

Kevään 2016 toimialojen näkymät

Elintarvikeala

2.6.2016

Elintarvikemarkkinoilla kilpailu jatkuu kireänä

Talusahdinko on nakertanut kuluttajien ostovoimaa ja elintarviketeollisuuden liikevaihto on ollut laskussa. Elintarvikeyritykset hakevat kannattavuutta uudistumisesta, tuoteuutuuksista ja tuotannon tehostamisesta. Elintarviketeollisuudessa työllisyys on säilynyt ja alan työpaikat ovat jopa lisääntyneet.

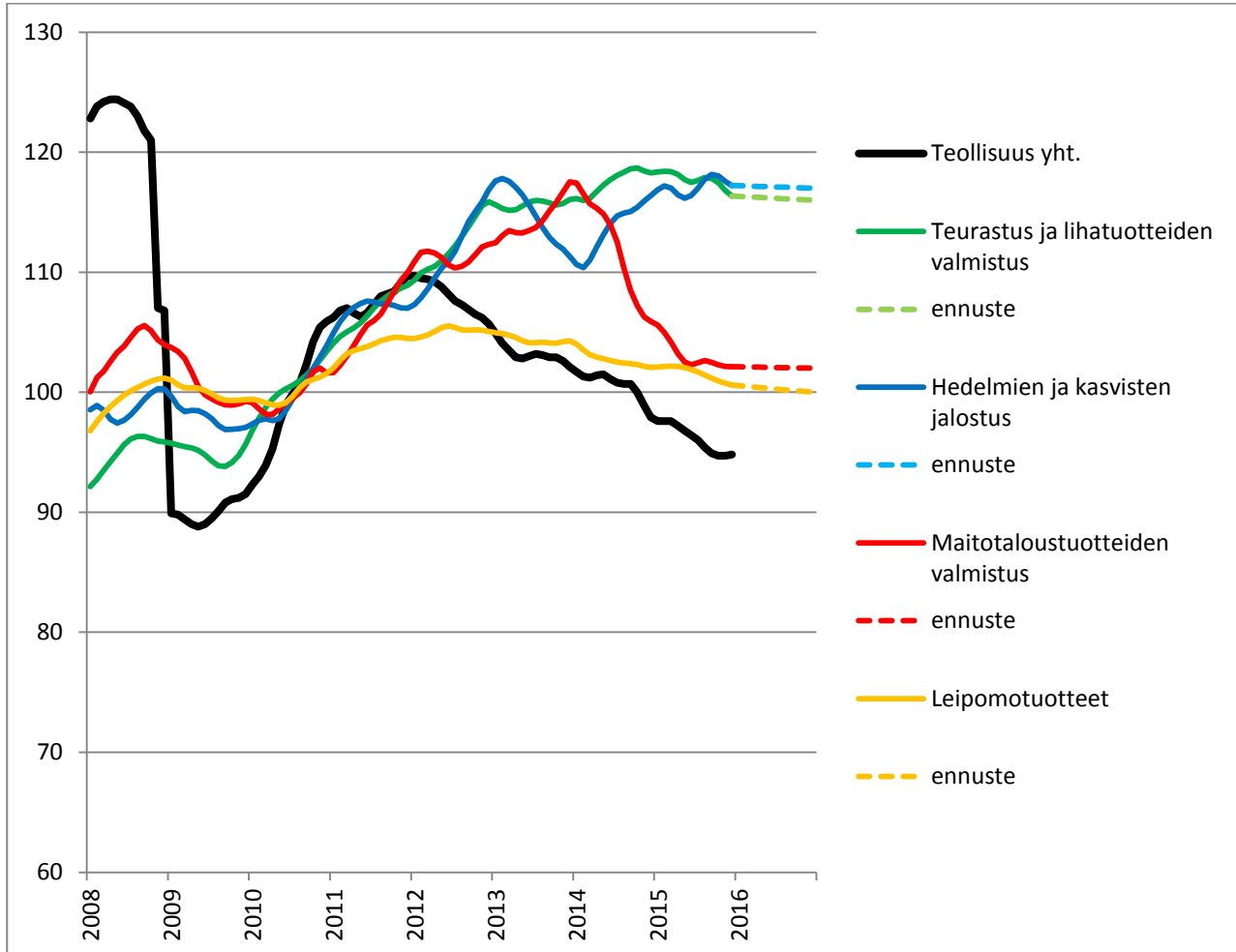
Elintarviketeollisuuden liiketoimintaympäristö on haastava. Kilpailutilanne elintarvikealalla sekä kotimaassa että kansainvälisesti on kireää. Kotimarkkinoilla hintakilpailu on jatkunut, ja päivittäistavarakauppa on aktiivisesti viestinyt ruoka-alennuksistaan. Pitkittynyt huono taloustilanne on syönyt kuluttajien ostovoimaa. Ruuan hinnan laskun arvioidaan pysähtyvän vasta ensi vuonna. Kaupan lisääntynyt hintakilpailu on painanut päivittäistavarakaupan myynnin arvon viime vuonna edellisvuotta alemmalle tasolle. Vastaava ilmiö tapahtui Suomen liittyessä EU:n jäseneksi.

Kaupan omien tuotteiden osuus mynnistä on lisääntynyt, ja esimerkiksi tuoreliha- ja maitotuotteissa kaupan omat merkit ovat vallanneet hyllytilaa. Kaupan merkkien markkinaosuuden kasvun ennakoidaan jatkuvan. Kansainvälinen kilpailu voimistuu välillisesti myös tätä kautta. Suomen päivittäistavarakauppa on keskittynyttä. Alan keskittyneisyyttä lisää Keskon Suomen Lähikaupan ostaminen. Tämä osaltaan saattaa kiristää kilpailutilannetta ja vahvistaa kaupan roolia suhteessa elintarviketeollisuuteen.

Monikanavaisuus on lisääntynyt elintarvikekaupassa. Se ilmenee erilaisina verkkokauppoina, REKO-renkaina, lähiruokamyymälöinä, ruokapiireinä ja ruokakassitoimituksina. Samalla se kertoo kuluttajien kiinnostuksesta lähellä tuotettua ja kotimaista ruokaa kohtaan. Verkkokaupan merkitys ruokakaupassa on vielä vähäinen, mutta se on kasvussa. Varsinkin erikoistuotteille verkkokauppa on mahdollisuus sekä väylä kotimaan ohella myös kansainvälisille markkinoille.

Elintarviketeollisuuden tuotanto on laskenut vuodesta 2013 lähtien. Myös elintarviketeollisuuden liikevaihto on supistunut. Sen taustalla on kuluttajien ostovoiman vähentyminen, Venäjän asettama elintarvikkeiden tuontikielto, ylituotanto Euroopan markkinoilla ja edellisistä asioista osittain johtuva ruuan hinnan lasku.

Kuva 1. Liikevaihdon indeksikehitystä elintarviketeollisuudessa vuosina 2008–2015 ja lähiajan ennustetta



Lähde: Toimiala Online/Tilastokeskus 2015, indeksi 2010=100

Haasteista huolimatta elintarvikeyritykset hakevat kasvua. Kasvu kotimaassa on rajallista, ja sen vuoksi vienti kiinnostaa alan toimijoita yhtenä kasvuväylänä. Kotimarkkina on kuitenkin suomalaisen ruuan tärkein kysynnän lähde. Kotimaisuuden, lähellä tuotetun ja jäljitettävyyden arvostuksen nousu luo elintarvikeyrityksille mahdollisuuksia erottautua tuontituotteista sekä kaupan omista merkeistä, makua unohtamatta.

Tuottavuus- ja tuotekehityksellä kohti kannattavaa kasvua

Toimintaympäristön ja kuluttajakäyttäytymisen muutokset ohjaavat yritysten liiketoimintaa ja kehitystyötä. Tuotekehityksen ajureina toimivat aiempaa enemmän erilaiset globaalit ja kansalliset trendit sekä muut yrityksen ulkopuoleiset sidosryhmät. Liiketoiminta muuttuu yhä asiakaskeisemmäksi ja kuluttajakäyttäytyminen sirpaloituu entisestään. Menestyminen edellyttää kuitenkin vahvaa osaamista, oivaltamista ja organisaation yhteistyötä. Ketterät yritykset pärjäävät toimintaympäristön nopeassa muutoksessa.

Elintarvikeyritykset ovat hakeneet kasvua ja kannattavuutta tuotannon tehostamisesta, tuotantorakenteiden järjestelyistä, investoinneista, prosessien hallinnasta ja uudistetuista tuotestrategioista. Osa yrityksistä on onnistunut kasvattamaan myyntiä panostamalla tuotekehitykseen ja markkinointiin. Lisäksi kustannuksia on karsittu ja resurssitehokkuutta on parannettu. Kiertotalo-

us tarjoaakin uusia näkökulmia elintarvikealalle. Biotalous nähdään yhtenä elintarvikealan kasvun mahdollistajista.

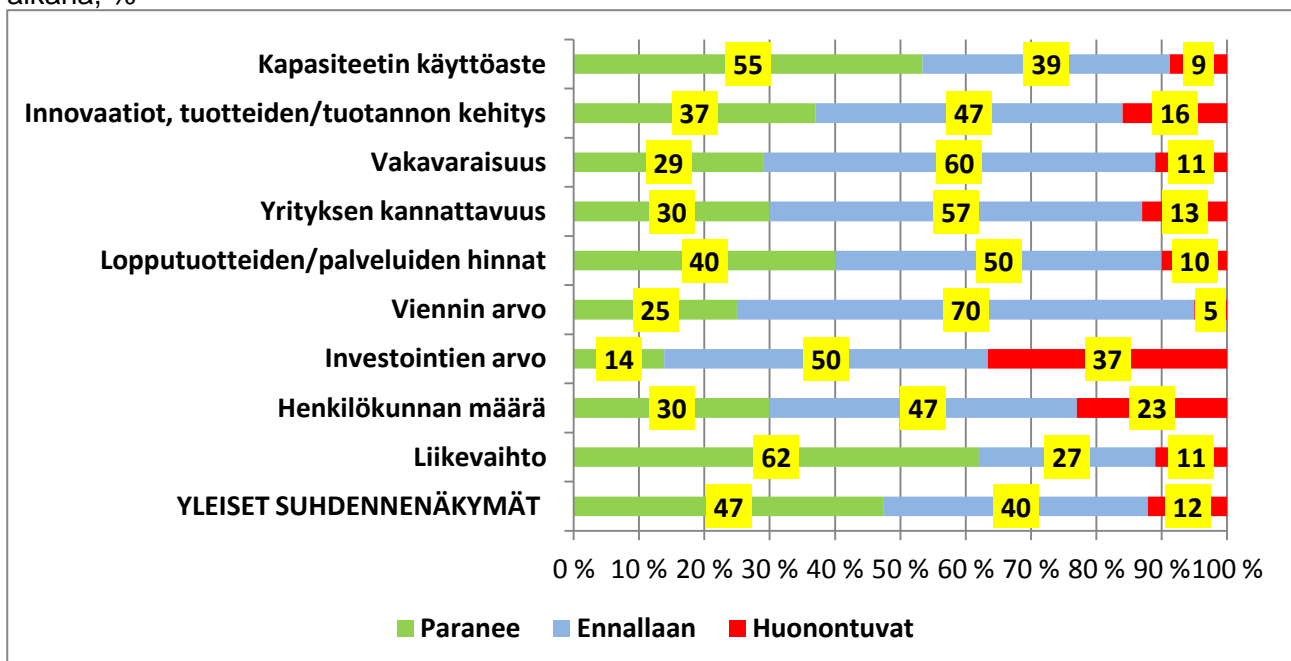
Biotalous ohella digitaalisuutta pidetään kasvun ajurina. Digitaalisuuden mahdollisuuksia hyödynnetään markkinoinnin ohella kuluttajatiedon hyödyntämisessä. Digitaalisuus on kuitenkin vielä vajaasti valjastettu alan mikroyrityksissä hyötykäyttöön. Lisäksi yritysten välistä yhteistyötä, alihankintaa ja sopimusvalmistusta tulisi lisätä toimialalla, toimialojen välillä sekä tutkimuksen kanssa.

Kasvunälkäinen elintarviketeollisuus

Elintarviketeollisuus on kasvuhakuinen. Kevään pk-yritysbarometrin mukaan voimakkaasti kasvuhakuiseksi ilmoittautui 19 prosenttia elintarvikeyrityksistä ja mahdollisuuksien mukaan kasvua haki 38 prosenttia yrityksistä. Vastanneista elintarvikeyrityksistä 6 prosenttia esitti, ettei yrityksellä ole kasvutavoitteita. Barometrikyselyyn osallistui kuitenkin vain 40 elintarvikeyritystä. Kyselyssä alan suhdanteissa nähtiin myönteistä kehitystä ja saldoluku oli 35. Elintarviketeollisuuden odotukset eri osa-alueiden muutoksesta tulevan vuoden aikana ovat varovaisen positii-visia, kuten kuvasta 2 ilmenee. Uudistumista on haettu tuotekehityksestä, teknologiasta ja henkilöstöön panostamisesta.

Kyselyn mukaan henkilökunnan määrän uskotaan säilyvän. Elintarviketeollisuudessa työpaikat ovat jopa lisääntyneet viime vuosina. Lisäksi ala on merkittävä sesonkityön tarjoaja, ja tänäkin kesänä työtä on tarjolla noin 6000 nuorelle.

Kuva 2. Pk-elintarvikeyritysten (n=40) odotuksia eri osa-alueiden kehityksestä tulevan vuoden aikana, %



Lähde pk-yritysbarometri 1/2016, Suomen yrittäjät, Finnvera Oyj ja TEM

Elintarviketeollisuus modernisoi tuotantolaitoksia

Tuotannon tehokkuutta ja uusiutumista haetaan investoinneista. Uudet teknologiat luovat uusia ominaisuuksia, parantavat tuottavuutta ja kilpailukykyä. Elintarviketeollisuuden investoinnit ovat olleet viime vuosina merkittäviä. Viime vuonna alan investoinnit hieman supistuivat, mutta alan investoinnit ovatkin olleet kasvussa vuodesta 2010 alkaen. EK:n julkaiseman investointitiedustelun mukaan tänä vuonna elintarviketeollisuuden investointien ennakoidaan kasvavan yli 15 prosentilla 554 miljoonaan euroon.

Teknologinen kehitys ja sen tuottamat innovaatiot ovat keskeisiä toimialaan vaikuttavia voimia. Se näkyy automaation lisääntymisenä, koneälynä sekä uusina energiatehokkuutta ja resurssi- viisautta parantavina toimina. Kustannustehokkuus on osa alan kilpailukykyyn varmistamista. Elintarvikeyritykset panostavat myös tuotepakkauksiin. Esimerkiksi tuoteinnovaatiot leikkele- tai juustopakkausissa mahdollistavat vaivatonta tarjolle panoa. Pakkausmerkinnät tarjoavat yhä kattavammin tietoa tuotteiden ravitsemussisällöstä. Myös muut vastuullisuus- ja kestävyysnäkökohdat huomioidaan tuotteiden kehittämisessä ja koko ruokaketjussa.

Vienti kasvureittinä, evästyksiä tarjoaa Food from Finland -vientiohjelma

Suomen elintarvikkeiden ulkomaankauppa on ollut vuosia alijäämäistä. Vuonna 2014 voimaan tulleet Venäjän tuontikiellot ovat aiheuttaneet suomalaiselle ruokatuotannolle suuria paineita. Se on vaikuttanut elintarviketeollisuuden lisäksi voimakkaasti maamme alkutuotantoon. Venäjän tuontikieltojen takia elintarvikkeiden vienti laski viime vuonna.

Toisaalta pakotteet ovat vauhdittaneet elintarvikeyritysten vientikiinnostusta muihin maihin. Uusia markkina-alueita on haettu aktiivisesti ja evästyksiä tarjoaa Food from Finland -vientiohjelma. Sen tavoitteena on kaksinkertaistaa maamme elintarvikevienti. Elintarviketeollisuus on merkittävä viejä. Suomesta viedään ulkomaille erityisesti alkoholia, meijerituotteita ja viljaa. EU-maiden merkitys elintarviketeollisuuden viennissä on vahvistunut. Suomalaisia ruokia ja juomia viedään nyt eniten naapurimaahamme Ruotsiin.

Elintarvikeyritysten pitäisi rohkeammin kansainvälistyä, sillä erikoistuotteiden kysyntä kasvaa maailmalla. Suomi ei saisi jäädä arktiseksi raaka-aineaitaksi vaan tuotteet pitäisi viedä mahdollisimman pitkälle jalostettuina ja lokalisoituna aina pakkausta myöten. Myös ruokaturvallisuusosaamisessa sekä korkeamman lisäarvon teollisuus- ja raaka-ainemyynnissä on vientimahdollisuuksia. Onnistuessaan viennin kasvulla on monia kerrannaisvaikutuksia kotomaamme talouteen.

Sinivalkoista ruokaa

Elintarviketeollisuus on Suomen suurin kulutustavaroiden valmistaja ja neljänneksi suurin teollisuudenala. Suomalaisessa elintarviketeollisuudessa on ruokatuotannon ja huoltovarmuuden lisäksi kyse maaseutumme elinvoimaisuudesta, yrittäjyydestä, työllisyydestä, yhteiskuntamme hyvinvoinnista, eri-ikäisten ihmisten ravitsemuksesta, ruokakulttuurista ja makunautinnoista.

Suomalaisella elintarviketeollisuudella on hyvät mahdollisuudet menestyä nyt ja tulevaisuudessa. Kotimaisuuden arvostus ruuassa on ollut nousussa jo useamman vuoden ajan. Suosimalla suomalaisia ruokia ja juomia luodaan työpaikkoja ja hyvinvointia maahamme.

Lisätietoja:

toimialapäällikkö Leena Hyrylä, Kaakkois-Suomen ELY-keskus, puh. 029 502 9047, leena.hyryla@ely-keskus.fi

kehittämispäällikkö Esa Tikkanen, TEM, puh. 050 040 5459, esa.tikkanen@tem.fi