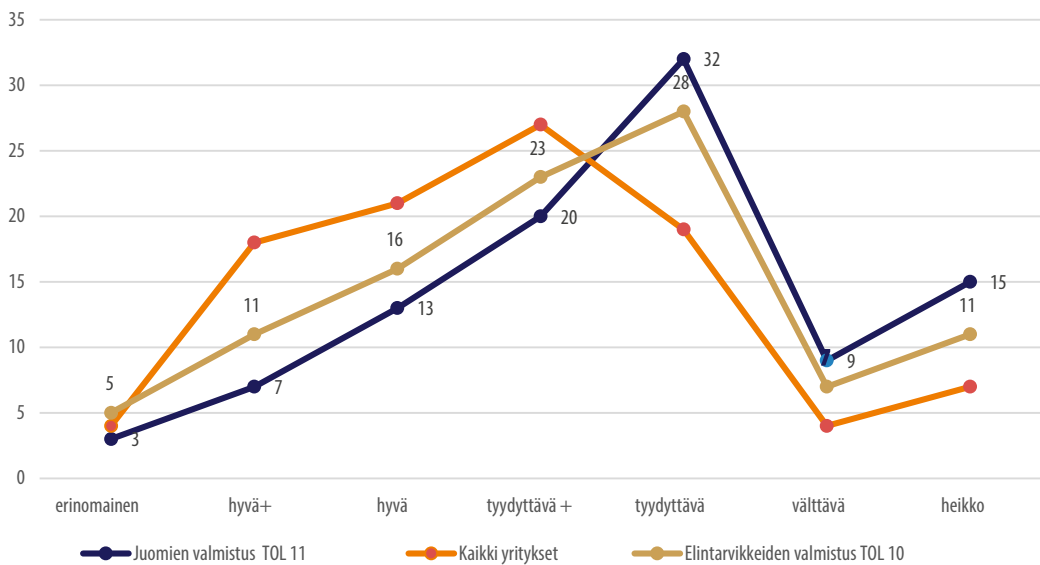
Taulukko 7. Elintarviketeollisuuden suhteellinen kulurakenne vuosina 2016–2019, %.

	2016	2017	2018	2019			Kaikki
	Kaikki	Kaikki	Kaikki	< 5 hlöä	< 10 hlöä	>10 hlöä	
10 Elintarvikkeiden valmistus							
Liiketoiminnan tuotot yht.	100	100	100	100	100	100	100
Aine- ja tarvikekäyttö	-55	-55	-55	-43	-48	-57	-56
Ulkopuoliset palvelut	-5	-5	-5	-5	-4	-3	-3
Palkat ja henkilösivukulut	-15	-15	-15	-18	-18	-15	-15
Laskennallinen palkkakorjaus	0	0	0	-5	-3	0	0
Liiketoiminnan muut kulut	-20	-18	-18	-21	-19	-18	-18
Valmisteverastojen muutos	0	0	0	0	0	0	0
KÄYTTÖKATE	6	6	7	8	7	7	7
LIIKETULOS	2	3	3	2	3	4	4
NETTOTULOS	4	1	2	7	-3	3	3
KOKONAISTULOS	5	2	3	7	-3	3	3
TILIKAUDEN TULOS	5	2	2	17	3	2	2
Rahoitustulos	7	5	6	13	1	6	6
11 Juomien valmistus							
Liiketoiminnan tuotot yht.	100	100	100	100	100	100	100
Aine- ja tarvikekäyttö	-47	-47	-47	-30	-32	-48	-48
Ulkopuoliset palvelut	-7	-7	-6	-3	-4	-5	-5
Palkat ja henkilösivukulut	-15	-14	-13	-14	-19	-13	-13
Laskennallinen palkkakorjaus	0	0	0	-4	-3	0	0
Liiketoiminnan muut kulut	-18	-19	-18	-25	-28	-17	-17
Valmisteverastojen muutos	1	0	0	2	2	0	0
KÄYTTÖKATE	14	14	16	25	16	17	17
LIIKETULOS	8	9	11	20	10	12	12
NETTOTULOS	10	10	11	19	8	14	14
KOKONAISTULOS	11	10	11	19	8	14	14
TILIKAUDEN TULOS	11	11	11	22	11	14	14
Rahoitustulos	15	16	16	23	14	19	18

Lähde: Tilastokeskus, yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto. Vuosi 2019 on ennakkotieto. Alle 10 henkilön tunnuslukuihin sisältyvät myös alle viiden henkilötyövuoden tiedot vuoden 2019 ennakkotiedoissa.

Elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen rating-jakauma on esitetty kuviossa 28. Tiedot pohjautuvat Suomen Asiakastiedon tuottamien tilinpäätöstietojen arvioihin. Kaikkiin yrityksiin verrattuna alan yritykset painottuvat enemmän tyydyttävään tasoon kuin erinomaisiin. Kuvio osoittaa myös sen, että alan yritysten taloustilanteet vaihtelevat suuresti.

Kuvio 28. Rating-jakauma elintarvikkeiden ja juomien valmistuksessa verrattuna muuhun yritysantaan, %.



Lähde: Suomen Asiakastieto Oy, tilanne 26.10.2020.

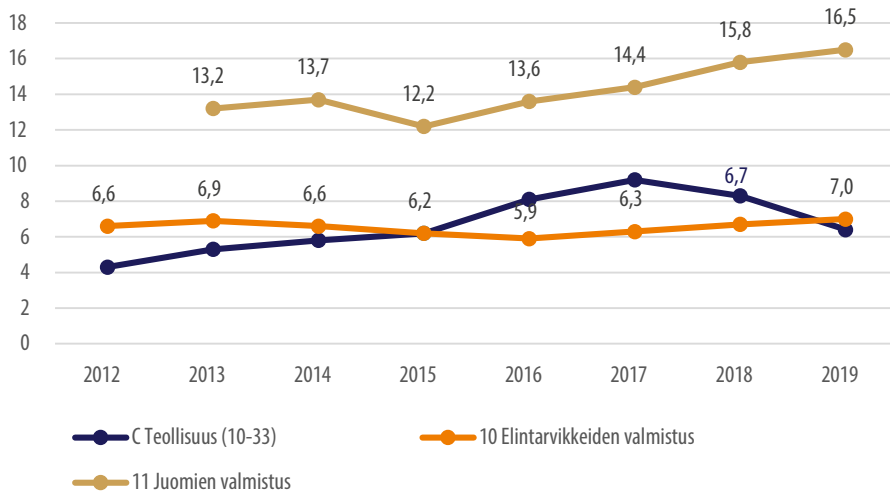
Yritysten tilinpäätöstietojen mukaan talouden mediaanipohjaiset kannattavuutta kuvaavat tunnusluvut ovat pitkälti samankaltaisia elintarvikkeiden valmistuksessa. Suurimmat erot löytyvät juomien valmistuksesta, jossa virvoitusjuomien valmistuksessa tunnusluvut näyttävät synkiltä. Keskeisimmät erot löytyvät pääoman tuotosta ja rahoituksen tunnusluvuista. Vuoden 2019 ennakkotiedoissa ei kuitenkaan ole käytettävissä kaikkien yritysten tietoja, ja yleensä ennakkotiedot hieman heikkenevät lopullisten valmistuessa. Elintarviketeollisuuden ja sen alatoimialojen tunnuslukuja on vertailtu taulukossa 8.

Taulukko 8. Elintarviketeollisuuden kannattavuuden tunnuslukuja vuonna 2019, mediaani.

	10 Elintarvikkeiden valmistus	101 Teurastus, lihatuotteiden valmistus	102 Kalan, äyr. ja nilv. jal. ja säil.	103 Hedelm. ja kasvisien jal. ja säil.	104 Kasvi-, eläinöljyjen ja -rasv. valm.	105 Maitotaloustuotteiden valmistus	106 Mylly- ja tärkkelystuotteiden valm.	107 Leipomotuott, makaronien yms. valm.	108 Muiden elintarvikkeiden valmistus	109 Eläinten ruokien valmistus	11 Juomien valmistus	1105 Oluen valmistus	1107 Virvjuomien, pullotett vesien valm.
Yritysten lkm.	815	101	64	78	8	34	28	325	141	39	82	39	12
Liikevaihto	205	348	161	185	269	432	210	152	212	893	177	240	85
Liikevaihto/henkilö	143	193	258	186	285	206	190	101	175	390	151	171	172
Jalostusarvo/henkilö	50	57	56	51	79	59	67	46	51	71	42	49	23
Taseen loppusumma	123	251	76	184	644	340	288	64	187	1027	197	197	196
Käyttökate-%	6	6	5	6	9	5	10	6	5	5	2	3	-5
Rahoitustulos-%	5	4	4	5	8	4	8	5	4	5	0	2	-10
Liiketulos-%	2	2	3	3	4	0	3	3	2	2	-6	-1	-10
Nettotulos-%	1	1	2	0	3	0	3	2	1	1	-7	-5	-19
Kokonaistulos-%	1	1	2	1	3	0	3	2	1	1	-7	-5	-19
Tilikauden tulos-%	4	2	3	2	5	1	2	6	3	2	-2	0	-4
Kok. pääoman tuotto-%	3	1	7	3	2	0	5	5	3	3	-4	-3	-7
Omavaraisuusaste-%	44	49	37	42	52	28	43	48	37	53	17	16	6
Suht. velkaantuneisuus-%	22	26	18	33	36	48	48	14	26	26	63	56	109

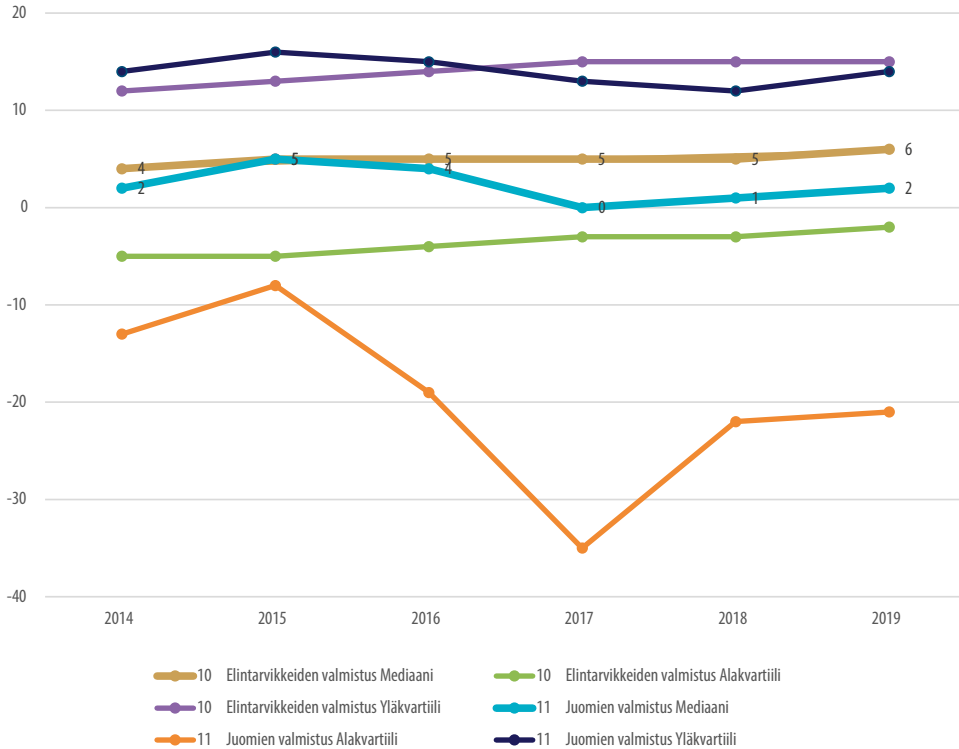
Lähde: Tilastokeskus, yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto. Vuosi 2019 on ennakkotieto.

Elintarvikealan kannattavuuden voidaan katsoa olevan muuta teollisuutta hieman heikommalla tasolla. Elintarvikeala on matalien marginaalien liiketoimintaa, johon kohdistuu kaupan ja kuluttajien puolelta kovaa hintapainetta. Elintarvikealan tilanne käyttökateen valossa on suhteellisen vakaa, eikä mittavia vuosittaisia poikkeamia ole. Kuvio 30 todentaa suuret erot samankin toimialan yritysten kannattavuudessa.

Kuvio 29. Käyttökateprosentin kehittyminen vuosina 2012–2019.

Lähde: Tilastokeskus, Toimialoitainen yritystietopalvelu, tilinpäätöstilastot.

Kuvio 30. Elintarvikkeiden (TOL 10) ja juomien valmistuksen (TOL 11) käyttökate-% kvartaalittainen kehittyminen vuosina 2014-2019.



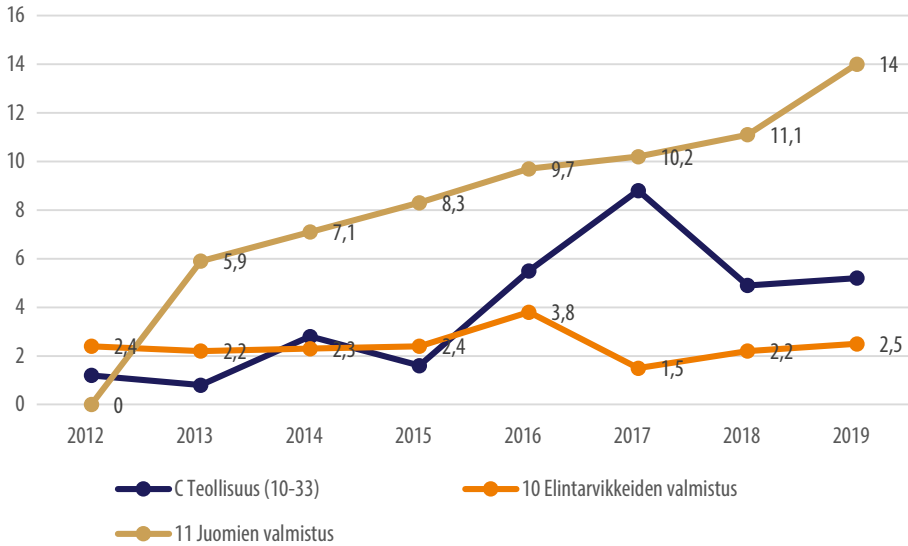
Lähde: Tilastokeskus, Toimialoitainen yritystietopalvelu, tilinpäätöstilastot.

Nettotulosta pidetään yleisesti yrityksen varsinaisen toiminnan tuloksena. Se on käytännössä yrityksen omistajille jäävä osuus tilikauden tuloksesta, ja sitä käytetään muun muassa voitonjakopäätösten pohjana. Nettotuloksessa ei ole mukana tuloslaskelman satunnaisia eriä ja tilinpäätössiirtoja, joten se ei välttämättä ole sama kuin tuloslaskelman viimeisen rivin voitto tai tappio. Positiivinen nettotulos ilmaisee, että yritys on pystynyt selviytymään varsinaisella liiketoiminnallaan lainojen koroista sekä käyttöpääoman ja investointien omarahoituksesta.

Kuviossa 31 on esitetty elintarviketeollisuuden nettotulosprosentin kehittyminen. Elintarvikkeiden valmistuksessa nettotulos on varsin matala, ja tarvetta kannattavuuden kehittämiseen olisi. Juomissa kehitys on noususuuntainen ja saattaa osin

johtua erikoistuotteiden lisääntyneestä kysynnästä. Juomien valmistuksessa nettotuloksessa on suurta hajontaa yritysten kesken.

Kuvio 31. Nettotulosprosentin kehittyminen vuosina 2012–2019.



Lähde: Tilastokeskus, Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilastot, oikeudelliset yksiköt.

4.2 Vakavaraisuus ja maksuvalmius

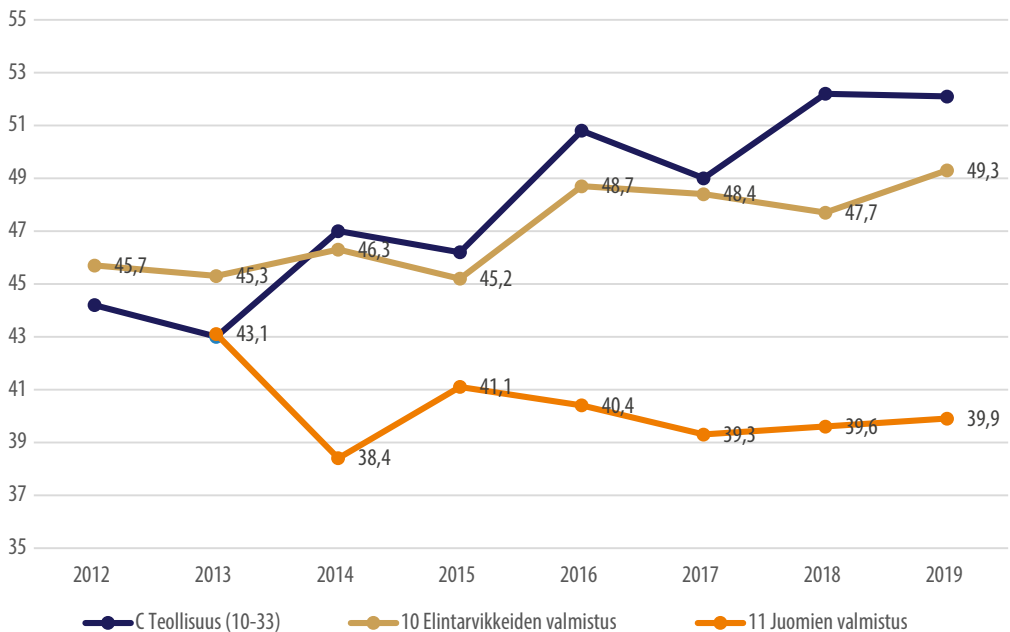
Hyvä kannattavuus ei tavallisesti yksin takaa yrityksen jatkuvuutta, jos sen rahoitus ei ole kunnossa. Vaikka toiminta ei olisi tappiollista, voi kannattavuus olla kuitenkin niin heikko tai velkaantuneisuus niin suuri, ettei sillä kyetä kattamaan yrityksen rahoituksellisia velvoitteita, kuten lainojen korkoja tai lyhennyksiä. Tällöin heikko rahoitusrakenne voi olla syynä yrityksen vaikeuksiin.

Omavaraisuusaste mittaa yrityksen vakavaraisuutta, tappion sietokykyä ja kykyä selviytyä sitoumuksista pitkällä tähtäimellä. Tunnusluvun arvo kertoo, kuinka suuri osuus yhtiön varallisuudesta on rahoitettu omalla pääomalla. Mitä korkeampi yrityksen omavaraisuusaste on, sitä vakaammalle pohjalle yrityksen liiketoiminta

rakentuu. Omavaraisuusastetta pidetään hyvänä, jos se on yli 40 %. Tyydyttävänä pidetään 20–40 %:n tasoa ja heikkona alle 20 %:a.

Kuviosta 32 voi havaita, että elintarvikkeiden valmistuksen omavaraisuusaste on hyvä. Juomat ovat lähes hyvällä tasolla, mutta omavaraisuusaste on kuitenkin muuta teollisuutta heikompi. Yritys pärjää myös matalalla omavaraisuudella, jos sen kannattavuus on kohtuullinen ja vakaa, mutta tällöin riskit kasvavat.

Kuvio 32. Omavaraisuusasteprosentin kehitystä vuosina 2012–2019.



Lähde: Tilastokeskus, Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilastot, oikeudelliset yksiköt.

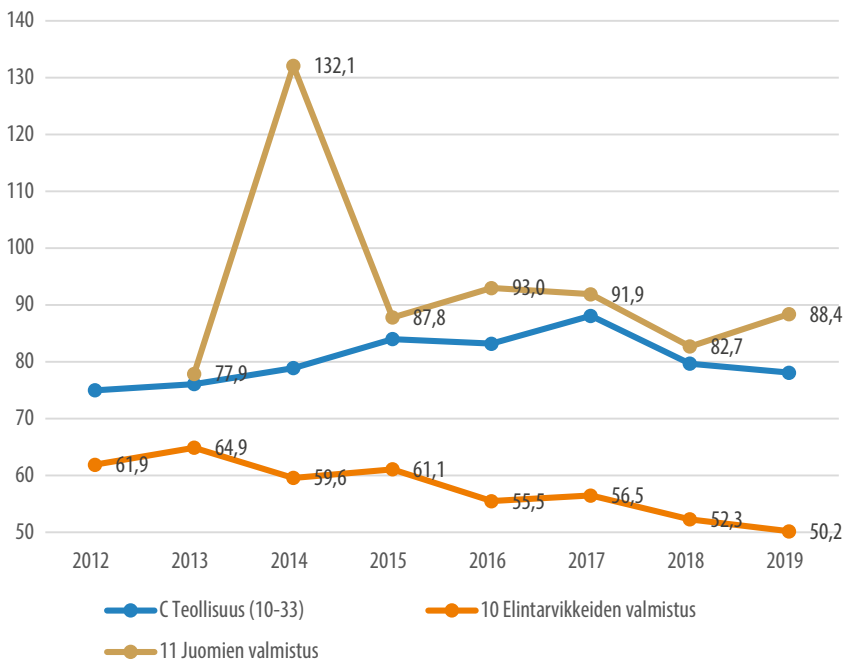
Quick ratio -tunnusluku mittaa yrityksen mahdollisuutta selviytyä lyhytaikaisista veloista pelkällä rahoitusomaisuudellaan. Arvoa pidetään hyvänä, jos se on yli yhden, ja tyydyttävänä pidetään 0,5–1:n tasoa.

Elintarvikkeiden valmistuksessa (TOL 10) maksuvalmiudet ovat olleet kunnossa. Tänä vuonna quick ration arvo on ollut 1,2 ja viime vuonna 1. Juomien valmistuksessa (TOL 11) maksuvalmiudet ovat olleet tyydyttävää tasoa: arvo on tänä vuonna

0,8, ja viime vuonna se oli 0,7. Tänä vuonna maksuhäiriöitä saaneiden elintarvikkeiden valmistusyritysten prosenttiosuus on ollut 6,1 %, kun se viime vuonna oli 5,9 %. Juomien valmistuksessa arvo oli 9,1 % tänä vuonna, kun se viime vuonna oli 8,1 %. Kaikkien yritysten maksuhäiriöiden on ollut tänä vuonna 7,6 % ja viime vuonna 8,1 %. **Current ratio** -arvot ovat olleet tyydyttävällä tasolla vuonna 2020: elintarvikkeiden valmistuksessa 1,2 ja juomissa 1,4.

Velkaantuneisuusaste mittaa yrityksen velkojen suhdetta toiminnan laajuuteen. Tunnusluvussa yrityksen kokonaisvelat suhteutetaan liikevaihtoon. Arvoa pidetään hyvänä, jos se on alle 40 %. Tyydyttävänä pidetään 40–80 %:n tasoa ja heikkona yli 80 %:a. Elintarvikkeiden valmistuksen velkaantuneisuus on tyydyttävällä tasolla, mutta juomissa mediaaniarvot ovat heikolla tasolla, kuten kuviosta 33 ilmenee. Juomien valmistuksen velkaantuneisuutta saattavat selittää uusien yritysten suurehko määrä sekä investoinnit toimintojen tehostamiseksi.

Kuvio 33. Velkaantumisasteen kehitystä vuosina 2012–2019 (%).



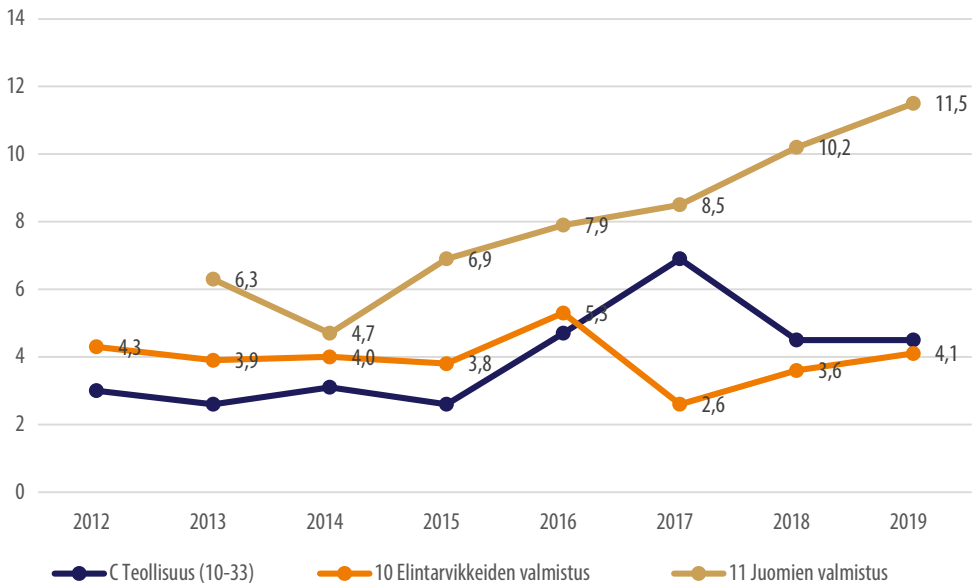
Lähde: Tilastokeskus, Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilastot, oikeudelliset yksiköt.

4.3 Pääoman käytön tehokkuus

Kokonaispääoman tuottoprosentti mittaa yrityksen kykyä tuottaa tulosta kaikelle toimintaan sitoutuneelle pääomalle. Kokonaispääoman yli 10 %:n tuottoa pidetään hyvänä, 5–10 %:n tyydyttävänä ja alle 5 %:n heikkona.

Elintarviketeollisuutta pidetään pääomaintensiivisenä alana, ja sen kokonaispääoman tuotolle on ollut ominaista varmuus ja vaatimattomuus. Juomien valmistuksessa pääoman tuotto on kehittynyt suotuisasti (Kuvio 34).

Kuvio 34. Kokonaispääoman tuottoprosentin kehitystä vuosina 2012–2019.



Lähde: Tilastokeskus, Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilastot, oikeudelliset yksiköt.

5 Investoinnit, uusiutuminen ja digitalisoinnin hyödyntäminen

5.1 Toimialan investoinnit

Elintarviketeollisuuden investoinnit ovat viime vuosina olleet merkittäviä ja kuvaavat alan tulevaisuuden uskoa sekä uudistumishakuisuutta. EK:n kesällä 2020 julkaiseman investointitiedustelun³⁴ mukaan kuluvana vuonna kiinteät investoinnit nousevat lähes 542 miljoonaan euroon. Vuonna 2019 kiinteät investoinnit alalla olivat 433 ja vuotta aiemmin 428 miljoonaa euroa. Elintarviketeollisuuden osuus tehdasteollisuuden investoinneista on lähes 12 %. Koronaepidemia ei ollut EK:n investointitiedustelussa muuttanut yritysten investointisuunnitelmia.

Käyttötarkoituksen mukaan vuoden 2020 investoinnit kohdistuvat erityisesti kapasiteetin korvaamiseen (40 %) tai lisäämiseen (32 %). Rationalisointiin kohdistuu 18 % investoinneista ja muuhun toimintaan 10 %. Resurssitehokas tuotanto, edistykelliset energia- ja pakkaamisratkaisut sekä tuotantotilojen turvallisuusvarmistukset ovat osa investointien myötä toteutettavaa vastuullisuutta ja kiertotaloutta.

Kuvio 35 perustuu Tilastokeskuksen tietoihin, joissa investoinnit esitetään tilinpäästö tietojen perusteella nettoinvestointeina, kun taas EK:n tiedustelussa investoinnit raportoidaan kuluiksi niiden valmistusasteen, kassavirran, mukaisena. Kuvio osoittaa hyvin, että aineelliset nettoinvestoinnit ovat olleet viime vuosina mittavia.

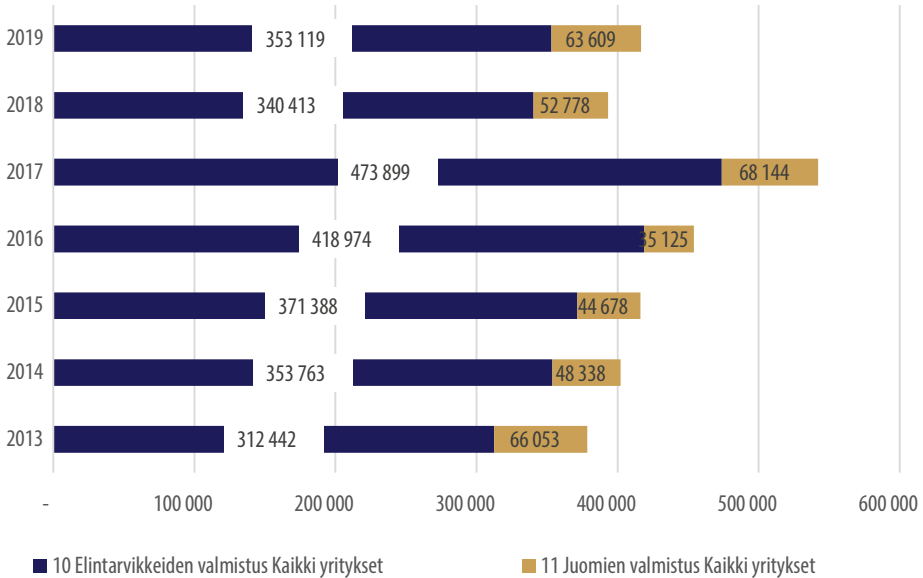
34 <https://ek.fi/wp-content/uploads/investointitiedustelu-kevat-2020.pdf>

Vuonna 2019 ne olivat yhteensä 416,7 miljoonaa euroa. Toimiala on voimakkaasti panostanut tuotantolaitosten ajantasaistamiseen, tuotevalikoimaan, tilaus- ja toimitusketjun toimivuuteen sekä henkilöstön turvallisuuteen ja hyvinvointiin.

Rohkea investoija, tuotantotilojen modernisoija

Mittavia strategisia investointeja on valmisteilla. Fazerilla on menossa monta merkittävää investointia, joiden yhteenlaskettu summa on noin 100 miljoonaa euroa. Suurin näistä kauran kuoresta ksylytolia valmistavan tehtaan rakentaminen Lahdessa. Lisäksi yritys satsaa kauramylyn laajentamiseen Lahdessa, makeistuotantoon Lappeenrannassa ja hankkimansa Kaslinkin toimintaan Kouvolassa.

Valiolla on noin 70 miljoonan euron edestä menossa erilaisia korvausinvestointeja. Raisio Oy:llä on valmistumassa kasvispohjaisia lisäarvotuotteita valmistava tuotantolaitos (45 miljoonaa euroa). Saarioinen puolestaan investoi menekkiä kasvattaneiden valmisruokien lisäkapasiteettiin (20 miljoonaa euroa). Hätälä Oy:llä on valmistumassa 15 miljoonan euron kalanjalostuksen investointi. Atria Suomi on toteuttamassa Nurmoon 155 miljoonan euron siipikarjatuotannon laajennusinvestoinnin. Myös Viking Malt Group on ilmoittanut toteuttavansa uuden mallastamon Lahteen (noin 90 miljoonaa euroa). Elintarviketeollisuuden mittavista investoinneista vuonna 2017 valmistui Valion Riihimäen välipalatehdas (170 miljoonaa euroa) ja HKScanin Rauman broileritehdas (120 miljoonaa euroa).

Kuvio 35. Aineelliset nettoinvestoinnit vuosina 2013–2019, 1 000 €.

Lähde: Tilastokeskus, yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto, oikeudelliset yksiköt.

5.2 Tuotekehitys ja uusiutuminen toimialalla

Liiketoimintaympäristön ja lainsäädännölliset muutokset sekä kireä kilpailutilanne edellyttävät yrityksiltä jatkuvaa uusiutumista, toimintojen tehostamista ja kilpailukyvyyn virittämistä. Tietohaarukan mukaan elintarviketeollisuuden t&k-menot olivat 0,57 % tuotannon bruttoarvosta vuonna 2018.

Tutkimus- ja kehittämistoiminnan menot Suomessa olivat Tilastokeskuksen mukaan 6,7 miljardia euroa vuonna 2019 (kasvua 4,3 %) ja osuus bruttokansantuotteesta oli 2,8 %. Pientä kasvua ennakoidaan olevan vuonna 2020. Tulevaisuuden aiempaa heikompi ennustettavuus vaatii ketteryyttä ja nopeasti valjastettavia resurssivarantoja.

Elintarviketeollisuuden tutkimus- ja tuotekehitysmenot³⁵ olivat viime vuonna 66,2 miljoonaa euroa, josta valtaosa on yritysten omaa rahoitusta. Kuviossa 36 on esitetty menojen osuus vuosina 2013–2019. Koronaepidemia vähentää ja hidastaa kehittämismahdollisuuksia lyhyellä tähtäimellä, sillä se on lisännyt työ- ja tuoteturvallisuuden varmistamisen takia kustannuksia ja pakottanut yritykset keskittymään toimintakyvyn ylläpitämiseen. Alalle on kuitenkin ominaista uusien tuotteiden ja tuoteparannusten aktiivinen lanseeraus kuluttajia kuunnellen. Sesonkituotteet rikastuttavat tuotetarjontaa. Tuotekategorioiden laajentamista toteutetaan myös erilaisilla kumppanuuksilla.

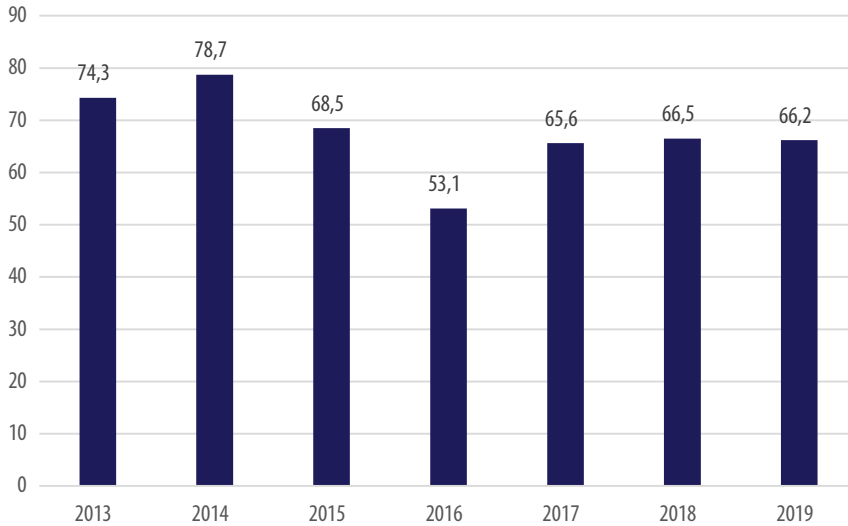
Monia innovatiivisia ruokatuotteita on kehitetty alan mikroyrityksissä, ja niistä on tullut haluttuja ostokohteita suuremmalle elintarviketeollisuudelle. Erilaisten startup-yritysten rooli toimialan kehittäjänä on tunnistettu. Elintarvikealan startup-yrityksiin keskittyvä pääomasijoitusrahasto Nordic FoodTech sai ensimmäisen rahastonsa kootuksi keväällä 2020 ja kohdentaa rahoitusta ruokajärjestelmää uudistaviin teknologiayrityksiin Suomessa ja muissa Pohjoismaissa sekä Baltiassa.

Tutkimuksen ja tuotekehityksen kautta voidaan vahvistaa maamme korkealaatuisten ruokatuotteiden ja -palveluiden kilpailukykyä markkinoilla ja osin vähentää tuontia. Innovaatioiden syntymiseksi tarvitaan laaja-alaista yhteistyötä koko ruokajärjestelmässä ja yli toimi- ja tieteenalojen. Elintarviketeollisuus voi tuottaa enenevässä määrin muille teollisuudenaloille erilaisia jakeita ja valmisteita. Kehittämisessä tulisi tunnistaa mahdollisuudet kansainvälisillä elintarvikemarkkinoilla. Erilaisten kasvisproteiinien kehittämistyössä katse on ollutkin maailmalla alusta lähtien.

Ilmastonmuutoksen hillintä ja siihen sopeutuminen muuttavat globaalia ruokajärjestelmää, ja on alettu käyttää termiä ruokamurros. Teknologinen kehittyminen muuttaa ruoantuotantotapoja, ja pelloton sekä eläimetön ruoantuotanto kehittyä ja alkaa skaalautua todelliseksi toiminnaksi joidenkin arvioiden mukaan noin 10 vuoden sisällä. Ruokamurroksessa tarvitaankin navigointikykyä erilaisten arvojen, toiveiden ja vaatimusten ristiaallokossa sekä säädännössä.

35 http://tilastokeskus.fi/til/tkke/2019/tkke_2019_2020-10-29_tie_001_fi.html

Kuvio 36. Elintarviketeollisuuden tutkimus- ja tuotekehitysmenot vuosina 2013–2019, milj. euroa.

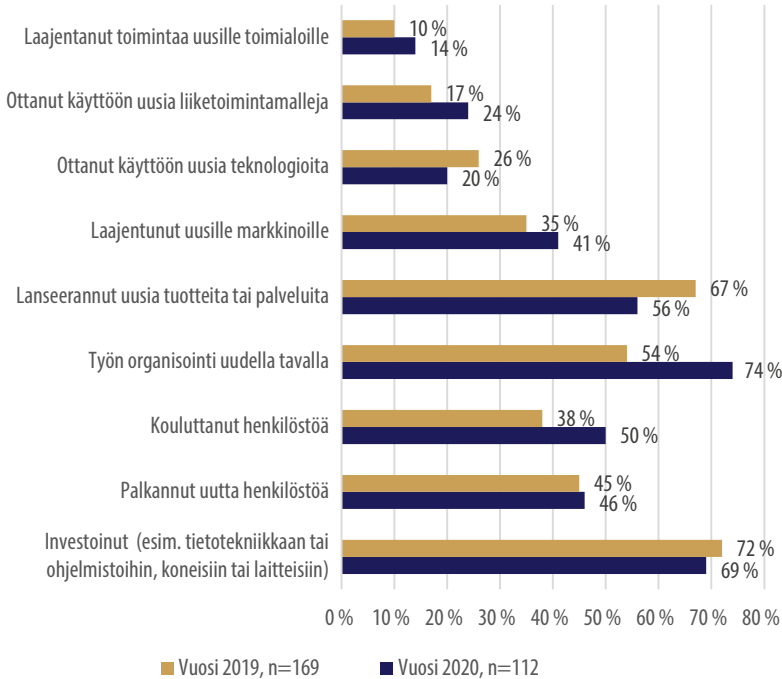


Lähde: Tilastokeskus, tutkimus- ja kehittämistoiminta.

Tekniikka ja Talous -lehden mukaan sadan suurimman tutkijafirman joukossa vuonna 2019 oli Valio (sija 48, t&k-prosentti liikevaihdosta 0,9 %) ja Atria (sija 52; 1,1 %), Fazer (sija 72; 0,8 %), Danisco Sweeteners (sija 77; 5,9 %) ja HKScan (sija 91; 0,3 %). Näiden yritysten yhteenlaskettu tuotekehityspanos oli lähes 54 miljoonaa vuonna 2019. Tekniikka ja Talous -lehden tiedot oli koottu pääosin yritysten vuosikertomuksista ja yrityskyselyillä.

Tuotannossa korostuvat yksilöllisempien asiakasratkaisujen tuottamisen lisäksi materiaali- ja energiatehokkuuden sekä kiertotalouden vaatimukset. Yritykset ovat aktiivisesti panostaneet kestäväyyteen ja turvallisuuden hallintaan. Pitkäjänteinen työ riskien minimoimiseksi onkin tukenut elintarvikejärjestelmämme toimivuutta koronaepidemiassa.

Investoinnit ja tuotetarjonnan kehittäminen ovat olleet perinteisesti elintarvikealan pk-yrityksissä eniten käytetyt uusiutumistoimet. Kesällä tehdyn kyselyn mukaan töiden organisointi uudella tavalla nousi käytetyimmäksi kehittämistoimeksi. Henkilöstön kouluttaminen on tänä vuonna ollut yleisempää kuin 2019. Alan pk-yritykset hakevat menestystä usealla eri tavalla, kuten kuvio 37 osoittaa.

Kuvio 37. Uusiutumistoimet elintarvike- ja juoma-alan pk-yrityksissä viime vuosina, %.

Lähde: Pk-yritysbarometrit 2/2019 ja 2/2020 (Suomen Yrittäjät, Finnvera Oyj ja työ- ja elinkeinoministeriö). Vastaajat ovat voineet valita useita vaihtoehtoja.

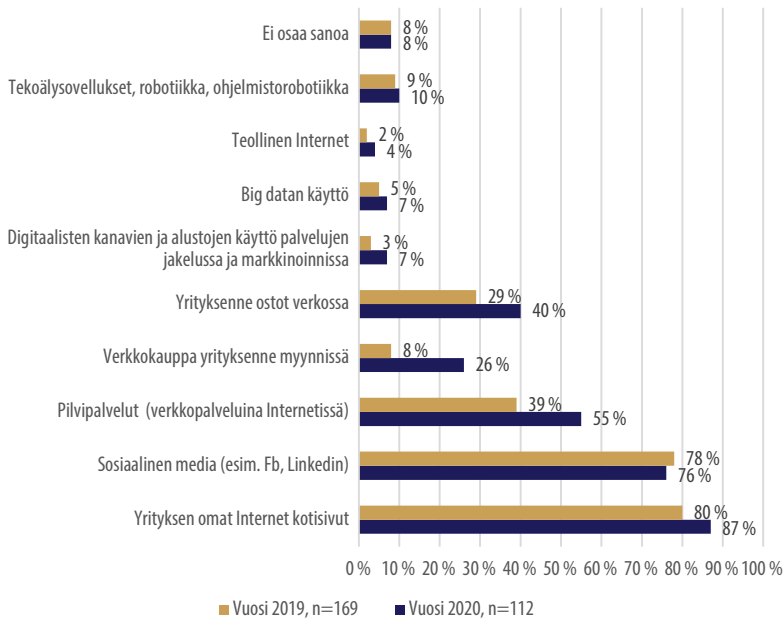
5.3 Digitaalisuus vauhdittaa kehitystä ja arvonluontia

Digitaalisuus yhdessä muun teknologisen kehityksen kanssa vaikuttaa yritystoimintaan yhä voimakkaammin ja näkyy asiakaspalvelussa. Erilaiset ohjaus- ja tietojärjestelmät ovat vakiinnuttaneet asemansa, ja digitaaliset kaksoiset tekevät tuloaan. Digitaalisuudella tehostetaan tuote- ja toimitusketjun hallintaa, parannetaan asiakaspalvelua ja saadaan liiketoiminnan keskiöön kuluttajatietoa. Digitaalisuuden kehittyminen edellyttää tietohallinnon ja turvallisuuden varmistamista.

Elintarvikealan pk-yritykset hyödyntävät erilaisia digitaalisia palveluja yhä enemmän. Pk-elintarvikeyritysten digitaalisen toiminnan aktiivisuus keskittyy erityisesti internet-sivuihin ja sosiaaliseen mediaan, kuten kuvioista 38 näkyy. Lisäystä on ollut

ostotoiminnassa, verkkokaupassa ja pilvipalveluissa. Verkkokaupan käyttöönottoa suunnittelee muihin vastaajaryhmiin verrattuna yhä useampi, 13 %. Lisäksi tekoälyn hyödyntäminen erottuu yleisempänä kuin muissa pk-yrityksissä. Digitalisaatio mahdollistaa globaalien markkinoiden saavuttamisen ajasta ja paikasta riippumatta sekä lisää myyntikanavia.

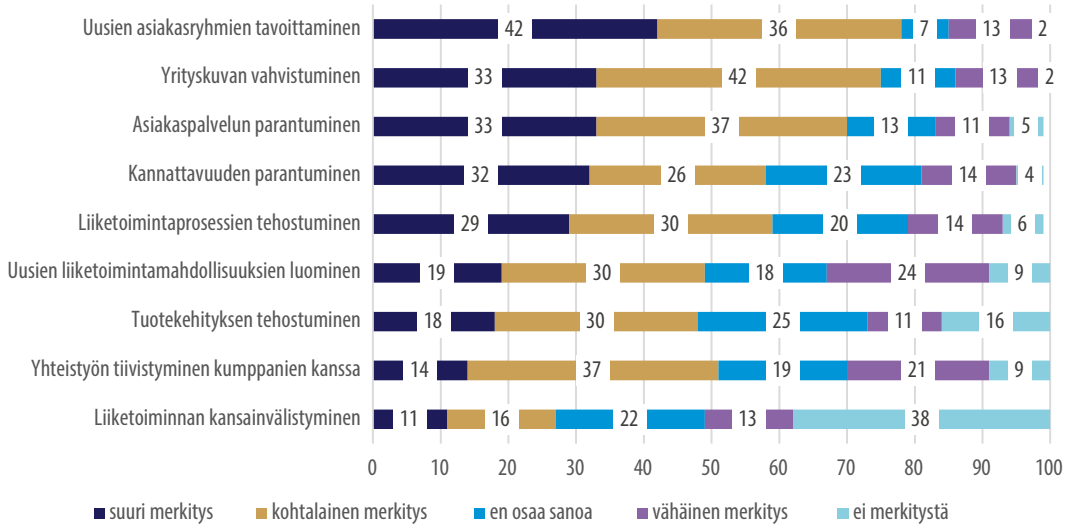
Kuvio 38. Digitaalisten työkalujen ja palveluiden käyttö elintarvikealan pk-yrityksissä vuosina 2019 ja 2020, %.



Lähde: Pk-yritysarometrit 2/2019 ja 2/2020 (Suomen Yrittäjät, Finnvera Oyj ja työ- ja elinkeinoministeriö). Vastaajat ovat voineet valita useita vaihtoehtoja.

Syksyn pk-yritysarometrissa elintarvikealan pk-yritykset näkivät digitaalisuuden mahdollistavan uusien asiakasryhmien tavoittamisen, vahvistavan yrityskuvaa, parantavan asiakaspalvelua ja kannattavuutta sekä tehostavan liiketoimintaprosesseja merkittävämmiin kuin muut vastaajaryhmät. Digitalisoitumisen luomat mahdollisuudet ymmärretään elintarvikealan yritystoiminnan kehittämisessä, kuten kuvio 39 osoittaa.

Kuvio 39. Digitalisoitumisesta syntyvien mahdollisuuksien merkitys elintarvikealan pk-yrityksille, %.



Lähde: PK-yritysbarometri 2/2020 (Suomen Yrittäjät, Finnvera Oyj ja työ- ja elinkeinoministeriö).

6 Näkymiä toimialan tulevaisuudesta

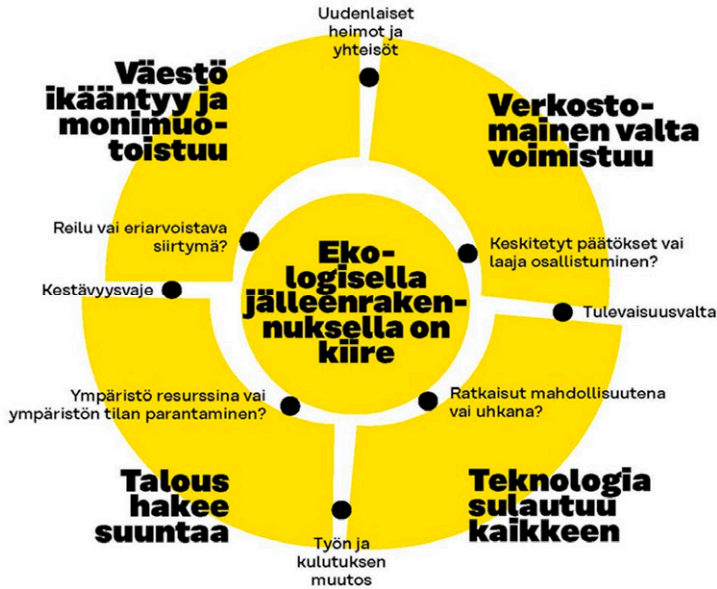
6.1 Muuttuva toimintaympäristö

Maailma muuttuu yhä nopeammin. Erilaiset skenaariot, megatrendit ja tulevaisuuden visioinnit vahvistavat ennakointityötä ja tukevat yritysten valmiuksia vastata muutokseen. Business Finland on julkistanut uusia mahdollisia ja vaihtoehtoisia vuoteen 2030 ulottuvia skenaarioita³⁶ tänä vuonna. Niissä on tarkasteltu globaalin toimintaympäristön kehityskulkuja suomalaisen elinkeinoelämän ja innovaatioympäristön näkökulmasta. Vaihtoehtoisia skenaarioita ovat: *Jakautuneen maailman valtapeli*, *Data pelastaa ja orjuuttaa*, *Uuden ajan digipatruunat sekä Kriiseistä sopimus pohjaisuuteen*. Kuviossa 40 on esitetty Sitran³⁷ vuoden 2020 alussa julkaisemat megatrendit.

³⁶ Skenaariot löytyvät Business Finlandin verkkosivuilta www.businessfinland.fi/skenaariot.

³⁷ <https://www.sitra.fi/aiheet/megatrendit/>

Kuvio 40. Megatrendit ja jännitteet.



Lähde. Sitra, Sitran selvityksiä, tammikuu 2020.

Suomen talous supistuu tänä vuonna koronaepidemian takia ja kokonaistuotanto pienenee. Työttömyys kasvaa ja lomautuksia tehdään. Ensi vuoden kasvua mahdollistaa yksityisen kulutuksen elpyminen. Riskinä on kuitenkin koronapandemian uudelleen pitkittyminen.

Koronapandemia on muuttanut elintarvikealan liiketoimintaympäristöä ja heikentänyt toimialan ennustettavuutta. Taudin leviämisen hidastamiseksi tehdyillä rajoituksilla ja suosituksilla on monia negatiivisia taloudellisia vaikutuksia elintarviketeollisuuteen ja sen asiakaskuntaan. Pandemia on kuitenkin nostanut kotimaisuuden arvostusta sekä ymmärrystä ruokajärjestelmämme ja arvoketjuyhteistyön tarpeellisuudesta. Lisäksi se on rohkaisut kehittämään uusia liiketoimintatapoja ja kiihdyttänyt digitaalisuuden hyödyntämistä sekä verkkokaupan kasvua.

Asiantuntemus ja joustava sopeutuminen ovat koronaviruspandemian aikana korostuneet ruokajärjestelmän eri osa-alueilla. Ruokaturva ja omavaraisuus korostuvat kriisitilanteissa. Elintarviketeollisuus on ollut ketterä sopeuttaessaan toimintoja

äkillisesti muuttuneessa toimintaympäristössä, ja tuotantotoiminta jatkuu nyt lähes normaalina.

Koronaepidemian pitkittyminen lisää epävarmuutta sekä yrittäjillä että kuluttajilla

Taloustilanteen heikkeneminen on vähentänyt kuluttajien luottamusta ja näkyy säästämisen lisääntymisenä. Pitkittyvä matkailu- ja ravintola-alan ahdinko supistaa myyntiä ja heikentää elintarvikeketjun taloudellisia odotuksia. Koronapandemian jatkuminen vaikeuttaa myös elintarvikkeiden vientikysyntää. Toimintakyvyn turvaaminen, henkilöstön suojaaminen ja muu riskien minimointi aiheuttavat monia erilaisia toimia sekä kustannuksia. Matalien marginaalien alla kannattavuuden heikkeneminen aiheuttaa uusia ongelmia ja vähentää mahdollisuuksia uudistamiseen lyhyellä tähtäimellä.

6.2 PESTEL-analyysia

Liiketoimintaympäristö ja kulutustavat muuttuvat aiempaa nopeammin. Ruoka-alan kehitykseen vaikuttavat monet tekijät, megatrendit ja ilmiöt. Niitä ovat muun muassa elintarvikkeiden maailmanlaajuisen kysynnän ja tarjonnan muutokset, ruoan ja sen tuotantopanosten hintakehitys, hintakilpailun kiristyminen sekä muutokset kuluttajien arvomaailmoissa ja käyttäytymisessä. Alustatalouden ja digitalisuuden kehittyminen muokkaa perinteisiä liiketoimintamalleja. Teknologinen kehittyminen tuo uusia tapoja tuottaa ruokaa.

Väestönkasvu, ikääntyminen, elämäntyyli, kaupungistuminen, teknologioiden sulautuminen kaikkeen, digitaalisuus sekä vastuullisuus ovat maailmanlaajuisia ilmiöitä, jotka yhdessä politiikan ja sääntelyn kautta vaikuttavat elintarvikealaan. Arvopohjainen ja tietoinen kuluttaminen sekä yksilölliset ravintovaatimukset vahvistuvat. Vastuullisesti tuotettu, jäljitettävä ja laadukas ruoka on kasvava bisnes.

PESTEL-analyysi tarkastelee yrityksen toimintaan vaikuttavia makrotason ilmiöitä, jotka asettavat reunaehdoja liiketoiminnalle. Ilmiöiden tunnistaminen ja niiden ennakointi voivat tarjota yritykselle myös kilpailuetua. PESTEL-nimitys tulee termeistä Political, Economic, Social, Technological, Environmental ja Legal. Kuvioon 41 listatut tekijät ovat esimerkkejä toimintaympäristön vaikutuksista.

Kuvio 41. PESTEL-lähestymistapa elintarviketeollisuuden toimintaympäristöön.

- Maatalous- ja maaseutupolitiikka
- Ympäristö-, ilmasto, energia- ja veropolitiikka
- Kansainvälinen kauppapolitiikka
- Maailman poliittinen tilanne
- Strategiset ohjelmat ja tiekartat; hallitusohjelma, biotalous, hiilitiekartat, ilmasto-ohjelma, luomu- ja lähiruokaohjelmat, kansallinen julkisten hankintojen strategia
- Ruuan tarve
- Väestön ikääntyminen
- Kaupungistuminen
- Hyvinvointi ja elintapasairaudet
- Perhekoot ja -muodot
- Kuluttajien muuttuvat elämäntavat, kuluttamisen ja arvojen muutokset
- Kulttuurien vuoropuhelu
- Yhteisöllisyys, jakamistalous, vertaiskokemukset
- Turvallisuuden tarve
- Maapallon rajalliset resurssit ympäristökestävyys
- Ympäristö- ja kiertotalouden ratkaisut, biotalous
- Ilmastonmuutos ja hiilineutraalius
- Biodiversiteetin väheneminen
- Äärimmäisten sääolojen yleistyminen
- Vastuullisuuden korostuminen
- Tietopohjaiset merkinnät



6.3 Kotimaisuus nosteessa

Taloustutkimuksen Suomi Syö -tutkimuksen³⁸ mukaan kotimaisuuden arvostus on vahvistunut. Kotimaisuustrendi ilmenee ostokäyttäytymisessä, ja erityisesti leipä, liha- ja maitotuotteissa suositaan kotimaisia tuotteita. Yli puolet vastaajista pitää tärkeänä tukea kotimaista työtä ja teollisuutta. Yhä useampi kiinnittää enemmän huomiota myös elintarvikkeiden alkuperään. Joka viides vastaaja ilmoitti suosivansa aiempaakin enemmän kotimaisia tuotteita koronakriisin jälkeen. Tutkimus toteutettiin kesä-elokuussa 2020 ja mukana olivat 15–19-vuotiaat. Kirjekyselyyn vastasi 1 517 henkilöä ja nettikyselyyn 1 200 henkilöä, eli yhteensä 2 717 henkilöä.

38 <https://www.taloustutkimus.fi/tuotteet-ja-palvelut/suomi-syo.html>

Yli puolet vastaajista (54 %) arvioi koronaepidemiolla olevan pysyviä vaikutuksia omiin ostotottumuksiin. Muutokset koskettavat erityisesti ruokakaupassa asiointia, sillä joka neljäs suomalainen arvioi asioivansa harvemmin ruokakaupassa myös koronakriisin jälkeen. Tämä arvio nousee voimakkaimmin esiin eläkeläisillä. Lähes kolmannes (30 %) arvelee ostavansa jatkossa enemmän ruokaa kerralla. Erityisesti 15–44-vuotiaat ja lapsiperheet ennustavat ostotottumustensa muuttuvan tähän suuntaan. Ostoskäyntien väheneminen merkitsee myös suunnitelmallisuuden lisääntymistä ja heräteostojen vähenemistä sekä ostosten tekoa verkkokaupassa.

Suomi Syö -tutkimuksen mukaan enemmistö ravintoloissa ja kahviloissa käyvistä suomalaisista (83 %) arvioi, ettei koronaepidemia vaikuta näiden palveluiden käyttöön pysyvästi, vaan palveluja käytetään saman verran kuin ennen koronakriisiä. Vain pieni osa (4 %) ennakoi käyttävänsä ravintola- ja kahvilapalveluja aiempaa enemmän ja 13 % arvioi vähentävänsä käyttöä pysyvästi. Ravintolaruoan kotiinkuljetuspalveluja on käytetty aiempaa enemmän, mutta säännöllinen käyttö on melko vähäistä (7 % säännöllisiä käyttäjiä). Useimmat kuitenkin arvioivat, ettei muutos ole pysyvä.

Erilaisuus luo kiinnostavuutta

Monet ilmiöt ja trendit ilmenevät samanaikaisesti elintarvikealalla. Kiire, yksinasumisen yleistyminen, perheenjäsenten yksilölliset ruokavaliot ja allergiat sekä ruokaharrastus muokkaavat ruokatottumuksiamme. Välipalaistuminen on maailmanlaajuinen trendi. Ruuanlaitolta kaivataan helppoutta ja vaivattomuutta unohtamatta kuitenkin hyvää makua. Ruokatrendeissä näkyvät myös erilaisten kasviproteiinien käytön lisääntyminen ja kotimaisuus. Tietoisuus vastuullisista ruokavalinnoista on korostumassa. Operatiivisen tehokkuuden jatkuvan parantamisen ohella innovatiivinen tuotekehitys tukee yritysten kilpailukykyä.

Yritysten uudistumiskyky ja resilienssi korostuvat muuttuvassa maailmantaloudessa. Yritykset pyrkivät aktiivisesti ennakoimaan kuluttajakäyttäytymisen muutoksia. Kilpailuetua yritykset pyrkivät luomaan vastaamalla aiempaa yksilöllisimpien kuluttajien moninaiisiin tarpeisiin ja loputtomiin kulutustrendeihin sekä panostamalla tuotekehitykseen, ketterään innovointiin ja palveluihin. Erikois- ja premium-tuotteiden markkinat kasvavat kuluttajakäyttäytymisen pirstaloituessa. Uusille pakkausratkaisuille ja liiketoimintakonsepteille on tarvetta.

6.4 SWOT-analyysia

Vahvuudet:

Perinteikäs, monimuotoinen teollisuudenala
Suhteellisen vakaat markkinat
Kotimaisuuden vahva arvostus, lähi- ja luomuruoka
Kuluttajien kiinnostus tuotteisiin ja uutuuksiin, ruokaharrastus
Tunnetut brändit ja monipuolistuva tuotevalikoima
Rationalisointietu isoissa yrityksissä, toisaalta handicraft -etu pienissä
Ruoka- ja tuotanto-osaaminen, ruokaturvallisuus, vastuullisuus
Ammattitaitoinen henkilöstö, kouluttautumismahdollisuudet
Työskentely- ja turvallisuuskulttuuri, riskien hallinta
Jatkuva toimintojen kehitys ja uusiutuminen
Toimivat logistiset järjestelmät
Raaka-aineiden laatu, puhdas maaperä, ilma ja vesi
Rahoitus ja muu kehittämistuki, tutkimusosaaminen
Elintarvikevalvonta, korostuva neuvonnallisuus

Mahdollisuudet:

Muuttuva toimintaympäristö
Kaupungistuminen, jalostuksen tarpeen kasvu
Ruoan kysynnän kasvu maailmalla
Viennin jalostusarvon nosto, laajennus teknologiaan ja osaamiseen
Kaupan ja ruokapalveluiden muutokset, monikanavaisuus
Kulutustottumusten muutokset
Kiertotalouden kehittyminen, materiaalitehokkuus
Pakkausmateriaalien kehitys, biopohjaisuus
Uudet kumppanuusverkostot
Vahvistuva toimialojen sekä tutkimusverkoston yhteistyö
Teknologioiden ja digitaalisuuden kehittyminen
Trendit, hyvinvointi, premium -tuotteet, brändäys

Uhat:

Globaali kilpailu
Lisääntyvä tuonti, ulkomaiset toimijat
Talouskehityksen häiriöt
Lisääntynyt epävakaus

Kotimaisten raaka-aineiden saatavuus
 Tautiriskit, pandemioiden pitkittyminen
 Tuotevääreennökset
 Digitaalisiin järjestelmiin kohdistuvat uhkat

Heikkoudet:

Kotimarkkinakeskeisyys vähäisen kasvun kotimarkkinoilla
 Säädöksistä riippuvainen toimintaympäristö, verotus
 Keskimäärin vaatimaton kannattavuus ja heikohko tuottavuus
 Liiketoimintaosaamisen heikkous kansallisesti ja kansainvälisesti
 Ikkäänäntyvä yrittäjäkunta
 Yksintekemisen kulttuuri – klustereiden vähyys
 Tuotteiden brändäys
 Vientiresurssit

6.5 Pk-yritysbarometrin havainnot

Suomen Yrittäjät, Finnvera Oyj ja työ- ja työelinkeinoministeriö toteuttavat pienten ja keskisuurten yritysten toimintaa ja taloudellista toimintaympäristöä kuvaavan pk-yritysbarometrin³⁹ kaksi kertaa vuodessa. Tässä esitetyt havainnot perustuvat keuhä-heinäkuussa tehtyyn kyselyyn, johon vastasi 5 068 kohderyhmän yritystä. Vastanneista 112 oli elintarvikealan pk-yrityksiä. Vastauksia saatiin kaikilta elintarviketeollisuuden alatoimialoilta painottuen leipomoalan yrityksiin.

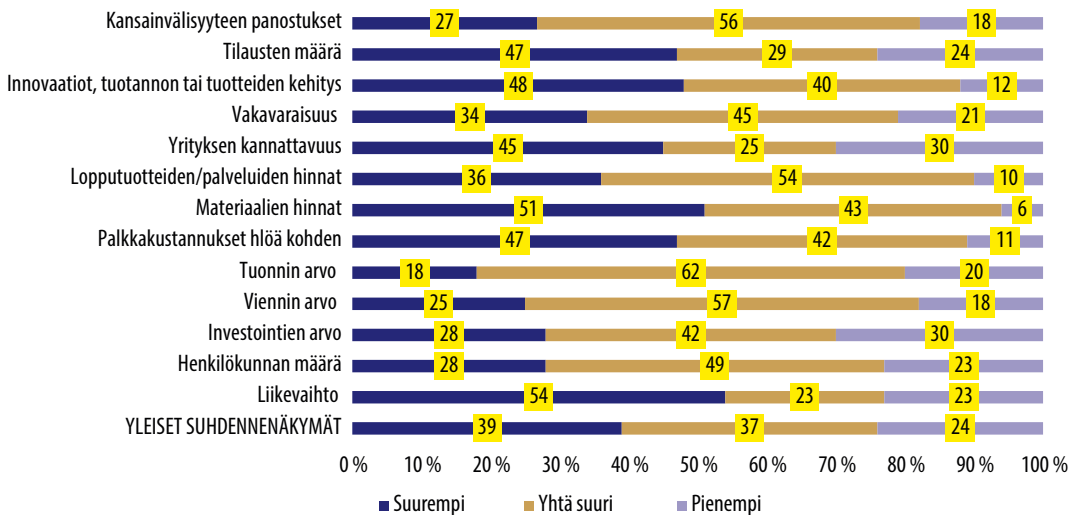
Koronakriisin vaikutukset yritysten ja toimialojen välillä poikkeavat toisistaan. Kriisin vaikutukset ja yhä jatkuva epävarmuus näkyvät laajasti pk-yritysbarometrin tuloksissa. Elintarvikealan pk-yritykset arvoivat lähiajan yleiset suhdannenäkymät koko maata ja vertailutoimialoja selvästi paremmiksi. Toimialan suhdanneodotukset ovat kuitenkin heikentyneet vuoden takaisesta. Suhdanteiden heikkenemistä ennakoi aiempaa useampi yritys. Odotuksiin heijastuvat koronaepidemia ja yleinen taloustilanne.

39 https://www.yrittajat.fi/sites/default/files/sy_pk_barometri_syksy2020_vk_raportti.pdf

Elintarvikealan pk-yritykset arvioivat materiaalien hintojen (saldoluku 45) ja palkkakustannusten nousevan (saldoluku 36) vahvimmin. Liikevaihdon kasvussa ja tilausten määrässä saldoluvut ovat positiiviset, mutta selvästi viime vuodesta heikentyneet. Innovaatioiden, tuotannon sekä tuotteiden kehityksen kasvua ennakoivat moni (saldoluku 35). Odotukset investointien arvon kehityksestä ovat pudonneet (saldoluku -2). Investointihaluttomuuden kuvattiin johtuvan eniten siitä, että viimeaikaiset investoinnit ovat olleet suuria (34 %), ne eivät ole keskeisiä strategiassa (30 %) tai niihin liittyy liikaa riskejä (25 %). Näkymiä voidaan luonnehtia viime vuotta vaisummiksi (Kuvio 42). Vastanneiden pk-elintarvikeyritysten määrä jäi kuitenkin selkeästi viime vuotta vähäisemmäksi.

Koronaepidemia on osaltaan heikentänyt kasvuun ja kehittämiseen liittyviä näkymiä. Sen vaikutukset ja yhä jatkuva epävarmuus näkyvät pk-yritysbarometrin tuloksissa. Tässä raportissa on haluttu nostaa muutamien alan toimialajärjestöjen näkemyksiä toimialansa tilanteesta ja koronaepidemian vaikutuksesta toimialaan. Ne löytyvät raportin liitteestä 3.

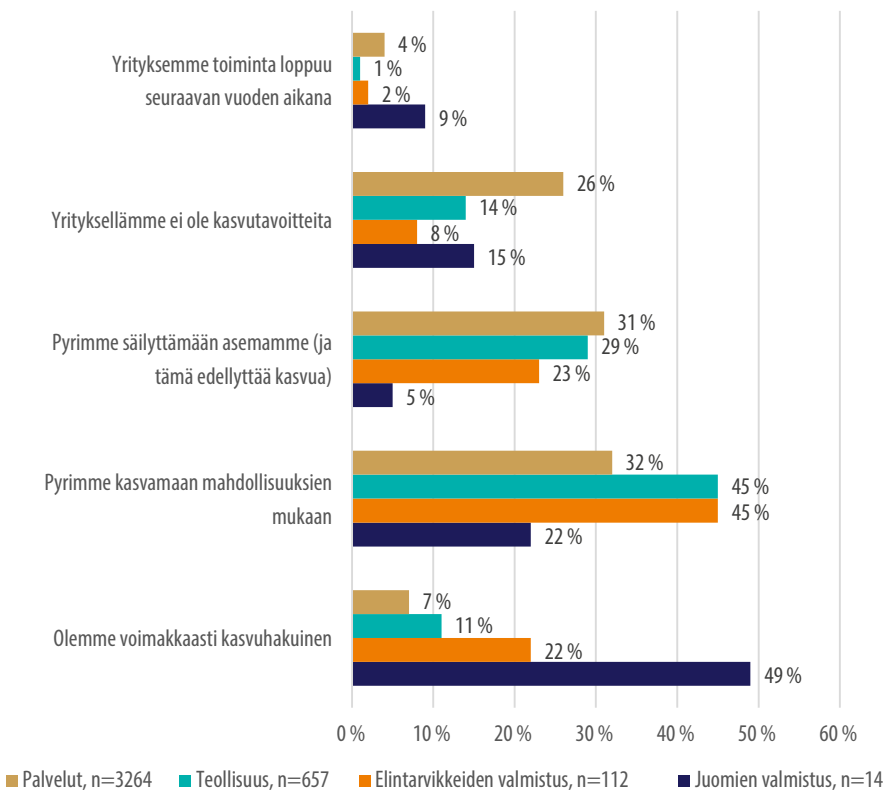
Kuvio 42. Elintarvikealan (TOL 10 ja 11) pk-yritysten odotuksia eri osatekijöiden kehityksestä tulevan vuoden aikana, %, n=112.



Lähde: Pk-yritysbarometri 2/2020 (Suomen Yrittäjät, Finnvera Oyj ja työ- ja elinkeinoministeriö).

Pk-elintarvikeyritykset ovat edelleen kasvuhakuisia, sillä reilusti yli puolet (67 %) barometriin vastanneista yrityksistä on kasvamaan pyrkiviä. Syksyn pk-yritysbarometrin mukaan voimakkaasti kasvuhakuisiksi ilmoittautui 22 % yrityksistä, ja mahdollisuuksien mukaan kasvua haki 45 % elintarvikeyrityksistä. Viime vuonna tämä yhteenlaskettu osuus oli 65 %. Lopettamista ennakoi nyt 2 % vastanneista, kun syksyllä 2019 näin ennakoi 4 %. Juomia valmistavat pk-yritykset janoavat kasvua muita vertailualoja enemmän, kuten kuviosta 43 ilmenee.

Kuvio 43. Elintarvikealan pk-yritysten kasvuhakuisuus, %.

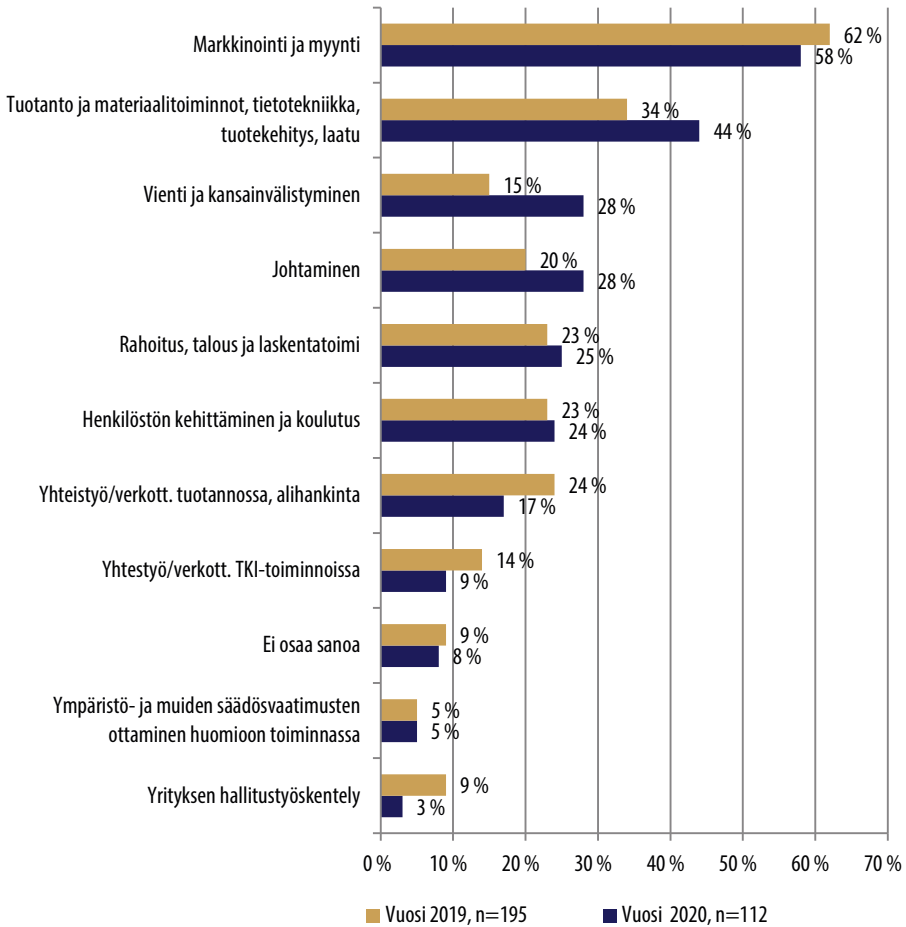


Lähde: Pk-yritysbarometri 2/2020 (Suomen Yrittäjät, Finnvera Oyj ja työ- ja elinkeinoministeriö).

Markkinointi ja myynti nousevat edelleen keskeisinä pk-elintarvikeyritysten kehittämistarpeina, kuten kuviosta 44 näkyy. Kehittämistarpeina ovat voimistunut tuotanto- ja materiaalitoimet, tietotekniikka, tuotekehitys ja laatu. Yli neljännes vastanneista kokee kehittämistarpeina viennin ja kansainvälistymisen sekä johtamisen.

Elintarvikealan pk-yritykset kokivat erilaisia kehittämistarpeita muita vastanneita enemmän.

Kuvio 44. Elintarvikealan pk-yritysten kokemat sisäiset kehittämistarpeet, %.



Lähde: Pk-yritysbaremetrit 2/2020 ja 2/2019 (Suomen Yrittäjät, Finnvera Oyj ja työ- ja elinkeinoministeriö). Vastaajat ovat voineet valita kolme tärkeintä vaihtoehtoa.

Syksyn pk-yritysbaremetrissä kaikki pk-yritykset kokivat ulkopuolisina kehittämisen esteinä yleisen suhdannetilanteen, kustannustason ja kilpailutilanteen. Elintarvikealan pk-yrityksissä yritystoiminnan säätely nähdään suurempana kehittämisesteenä (36 %)

kuin pk-yrityksissä keskimäärin ja työvoiman sääntely muita pienempänä. Sääntelyssä korostuivat toimintaa rajoittavat määräykset varsinkin juomien valmistuksessa.

6.5 Yhteenvetoa ja näkymiä

Ruoka-ala on kansantaloudellisesti tärkeä ja vakauttava toimiala, joka ylläpitää Suomen työllisyyttä sekä tuottaa huomattavan arvonlisäyksen ja verokertymän. Ruokajärjestelmällä on oleellinen merkitys maamme alueelliselle kehitykselle ja huoltovarmuudelle. Globaalit ruokamarkkinat muuttuvat kiihtyvällä tahdilla, ja ruokajärjestelmiin kohdistuu suuria globaaleja haasteita. Tavoitteena on kansanvälisesti kilpailukykyinen ja vastuullisesti toimiva ruokajärjestelmä sekä hyvinvoivat kuluttajat.

Elintarviketeollisuudella on merkittäviä kerrannaisvaikutuksia. Elintarviketeollisuudella on Suomessa tehdasteollisuuden toimialoista suurin välillinen työllisyysvaikutus. Tilastokeskuksen vuoden 2017 panos-tuotostilaston mukaan toimialan tuotteiden loppukäytön (kulutusmenot + pääoman bruttomuodostus + vienti) miljoonan euron suuruisen lisäyksen välillinen vaikutus koko talouden työllisten määrään oli 9,5 työllistä. Toimialan mittavat strategiset investoinnit kanavoivat kasvua toimintaympäristöönsä. Kireä kotimainen ja kansainvälinen kilpailu pakottaa ruokajärjestelmän eri toimijoita liiketoimintojen trimmaamiseen ja ketterään uudistamiseen. Ruokajärjestelmän yhteistyö tiivistyy muun muassa ilmastonmuutoksen hillitsemiseksi ja materiaalitehokkuuden parantamiseksi. Erilaisia ruokaratkaisuja kehitetään yhä enemmän korkeakoulujen ja tutkimusverkostojen kanssa.

Suomessa on moninainen elintarvikeyrityskenttä. Elintarvikkeiden ja juomien valmistuksessa on monia kasvunäkäisiä yrityksiä, jotka tuottavat laajan valikoiman erilaisia tuotteita. Osalle lähimarkkinat ovat tärkeitä ja toisille kansainväliset markkinat ovat aiempaa merkittävämpi suunta. Älykkään teknologian ja digitaalisuuden hyödyntäminen ruokajärjestelmässä lisääntyy. Osaavan työvoiman ja hinnaltaan kilpailukykyisten raaka-aineiden saatavuus ovat perusedellytyksiä elintarviketeollisuutemme toiminnalle. Lisäksi toimivat EU:n sisämarkkinat ja kansainvälinen kauppa ovat olennaisen tärkeitä koko EU:lle ja elintarvikeyrityksille.

Hyvä ruokavuosi ja ennätysellinen vientivuosi 2019

Vuosi 2019 oli hyvän kehityksen aikaa elintarviketeollisuudessa. Koronaepidemian aiheuttamat muutokset ja taloudelliset vaikutukset näkyvät osin viiveellä. Varsinkin pienissä yrityksissä liiketoiminnan supistuminen aiheuttaa taloudellisia ahdinkoja ja konkurssit lisääntyvät. Yritystoiminnan pelastustalkoissa ovat monet toimijat mukana mahdollisuuksiensa mukaan. Lait ja säädökset ohjaavat julkista tukea.

Toimintaympäristö muuttuu nyt ennennäkemättömän nopeasti. Muutosten ennakointi edellyttää yrityksiltä entistä aktiivisempaa toimintaympäristön tarkkailua ja tulevaisuuden lukutaitoa. Koronaepidemian aiheuttama markkinahäiriö on heikentänyt elintarviketeollisuuden liiketoimintojen ennustettavuutta.

Monimuotoiseen ja -alaiseen elintarvikeyrityskenttään koronaepidemia ja siihen liittyvät pysähdyttämistoimet ovat vaikuttaneet eri tavoin. Kesällä tehdyssä pk-yritysbarometrikyselyssä yli puolet elintarvikealan pk-yrityksistä totesi, etteivät kriisin vaikutukset ole vielä täysin tiedossa.

Osalla kriisi oli myös parantanut yrityksen tilannetta. Yritykset ovat sopeuttaneet toimintaansa ja pyrkineet varmistamaan toimintakykyään sekä henkilöstön terveyttä ja työkykyisyyttä. Koronaepidemia voi toimia myös herätteenä verkostomaiseen toimintaan. Ruokaturvallisuus rakentuu ihmisten ammattitaidosta, tuotannon turvallisuudesta ja riskien ehkäisystä.

Koronaepidemia varjostaa näkymiä

Koronaepidemian pitkittyminen ja leviäminen lisäävät epävarmuutta ja ennustettavuutta kulutuskysynnässä, kansantaloudessa ja rahoitusmarkkinoilla. Vaikka koronaepidemia on vaikuttanut vahvasti foodservice-sektorin toimijoihin, pitemmällä tähtäimellä sektori mahdollistaa kasvua sekä kotimaassa että ulkomailla. Koronapandemia nostaa omavaraisuuden ja ruokaturvan merkitystä sekä lisää protektionismia.

Kuluttajien ostovoiman mahdollinen heikentyminen vaikuttaa ruokaostoksiin ja suuntaa kulutuskysyntää peruselintarvikkeita suosivaksi. Hinta ohjaa monien kuluttajien valintoja, joten hinnoittelun hallinta korostuu kilpailukyvyn varmistamisessa

tuotanto- ja materiaalitehokkuuden ohella. Kannattavan kasvun kannalta panostaminen arvon luontiin lisäarvotuotteilla ja brändäämisellä on hintakilpailua järkevämpi vaihtoehto. Erilaisten digitaalisten kanavien merkitys kasvaa.

Kasvua kansainvälisiltä markkinoilta

Parhaat mahdollisuudet ruoka-alan kasvuun tulevat viennistä. Lisäksi tarvitaan tuotteiden lokalisointia kohdemarkkinoita puhuttelevaksi, kuluttajalähtöistä tuotteistusta ja kohderyhmään vetoavaa brändäystä sekä läsnäoloa sopivan kokoisilla ja maksukykyisillä markkinoilla. Yritysvastuut korostuvat kotimaisessa ja kansainvälisessä kaupassa. Yrityksiltä edellytetään yhä enemmän erilaisten sertifioidujen laatu- ja ympäristöjärjestelmien mukaista toimintaa.

Elintarvikeviranomaisilla on myös keskeinen rooli viennin mahdollistajina. Viranomaisten lisäksi erilaiset kehittämishankkeet ja menestyksellinen Food from Finland -ohjelma tuottavat hyödyllistä tukea yritysten kansainvälistymiseen. Tavoitteena onkin tuplata vienti kolmeen miljardiin euroon vuoteen 2025 mennessä.

Ilmastoystävällistä ruokaa

Ruoantuotannon ilmastovaikutukset ja ruokahävikki osana ilmastonmuutosta herättävät paljon keskustelua. Arvioiden mukaan maailmanlaajuisesti noin 30 % kaikesta tuotetusta ruoasta päättyy hävikkiin. YK:n kestävän kehityksen tavoiteohjelma Agenda 2030⁴⁰ pyrkii globaalisti ruoan tuotannon ja jalostusketjun ruokahävikin vähentämisen ohella puolittamaan ruokajätteen määrän vuoteen 2030 mennessä. Suomessa ruokaketjun syömäkelpoisen hävikin määräksi on arvioitu 400–500 miljoonaa kiloa vuodessa. Ruokajärjestelmän yhteistyön syventämisellä saadaan muutoksia aikaan.

Euroopan komissio on asettanut jäsenmailleen veloitteen raportoida maakoh- taista ruokahävikkiä ja elintarvikejätettä vuodesta 2020 lähtien. Lisäksi Suomen hallitus on asettanut kansallisen tavoitteen vähentää ruokahävikki puoleen vuoteen 2030 mennessä. Luonnonvarakeskus⁴¹ valmistelee sekä seurantajärjestelmää että

40 <https://um.fi/agenda-2030-kestavan-kehityksen-tavoitteet>

41 <https://www.luke.fi/tietoa-luonnonvaroista/ruoka-ja-ravitsemus/ruokahavikki/>

hävikkietiekarttaa. Valmistelussa on tunnistettu ruokahävikin vähentämiseksi seuraavat kuusi keihäänkärkeä:

- käytäntöjä muuttamalla kestäväksi
- järkevät ohjaukeinot
- tutkimuksen kehitys ja hävikin seuranta
- teknologiasta älyä, uusia tuotteita ja liiketoimintaa
- kasvatuksella ja tiedolla kohti uutta yhteiskuntaa
- yhdessä enemmän.

Ruokavarmuus yhteiskunnan toimivuuden peruspilareita

Ruokasektorille suuntaa lähivuosina viitoittavat Euroopan komission toukokuussa julkaisemat Pellolta pöytään⁴² ja Biodiversiteetti -strategiat⁴³. Osana Euroopan vihreän kehityksen ohjelmaa julkaistun Pellolta pöytään -strategian tavoitteena on tehdä elintarvikejärjestelmistä kestäviä ja varmistaa, että kaikilla EU-kansalaisilla on mahdollisuus syödä terveellisesti ja kestävästi tuotettua ruokaa.

Suomessa on tehty pitkäjänteistä työtä varautumisessa ruokajärjestelmän häiriötilanteisiin. Vaikka ruokaturva ja vastuullisuus ovat Suomessa maailman kärkiluokkaa, ne vaativat jatkuvaa varmistamista ja kehittämistä. Riskianalyysit ja varautumissuunnitelmat auttavat tarkastelemaan yritysten prosesseja ja varautumaan virusepidemioihin tai niiden kaltaisiin tilanteisiin.

Trendit muokkaavat ruokamaailma – ketterästi ja kekseliäästi kehittämistä

Kuluttajat ovat yhä tiedostavampia, ja odotukset sekä vaatimukset tuotteita ja ruokapalveluita kohtaan nousevat. Kokonaisvaltaista hyvinvointia tukevien elintarvikkeiden kysyntä kasvaa, ja syömiseltä haetaan herkullisuuden lisäksi helppoutta. Tämä näkyy valmisruuan lisääntyneenä kysyntänä.

Ruoasta puhutaan enemmän kuin koskaan. Ihmiset viestivät ruokavalinnoillaan myös omaa identiteettiänsä ja arvomaailmaansa. Vastuullisuus ja läpinäkyvyys

42 <https://valtioneuvosto.fi/-/1410837/eu-n-uusi-pellolta-poytaan-strategia-on-askel-kestavan-eurooppalaisen-ruokajarjestelman-kehittamiseksi>

43 https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal/actions-being-taken-eu-eu-biodiversity-strategy-2030_fi

korostuvat yhä enemmän. Kuluttajien muuttuvan elämäntyylin seuranta edellyttää yrityksillä aiempaa syvällisempää kuluttajatuntemusta ja nopeampaa kykyä kaupallistaa uutuuksia. Luotettavalle ravitsemustiedolle ja yhtenäisille merkinnöille on kasvavaa tarvetta, sillä kuluttajien on vaikea tunnistaa tietotulvassa, mikä on oikeasti ilmastoystävällistä tai terveellistä.

Ruokateknologioiden kehittyminen mahdollistaa uudistumista ja vastuullisuuden parantamista. Asiakastuntemus ja datan hyödyntäminen korostuvat liiketoimintamallien ja entistä personoituvampien tuotteiden kehittämisessä. Palvelumuotoilu lisääntyy. Suomalaiset arvostavat kotimaista ruokaa, ja kotimaisuus painaa ruokavaliinnoissa yhä enemmän.

Yhteiskunnan eriarvoistuminen lisää markkinoiden polarisaatiota, jossa sekä kalliimpien premium-tuotteiden että halvempien elintarvikkeiden kysyntä kasvaa. Koronaepidemia on kiihdyttänyt kaupan rakenteiden ja ostamisen kanavien muutosta sekä muuttanut kulutuskäyttäytymistä lisääntyneen kotona olemisen takia. Ruoka- ja juomaharrastuneisuus näkyy kuluttajilla kokeilunhaluna ja laadun arvostamisena. Loppuvuodesta eri tahot julkaisevat trendiraportteja seuraavan vuoden ilmiöistä, ja kuviossa 45 on esitetty Innova Market Insightsin näkemykset vuoden 2021 kymmenen kärjessä olevista trendeistä.

Kuvio 45. Vuoden 2021 kymmenen kärjessä olevaa trendiä.



Säädelytoimiala

Elintarvikealaan kohdistuu paljon sääntelyä, josta valtaosa tulee EU:sta. Elintarvikelainsäädännön lisäksi on ympäristö-, kilpailu- ja työlainsäädäntöä, alkoholi- ja anniskelulakia, hankintalakia, elintarvikemarkkinalakia, rehulainsäädäntöä sekä kotieläintuotannon ja terveydensuojelun säädäntöä. Elintarvikealaan vaikuttavat EU:n uudistetut jätedirektiivit, jotka korostavat pakkausten tuottajavastuuta ja pakkausjätteen kierrätystä sekä velvoittavat raportoimaan elintarvikejättemäärää ruokaketjussa. Myös elintarvikelain kokonaisuudistus on käynnissä Suomessa.

Vastuullisesti tuotettuja, sinivalkoisia ruokaelämyksiä arkeen ja juhlaan

Elintarviketeollisuus on jatkossakin merkittävä, uudistuva ja vastuullisesti toimiva toimiala Suomessa. Kotimaisilla raaka-aineilla, valmisteilla ja tuotteilla on keskeinen asema ruokapöydässämme. Tuotteita, suomalaisia raaka-aineita ja ruokaratkaisuja löytyy yhä useammin myös kansainvälisen kuluttajan lautaselta ja lasista.

Kotimarkkinoiden toimivuus ja kuluttajien luottamuksen vahvistaminen ovat elintarviketeollisuutemme kannalta keskeisiä asioita, kuten myös vientitoiminnan pitkäjänteinen kehittäminen. Vakaana pidetystä toimialasta on tullut myös sijoittajia kiinnostava bisnes.

LÄHTEET:

Ammattibarometri, www.ammattibarometri.fi
 Business Finland, www.businessfinland.fi
 Elintarvikealan pienyrittäjäliitto, www.aitojamakuja.fi
 Elintarviketeollisuusliitto ry, <https://www.etl.fi/>
 Elinkeinoelämän keskusliitto (EK), Suhdannebarometrit 2020 ja Investointitiedustelu <https://ek.fi/>
 Etna, <https://www.etna.fi/>
 Findikaattori, <https://findikaattori.fi/>
 Food and Drink Europe, <https://www.foodanddrink.eu/publication/data-trends-of-the-european-food-and-drink-industry-2020/>
 Innova Market Insights, <https://www.innovamarketinsights.com/>
 Kantar TNS Agri Oy. Elintarviketalous 2020
 Kaupan liitto, www.kauppa.fi
 Kauppalehti, www.kauppalehti.fi
 Kehittyvä Elintarvike, www.kehittyvaelintarvike.fi
 Kesko, www.kesko.fi
 Luonnonvarakeskus, www.luke.fi
 Luonnonvarakeskus. 2017. Selvitys ruokaketjun merkityksestä kansantaloudelle ja alueille, www.luke.fi/uutiset/luke-selviitti-ruoka-ala-tyollistaa-suomessa-lahes-340-000-henkea/
 Maaseudun tulevaisuus, www.maaseutu.fi
 Matkailu- ja Ravintolapalvelut Mara ry, www.mara.fi
 M-Brain, uutispalat
 MMM, www.mmm.fi
 Motiva, https://www.motiva.fi/ratkaisut/materiaalitehokkuus/materiaalitehokkuuden_sitoumukset/elintarvikealan_sitoumus
 MTK, <https://www.mtk.fi/ruokasvu>
 Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliitto, www.panimoliitto.fi
 PayTrail, www.paytrail.com
 Pellervon taloustutkimus PTT ry, www.ptt.fi/ennusteet/
 Pk-yrittäjäbarometri syyskuu 2020. Suomen Yrittäjät, Finnvera Oyj, TEM
 Pro Luomu ry, www.proluomu.fi
 Päivittäistavarakauppa ry, www.pty.fi
 Ruokatieto Yhdistys ry, www.ruokatieto.fi
 Ruokavirasto, www.ruokavirasto.fi
 Sitra, www.sitra.fi
 Suomen Asiakastieto Oy, www.asiakastieto.fi
 Taloustutkimus, www.taloustutkimus.fi
 TEM Toimiala Online tietopalvelu, <http://www2.toimialaonline.fi/>
 Tilastokeskus, www.tilastokeskus.fi
 Ulkomaankauppatilastot, <http://uljas.tulli.fi>
 Valvira, www.valvira.fi
 Yritysten ja yhdistysten www-sivut

Liite 1. Maakunnalliset taulukot elintarvikkeita (TOL 10) ja juomia valmistavista yrityksistä (TOL 11)

Taulukko 1. Elintarvikkeiden valmistuksen (TOL 10) toimipaikat, henkilöstö ja liikevaihto sekä osuudet vuonna 2018.

	Toimipaikkoja	Henkilöstö, htv	Liikevaihto, 1 000 €	Toimipaikat %	Henkilöstö %	Liike-vaihto %
Koko maa	1 886	30 333	9 766 349			
Uusimaa	351	6 968	2 274 286	18,6 %	23,0 %	23,3 %
Varsinais-Suomi	228	2 535	794 024	12,1 %	8,4 %	8,1 %
Satakunta	102	2 257	700 644	5,4 %	7,4 %	7,2 %
Kanta-Häme	64	2 085	755 238	3,4 %	6,9 %	7,7 %
Pirkanmaa	140	2 032	490 799	7,4 %	6,7 %	5,0 %
Päijät-Häme	63	890	165 398	3,3 %	2,9 %	1,7 %
Kymenlaakso	62	858	252 853	3,3 %	2,8 %	2,6 %
Etelä-Karjala	52	730	167 450	2,8 %	2,4 %	1,7 %
Etelä-Savo	64	615	134 663	3,4 %	2,0 %	1,4 %
Pohjois-Savo	99	970	418 021	5,2 %	3,2 %	4,3 %
Pohjois-Karjala	82	978	232 877	4,3 %	3,2 %	2,4 %
Keski-Suomi	81	1 058	279 469	4,3 %	3,5 %	2,9 %
Etelä-Pohjanmaa	100	3 423	1 621 529	5,3 %	11,3 %	16,6 %
Pohjanmaa	109	1 893	499 616	5,8 %	6,2 %	5,1 %
Keski-Pohjanmaa	26	446	125 404	1,4 %	1,5 %	1,3 %
Pohjois-Pohjanmaa	126	1 882	621 252	6,7 %	6,2 %	6,4 %
Kainuu	25	128	27 890	1,3 %	0,4 %	0,3 %
Lappi	82	310	93 389	4,3 %	1,0 %	1,0 %
Ahvenanmaa	27	277	105 135	1,4 %	0,9 %	1,1 %
Tuntematon	3	-	6 412	0,2 %	0,0 %	0,1 %

Lähde: Tilastokeskus, Toimialoitainen yritystietopalvelu, alueellinen yritystoimintatilasto.

Taulukko 2. Juomien valmistuksen (TOL 11) toimipaikat, henkilöstö ja liikevaihto sekä osuudet vuonna 2018.

	Toimi-paikkoja	Henkilöstö, htv	Liikevaihto, 1 000 €	Toimipaikat %	Henkilöstö %	Liikevaihto %
Koko maa	203	2 875	1 336 009			
Uusimaa	49	1 388	540 778	24,1 %	48 %	40,5 %
Varsinais-Suomi	22	175	80 331	10,8 %	6 %	6,0 %
Satakunta	7	8	4 779	3,4 %	0 %	0,4 %
Kanta-Häme	2	1,0 %		
Pirkanmaa	16	95	26 827	7,9 %	3 %	2,0 %
Päijät-Häme	18	480	408 372	8,9 %	17 %	30,6 %
Kymenlaakso	6	12	899	3,0 %	0 %	0,1 %
Etelä-Karjala	4	23	2 742	2,0 %	1 %	0,2 %
Etelä-Savo	11	36	4 731	5,4 %	1 %	0,4 %
Pohjois-Savo	9	285	146 136	4,4 %	10 %	10,9 %
Pohjois-Karjala	8	35	4 044	3,9 %	1 %	0,3 %
Keski-Suomi	3	14	-	1,5 %	0 %	0,0 %
Etelä-Pohjanmaa	11	75	49 153	5,4 %	3 %	3,7 %
Pohjanmaa	9	4,4 %		
Keski-Pohjanmaa	4	73	28 579	2,0 %	3 %	2,1 %
Pohjois-Pohjanmaa	10	55	13 098	4,9 %	2 %	1,0 %
Kainuu	3	4	358	1,5 %	0 %	0,0 %
Lappi	7	10	1 901	3,4 %	0 %	0,1 %
Ahvenanmaa	4	14	2 804	2,0 %	0 %	0,2 %

Liite 2. Suurimmat yritykset elintarvikkeiden ja juomien valmistuksessa.

Liitteessä on esitelty Suomen elintarviketeollisuuden liikevaihdoltaan suurimpia yrityksiä toimialoittain luokiteltuna. Tiedot ovat Suomen Asiakastieto Oy:n rekisteristä ja ne perustuvat pääosin tili-kauden 2019 tietoihin. TOL –luokitus perustuu yrityksen antamaan omaan luokitukseen. Listan ulkopuolella voi olla yrityksiä, jotka ovat ilmoittaneet toimialaluokakseen jonkin muun toimialan, ja siksi eivät näy näissä listauksissa.

Taulukko 1. Elintarvikkeiden valmistuksen (TOL 10) 20 suurinta yritystä.

TOL 10 - Elintarvikkeiden valmistus		
Yrityksen nimi	Liikevaihto, eur	Henkilöstö, lkm
Valio Oy	1 496 946 000	3 251
Atria Suomi Oy	779 297 000	301
HKScan Finland Oy	741 177 000	2 253
Arla Oy	335 319 000	324
Fazer Makeiset Oy	321 718 000	1 054
Oy Gustav Paulig Ab	273 401 000	310
Fazer Leipomot Oy	246 775 000	1 305
Saarioinen Oy	241 532 000	1 051
Snellmans Köttförädling Ab	217 716 000	1 172
A-Rehu Oy	130 825 000	52
Vaasan Oy	129 044 000	567
Orkla Confectionery & Snacks Finland Ab	120 215 000	360
Suomen Nestlé Oy	117 155 000	294
Ravintoraisio Oy	115 943 000	179
Hätälä Oy	113 839 834	210
Suomen Sokeri Oy	100 567 292	169
Orkla Foods Finland Oy	96 344 000	77
Fazer Finland Oy	88 214 000	314
Froneri Finland Oy	87 444 000	194
Meira Oy	83 830 000	181

Taulukko 2. Juomien valmistuksen (TOL 11) 20 suurinta yritystä.

TOL 11 - Juomien valmistus		
Yrityksen nimi	Liikevaihto, eur	Henkilöstö, lkm
Oy Hartwall Ab	340 793 000	640
Oy Sinebrychoff Ab	316 633 000	284
Altia Oyj	208 700 000	427
Olvi Oyj	144 838 000	352
Sinebrychoff Supply Company Oy	78 623 000	412
Pernod Ricard Finland Oy	47 216 000	86
Viking Malt Oy	43 278 000	62
Finn Spring Oy	28 075 000	72
Laitilan Wirvoitusjuomatehdas Oy	18 788 000	62
Laihian Mallas Oy	14 442 000	47
Refreshment Products Finland Oy	10 321 000	
Senson Oy	9 121 000	19
Nokian Panimo Oy	6 061 000	24
Teerenpeli Panimo & Tislaamo Oy	5 197 574	25
Rye Rye Oy	4 440 000	29
Oy Gust. Ranin	4 234 000	20
Astra Wines Oy	3 866 846	4
MBH Breweries Oy	3 635 000	30
Nordic Koivu Oy	2 212 000	13
Lammin Sahti Oy	2 101 000	

Taulukko 3. Teurastus, lihan säilyvyyskäsittely ja lihatuotteiden valmistuksen (TOL 101) 20 suurinta yritystä.

TOL 101 - Teurastus, lihan säilyvyyskäsittely ja lihatuotteiden valmistus		
Yrityksen nimi	Liikevaihto, eur	Henkilöstö, lkm
Atria Suomi Oy	779 297 000	301
HKScan Finland Oy	741 177 000	2 253
Snellmans Köttförädling Ab	217 716 000	1 172
Kivikylän kotipalvaamo Oy	77 258 000	332
Atria-Chick Oy	50 976 000	378
Naapurin Maalaiskana Oy	46 355 000	
Pouttu Oy	42 367 000	172
Atria Oyj	34 871 000	19
Lihajaloste Korpela Oy	30 900 000	160
Länsi-Kalkkuna Oy	30 327 000	141
A-Pekoni Nurmo Oy	27 262 000	283
Wursti Oy J & J	26 436 000	61
Atria-Lihavalmiste Oy	25 067 000	300
Lapin Liha Oy	22 947 000	61
Veljekset Rönkä Oy	19 920 076	78
Lihatukku Veijo Votkin Oy	19 738 000	82
Huhtahyvät Oy	19 501 000	58
Kotivara Oy	19 155 000	40
W.J. Dahlman Ab	13 081 000	47
A-Sikateurastamo Oy	12 539 000	103

Taulukko 4. Kalan, äyriäisten ja nilviäisten jalostuksen ja säilönnän (TOL 102) 20 suurinta yritystä.

TOL 102 - Kalan, äyriäisten ja nilviäisten jalostus ja säilöntä		
Yrityksen nimi	Liikevaihto, eur	Henkilöstö, lkm
Hätälä Oy	113 839 834	210
Heimon Kala Oy	50 508 000	38
Ab Salmonfarm Oy	30 852 000	55
Kalaset Oy	9 958 000	36
Selkämeren Jää Oy	8 617 000	8
Länsi-Rannikon Kala Oy	5 937 000	22
Lohikunta Oy	4 325 000	15
Suomen Sillikonttori Oy	3 657 000	
Erosen Kala Oy	3 539 000	11
Myrskylän Savu Oy	3 292 000	14
Napapiirin Kala Oy	2 024 000	14
Puruveden Savukala Oy	1 813 000	9
Pielisen Kalajaloste Oy	1 731 000	24
GERNEL OY	1 620 000	10
AHUK Oy	1 389 000	6
Kainuun Kalatuote Oy	1 233 000	5
Kolvaan Kala Oy	1 057 000	4
Oy Saariston Jäädättämö - Skärgårdens Fryseri Ab	1 038 000	
Ovaskala Oy	913 000	7
Nauvo Fish Oy	903 000	0

Taulukko 5. Hedelmien ja kasvien jalostuksen ja säilönnän (TOL 103) 20 suurinta yritystä.

TOL 103 - Hedelmien ja kasvien jalostus ja säilöntä		
Yrityksen nimi	Liikevaihto, eur	Henkilöstö, lkm
Orkla Confectionery & Snacks Finland Ab	120 215 000	360
Orkla Foods Finland Oy	96 344 000	77
Eckes-Granini Finland Oy Ab	81 856 000	133
Apetit Ruoka Oy	72 005 000	325
Fresh Sallad & Deli Oy Ab	53 241 000	295
Salico Oy	22 125 000	
Kimmon Vihannes Oy	22 063 000	45
Ålands Trädgårdshall Andelslag	15 841 000	25
Jeppo Potatis Ab - Jepuan Peruna Oy	15 325 000	61
Bama Fresh Cuts Oy	13 974 000	45
Kiantama Oy	13 231 989	38
Pohjolan Peruna Oy	12 215 000	52
Herkkumaa Oy	10 780 000	34
Sauvon Säilyke Oy	9 658 000	37
Öströmin Perunatuote Oy Ab	9 222 000	40
Polarica Marjahankinta Oy	8 097 000	7
Bonne Juomat Oy	7 473 000	
Frantsilan Luomuyrttitila Oy	4 714 000	14
Kotirannan Vihannesjaloste Oy	3 719 000	23
Oy Börje Norrgård Ab	3 136 000	

Taulukko 6. Kasvi- ja eläinöljyjen ja –rasvojen valmistuksen (TOL 104) 10 suurinta yritystä.

TOL 104 - Kasvi- ja eläinöljyjen ja -rasvojen valmistus		
Yrityksen nimi	Liikevaihto, eur	Henkilöstö, lkm
Nordic Soya Oy	48 443 000	34
Avena Kantvik Oy	7 986 000	38
Suomen Kasviöljykierrätys Oy	2 702 000	10
Alavuden Öljynpuristamo Oy	1 522 000	4
Raisio Oyj	1 491 974	32
Elix Oil Oy	1 171 000	8
Kankaisten Öljykasvit Oy	562 000	3
TKB-Invest Ab	80 000	
Palmix Oy	78 000	
Sata-Öljy Oy	21 000	

Taulukko 7. Maitotaloustuotteiden valmistuksen (TOL 105) 20 suurinta yritystä.

TOL 105 - Maitotaloustuotteiden valmistus		
Yrityksen nimi	Liikevaihto, eur	Henkilöstö, lkm
Valio Oy	1 496 946 000	3 251
Arla Oy	335 319 000	324
Juustoportti Food Oy	63 089 000	86
Hämeenlinnan Osuusmeijeri	61 925 000	82
Osuuskunta Maitokolmio	54 065 000	
Osuuskunta Maitomaa	52 946 000	84
Osuuskunta Satamaito	37 366 000	70
Kuusamon Juusto Oy	24 059 000	78
Riitan Herkku Oy	20 301 000	57
Ruhan Meijeri Oy	15 331 000	
Ålands Centralandelslag, ÅCA	14 210 000	57
Unilever Ingman Production Oy	7 647 000	61
Porlamin Meijeri Oy	6 510 000	16
Härmä Food Oy	5 820 000	46
Vaalan Juustola Oy	4 498 000	18
Lieksan Laatuherkut Oy	3 992 000	
Oy Intercheese Ltd	2 764 000	8
Arctic Milk Oy	2 441 000	16
Porlamin Osuusmeijeri	2 158 000	1
Östergårds Mjölks Ab	1 854 000	7

Taulukko 8. Mylly- ja tärkkelystuotteiden valmistuksen (TOL 106) 20 suurinta yritystä.

TOL 106 - Mylly- ja tärkkelystuotteiden valmistus		
Yrityksen nimi	Liikevaihto, eur	Henkilöstö, lkm
Ravintoraisio Oy	115 943 000	179
Fazer Finland Oy	88 214 000	314
Helsingin Mylly Oy	48 134 000	56
Myllyn Paras Oy	28 251 000	29
Kinnusen Mylly Oy	27 152 000	40
Finnamyl Oy	18 721 000	24
Lapuan Peruna Oy	10 000 000	9
Oy Polar Mills Ab	3 740 000	
Evijärven Peruna Oy	3 301 000	7
Siikajoen Mylly Oy	2 124 000	42
Virtasalmen Viljatuote Oy	1 780 000	11
Järvisseudun Peruna Oy	1 618 000	
Oy West Mills Ab Ltd	1 284 000	6
Keskisen Mylly Oy	958 000	5
Sysmän Luomuherkut Oy	728 000	3
Vääksyn Mylly Oy	613 000	6
Riihipuoti Oy	364 000	4
Vavesaaren Tila Oy	275 000	4
Kinnarin Tilatoimi Oy	267 000	3
Oy Kemiön Mylly - Kimito Kvarn Ab	199 000	2

Taulukko 9. Leipomotuotteiden, makaronien yms. valmistuksen (TOL 107) 20 suurinta yritystä.

TOL 107 - Leipomotuotteiden, makaronien yms. valmistus		
Yrityksen nimi	Liikevaihto, eur	Henkilöstö, lkm
Fazer Leipomot Oy	246 775 000	1 305
Vaasan Oy	129 044 000	567
Elonen Oy Leipomo	22 982 000	145
Leipomo Salonen Oy	20 446 000	139
Porokylän Leipomo Oy	18 407 000	130
Pulla-Pirtti Oy	16 265 089	105
Porin Leipä Oy	15 875 000	148
Leipomo Rosten Oy	14 457 000	110
Jokioisten Leipä Oy	13 562 000	87
Malviala Oy	13 318 000	
Linkosuon Leipomo Oy	12 458 000	80
Pielispakari Oy	11 073 000	75
Pekan Leipä Oy	9 985 000	97
Leipomo Primula Oy	9 710 000	39
Oy E. Boström Ab	6 185 248	24
Pieni Kirahvi Oy Ab	5 986 000	68
Vanajan Keksit Oy	5 348 000	
Kakkutukku Helsinki Oy	5 034 000	
Laitilan Leipä S. Heinonen Oy	4 759 000	
Pyymäen Leipomo Oy	4 591 000	55

Taulukko 10. Muiden elintarvikkeiden valmistuksen (TOL 108) 20 suurinta yritystä.

TOL 108 - Muiden elintarvikkeiden valmistus		
Yrityksen nimi	Liikevaihto, eur	Henkilöstö, lkm
Fazer Makeiset Oy	321 718 000	1 054
Oy Gustav Paulig Ab	273 401 000	310
Saarioinen Oy	241 532 000	1 051
Suomen Nestlé Oy	117 155 000	294
Suomen Sokeri Oy	100 567 292	169
Froneri Finland Oy	87 444 000	194
Meira Oy	83 830 000	181
Kaslink Foods Oy	56 097 000	153
Snellmanin Kookkikartano Oy	48 894 000	272
Bunge Finland Oy	41 458 000	83
Sucros Oy	35 201 000	84
Oy Lunden Ab Jalostaja	33 475 000	134
MP-Maustepalvelu Oy	31 727 000	80
Lihel Oy	27 100 000	23
Mauste-Sallinen Oy	26 066 000	52
Maustaja Oy	18 641 000	93
Hankintatukku Arno Latvus Oy	17 883 000	
Lagerblad Foods Oy	17 835 000	30
Puljonki Oy	17 770 000	
Marja Bothnia Berries Oy Ltd	15 789 000	11

Taulukko 11. Eläinten ruokien valmistuksen (TOL 109) 20 suurinta yritystä.

TOL 109 - Eläinten ruokien valmistus		
Yrityksen nimi	Liikevaihto, eur	Henkilöstö, lkm
A-Rehu Oy	130 825 000	52
Raisioaqua Oy	41 485 000	27
Honkajoki Oy	40 321 000	85
Satarehu Oy	35 149 000	
Oy Feedex Ab	32 425 000	38
Ab Nyko Oy	21 965 000	30
Torp Frys Ab	21 424 000	30
Agrox Oy	18 438 000	10
RehuX Oy	18 145 000	15
Kaustisen Turkisrehu Oy	15 010 000	
Vilomix Finland Oy	11 292 000	25
E-P:n Minkinrehu Oy	10 536 000	16
Kalajoen Jäähdyttämö Oy	10 336 000	14
Eläinruokatehdas Lemmikki Oy	7 603 000	34
Monäs Feed Oy Ab	7 597 000	12
Ab Terjärv Frys Oy	6 530 000	
Oskutuote Oy	6 170 000	9
Best-In Oy	4 848 000	14
Sata-Henkilöstö Oy	3 695 000	
Rahulan Rehu Oy	3 335 000	21

Liite 3. Haastattelut

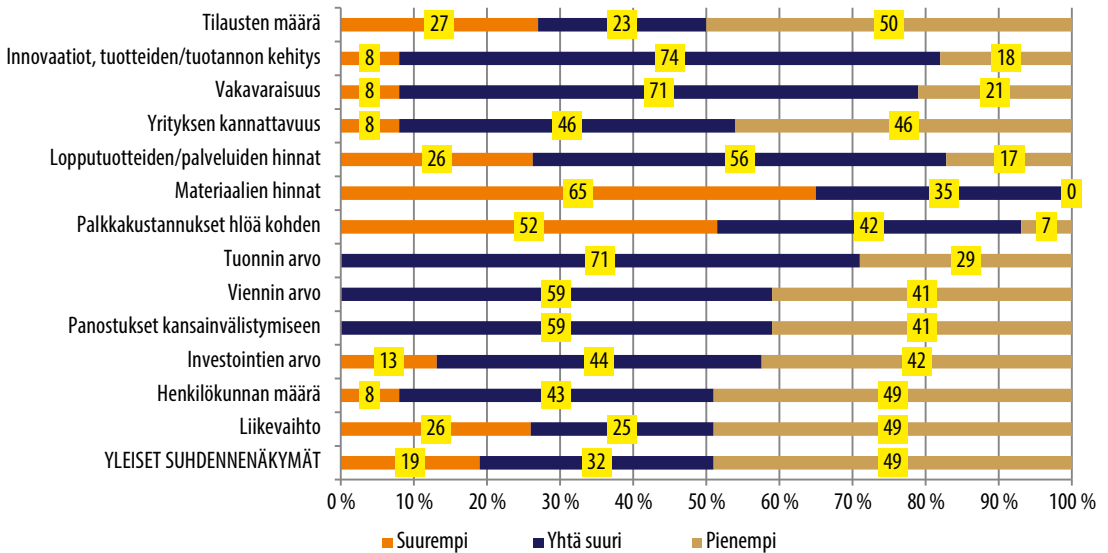
Haastattelun pohjana käytettiin pk-yritysbarometriä. Haastattelukysymykset olivat seuraavat:

1. Millaisia vaikutuksia koronapandemialla on ollut alanne kannalta kuvioissa esitettyihin asioihin, esim. myyntiin, kannattavuuteen, tuotantomääriin, vientiin, tuotekehitykseen, investointeihin ym.?
2. Miten liiketoiminta on muuttunut ja muuttumassa koronaepidemia takia?
3. Millaiset ovat toimialanne tulevaisuuden näkymät lyhyellä ja pitkällä tähtäyksellä?
4. Millaista tukea tai toimia alanne kaipaisi?

Mari Hannuksela, toimitusjohtaja, päätoimittaja, Lihakeskusliitto ry ja LKL-Kustannus Oy Lihalehti, haastattelu 22.10.2020

Kesällä pk-yritysbarometriin vastanneet liha-alan pk-yritykset näkivät eri osa-alueiden kehityksen muuta elintarvikealaa heikompana, ja saldoluvut olivat vahvasti negatiivisia. Liha-alan pk-yritykset uskoivat muiden elintarvikealan pk-yritysten lailla materiaalien hintojen (saldoluku 65), palkkakustannusten (saldoluku 55) sekä tuotteiden tai palveluiden kallistumiseen (saldoluku 9). Vastanneiden yritysten määrä on kuitenkin vähäinen. Lihakeskusliiton toimitusjohtaja Mari Hannukselan mukaan yritysten arviot tilanteesta vastasivat toimialan yritysten tilannetta kesällä.

Kuvio 1. Liha-alan pk-yritysten (TOL 103) näkemyksiä kesällä 2020, n = 14.



Lähde: Pk-yritysbarometri 2/2020 (Suomen Yrittäjät, Finnvera Oyj ja työ- ja elinkeinoministeri).

Pienten ja isojen lihayritysten kustannusrakenteet eroavat toisistaan. Työvoimakustannukset ovat pienissä liha-alan yrityksissä monia kilpailumaita suurempia, mikä vaikeuttaa kilpailutilannetta tuonnissa ja viennissä. Suomessa liha-alan pk-yrityksissä korkeahkot työvoimakustannukset ovat osin johtaneet yrityskokoon nähden isoihin automaatiota lisääviin investointeihin kustannustehokkuuden varmistamiseksi. Osaavan työvoiman saatavuus ja pysyvyys ovat toiminnan kannalta merkityksellisiä.

Lihakeskusliiton jäsenyritykset ovat myös kokeneet kotimaisen kohtuuhintaisen liharaaka-aineen saatavuudessa ongelmia, sillä teurastamotoiminta on keskittynyt isoille ruokataloille. Alan pienteurastamoissa teurastamoiden valvontamaksut koetaan suurena kustannuseränä.

Koronaepidemia on muuttanut kuluttajien ostokäyttäytymistä peruselintarvikkeita suosivaksi ja heikentää liha-alan yritysten kannattavuutta. Samanaikaisesti toimintakyvyn ylläpitämiseksi tehdyt koronariskin hallinta- ja sopeuttamistoimet ovat lisänneet toimintakustannuksia. Tämä aiheuttaa taloudellista ahdinkoa myös liha-alan yrityksissä ja lisää konkurssiriskiä.

Mari Hannukselan mukaan julkiset tukitoimet koronakriisin vaikutuksien lieventämiseksi ovat olleet tarpeellisia ja hyödyllisiä. Tukitoimet ovat auttaneet liha-alan yrityksiä selviämään toimintaympäristössä tapahtuneista ennakoimattomista muutoksista. Hannuksela arvioi, että tukien hakeminen ja saaminen mataloittavat alan erilaisten kehittämisrahoitusten hakua jatkossa.

Mari Hannuksela näkee lihateollisuuden kannalta suurimmat riskit koronaepidemian pitkittymisessä sekä afrikkalaisen sikaruton leviämisessä myös Suomeen.

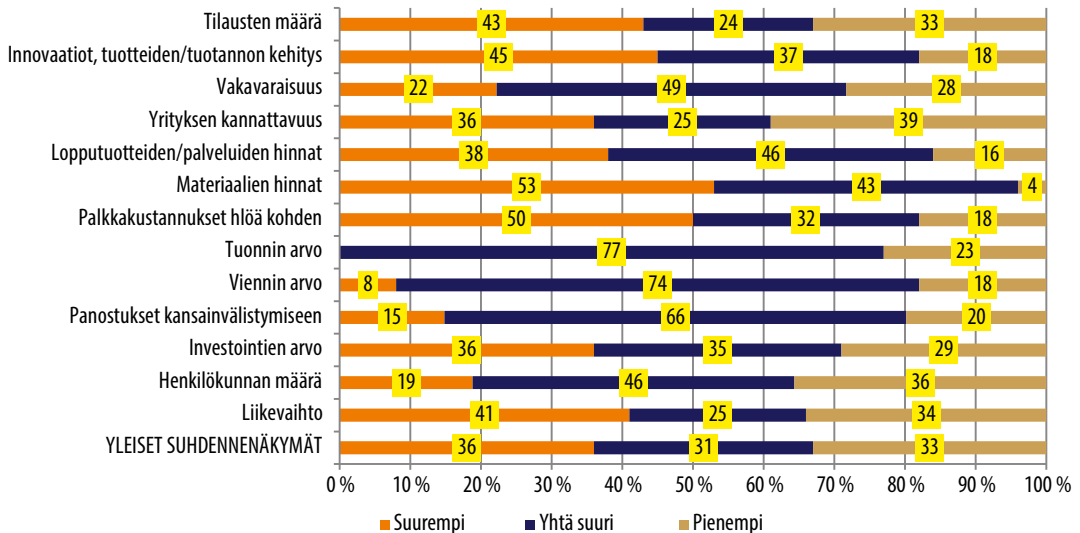
Mika Väyrynen, toimitusjohtaja, Suomen Leipuriliitto ry, haastattelu 23.10.2020

Koronakevään vaikutukset leipomoalan yrityksiin olivat suuret. Jäsenkyselyn tulosten mukaan Leipuriliiton jäsenyritysten myynti putosi huhtikuussa vuoden takaiseen verrattuna keskimäärin yli 53 % yrityksissä, joiden liikevaihto on alle 5 miljoonaa euroa. Suurimmissa yrityksissä liikevaihdon pudotus oli huhtikuussa keskimäärin 31 %. Lisäksi monilla kahvilatoimintaa harjoittavilla tai HoReCa-sektoriin keskittyneillä yrityksillä myynnin pudotus on ollut jopa 75–100 %. Jäsenkyselyn mukaan yli 80 % yrityksistä on lomauttanut henkilökuntaansa koronakeväänä. Leipomo- ja konditoria-alan yrityksissä 95 %:lla liikevaihto on alle viisi miljoonaa euroa vuodessa.

Korona-aallokko kohtelee monimuotoista leipomo- ja konditoria-alaa eri tavoin riippuen yritysten liiketoimintakonsepteista. Osalla yrityksiä on mennyt vähän paremmin. Kesällä tilanne vähän helpotti, kun ihmiset uskalsivat lähteä taas liikkeelle. Kriisi on vaikuttanut vähiten vähittäiskaupparektorilla toimiviin yrityksiin. Sen takia suuremmat leipomoyritykset ovat pärjänneet paikallisilla markkinoilla toimivia leipomo- ja konditoria-alan yrityksiä paremmin äkillisesti muuttuneessa tilanteessa.

Sadat paikalliset leipomot ja konditoriat ovat joutuneet haastavaan tilanteeseen koronaepidemian ja siitä seuranneiden rajoitusten ja suositusten takia. Tilanne näyttää yhä sekavalta. Pienissä yrityksissä tilanne on suuria yrityksiä vaikeampi, ja yritysten vakavaraisuus on koetuksella. Kesällä tehtyyn pk-yritysbarometriin vastasi 50 leipomoalan (TOL 107) pk-yritystä. Palkka- ja materiaalikustannusten nousu heikentää kannattavuutta. Väyrynen arvelee, ettei ala tule välttymään konkurseilta ja lopettamisilta. Konkurssi uutisia on alkanut jo kantautua yrityskentältä.

Kuvio 2. Leipomoalan pk-yritysten näkemyksiä kesällä 2020, n = 50.



Lähde: Pk-yritysbareometri 2/2020 (Suomen Yrittäjät, Finnvera Oyj ja työ- ja elinkeinoministeriö).

Työehtosopimusten joustavuus ja paikallinen sopiminen helpottaisivat yritysten tilannetta. Leipomoala ei toivo lisää viruksen pysäyttämiseksi tehtäviä yhteiskunnallisia rajoitustoimia. Julkiset tuet yrityksille kuitenkin helpottavat helpottivat arjessa selviytymistä.

Tuula Loikkanen, toimitusjohtaja, Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliitto ry, haastattelu 28.10.2020

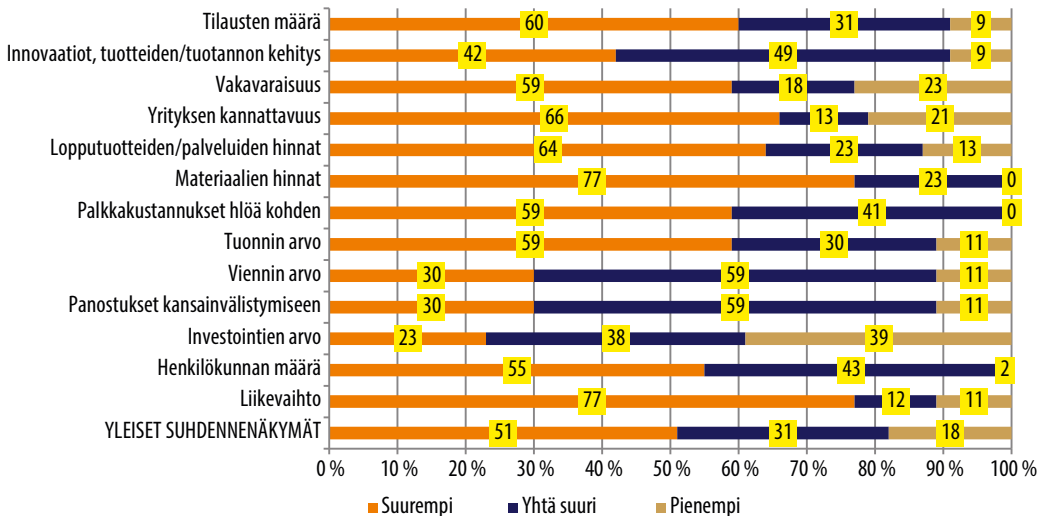
Loikkasen mukaan korona-epidemia ei ollut panimoalalla kovinkaan huono. Alkoholi-tuotteiden kokonaiskulutus anniskelupaikoissa on noin 14–15 %. Kuluttajat kohdensivat erilaisten rajoitusten takia ostoksensa vähittäiskauppaan ja Alkoon. Samanaikaisesti korona-epidemian ehkäisemiseksi tehdyt rajoitukset vähensivät merkittävästi matkustajatuontia. Matkustajatuonnin osuus on ollut viime vuosina noin 14 % kokonaiskulutuksesta. Toimialan kokonaisymyynti väheni keväällä arviolta noin 5–10 %. Osa pudotuksesta johtui erilaisten keväisten juhlien perumisesta tai siirtämisestä.

Loikkasen mielestä kesä-heinäkuussa tehdyn pk-yritysbaremetrin näkymät voivat hyvin vastata alan pk-yritysten tilannetta, vaikka vastanneiden pk-yritysten määrä olikin vähäinen. Hyvät kesäsää, lisääntynyt kotimaan matkailu ja lomailu tukivat alan myyntiä. Myös korona-epidemiassa oli kesällä suvantovaihe. Juomien valmistuksessa uskotaan

muiden elintarvikealan pk-yritysten lailla materiaalien, palkkakustannusten ja tuotteiden kallistumiseen. Investointeja lukuun ottamatta saldoluvut olivat positiiviset. Koronaepidemian lisätessä arjen haasteita eivät investoinnit ole ensimmäisenä mielessä.

Alan yritysten kannattavuudessa on hyvin suuria eroja. Juomasektorin vakavaraisuus ei ole kovin hyvä. Heikko vakavaraisuus lisää koronaepidemian pitkittyessä alan konkurssseja ja yrityskauppoja, sillä pienet yritykset pärjäävät taantumassa isoja heikommin.

Kuvio 3. Juomien valmistuksen (TOL 11) pk-yritysten näkemyksiä kesällä 2020, n = 14.



Lähde: Pk-yritysbarometri 2/2020 (Suomen Yrittäjät, Finnvera Oyj ja työ- ja elinkeinoministeriö).

Toimitusjohtaja Tuula Loikkasen mukaan kireän kilpailutilanteen lisäksi alan toimintaympäristö on vahvasti säädelty. Lisäksi hän toteaa, että vuoden 2018 alkoholilainsäädännön uudistuksen tuomat helpotukset eivät ole lisänneet alkoholin kokonaiskulutusta, vaikka vahvojen oluiden ja lonkeroiden myynti ruokakaupassa sallittiin. Alkoholilainsäädännön uudistus on myös mahdollistanut pienpanimotoiminnan kehitystä ja ulosmyyntiä suoraan panimolta. Suomalainen juomakulttuuri muuttuu ja näky alkoholittomien juomien voimakkaana kasvuna.

Lisäksi hän kommentoi, että vaikka suomalaiset juomayritykset ovat pärjänneet hienosti monissa kansainvälisissä kilpailuissa, yritysten resurssit ja uskallus jarruttavat kansainvälistä myynnillistä menestymistä.

Työ- ja elinkeinoministeriö

www.tem.fi

Maa- ja metsätalousministeriö

www.mmm.fi

Ympäristöministeriö

www.ym.fi

ELY-keskus

www.ely-keskus.fi

Business Finland

www.businessfinland.fi



Työ- ja elinkeinoministeriö
Arbets- och näringsministeriet