

Integroituvien markkinoiden vaikutus Suomen elintarvikeketjulle

Kyösti Arovuori¹⁾, Hanna Karikallio²⁾ ja Perttu Pyykkönen³⁾

1) Pellervon taloustutkimus PTT, Eerikinkatu 28 A, 00180 Helsinki, kyosti.arovuori@ptt.fi

2) Pellervon taloustutkimus PTT, Eerikinkatu 28 A, 00180 Helsinki, hanna.karikallio@ptt.fi

3) Pellervon taloustutkimus PTT, Eerikinkatu 28 A, 00180 Helsinki, perttu.pyykkonen@ptt.fi

Tiivistelmä: Muualla maailmassa tapahtuvat vaikutukset tuntuvat entistä voimakkaampina myös Suomen markkinoilla. Markkinoiden integraatio on tullut jäädäkseen, ja sen voi odottaa myös syvenevän. Maatalousmarkkinoilla tämä näkyy käytännössä siten, että maailmanmarkkinoilla tapahtuvat hintamuutokset näkyvät suoraan myös kotimaisissa tuottajahinnoissa. Markkinoiden integraatio ja sitä kautta maailmanmarkkinoilta Suomeen välittyvät vaikutukset vaihtelevat kuitenkin eri raaka-aineilla ja eri tuotteilla hyvinkin paljon. Tarkastelun kohteena ovat markkinoiden integraation vaikutukset Suomen maito-, liha- ja vilja-aloilla. Elintarvikkeiden hinnanmuodostus on maataloustuotteita monimutkaisempaa. Merkittäviä hinnan muodostusta ohjaavia tekijöitä ovat kotimarkkinoiden kilpailu sekä kulutustottumukset. Maailmanmarkkinat heiluttavat kuitenkin esimerkiksi teollisuuden ja kaupan voimasuhteita. Artikkelissa arvioidaan suomalaisten ruuan kulutusmenojen jakautumista elintarvikeketjun osapuolille 2000-luvulla. Tulosten mukaan maatalouden ja elintarviketeollisuuden merkitys ruokaketjussa pienentynyt, kun taas kaupan asema on vahvistunut. Kotimaisten maataloustuotteiden ja elintarvikkeiden markkinat ovat pitkälle kansainvälistyneet ja integroituneet, mutta vähittäiskaupan markkinat ovat pysyneet selvästi enemmän alueellisesti rajoittuneina.

Asiasanat: Elintarvikkeiden hinnanmuodostus, elintarvikeketju, tuottajahinnat, kuluttajahinnat

Maailman maatalousmarkkinoiden muutokset näkyvät entistä selvemmin Suomessa

Maatalousmarkkinoiden integroituminen tarkoittaa sitä, että muualla maailmassa tapahtuvat vaikutukset tuntuvat entistä voimakkaampina myös Suomen markkinoilla. Maatalousmarkkinoiden osalta tämä näkyy käytännössä siten, että maailmanmarkkinoilla tapahtuvat hintamuutokset näkyvät suoraan myös kotimaisissa tuottajahinnoissa.

Maataloustuotteiden hintavaihtelut ovat yleensä tuotantolähtöisiä. Esimerkiksi huonojen sääolojen seurauksena tuotannon alentuminen johtaa hintojen nousuun. Vastaavasti hyvänä satovuonna kasvanut tarjonta alentaa hintoja. Näistä molemmista saatiin konkreettinen esimerkki satovuosien 2007/08 ja 2008/09 aikana.

Pitkällä aikavälillä hintakehitykseen vaikuttavien tekijöiden joukko on huomattavasti laajempi. Tuotannon kautta tulevat vaikutukset kiteytyvät lähinnä teknologisen kehityksen mahdollistamaan tuottavuuden kasvuun. Kysyntään vaikuttavat tekijät voidaan jakaa demografisiin ja taloudellisiin tekijöihin sekä kuluttajien makumieltymyksiin. Viime vuosina merkittävimmät kysyntään vaikuttaneet tekijät ovat olleet väestön kasvu, voimakkaan taloudellisen kasvun seurauksena toteutunut tulojen kasvu sekä kulutustottumusten muutokset erityisesti kehittyvissä Aasian talouksissa.

Elintarvikkeiden hinnanmuodostus maataloustuotteita monimutkaisempaa

Maatalousmarkkinoiden integraatio ei tarkoita suoraan samaa asiaa kuin elintarvikemarkkinoiden integraatio. Elintarvikkeiden hinnanmuodostus ja siihen vaikuttavat tekijät ovat hyvin erilaisia eri maissa ja eri alueilla. Merkittävimpiä hinnan muodostusta ohjaavia tekijöitä ovat kotimarkkinoiden kilpailu sekä kulutustottumukset.

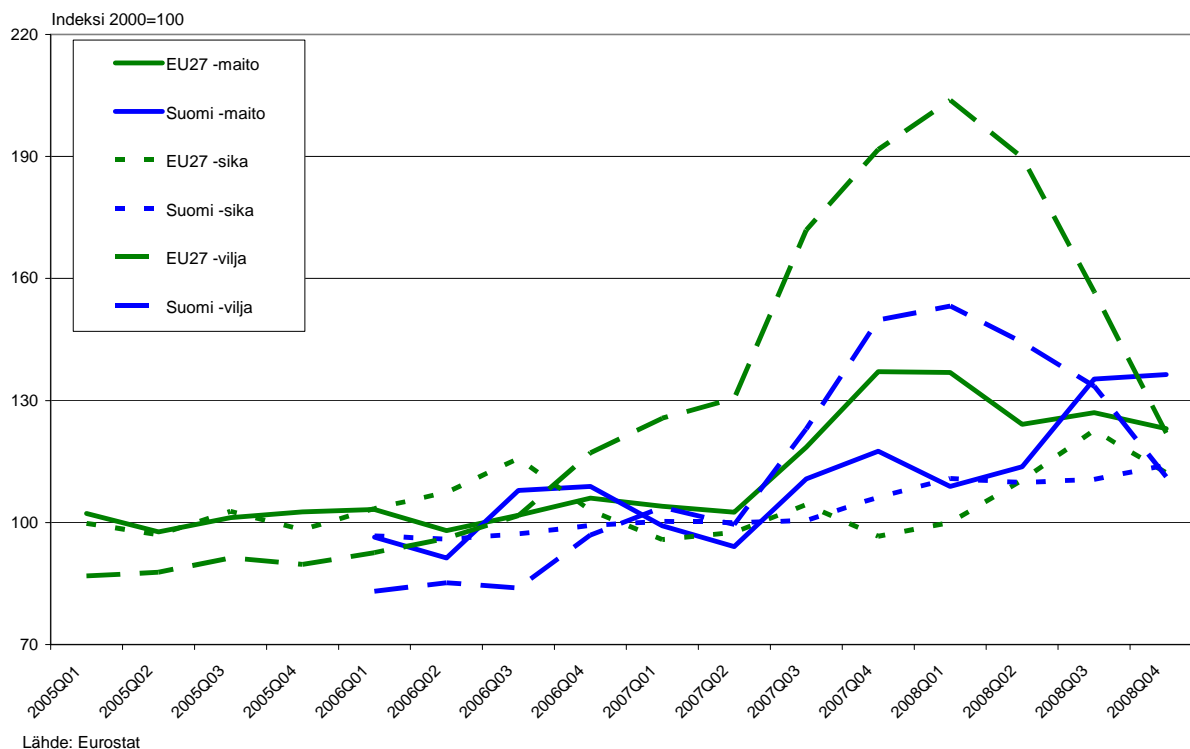
Markkinoiden integraatio ja sitä kautta maailmanmarkkinoilta Suomeen välittyvät vaikutukset vaihtelevat eri tuotteilla ja eri raaka-aineilla hyvinkin paljon. Myös samaan tuoteryhmään kuuluvien tuotteiden välillä on eroja.

Hintakehityksen eroja voidaan selittää ainakin kuluttajatuotteiden jalostusasteella, kotimarkkinoiden kilpailutilanteella, tuotteiden välisellä korvattavuudella, kotimaisella kulutusrakenteella sekä kuluttajien mieltymyksillä.

Esimerkiksi tuoretuotteilla tuotteiden myyntiajat ovat rajallisia, jolloin kotimarkkinoiden kilpailuun vaikuttaa keskeisesti se, kuinka nopeasti raaka-aine muuttuu kuluttajatuotteeksi. Mitä pidemmäksi tämä aika venyy, sitä rajoitetumpi tuotteen myyntiaika on. Nestemäisen maidon on tästä hyvä esimerkki. Hedelmien ja vihannesten hinnoissa vastaava vaikutus tulee tuotannon kausivaihtelun seurauksena.

Lihatuotteissa hintavaikutuksia ohjaa kulutusrakenne. Viljoilla vaikutuksen suuruus riippuu suoraan jalostusasteesta. Kuluttajahintoihin vaikuttavat suoraan lisäksi kuljetus- ja jakelukustannukset sekä kaupan ja tukkuportaan katteet.

Tuoteryhmittäin tarkasteltuna elintarvikkeiden hintakehitys poikkeaa Suomessa muuhun Eurooppaan verrattuna. Viljan hinnan nousu näkyi kuluttajahinnoissa meillä muuta Eurooppaa vähemmän, lihassa vaikutukset olivat samaa tasoa ja maitotuotteilla kohonneet tuottajahinnat siirtyivät meillä kuluttajahintoihin selvästi voimakkaammin.



Kuvio 1. Tuottajahintakehitys tuoteryhmittäin EU:ssa ja Suomessa

Viljatuotteissa raaka-aineen osuus varsin pieni

Viljan tuottajahinnassa tapahtuvat muutokset heijastuvat suoraan myllytuotteiden kuluttajahintaan, mutta jo leipomotuotteissa vaikutukset ovat usein marginaalisia. Raaka-aineen hinnan osuus jauhojen, ryyrien tai pastatuotteiden hinnoissa on huomattava, koska tuotteiden jalostusaste on matala. Ketjussa eteenpäin mentäessä välilliset kustannukset lopputuotteen hinnoista alkavat muodostaa entistä suuremman osan. Leivässä raaka-aineen osuus kuluttajahinnoista on noin neljä prosenttia.

Jalostusasteen lisäksi erilaista hintakehitystä selittää tuoreus. Tuoretuotteiden, kuten leivän, säilytysaika on rajallinen, jolloin sen kuljetus- ja jakeluajan tulee pysyä mahdollisimman lyhyenä. Tämä vähentää tuontakilpailua. Jauhot ja ulkomaisista tuotteista esimerkiksi pastat ovat pitkään säilyviä ja helposti varastoitavia tuotteita. Se tarkoittaa samalla myös sitä, että niiden tuonti on helppoa ja edullista.

Leivän kotimaisuusaste määräytyykin ensi sijassa raaka-aineen kautta. Lähikaupan hyllystä löytyvä leipä on leipomosta riippumatta leivottu Suomessa, mutta raaka-aineena käytetty vilja saattaa olla maan rajojen ulkopuolelta. Rukiin tuotannon alentuminen Suomessa on johtanut siihen, että täysin kotimaiseen viljaketjuun perustuvaa ruisleipää ei ole ollut mahdollista tarjota.

Leivän vienti Suomesta on varsin pientä, eikä suomalainen leipä juurikaan liiku meiltä maailmalle. Näin ollen vientimarkkinoiden vaihtelut eivät vaikuta kotimaisen leipomoteollisuuden kilpailukykyyn ja sitä kautta hinnoitteluun.

Viennin ja tuonnin vähäisyyden takia suurimmat vaikutukset maailmanmarkkinoilla tapahtuvista muutoksista koetaan raaka-aineiden hintojen kautta. Muualla Euroopassa raaka-aineen merkitys hinnanmuodostuksessa on etenkin leivässä selvästi suurempi. Tämä johtuu ennen kaikkea siitä, että kulutustottumukset ja tuotantotavat eroavat Suomessa verrattuna muualla Eurooppaan. Tämä näkyy myös toteutuneessa hintakehityksessä.

Lihan hinta määräytyy Euroopassa

Suomen lihamarkkinat ovat sekä tuotannon että kulutuksen osalta kaikista eniten yhdentyneet muun Euroopan markkinoihin. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että maailman ja sitä kautta Euroopan liha-

markkinoilla tapahtuvat muutokset heijastuvat suoraan ja varsin voimakkaasti sekä tuottaja- että kuluttajahintoihin Suomessa.

Kulutusrakenne on lihamarkkinoiden hinnanmuodostuksen ja koko ketjun toiminnan osalta Suomessa merkittävin yksittäinen tekijä. Suomessa lihan kulutus keskittyy niin sanottuihin arvokkaampiin lihanosiin, eli fileisiin ja rintapaloihin. Jo selvästi edullisimpien osien, kuten kyljysten ja koipien, kulutus on etenkin voimakkaan talouskasvun seurauksena alentunut viime vuosina selvästi.

Ruhon arvo-osien osuus lihan kokonaistuotannosta on ainoastaan murto-osa. Jokaista sisäfileetä kohti tuotetaan moninkertainen määrä vähemmän arvokkaita ruhonosia. Jotta kotimarkkinat pysyvät tasapainossa, suomalainen lihateollisuus joutuu viemään maailmanmarkkinoille sellaiset tuotteet, jotka eivät kotimarkkinoilla mene kaupaksi.

Kulutusrakenteen epätasapaino selittää osaltaan myös sen, miksi sianlihan kokonaistuotanto on Suomessa pysynyt jatkuvasti kotimaista kulutusta suurempana. Lihamarkkinoilla vallitsee samalla jatkuva tuontitarve, koska kotimaisella tarjonnalla ei pystytä vastaamaan kotimaisen kysyntään sen rakennetta vastaavalla tavalla.

Maailmanmarkkinoiden suuri merkitys hinnanmuodostuksessa tarkoittaa samalla sitä, että kotimainen tuottajahintataso määräytyy pitkälti vientimarkkinoiden perusteella. Suomeen tuodaan tuotteita, jotka kilpailevat suoraan kotimaisten lisäarvotuotteiden kanssa. Kilpailu kiristää hinnoittelua ja näin ollen vähentää suomalaisten lihatalojen markkinoilta saamaa lisäarvoa. Samaan aikaan vientimarkkinat nojaavat vähempiarvoisiin tuotteisiin, joiden viennistä ei juuri kerry lisäarvoa. Suomalaisten vientimarkkinoiden merkitystä korostaa myös se, että maailmanmarkkinoiden kannalta merkittävimmät sianlihan vientimaat ovat Tanska, Saksa ja Hollanti.

Kotimarkkinat suojaavat maitosektoria

Suomen maitomarkkinoiden kulmakivi on nestemäinen maito. Nestemäistä maitoa juodaan meillä selvästi muita Euroopan maita enemmän. Maidon kulutus keskittyy tuoremaitoon, jonka myyntiaika kaupan hyllyllä on parhaimmillaankin vain noin viikon. Muualla Euroopassa nestemäinen maito kulutetaan pääasiassa iskukuumennettuna. Iskukuumennuksen ansiosta maidon myyntiaika on useita kuukausi ja samalla myös sen kuljettaminen on helpompaa.

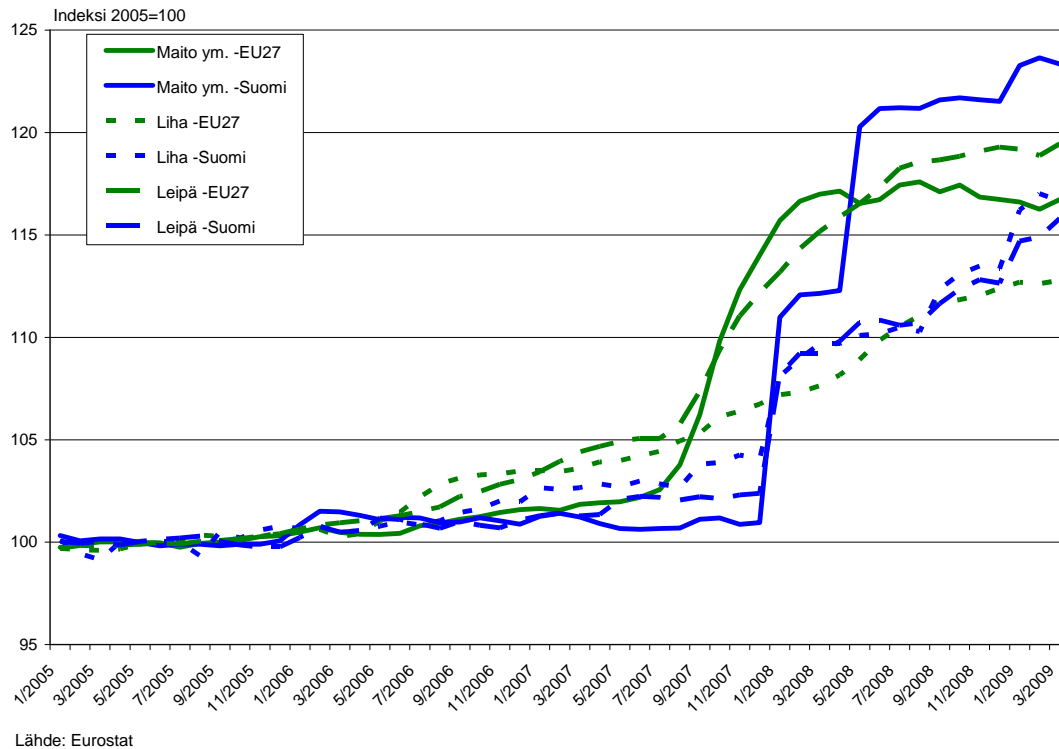
Kotimarkkinoiden toiminnassa ja hinnoittelussa vientimarkkinoiden rooli on keskeinen. Maitotuotteiden vienti on viime vuosina muodostunut pääasiallisesti erilaisten lisäarvotuotteiden viennistä. Näitä lisäarvotuotteita ovat olleet etenkin erilaiset terveystuotteiset jogurtit sekä juustot. Tämä lisäarvo on saatu siirrettyä kotimaan markkinoille parempien tuottajahintojen kautta. Viennin alentuminen puolestaan painaa kotimaista tuottajahintaa, koska tuottajahinta alkaa määräytyä enemmän kotimaisen kysynnän mukaan.

Maailmanmarkkinat heiluttavat myös teollisuuden ja kaupan voimasuhteita

Tuonnin kautta tuleva kilpailu keskittyy erityisesti jogurteihin ja juustoihin. Tuonti on molemmissa tuoteryhmissä jakautunut voimakkaasti edullisiin perustuotteisiin ja selvästi kalliimpiin lisäarvotuotteisiin. Esimerkkinä tämän kaltaisesta jakautumisesta käy juustot, joiden tuonti koostuu sekä edullisista arkijuustoista että hienommista erikoisjuustoista.

Viennin kannattavuuteen ja tuonnin kautta tulevaan kilpailuun vaikuttavat lisäksi valuuttakursseissa tapahtuvat muutokset. Esimerkiksi Venäjän ruplan voimakas heikentyminen suhteessa euroon vähensi maitotuotteiden viennin kannattavuutta. Yhdessä vientikysynnän laskun kanssa se on johtanut siihen, että teollisuus on tänä vuonna joutunut alentamaan maidon tuottajahintaa.

Juustoista ja jogurteista poiketen nestemäisen maidon kuluttajahinta määräytyy varsin kotimarkkinavetoisesti, koska tuonnin kautta tuleva kilpailu on vähäistä. Samalla tuottajahinnassa tapahtuvat muutokset näkyvät herkimmin juuri nestemäisen maidon hinnoissa. Viime vuonna maitotuotteiden hintojen nousu Suomessa oli seurausta siitä, että maailmanlaajuisen kysynnän seurauksena edullisten maitotuotteiden tuonti Suomeen vähentyi. Tämä vähensi kilpailua markkinoilla ja paransi sitä kautta kotimaisen meijeriteollisuuden asemaa suhteessa kauppaan. Kun samaan aikaan maidon maailmanmarkkinahinnat olivat nousseet voimakkaasti, siirtyivät korotukset sellaisinaan kuluttajahintoihin asti.



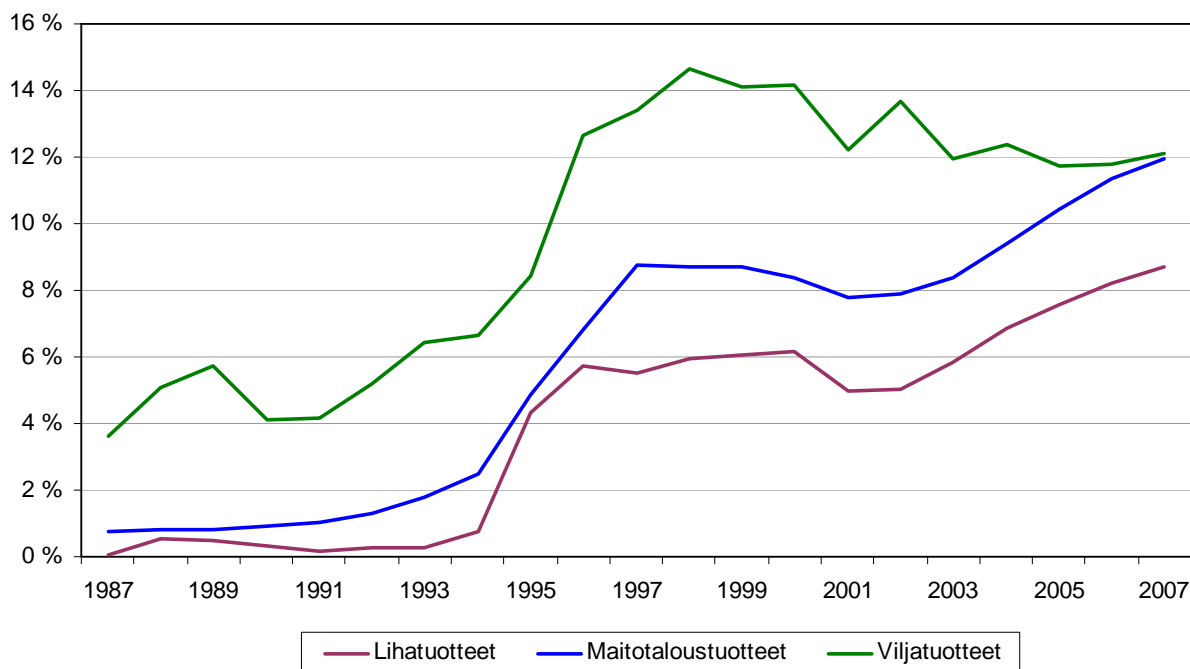
Kuvio 2. Kuluttajahintakehitys tuoteryhmittäin EU:ssa ja Suomessa

Tuontituotteet haastavat kotimaisen tuotannon

Tiettyjen elintarvikkeiden tuonnille on yksinkertainen peruste: kotimainen tuotanto ei ole ainakaan laajassa mittakaavassa mahdollista tai tuotantokustannukset huomioiden järkevää. Hyviä esimerkkejä ovat kahvi ja monet hedelmät. Tällaiset tuotteet eivät merkittävässä määrin myöskään lisää kilpailua kotimaisen ja ulkomaisen tuotannon välillä. Toisissa tuotteissa tuonti on sen sijaan suora uhka kotimaiselle tuotannolle. Erityisesti vilja-, maito- ja lihatuotteissa tuontituote on usein aito vaihtoehto kotimaassa tuotetulle tuotteelle.

Kuviossa 3 on esitetty tuonnin arvon kehitys suhteessa kotitalouksien kokonaiskulutusmenojen kehitykseen vilja-, maito- ja lihatuotteiden osalta. Kyseisissä tuoteryhmissä tuontituotteet kattoivat vuonna 2007 keskimäärin noin 10 % suomalaisten elintarvikkeiden kulutuksesta. Vielä parikymmentä vuotta sitten osuus oli noin 2 prosentin tasolla. On kuitenkin huomionarvoista, että prosenttiluvut eivät ole yksiselitteisiä. Lukuja vääristää se, että tuontiluvut eivät ole tuontituotteiden hintoja kaupanhyllyllä, vaan Tullin tilastoimia lukuja elintarvikkeiden tuonnin arvosta. Luvuissa ei siis ole huomioitu esimerkiksi kaupan katteita. Kotitalouksien kulutusmenot perustuvat kuitenkin tuotteista maksettuihin kuluttajahintoihin.

Vuosittaista prosenttilukua kiinnostavampi tieto kuviossa on kuitenkin kehitys vuosien välillä. Tuontikilpailusta on tarkasteltavissa tuoteryhmissä tullut yhä merkittävämpi kotimaan markkinoihin vaikuttava tekijä. Suomen EU-jäsenyys nosti tuonnin tason kerralla uudelle tasolle, mutta erityisesti liha- ja maitotuotteissa tuontituotteiden kulutusosuuden kasvu vuodesta 2002 eteenpäin kertoo paitsi suomalaisen ruokakulttuurin muutoksesta myös kansainvälisten markkinoiden yhä tiiviimmästä integroitumisesta ja kilpailun lisääntymisestä.



Lähteet: Tilastokeskus ja Tulli

Kuvio 3: Tuontituotteiden arvo suhteessa tuoteryhmän kokonaiskulutusmenoihin

Kotimaisen maatalouden osuus ruuan hinnasta vaihtelee tuotteittain

Kuten edellä todettiin, tuontituotteiden osuus suomalaisten elintarvikkeiden kulutusmenoista on ollut kasvussa jo pidemmän aikaa. Tuonti (ulkomainen maatalous ja elintarviketeollisuus) voidaan nähdä kotimaisen maatalouden, kotimaisen elintarviketeollisuuden, kaupan ja ravintoloiden sekä verojen lisäksi yhdeksi osapuoleksi, joka vie osan elintarvikkeiden kokonaiskulutusmenoista ja on siten osa myös ruuan hinnan muodostumisessa. Tarkkaa laskelmaa elintarvikeketjun eri osapuolten osuuksista ruuan hinnassa on mahdotonta tehdä pelkkien tilastotietojen perusteella. Kuviossa 4 on kuitenkin esitetty arvio suomalaisten ruuan kulutusmenojen jakautumisesta elintarvikeketjun osapuolille tuoteryhmittäin vuonna 2007.¹

Ensimmäinen huomio on, että kotimaisen maatalouden osuus ruuan kulutusmenoista vaihtelee huomattavasti tuoteryhmittäin. Maidontuottaja sai maitotaloustuotteiden kulutusmenoista keskimäärin noin 30 %, lihan tuottaja lihatuotteiden kulutusmenoista noin 20 % ja viljantuottaja viljatuotteiden kulutusmenoista noin 7 %. Viljan hinnat olivat vuonna 2007 poikkeuksellisen korkealla tasolla. Näiden lukujen perusteella, jos oletetaan muuttumaton markkinatilanne, eikä huomioida muita hinta- ja kustannusmuutoksia, nostaa kuluttajahintoihin suoraan välittyvä 10 prosentin tuottajahinnan nousu maitotaloustuotteiden keskimääräistä kuluttajahintaa 3 %, lihatuotteiden 2 % ja viljatuotteiden 0,7 %.

Vaikka suurelta osin tuottajahintojen muutokset eivät ruuan hintaa kovin paljon heiluta, kilpailullisilla elintarvikemarkkinoilla tuottajahintojen kansainvälisestä kehityksestä on kansallisella tasolla vaikea poiketa.

Erittäin selvästi tämä on nähtävissä voimakkaasti integroituneilla lihamarkkinoilla. Hinnassa voi kuitenkin olla perusteltuja tasoeroja maiden välillä ja hintakehityksessä viiveitä, kuten on Suomen maitomarkkinoilla suhteessa EU:n maitomarkkinoihin, mutta pidemmällä aikavälillä tuonti tai tuonin uhka integroi hintakehityksen. Itse asiassa juuri maitomarkkinoilla viime vuoden poikkeuksellisen suuri tuottajahinnan nousu Suomessa ja kuluvana vuonna pakon alla tehty tuottajahinnan alentaminen on hyvä esimerkki integroituneiden markkinoiden paineesta.

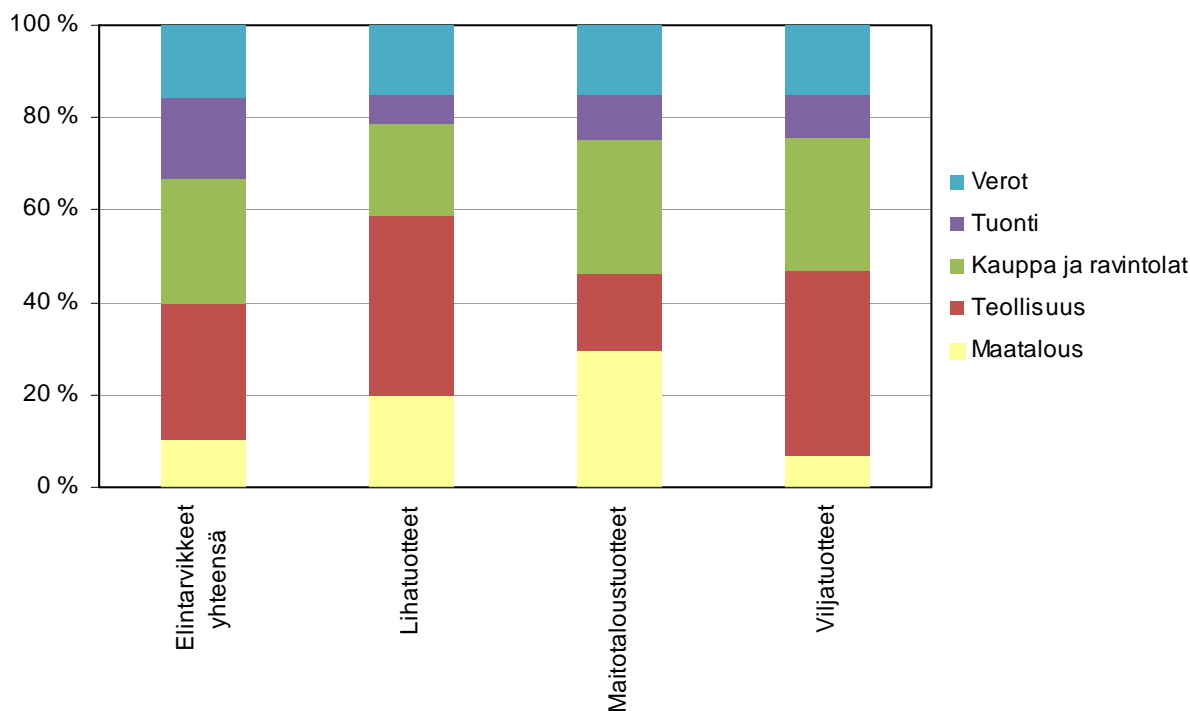
¹ Tarkemmat tiedot kuvion laskelmista pyydettyä kirjottajilta

Teollisuudella kauppaa haastavampi rooli ruokaketjussa

Myös kotimaisen elintarviketeollisuuden osuus ruuan kulutusmenoista vaihtelee huomattavasti tuoteriittimittäin. Suurin osuus teollisuudella on viljatuotteissa, joissa mylly- ja leipomoteollisuuden osuus viljatuotteiden kulutusmenoista oli vuonna 2007 noin 39 %. Lihatuotteissa teollisuus saa tuotteiden kulutusmenoista noin 38 %. Lihateollisuuden osalta on kuitenkin huomattava, että luku sisältää myös pitkälle jalostettujen einesten valmistuksen. Lihateollisuuden laskettava einesten valmistus käyttää raaka-aineena myös esimerkiksi vihanneksia ja kasviksia, joiden osuutta ei ole kuitenkaan pystytty vähentämään teollisuuden raaka-ainehankintamenoista. Näin ollen teollisuuden osuus tulee lihatuotteissa yliarvioitua. Meijeriteollisuuden saama osuus on tarkastelluista elintarviketeollisuuden aloista pienin, noin 17 %. Tämä selittyy osittain sillä, että nestemäisen maidon osuus maitotaloustuotteiden kulutusmenoista on suuri, mutta sen jalostusaste on suhteellisen alhainen. Yleisesti pätee, että teollisuuden osuus ruuan hinnasta on sitä suurempi mitä pidemmälle jalostetusta tuotteesta on kysymys.

Kuviosta 4 nähdään lisäksi, että kaupan ja ravintoloiden osuus ruuan kulutusmenoista tuoteriittimatasolla on tasaisin, 20–25 %. Oli siis kysymyksessä minkä tahansa tuotteen markkinat, kaupan rooli on tasaisen vahva.

Kaupan roolia ruokaketjussa helpottaa se, että kauppa asettaa ruualle hinnan, johon kuluttaja reagoi joko ostamalla tuotteen tai jättämällä sen kaupan hyllylle. Kauppa voi siis yksipuolisella päätöksellä siirtää kohonneet kustannukset suoraan kuluttajien maksettavaksi nostamalla elintarvikkeiden hintoja ja kustannusnousua vastaavasti. Teollisuus sen sijaan joutuu neuvottelemaan myymänsä tuotteen hinnasta ostajapuolen eli kaupan kanssa. Teollisuuden neuvotteluvoima suhteessa kauppaan ratkaisee teollisuuden saaman hinnan. Kotimaisen kysynnän lisäksi myös vienti- ja tuontimahdollisuudet vaikuttavat voimasuhteisiin elintarviketeollisuuden ja kaupan välisissä hintaneuvotteluissa.



Lähteet: Tilastokeskus, Tulli, MTT taloustutkimus, Elintarviketeollisuusliitto, MaRa ry ja kirjoittajien omat laskelmat.

Kuvio 4: Ruuan hinnan muodostuminen elintarvikeketjussa vuonna 2007

Maatalouden merkitys ruokaketjussa pienentynyt – taustalla monia tekijöitä

Kuviossa 5 on esitetty elintarvikeketjun eri osapuolten osuuksien kehitys ruuan hinnan muodostumisessa vuosina 2000- 2008.

Kuvion perusteella suomalaisen maatalousraaka-aineen osuus kaupassa myytävän ruuan arvosta oli vuonna 2008 keskimäärin enää hieman yli 10 %. Vuodesta 2000 kotimaisen maatalouden osuus on pudonnut 4 prosenttiyksikköä.

Kehitystä taustoittavat monet tekijät. Alhaalla pysynyttä tuottajahintojen tasoa selittää EU:n maatalouspolitiikan muutokset. Maatalouden tukitoimenpiteissä on siirrytty tuotantoon sidotuista tuesta yhä enemmän suoriin tukiin. Maataloustuottajien tuloista suuri osa tulee nimenomaan tukien eikä maataloustuotteiden tuottajahintojen kautta.

Jalostetumpien tuotteiden kulutusosuuden kasvu merkitsee myös suoraan sitä, että ruuan hinnasta yhä suurempi osuus perustuu muuhun kuin maataloudesta tulevaan raaka-aineeseen. Samalla tavalla kotimaisen maatalouden osuuteen ruuan hinnasta vaikuttaa ravintolaruokailun kasvu sekä toisaalta myös tuonnin kasvu.

Tuottavuuden kehitys ruokaketjun eri osissa vaikuttaa sekin suoraan ruuan hinnan muodostuksen kehitykseen. Tuottavuuden kasvu maataloudessa on ollut nopeampaa kuin elintarviketeollisuudessa ja kaupassa, mikä osaltaan pienentää maatalouden osuutta ruuan hinnassa.

Elintarviketeollisuus selvinnyt tuottavuuden kasvulla

2000-luvulla kotimaisen elintarviketeollisuuden osuus ruuan hinnasta on pudonnut keskimäärin alle kolmannekseen. Kuvion 5 perusteella voidaan todeta, että elintarviketeollisuuden on ollut vaikeaa saada kustannusten nousulle kompensatiota markkinoilta. Näyttääkin siltä, että se on joutunut pärjäämään pitkälti pelkällä tuottavuuden kasvulla. Kaupan teollisuudelle maksamat hinnat ovat nousseet hyvin vähän vuodesta 2000 vuoteen 2008. Vuoden 2008 huomattavasta elintarvikkeiden kuluttajahintojen noususta on kuvion 5 perusteella suurin osa jäänyt kaupalle. Teollisuuden kustannuksista yli 70 % muodostuu muista kuin maatalousraaka-aineen hankinnoista. Näiden muiden kustannuserien hintoihin teollisuus ei pysty kovin paljoa vaikuttamaan. Kun teollisuus ei ole saanut nostettua myyntihintoja, ainoa joustava erä on ollut maatalouden tuottajahinnat.

Elintarviketeollisuus oli yksi niistä teollisuudenaloista, joihin kansainvälistymisen vaatimukset osuivat todenteolla vasta Suomen EU-jäsenyyden myötä. Kilpailu lisääntyi, mikä merkitsi uudelleenjärjestelyitä ja rationalisointia yrityskehityksessä. Vaikka suuret elintarvikeyritykset voivat Suomessa saada lähes määräävän markkina-aseman, ovat ne eurooppalaisessa kilpailutilanteessa pieniä yrityksiä. Kasvua pitää hakea muualta kuin yritysten markkina-osuuden kasvattamisesta Suomessa. Suomalaisen elintarviketeollisuuden toiminta Itämeren alueella on vähintäänkin lupaava alku alan kansainvälistymiselle.

Kotimarkkinoiden integroituessa kansainvälisiin markkinoihin elintarviketeollisuus kilpailee tiiviisti ulkomaisten tavarantoimittajien kanssa hyllytilasta vähittäismyyntimarkkinoilla. Kilpailun kiristyminen on ollut nähtävissä nimenomaan tiukkana vääntönä kaupan ja kotimaisen elintarviketeollisuuden välillä.

Kaupan asema ruokaketjussa vahvistunut

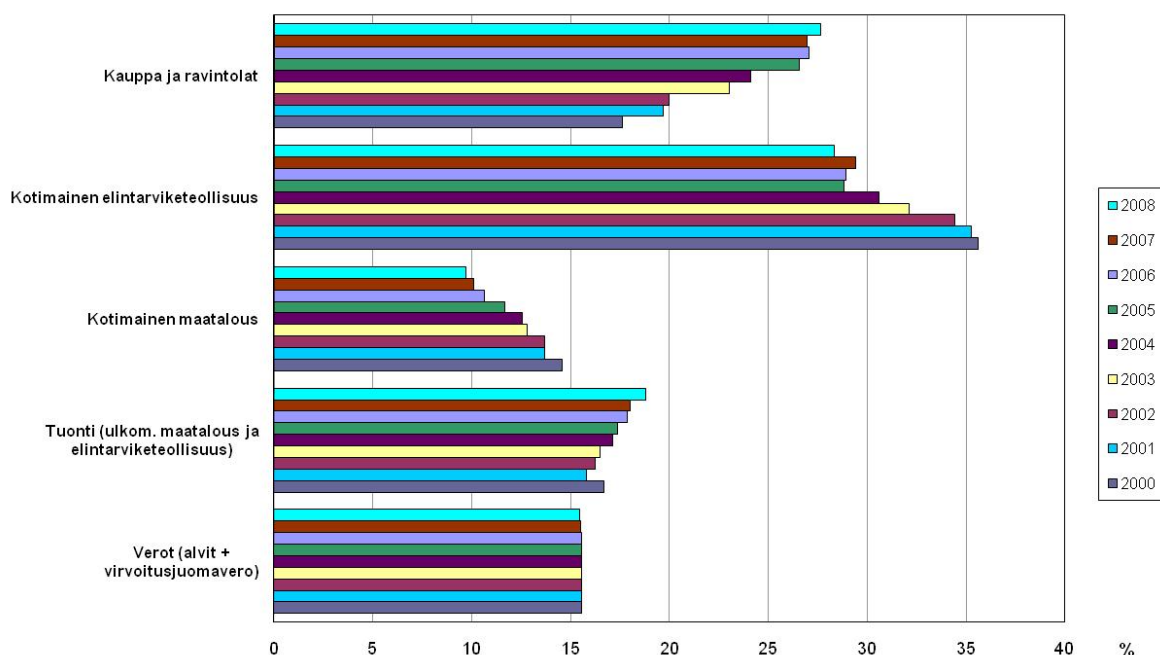
Vähittäiskauppa on yhdistynyt vielä teollisuuttakin enemmän fuusioiden, strategisten liittoutumien ja muiden yrityskokoa kasvattavien järjestelyjen kautta. Suuret vähittäismyyntiketjut ovat hankkineet hinnoitteluvoimaa myös hyödyntämällä kansainvälisiä osto-organisaatioita ja kaupan omia tuotemerkkejä. Vähittäiskaupasta onkin tullut yhä keskittyneempää. Yleisesti Euroopassa ostajapuolen keskittyminen on ollut voimakkaampaa kuin myyjäpuolen. Suomessa vähittäiskauppasektorin keskittyminen on ollut erityisen nopeaa. 2000-luvun puolivälissä kolme suurinta elintarvikkeiden ja päivittäistavara-tuotteiden vähittäismyyntiketjua vastasivat yli 90 prosentin markkinaosuudesta.

Kuviossa 5 esitettyjen laskelmien perusteella kaupan ja ravintoloiden osuus ruuan kulutusmenoista on kasvanut koko 2000-luvun ajan. Kaupalle ja ravintoloille menevä osuus ruuan hinnasta oli vuonna 2008 jo keskimäärin yli 25 %: kasvua vuodesta 2000 on 10 prosenttiyksikköä. Osa tästä selittyy sillä, että ravintolasyöminen on kasvanut jonkin verran kotona syömistä nopeammin. Ravintolasyöminen on kuitenkin vain noin 20 % kaikista ruokamenoista, joten myös kauppa on selvästi kasvattanut osuuttaan kuluttajien ruokamenoista. Kaupan kokonaiskustannuksissa ylivoimaisesti suu-

rin erä ovat tavaranhankintakulut eli myytävän ruuan ostot teollisuudelta (kotimaiselta ja ulkomaiselta). Osa kaupan osuuden kasvusta selittyikin sillä, että se on pystynyt pitämään teollisuudelle maksamansa hinnat niin alhaisina, että vuoteen 2008 mennessä ruuan hintaa ei tarvinnut nostaa 8 % enempää, ja silti kauppa pystyi kattamaan omat kustannusnousunsa.

Kotimaisten maataloustuotteiden ja elintarvikkeiden markkinat ovat jo pitkälle kansainvälistyneet ja integroituneet, mutta vähittäiskaupan markkinat ovat pysyneet selvästi enemmän alueellisesti rajoittuneina. Integroituvat markkinoiden kilpailupaine on ulottunut myös kaupan vähittäismyyntipor- taaseen, mutta se on päässyt kuitenkin melko helpolla: yhdestä ulkomaisesta kilpailijasta ei ole kovin suureksi haastajaksi kotimaisille kauppaketjuille. Tästä on seurannut, että vähittäiskaupan neuvottelu- asema elintarvikeketjussa on vahvistunut suhteessa kotimaiseen maatalouteen ja elintarviketeollisuuteen.

Myös kansainvälinen vertailu osoittaa, että Suomen elintarviketeollisuus ja maatalous ovat pär- jänneet montaa muuta maata heikommin suhteessa kauppaan (ks. Huovari ja Jalava 2007²). Tämä on tietysti ollut kuluttajan etu, sillä useisiin muihin EU-maihin verrattuna ruuan hinnan nousu on Suo- messa ollut varsin hidasta ja selvästi muuta inflaatiota hitaampaa.



Lähteet: Tilastokeskus, Tulli, MTT taloustutkimus, Elintarviketeollisuusliitto, MaRa ry ja kirjoittajien omat laskelmat.

Kuvio 5: Elintarvikkeiden hintojen muodostuminen vuosina 2000–2007

Ruokaketjulla paljon yhteistä voitettavaa

Markkinoiden integraatio on tullut jäädäkseen, ja sen voi odottaa myös syvenevän. Se merkitsee väis- tämättä sitä, että hintavaihtelu maailmanmarkkinoilla ja signaalit sieltä välittyvät meille entistä sel- vemmin. Tällöin on erittäin tärkeää välittää oikeaa ja tasapuolista tietoa kysyntään, tarjontaan ja hin- toiin vaikuttavista tekijöistä. Ketjun kaikkien osapuolten etu on, että meidän kotimarkkinamme toi- mivat kunnolla.

Kun sekä teollisuus että kauppa ovat varsin keskittyneitä, on tämä oikean tiedon välittäminen myös mahdollista. Se on perusehto sille, että kukin osapuoli saa oman oikeudenmukaisen osansa. Hy- vin toimivat markkinat hyödyttävät myös kuluttajia.

² Huovari, J. & Jalava, J. 2007. Kansainvälinen ja vertaileva näkökulma Suomen tuottavuuskehitykseen. Peller- von taloudellisen tutkimuslaitoksen työpapereita 96.