

Elintarviketeollisuuden toimintaympäristö on yhä vaativa

Suomen elintarvikesektorin markkinatilanne jatkuu vaikeana ja vaikuttaa alan liiketoiminnan kannattavuuteen. Siitä huolimatta elintarvikeyritykset hakevat kannattavaa kasvua. Kasvu kotimaassa on rajallista ja sen vuoksi vienti kiinnostaa alan teollisuutta yhtenä kasvumahdollisuutena. Tuotannon tehokkuutta ja uusiutumista on haettu tuotekehityksestä ja tuotantoinvestoinneista.

Tiukka taloustilanne näkyy kuluttajakysynnän heikentymisenä, ja ostoskoreihin päättyy entistä enemmän huokeita elintarvikkeita. Päivittäistavarakauppa on aktiivisesti viestinyt ruokaalennuksistaan ja nostanut markkinoinnissaan esille kotimaisia elintarvikkeita. Myös Private label -tuotteiden tarjonta on lisääntynyt, ja niiden markkinaosuuden kasvun voidaan ennakoida jatkuvan. Esimerkiksi perusmaidossa kaupan omien merkkien osuuden arvioidaan olevan lähes puolet myynnistä. Kotimaisuuden, lähellä tuotetun, jäljitettävyyden ja lisäaineettomuuden arvostuksen nousu luo elintarvikeyrityksille mahdollisuuksia erottautua tuontituotteista sekä päivittäistavarakaupan omista merkeistä.

Suuntana kannattava kasvu

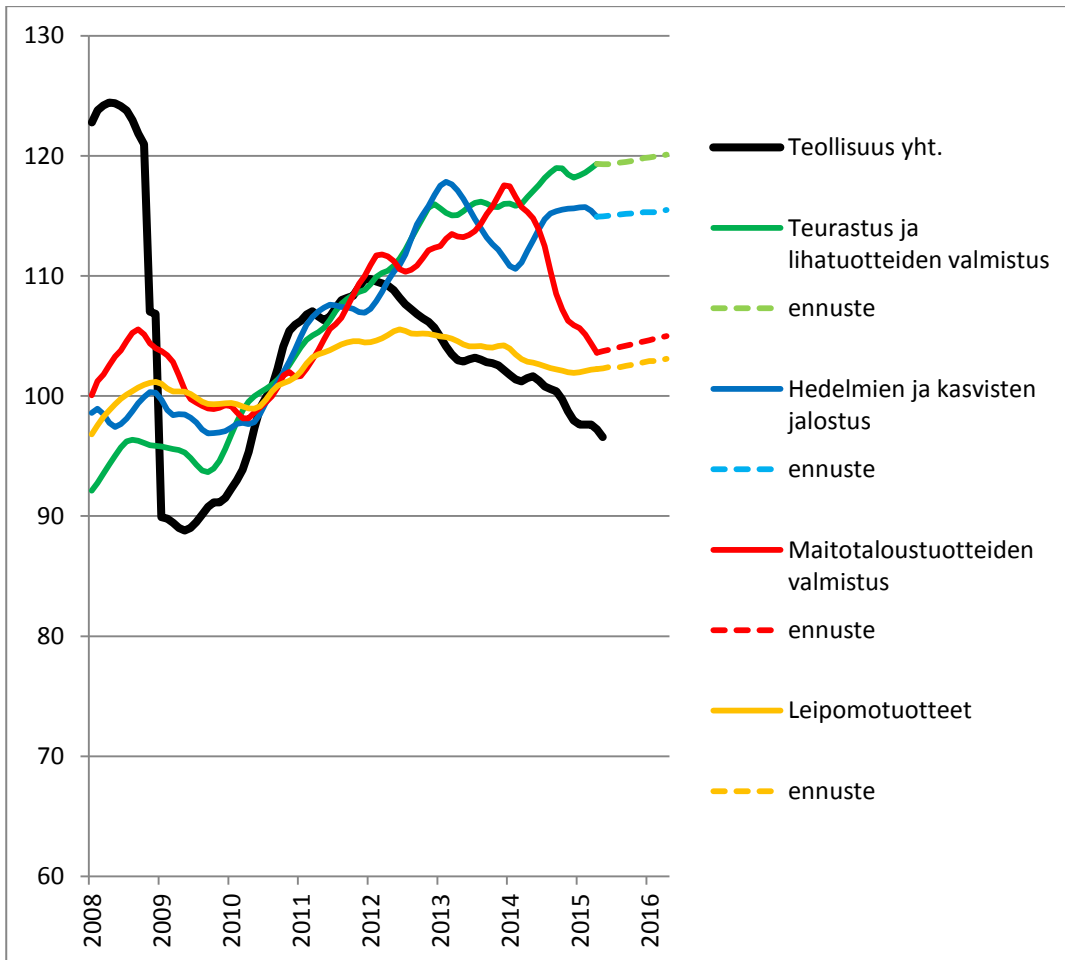
Toimintaympäristö ja kuluttajakäyttäytyminen muuttuvat, ja ne ohjaavat yritysten liiketoimintaa ja kehitystyötä. Kuluttajat arvostavat kotimaisia elintarvikkeita, mutta eivät hinnalla millä hyvänsä. Valikoimaneuvotteluissa päivittäistavarakaupat ovat esittäneet elintarviketeollisuudelle hinnanalennusvaateita. Vaikeassa markkinatilanteessa elintarvikeyritykset ovat hakeneet toimintojen tehostamista tuotantorakenteiden uudelleenjärjestelyillä sekä investoimalla koneisiin ja laitteisiin. Kasvua haetaan muun teollisuuden tavoin ABCDE:stä, eli automaatiosta, biotaloudesta, cleantechistä, digitaalisuudesta ja energiatehokkuudesta. Yritykset panostavat kasvaviin tuotesegmentteihin ja jalostusarvon nostamiseen sekä tuotteidensa brändityöhön. Digitaalisuuden hyödyntäminen on lisännyt kuluttajaymmärrystä, mutta samalla vahvistanut kuluttajien valtaa ruokaketjussa. Liiketuloksen ja kilpailukyvyn parannusta on haettu elintarviketeollisuudessa pitkän aikavälin kustannustehokkuuteen tähtäivillä kannattavuusohjelmilla.

Elintarviketeollisuus on ollut monien ongelmien edessä

Elintarviketeollisuuden liikevaihto on vähentynyt. Päivittäistavarakaupan ja ravintola-alan haastava markkinatilanne on heijastunut elintarvikkeiden myyntiin ja kannattavuuteen. Kuluttajien ostovoima on heikentynyt. Monissa elintarvikeryhmissä myynti onkin painottunut matalamman jalostusasteen tuotteisiin. Myös erilaiset, kuluttajia koukuttavat hintatarjoukset, esimerkiksi juustoissa, ovat heikentäneet liikevaihdon kehitystä. Elintarvikkeiden kuluttajahinnat ovat olleet laskussa monissa elintarvikeryhmissä, mutta ensi vuonna ruuan hintojen odotetaan kääntyvän nousuun.

Sekä kotimaan myynnin että viennin supistumisen vuoksi elintarviketeollisuuden tuotannon supistuminen on jatkunut kesän aikana. Kylmä alkukesä heijastuu voimakkaasti esimerkiksi juomia valmistaviin yrityksiin. Venäjän asettamien tuontipakotteiden vuoksi elintarvikevienti romahti viime syksynä, ja se näkyy erityisesti meijeriteollisuudessa. Elintarvikevienti Euroopan unionin alueelle sekä muihin maihin on kasvamassa, ja sitä vauhdittaa Food from Finland -vientiohjelma. Elintarviketuotannosta noin 15 prosenttia menee vientiin. Kotimainen kysyntä on siten elintarviketeollisuuden kivijalka.

Kuva1: Elintarviketeollisuuden liikevaihtoja vuosina 2008 – huhtikuu 2015 ja ennustetta tulevalle vuodelle
Lähde: Toimiala Online/Tilastokeskus, indeksi 2010 =100

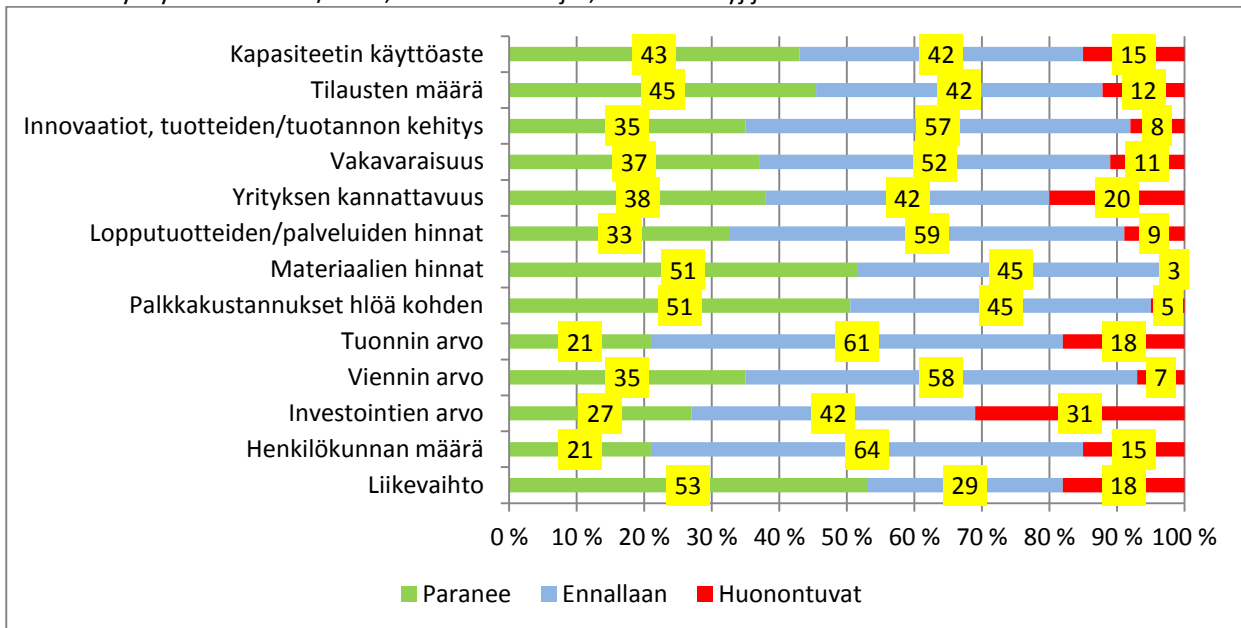


Kasvuhakuinen elintarviketeollisuus

Elintarviketeollisuus tähtää kasvuun niin liikevaihdon, työllistämisen, viennin, kannattavuuden, vaka-
varaisuuden, tilausten määrän kuin myös kapasiteetin käyttöasteenkin suhteen. Nämä tiedot ilmene-
vät syksyn 2015 pk-yritysbarometrin kyselyssä. Siihen osallistui 188 elintarvikeyritystä. Elintarvi-
kealan pk-yritykset arvioivat suhdannenäkymät muuta teollisuutta ja palvelualoja myönteisemmäksi.
Toimialan saldoluku on myös noussut syksystä 2014 (11 > 20). Elintarviketeollisuuden odotukset eri
osa-alueiden kehityksessä tulevan vuoden aikana ovat pääosin positiivisemmat kuin muussa teolli-
suudessa tai palvelualoilla. Alalla arvioidaan myös materiaalien hintojen ja palkkakustannusten kal-
listuvan.

Elintarviketeollisuudessa on voimakkaasti kasvuhakuisia yrityksiä enemmän muussa teollisuudessa
tai palvelualan pk-yrityksissä. Voimakkaasti kasvuhakuisiksi ilmoittautui 20 prosenttia elintarvikeyri-
tyksistä ja mahdollisuuksien mukaan kasvua hakee 34 prosenttia yrityksistä. Toiminnan loppumista
ennakoi kaksi prosenttia vastanneista ja 11 prosenttia esitti, ettei yrityksellä ole kasvutavoitteita.

Kuva 2: Pk-elintarvikeyritysten (n= 188) odotukset eri osa-alueiden kehityksestä tulevan vuoden aikana, %
Lähde: Pk-yritysbarometri 2/2015, Suomen Yrittäjät, Finnvera Oyj ja TEM



Merkittävä investoija ja toimintoja uudistava

Elintarviketeollisuus ennakoii investointien määrän hieman supistuvan tulevana vuonna, mutta alan investoinnit ovatkin olleet kasvussa vuodesta 2011 alkaen. Elintarviketeollisuuden kiinteät investoinnit vuonna 2013 olivat 416 miljoonaa, ja tälle vuodelle suunniteltujen investointien arvo nousee lähes 560 miljoonaan euroon. Kesäkuisen EK-investointitiedustelun mukaan investoinnit olivat lähes 500 miljoonaa elintarviketeollisuudessa vuonna 2014. Syyskuussa julkaistun pk-yritysbarometrin mukaan pk-elintarvikeyrityksissä on lanseerattu uusia tuotteita tai palveluita sekä laajennuttu uusille markkinoille yleisemmin kuin koko maan ja vertailutoimialojen yrityksissä.

Elintarvikeyritykset näkevät eniten kehittämistarvetta markkinoinnissa ja myynnissä. Toiseksi eniten kehittämistarpeita toimialalla on tuotantoon ja materiaalitoimintoihin, tietotekniikkaan, tuotekehitykseen ja laatuun liittyvissä osa-alueissa. Myös viennissä ja kansainvälistymisessä koetaan olevan kehittämispotentiaalia.

Ruokitaan ruokaketjua

Hallituksen Ratkaisujen Suomi -ohjelmassa nostetaan biotalous yhdeksi kasvun veturiksi. Kärkihankkeen tavoitteena on parantaa suomalaisen ruuantuotannon kannattavuutta ja saada kauppatase nousuun. Suomen elintarvikkeiden ulkomaankauppa on ollut alijäämäistä, ja sen suuruus on kasvanut vuosittain jo kymmenen vuoden ajan. Voimistunut hedelmien ja kasvien tuonti on ruokkinut kauppataseen alijäämää, vaikka kotimaisten kasvien ja marjojen sekä muiden luonnontuotteiden tarjonta on samanaikaisesti monipuolistunut. Kärkihankkeista myös byrokratian purkutalkoot liittyvät ruokasektoriin, sillä elintarviketeollisuuteen kohdistuu runsaasti monenlaista työtä ja kustannuksia aiheuttavaa sääntelyä. Syksyn 2015 pk-yritysbarometrissä pk-elintarvikeyritykset esittivätkin yritystoiminnan sääntelyn olevan suurin kehittämisen este. Ruuantuotannon kannattavuuden kehittämisessä on huomioitava koko ruokaketjun kannattavuus ja kilpailukyky. Myös lähiruoka- ja luomuhelmien toteutus on sisällytetty hallitusohjelmaan.

Lisätiedot:

toimialapäällikkö Leena Hyrylä, Kaakkois-Suomen ELY-keskus, puh. 040 574 6220
kehittämispäällikkö Esa Tikkanen, työ- ja elinkeinoministeriö, puh. 050 040 5459