

KOHTI TOIMIVAMPIA RUOKAMARKKINOITA

Ruokaketju-hankkeen suositukset

Sari Forsman-Hugg, Kyösti Arovuori, Csaba Jansik,
Hanna Karikallio, Pekka Kinnunen, Päivi Kujala, Jyrki
Niemi, Juho Valtiala ja Mauri Yli-Liipola

Sari Forsman-Hugg¹, Kyösti Arovuori², Csaba Jansik³, Hanna Karikallio³, Pekka Kinnunen¹, Päivi Kujala¹, Jyrki Niemi³, Juho Valtiala³ ja Mauri Yli-Liipola¹

- 1) Pellervon taloustutkimus PTT
- 2) REINU econ Oy
- 3) Luonnonvarakeskus

Julkaistu 3.12.2025 Helsingissä
Pellervon taloustutkimus

Rahoittajat: Maatilatalouden kehittämisrahasto Makera, Elintarviketeollisuusliitto ry, Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK ry ja Päivittäistavarakauppa PTY ry

Keskeiset suositukset



Tuottajien neuvotteluvoimaa ja riskienhallintaa pitää vahvistaa

- Maatalousyrittäjien talous- ja riskienhallintaosaamista sekä ymmärrystä markkinoiden toimintamekanismeista on vahvistettava, jotta alkutuotannossa pystytään paremmin ennakoimaan ja varautumaan markkinahäiriöihin ja hintavaihteluihin.
- Tuottajien kaupallista yhteistyötä ja yhteismarkkinointia, erityisesti vähemmän järjestäytyneillä aloilla, tulee vahvistaa.
- Olemassa olevat välineet kuten EU:n sallimat tuottajaorganisaatiot tulee ottaa täysimääräisesti käyttöön ja helpottaa niiden perustamista hallinnollisesti sekä tarjoamalla startti- ja pääomarahoitusta.

Ruokaketjun toimijoiden tulee yhdessä sopimalla edistää reilun sopimus- ja hinnoittelukulttuurin syntymistä alalle

- Kehitetään joustavia sopimusmalleja, jotka mahdollistavat tasapuolisen riskien jaon ruokaketjun eri osapuolten välillä
- Sopimuksiin sisällytetään mekanismeja merkittävien markkinamuutosten varalle, jotta hintaneuvottelut voidaan avata tarvittaessa.

- Lisätään hinnanmuodostuksen ja siihen vaikuttavien tekijöiden läpinäkyvyyttä erityisesti teollisuuden ja kaupan osalta, jotta kuluttajahintojen muodostuminen on ymmärrettävää.
- Viranomaisten tulee seurata ja tehdä näkyväksi markkinoiden väärinkäyttöä sekä varmistaa, että kilpailu- ja elintarvikemarkkinalainsäädäntöä noudatetaan johdonmukaisesti koko ruokaketjussa

Markkinoiden läpinäkyvyyttä ja tiedon saatavuutta pitää parantaa

- Elintarvikesektorin tilastotuotantoa on kehitettävä kattamaan nykyistä laajemmin euromääräiset tuottaja-, teollisuus- ja kuluttajahinnat sekä kysyntämäärät.
- Kaupan omien merkkien (PL-tuotteet) tilastointia on kehitettävä, jotta niiden vaikutuksia ketjun arvonmuodostukseen voidaan seurata ja arvioida.
- Lisätään kuluttajien tietoisuutta hinnanmuodostuksesta ja ruokamarkkinoiden rakenteista, jotta ruuan hintakehitykseen vaikuttavat tekijät ymmärretään paremmin.

Ruokaketjun toimijoiden tulee vahvistaa ja edistää keskinäistä kumppanuusajattelua ja yhteistyötä

- Ruokaketjun toimijoiden tulee lisätä luottamusta ja valmiutta yhteiseen kehittämiseen. Tämä tukee koko ketjun kilpailukyvyyn edistämistä.
- Toimijoilla tulee olla valmius tarvittaessa muuttaa nykyisiä toimintamalleja ja rakenteita.

Elintarvikevientiä tulee kehittää korkeamman jalostustasteen ja lisäarvotuotteiden suuntaan

- Kehitetään kannattavaa vientiä, erityisesti jalostetuissa elintarvikkeissa, jotta ketjun rahavirtaa ja lisäarvoa saadaan kasvatettua kotimarkkinoiden ulkopuolelta. Viennillä on oleellinen merkitys kotimaisen raaka-ainevirran hallinnan kannalta.
- Elintarvikeviennin kehittämisessä tarvitaan ketjun kaikkien toimijoiden yhteistyötä.
- Lisätään ymmärrystä siitä, miten viennin kasvu tukee sektorin kilpailukyvyyn kehittämistä.

RUOKAKETJU-hanke analysoi ruokaketjun toimivuutta eri näkökulmista

Ruokaketjun toimivuus ja arvonmuodostus (RUOKAKETJU) -tutkimushankkeessa analysoitiin useista eri näkökulmista ruokaketjun toimivuuteen ja arvonmuodostukseen vaikuttavia tekijöitä. Tarkastelun näkökulma oli taloustieteellinen. Erityisenä huomion kohteena oli markkinoiden toiminta viime vuosien globaalien markkinashokkien seurauksena. Tutkimushankkeen työpaketeissa hyödynnettiin monipuolisesti eri aineistoja ja analyysimenetelmiä. Hankkeen havainnoista ja tuloksista on julkaistu kahdeksan erillistä raporttia, jotka on koottu sivulle 25.

RUOKAKETJU-hankkeen ovat yhdessä toteuttaneet Pellervon taloustutkimus PTT, Luonnonvarakeskus ja REINU econ vuosina 2023–2025. Hankkeen päärahoittaja on ollut Maatilatalouden kehittämisrahasto Makera. Lisäksi hanketta ovat rahoittaneet Elintarviketeollisuusliitto ETL, Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK ry ja Päivittäistavarakauppa PTY.

Tämä Policy brief kokoaa yhteen tämän julkaisun alussa esitetyt viisi hankkeen tutkimustulosten pohjalta muodostetua keskeistä suositusta. Seuraavaksi on tiivis taustakuvaus ruokaketjusta muuttuvassa toiminta- ja markkinaympäristössä. Tämän jälkeen pureudutaan yksityiskohtaisempiin hankkeen suosituksiin.

Suosistusten lähtökohtana on julkisessa keskustelussa esiin nousseita suomalaisia ruokaketjua koskevia huolenaiheita ja ”väittämiä”. Jokainen väittämä taustoitetaan lyhyesti, minkä jälkeen väittämään otetaan kantaa RUOKAKETJU-hankkeen tutkimustulosten, muiden ajankohtaisten selvitysten ja tilastotiedon pohjalta. Tämän jälkeen esitetään asiaa koskevat suositukset.

Ruokaketju muuttuvassa toiminta- ja markkinaympäristössä

Ruokasektorin toiminta- ja markkinaympäristöstä on kuluneen vuosikymmenen aikana tullut aiempaa epävarmempi ja vaikeammin ennakoitava. Globaalit kriisit – Covid-19-pandemia, energiakriisi, Venäjän hyökkäyssota Ukrainaan – aiheuttivat markkinashokkeja, jotka näkyivät erityisesti energian ja viljan hinnoissa ja loivat voimakkaita kustannuspaineita koko ruokaketjuun 2020-luvun alkupuolella. Vaikka jyrkimmistä hintapiikeistä on sittemmin palauduttu, seurauksena on ollut pysyvämpi tasokorotus elintarvikeketjun kustannustasoon ketjun eri vaiheissa.

Ruuan kuluttajahinnat nousivat lyhyessä ajassa 20 prosenttia vuosina 2022–2023, samalla kun kotitalouksien ostovoima heikkeni. Tämä teki kuluttajista aiempaa hintatietoisempia ja johti kulutuksen sopeuttamiseen sekä määrällisesti että laadullisesti. Kuluttajakysynnän muutokset näkyivät päivittäistavara-kaupassa myynnin volyymin laskuna ja elintarviketeollisuudessa tuotannon määrän laskuna. Nyt myynnin volyymit ja teollisuuden tuotantomäärät ovat palautumassa. Myös ruuan hinnan nousu on maltillistunut.

Keskeinen ongelma Suomen elintarvikeketjussa on ollut rahavirran heikko kasvu. Elintarvikeketjun kotimaassa yksityisestä kulutuksesta ja elintarvikeliiketoiminnasta muodostuva reaali rahavirta oli vuonna 2022 yhteensä 17,8 miljardia euroa. Vuosina 2013–2022 elintarvikeketjuun virtaava rahamäärä kasvoi hintamuutoksista puhdistettuna keskimäärin vain 0,6 prosenttia vuodessa¹. Sekä kaupan että ravintoloiden rahavirta on tarkastelujakson aikana laskenut. Elintarviketeollisuuden, maatalouden ja verojen rahavirta on kasvanut. Tuonnin rahavirran keskimääräinen kasvu on ollut nopeinta. Elintarvikeketjun kyky tuottaa kuluttajien maksuhalukkuuteen vastaavia lisäarvotuotteita on ollut heikko, mutta toisaalta kotimaan elintarvikemarkkinoiden kasvupotentiaali on ollut kokonaisuudessaan vähäinen. Samaan aikaan elintarvikeliiketoiminnan kasvu on ollut hidasta. Sekä kaupan että ravintoloiden rahavirta on tarkastelujakson aikana laskenut. Elintarviketeollisuuden, maatalouden ja verojen rahavirta on kasvanut. Tuonnin rahavirran keskimääräinen kasvu on ollut nopeinta.

Ruokaketju on moniulotteinen kokonaisuus, jossa eri toimijat, prosessit, raaka-aine- ja rahavirrat sekä keskinäiset riippuvuudet vaikuttavat toisiinsa monin tavoin. Tarjontaketjut eivät ole dynamiikaltaan samanlaisia – niiden vahvuudet, haasteet ja ongelmat vaihtelevat huomattavasti. Markkinoiden toimivuuden kehittämisessä yksi yhteinen malli tai ratkaisu ei välttämättä toimi koko ruokaketjussa. Siksi ratkaisuja ruokaketjun toimivuuden parantamiseksi on

haettava myös toimialakohtaisesti kuten hankkeessa laaditut sektorikohtaiset toimialatarkastelut osoittavat.

Maitoketju² on Suomessa erittäin keskittynyt, ja se on käytännössä kokonaan tuottajien omistama. Ketjua ohjataan sopimuksilla ja osuustoiminnan periaatteilla. Keskeinen tavoite on tasaisen tuottajahintakehityksen turvaaminen. Ketjun rakenteet liudentavat markkinoiden muutosten välittymistä Suomeen. Samalla sopimustuotanto rajoittaa tuotannon reagointia.

Suomen lihaketjulle³ ominainen piirre on sen tuottajaosuuskuntiin perustuva vahva vertikaalinen integraatio. Tuottajien ja pörssisijoittajien yhteisomistukseen perustuva omistusrakenne kahden suuren lihatalon taustalla on kansainvälisestikin ainutlaatuinen malli. Sika- ja siipikarjan osalta tuotannonohjaus toimii tehokkaasti kattavan sopimustuotannon ansiosta. Lisäksi pitkät valikoimajaksot ja tavarantoimitussopimukset tasaavat kansainvälisiä hintavaihteluita.

Markkinahäiriöistä huolimatta ruokaketjun toimintavarmuus on säilynyt suhteellisen hyvänä.

Kotimaisessa viljaketjussa⁴ toimijat eivät ole järjestäytyneet kuten kotieläinsektorilla, ja ketjun sopimusohjaus on paljon vähäisempää. Tämä vaikuttaa oleellisesti ketjun suunnitelmallisuuteen, osapuolten neuvotteluasemaan ja riskien hallintaan. Toimijoille tämä tuo sekä haasteita että mahdollisuuksia. Selkeän tuotannonohjauksen puuttuessa tarjonnan sopeuttaminen markkinatilanteeseen on tehotonta.

Puutarhasektorilla⁵ tilojen tuottavuus, hehtaarilta saatava tuotantovolyyymi ja tuotos ovat muuhun kasvituotantoon verrattuna korkeat. Toisaalta myös tuotantokustannukset ovat suhteessa viljeltyyn alaan huomattavasti korkeampia. Puutarhatilojen taloudellinen suorituskyky on hyvin vaihtelevaa. Tuottajaorganisaatiot kattavat noin viidenneksen sektorin arvosta.

Viime vuosien globaalien kriisien aiheuttamista markkinahäiriöistä huolimatta ruokaketjun toimintavarmuus on säilynyt suhteellisen hyvänä; omavaraisuus perusmaataloustuotteissa suhteessa kotimaiseen kysyntään on pysynyt korkeana ja kotimaista raaka-ainetta on ollut saatavilla jalostavan teollisuuden tarpeisiin. Myös kuluttajilla on ollut valinnanvaraa eri tuotteissa ja hintakategorioissa.

Seuraavaksi esitetään seitsemän ”väittämää”, joita usein esiintyy julkisessa keskustelussa ja mediassa. Nämä huolenaiheet taustoitetaan lyhyesti, sen jälkeen hankkeen tutkimustulosten ja muiden ajankohtaisten selvitysten pohjalta selvastetaan esitettyyn huolenaiheeseen sekä tiivistetään yksityiskohtaisemmat suositukset markkinoiden toimivuuden edistämiseksi.

”Alkutuottajan asema on heikko”

Julkisessa keskustelussa on viime vuosina toistuvasti viitattu siihen, että arvonlisän ja tulonjaon jakautuminen ei ole alkutuottajien kannalta oikeudenmukainen. Alkutuottajien suuri lukumäärä suhteessa keskittyneeseen elintarviketeollisuuteen ja erityisesti päivittäistavarakauppaan luo markkinavoimaan epätasapainon. Heikon neuvotteluvoiman taustalla on muun muassa se, että maataloustuottajat toimivat usein hinnanottajina: he eivät voi vaikuttaa tuotantopanosten tai tuottajahintojen tasoon, vaan ottavat ne annettuina.

Alkutuottajan asema on lähtökohtaisesti heikko. Tuottajat ovat alttiimpia etenkin kansainvälisiltä markkinoilta tuleville muutoksille kuin muut elintarvikeketjun toimijat. Alkutuotanto on myös kärsinyt siitä, ettei markkinoilta ole tullut lisää rahaa ruokaketjuun. Suomen elintarvikeketjun rahavirran kasvu on ollut viimeisten 10 vuoden aikana niukkaa, vain keskimäärin 0,6 prosenttia vuodessa¹.

Maatalousyrittäjät joutuvat usein toimimaan hinnanottajan asemassa eivätkä juuri voi vaikuttaa markkinahintoihin vaan ottavat ne annettuina. Tämä liittyy sekä raaka-aineiden homogeenisuuteen että siihen, ettei yksittäisellä tuottajalla ole markkinavoimaa. Toisaalta sopimustuotanto esimerkiksi maitosektorilla on taannut vakaamman tuottajahintakehityksen kuin EU:ssa keskimäärin, vaikka se samalla heikentää markkinasignaalien välittymistä tarjontaketjuun².

Tuottajan asema vaihtelee myös tarjontaketjuittain etenkin sen mukaan, miten maatalousyrittäjät ovat kaupallisesti järjestäytyneet²⁻⁵. Maito- ja lihasektorilla sopimustuotanto tuo ennustettavuutta ja vakautta tuottajahintakehitykseen. Viljasektorilla ei ole osuustoiminnallisiin periaatteisiin perustuvaa tuotannon ohjausta, ja ketjun sopimusohjaus on paljon vähäisempää, mikä heikentää tuottajien neuvotteluasemaa.

Tuottajaorganisaatiot ovat yksi keskeinen keino vaikuttaa tuottajien asemaan erityisesti viljasektorilla^{4,6}. Vilja-alalla toimii kaksi tuottajaorganisaatiota, mutta vain osa niiden jäsenten viljasta välitetään tuottajaorganisaatioiden kautta.

Markkinatuottojen lisäksi tuottajat saavat tuloja maataloustukien kautta. Keskimäärin noin neljännes maataloussektorin tuloista tulee tukien kautta, mutta tukien merkitys vaihtelee tuotantosunnittain. Viime vuosina markkinatuottojen suhteellinen osuus on kasvanut. Pitkällä aikavälillä tukien reaaliarvo on pienentynyt.

Suositus:

Alkutuottajan aseman ja neuvotteluvoiman parantamiseksi on jo keinoja käytettävissä. Tästä on esimerkkinä tuottajaorganisaatioiden perustaminen. Tarvitaan välineet, joilla ensisijaisesti jo olemassa olevat keinot saadaan käyttöön.

Viljasektorilla ja muilla vähemmän järjestäytyneillä aloilla maatalousyrittäjien tulisi edistää tuottajien kaupallista yhteistyötä esimerkiksi EU:n sallimien tuottajaorganisaatioiden kautta. Suomessa tätä mahdollisuutta ei ole vielä hyödynnetty täysimääräisesti. Niiden perustamista ja toimintaedellytyksiä tulisi helpottaa hallinnollisten vaatimusten muutoksilla. Esimerkkeinä tästä ovat tuottajaorganisaatiotuen laajentaminen hedelmä- ja vihannesalan ulkopuolelle sekä mahdollisuus perustaa useampaa toimialaa kattavia, alueellisia tuottajaorganisaatioita. Tuottajaorganisaatioiden toimintaa voisi helpottaa myös niille kohdennettu startti- ja pääomarahaus (pankit, Finnvera). Perustamisvaiheessa tarvitaan usein tukea hallinnollisiin- ja asiantuntijakuluihin sekä alkuinvestointeihin. Tuottajien edunvalvojien olisi varmistettava, että nykyiset ja lainsäädännön sallimat keinot otetaan täysimääräisesti käyttöön.

Tuottajaorganisaatioiden tulisi paremmin hyödyntää roolinsa kysynnän ja tarjonnan yhteensovittamisessa neuvotteluasemansa vahvistamiseksi. Tämä edellyttää raaka-ainevirtojen hallintaa sekä tuotantomäärien sopeuttamista markkinatilanteen mukaan. Tuottajaorganisaation kaupalliset vaikutusmahdollisuudet jäävät rajallisiksi markkinoilla, joilla tarjonta selvästi ylittää kysynnän ja ostajat voivat hankkia merkittävän osan raaka-aineestaan tuottajaorganisaation markkinoiman tarjonnan ulkopuolelta. Tällöin suurenkin tuottajaorganisaation markkinavoima on vähäinen.

Tuottajaorganisaatioiden toimintaa voisi helpottaa myös niille kohdennettu startti- ja pääomarahaus.

Äkillisten markkinashokkien varalta pitäisi pystyä hyödyntämään olemassa olevia mekanismeja ja työkaluja, jotka jakavat riskejä koko ketjun kesken. Tällaisia mekanismeja voivat olla esimerkiksi EU:n sallimat tulovakausrahastot ja hintariskivakuutukset, finanssi-instrumenttien kuten johdannaissojauksen käyttö erityisesti viljamarkkinoilla, sopimuksiin kirjatut joustot ja ruokaketjun yhteinen kriisirahasto.

Elintarvikeketjun toimijoiden yhteisesti pääomittamia riskienhallintarahastoja tulisi edistää, jotta alkutuotannon tulo- ja tuotantoriskejä voidaan jakaa tasaisemmin koko ketjun kesken. Riskienhallintaa tulee painottaa tulevassa maatalouspolitiikassa nykyistä vahvemmin. Nykyisen CAP:n (EU:n yhteinen maatalouspolitiikka) puitteissa jäsenmaat voivat perustaa keskinäisiä rahastoja sää- ja muille tuotantoriskeille tai tulonvakauttamisvälineiksi. Rahastot mahdollistaisivat alkutuotannon tulo- ja muiden riskien jakamisen koko elintarvikeketjun kesken. Koska rahaston alkupääoma ei saa muodostua julkisista varoista,

siihen voisivat osallistua kauppa, teollisuus ja alkutuotanto. Kompensatioehdoista sopinen yhdessä vahvistaisi yhteisiä toimintamalleista ja sitoutumista.

Maatalousyrittäjien ja alan osaajien koulutuksessa tulee yleisen talousosaamisen rinnalla enenevässä määrin korostaa hinta- ja taloudellisten riskien arviointia ja eri riskeiltä suojautumisen keinojen käyttöä. Maatalousyrittäjien osaaminen hinta- ja talousriskien hallinnassa sekä markkinoiden toimintamekanismien ymmärtäminen on kriittistä riskienhallintakeinojen ja -työkalujen tehokkaalle hyödyntämiselle. Alan toimijoiden tulee käydä aktiivista vuoropuhelua koulutuksen järjestäjien kanssa, jotta ammatillinen perus- ja täydennyskoulutus pysyy ajantasaisena ja vastaa muuttuvan toimintaympäristön tarpeisiin.

Sektorin hintatilastoja tulisi kehittää ja julkaista säännöllisesti siten, että tuotaja-, teollisuus- ja kuluttajahintojen vertailukelpoiset tiedot olisivat julkisesti saatavilla. Tämä lisäisi ruokaketjun läpinäkyvyyttä ja tukisi tasapainoisempia neuvotteluasetelmia eri toimijoiden välillä.

”Elintarviketeollisuus reagoi hitaasti maatalouden tuotantopanosten kustannusten nousuun”

Maatalouden heikkona pidetyn kannattavuuskehitykseen liittyy usein kysymys siitä, miksi elintarviketeollisuus ei nosta tuottajille maksettavaa hintaa eli maatalouden tuottajahintaa vastaamaan maatalouden tuotantopanosten kustannusten nousua. Tuottajille maksetut hinnat eivät aina pysy mukana tuotantopanosten tai kustannusten muutoksissa. Suomessa on havaittu, että viive on pitkä, mikä lisää alkutuottajien riskejä.

Teollisuuden maksukyky on sidoksissa niihin tuottoihin, joita se saa markkinoilta. Elintarviketeollisuuden kohtaama hintakehitys ei ole irrallaan maailmanmarkkinahintojen kehityksestä. Jos ketjun kokonaisrahavirta ei kasva, teollisuudella ei lähtökohtaisesti ole mahdollisuutta nostaa tuottajahintaa kannattavasti. Kotimainen elintarviketeollisuus on tässä suhteessa ikään kuin puun ja kuoren välissä.

Viime vuosien kriiseistä huolimatta kotimaista raaka-ainetta on ollut saatavilla jalostavan teollisuuden tarpeisiin. Kysyntä vetoista painetta tuottajahintojen nostolle ei isossa kuvassa ole ollut. Toisaalta tuotantopanosten hintojen nousua rajusti vuosina 2021 ja 2022 – ensin energiakriisin ja sittemmin Venäjän hyökkäyssodan seurauksena – elintarviketeollisuus nosti maatalouden tuottajahintoja erityisesti liha- ja maitosektorilla etupainotteisesti ennen kuin se pystyi siirtämään kustannusten nousua omiin myyntihintoihinsa.

Elintarviketeollisuuden kustannukset muodostuvat tuotantopanoksista sekä työvoimasta. Maatalousraaka-aineiden osuus kustannuksista on monissa tuotteissa merkittävä, mutta elintarviketeollisuudessa on myös huomattavan paljon teollisuuden sisäisiä ostoja eli hankintoja muilta elintarvikevalmistajilta. Esimerkiksi leipomoteollisuus ostaa jauhoja myllyiltä, jotka puolestaan hankkivat viljan alkutuotannolta. Mitä pidemmälle jalostettu tuote on, sitä suurempi osa kustannuksista syntyy teollisuuden sisäisistä ostoista sekä pakkausmateriaaleista, energiasta ja logistiikasta. Työvoimakustannusten osuus puolestaan vaihtelee toimialoittain: esimerkiksi leipomoteollisuus on työvoimavaltainen ala, jolloin vilja-raaka-aineen osuus lopputuotteen kuluttajahinnasta jää pieneksi.⁷

Monilla markkinoilla alkutuottajien saama korvaus ei vastaa heidän kustannuksiaan. On kuitenkin vaikea todistaa luvuilla, että ”elintarviketeollisuus ei maksa tarpeeksi”, sillä hinnanmuodostus on seurausta koko ruokaketjun

(alkutuotanto, teollisuus, kauppa ja globaalit markkinat) rakenteesta. Hinnat määräytyvät kilpailun kautta, ja jos tarjonta ylittää kysynnän, hinnat laskevat. Hintojen nousut ja laskut eivät aina välity ruokaketjussa samalla tavalla kaikille toimijoille. Suomessa esimerkiksi lihasektorilla pitkät sopimukset tasoittavat hintavaihteluita verrattuna EU:n keskimääräiseen hintakehitykseen.

Eri toimijat pystyvät hyötymään tuottavuuden kehityksestä eri tavoin, mikä osaltaan selittää tulonmuodostuksen vaihtelua. Tuottajien teollisuudelta saamat tuotot eivät muodostu pelkästään tuottajahinnasta, vaan myös muista eristä. Tuottajat voivat saada osuustoimintapohjaisilta jalostusyrittäjiltä osinkotuottoja tai osuuspääoman korkoa. Tulonmuodostus vaihtelee sektoreittain. Maitosektorilla teollisuuden maksukyky määrittää tuottajahinnan käytännössä suoraan. Myös lisäarvotuotteiden jalostus välittyy tuottajahintaan kysynnän arvon kasvun seurauksena. Lihasektorilla tuotot maksetaan tuottajahinnan, osinkojen sekä osuuspääoman koron välisenä yhdistelmänä. Viljamarkkinoilla hinta puolestaan määräytyy viime kädessä kansainvälisen tuottajahintakehityksen perusteella.

Suositus:

Elintarvikeketjun toimijoiden – erityisesti teollisuuden ja kaupan – välillä tulisi vahvistaa kumppanuusajattelua ja kehittää toimintamalleja, jotka mahdollistavat hintojen ja kustannusten muutosten ”tasauksen” pidemmällä aikavälillä. Kaikilla ketjun osapuolilla on yhteinen vastuu ruokamarkkinoiden toimivuuden turvaamisesta. Keskeistä on, että alan toimijat itse ratkaisevat, millä tavoin kustannusten ja hintojen vaihtelut jaetaan tasapuolisesti ketjun sisällä. Tämä edellyttää ruokaketjun toimijoilta halua toimia aidosti kumppanuuteen perustuen – vaihtoehtona sille, että markkinoiden toimintaa ohjataan yhä enemmän poliittisen ohjauksen kautta tai lainsäädännön keinoin.

Yhtenä mahdollisena keinona on **joustavien hinnoittelumallien** käyttöönotto. Tämä tukisi pitkäjänteistä ja reilua kaupankäyntiä etenkin äkillisesti muuttuvissa markkinaolosuhteissa. Joustavan hinnoittelun perustana voisivat olla kunkin sektorin markkinamuutoksia parhaiten kuvaavat hinta- ja kustannusindeksit. Indeksien avulla pystyttäisiin muodostamaan yhteinen tilannekuva sekä toimijoiden yhteinen näkemys muutoksen merkitsevyydestä. Indekseissä tapahtuva muutos ei kuitenkaan voi olla suora tai automaattinen peruste hinnoissa tapahtuville muutoksille⁸. Joustavat hinnoittelumallit mahdollistaisivat kustannus- ja hintariskien jakautumisen tasaisemmin ketjun toimijoiden kesken. Tarjontaketjujen erilaisuuden takia tarvitaan vaihtoehtoisia hinnoittelumalleja, joissa otetaan sektorikohtaiset vaikutukset huomioon.

Sopimusjaksojen pituudella on keskeinen merkitys elintarvikeketjun vakauden ja ennakoitavuuden kannalta. Lyhyet sopimusjaksot mahdollistavat nopeamman reagoinnin kustannusmuutoksiin, mutta samalla ne lyhentävät yhteistyön aikajännettä ja lisäävät neuvottelupainetta. Pidemmät sopimukset taas tukevat pitkäjänteistä yhteistyötä ja kumppanuutta mutta ovat joustamattomia markkinoiden nopeissa muutostilanteissa. Sopimusten toimivuuden kannalta olennaista merkittävässä markkinamuutoksissa on, että osapuolet sopivat pelisäännöistä ja mekanismeista, joiden avulla hinta- ja muut sopimusehdot voidaan tarvittaessa neuvotella uudelleen sopimuskausien aikana.

Markkinoiden läpinäkyvyyttä voidaan parantaa lisäämällä avoimesti saatavilla olevan markkinainformaation määrää. Keskeisin väline tähän on elintarvikesektorin tilastotuotannon vahvistaminen. Suurimmat puutteet koskevat euromääräisiä hintatilastoja, etenkin kuluttajahintoja ja teollisuuden tuottajahintoja. Myös elintarvikeketjun kysyntämäärien tilastointi on riittämätöntä. Avoin ja kattava tilastotieto tasapainottaisi ketjun rakenteesta johtuvia epätäydellisen informaation markkinavaikutuksia ja loisi paremman pohjan elintarvikeketjun toiminnan arvioinnille.

”Hinnanmuodostus Suomessa poikkeaa eurooppalaisesta hintakehityksestä”

Yleisessä keskustelussa hinnanmuodostusta Suomessa pidetään eurooppalaisesta kehityksestä poikkeavana. Sekä tuottaja- että kuluttajahintojen nähdään reagoivan kansainvälisiin markkinasignaaleihin hitaammin ja vaimeammin kuin EU:ssa keskimäärin, ja hintakehityksen sanotaan usein seuraavan omaa logiikkaansa. Suomessa sekä maatalouden tuottajahinnat että elintarvikkeiden kuluttajahinnat ovat kytköksissä EU:n hintakehitykseen, mutta lyhyellä aikavälillä hinnat muuttuvat enemmän kansallisten tekijöiden ohjaamina.

Markkinashokkeihin reagoidaan Suomessa yleensä viiveellä ja vaiheammin. Pitkät toimitus- ja hinnoittelusopimukset, markkinan pieni koko sekä kaupan ja teollisuuden keskittyneisyys tasoittavat kehitystä. Tämä koskee sekä maatalouden tuottajahintoja että ruuan kuluttajahintoja.

Hintoja analysoitaessa on tärkeää erottaa toisistaan hintataso eri maiden välillä ja hintakehityksen dynamiikka. Yleistä ”Suomi on halvempi/kalliimpi kuin EU” -väitettä ei voi tehdä ilman tuoteryhmittäistä erottelua. Pitkällä aikavälillä (2010–2024) maidon tuottajahinta on ollut Suomessa EU:n keskiarvoa korkeampi, lihan pääosin keskiarvon tuntumassa ja viljan puolestaan alempi. Hintavaihtelu on Suomessa selvästi maltillisempaa kuin Keski-Euroopassa: maidossa hinnat muuttuvat hitaasti, viljan maailmanmarkkinapiikit näkyvät loivempina ja lihan hinnat vaihtelevat vähemmän kuin esimerkiksi Saksassa, Espanjassa tai Ranskassa.

Viljan tuottajahinnat seuraavat Suomessa lähimmin EU:n markkinoita, mutta kotieläintuotteissa kansalliset sopimus- ja markkinarakenteet hidastavat hintasignaalien välittymistä. Tämä on lisännyt ennustettavuutta ja suojannut kotieläintuottajia jyrkiltä romahduksilta, mutta samalla he ovat jääneet paitsi nopeiden hinnannousujen hyödyistä. Maidon tuottajat ovat pitkällä aikavälillä hyötäneet vakaista hinnoista, kun taas naudanlihantuottajat ovat viime vuosina jääneet selvästi jälkeen yleiseurooppalaisesta hintakehityksestä.

Myös ruuan kuluttajahintojen kehitys poikkeaa EU:sta. Suomessa hintojen muutokset ovat hitaita ja kotimarkkinakeskeisiä. Pitkällä aikavälillä kuluttajahinnat ovat olleet EU:n keskiarvoa korkeampia, mikä heijastaa korkeampaa kustannus- ja verotasoja sekä pitkien toimitusketjujen kustannuksia. Viime vuosien kriiseissä hinnannousu on kuitenkin ollut Suomessa maltillisempaa kuin

EU:ssa keskimäärin. Tämä kehitys liittyy samoihin rakenteellisiin tekijöihin, jotka muovaavat tuottajahintoja: pitkät sopimukset, Suomen markkinan pieni koko ja kaupan sekä teollisuuden keskittyneisyys tasoittavat ja hidastavat hintojen muutoksia. Elintarviketeollisuus- ja vähittäiskauppa toimivatkin Suomessa eräänlaisina puskureina: ne hidastavat ulkoa tulevien hinnanmuutosten siirtymistä ketjun seuraaville portaalle, mutta samalla ne pidentävät vaikutuksen kestoja. Tämä rakenne tasaa hintojen vaihtelua, mutta voi myös heikentää markkinoiden sopeutumiskykyä. Tämä epäsymmetria korostaa samalla ruokamarkkinoiden eri toimijoiden erilaista asemaa ja riskejä: tuottajat ja teollisuus joutuvat kantamaan lyhyen aikavälin hintavaihtelun riskin, kun taas kuluttajat kohtaavat viivästyneen mutta pitkäkestoisemman hintavaikutuksen.

Tulokset viittaavat siihen, että tulevien politiikkatoimien – kuten tukijärjestelmien, sopimuskäytäntöjen ja mahdollisten hintavakaussmekanismien – tulisi ottaa huomioon eri toimijoiden erilainen altistuminen ulkoisille hintashokeille. Markkinasignaalit välittyvät Suomeen kansainvälisiltä markkinoilta, mutta niiden vaikutus riippuu viime kädessä kotimaisen kysynnän ja tarjonnan kehityksestä sekä ruokaketjun rakenteellisesta joustavuudesta^{9,10}.

Suositus:

Nopeampi markkinareagointi edellyttäisi suurempaa avoimuutta ja joustavampia sopimuskäytäntöjä – esimerkiksi lyhyempiä toimitussopimuksia, kustannusindeksiin sidottuja hinnoittelumalleja tai ”kustannusten läpilaskenta” -malleja, joissa raaka-aineiden hinnanmuutokset siirtyvät suoremmin sopimushintoihin. Tämä lisäisi kuitenkin ketjun osapuolten altistumista lyhyen aikavälin hintavaihteluille ja siirtäisi kustannusriskit nopeammin kuluttajaintoihin.

Suomen hitaampi reagointi hinnanmuutoksiin ei välttämättä ole markkinavirhe, vaan tietoinen valinta vakauden ja ennustettavuuden puolesta. Hintasignaalien siirtymisen nopeus on pohjimmiltaan arvovalinta: halutaanko korostaa markkinaehtoisuutta ja kilpailun vaikutusta vai säilyttää vakaus, joka suojaa tuottajia ja kuluttajia äkillisiltä hintavaihteluilta.

Markkinaehtoisuuden vahvistaminen edellyttää myös tuottajien kaupallisen yhteistyön (esim. tuottajaorganisaatioiden) kehittämistä sekä hintatiedon ja markkinainformaation avoimuuden lisäämistä tuottaja-, teollisuus- ja kuluttajahintojen tasolla. Läpinäkyvyyttä voitaisiin parantaa tilastointia ja seuranta järjestelmiä kehittämällä, jotta kustannusten ja katteiden jakautuminen ketjussa olisi paremmin nähtävissä. Tämä kuitenkin edellyttää yritystason tietojen avaamista, mikä voi herättää vastarintaa kilpailusysteistä.

Jos painopiste halutaan säilyttää vakaudessa ja ennustettavuudessa, nykyisiä pitkäaikaisia sopimus- ja yhteistyörakenteita ei tule purkaa, vaan niitä voidaan täydentää mekanismeilla, jotka mahdollistavat määräaikaiset tarkastelut merkittävien markkinamuutosten yhteydessä. Näin säilytetään järjestelmän vakaus, mutta parannetaan sen kykyä reagoida hallitusti muutoksiin.

”Elintarvikeketjussa hintamuutokset siirtyvät eteenpäin hitaasti ja erisuuruisesti”

Markkinatilanteiden muutoksissa keskustelua herättää se, siirtyvätkö hintamuutokset elintarvikeketjussa yhtä nopeasti ja samansuuruisesti silloin kun hinnat laskevat tai nousevat.

Suomalaisessa elintarvikeketjussa pitkät ja kiinteät sopimukset hidastavat hintamuutosten siirtymistä eri portaiden välillä. Toisaalta tällaisella sopimusrakenteella saavutetaan vakaampaa hintakehitystä ja ennakoitavuutta. Tämä hyödyttää myös kuluttajia tasaisempina hintoina. Kuitenkin erityisesti alkutuotannon ja teollisuuden näkökulmasta pitkät sopimukset voivat muodostua haasteeksi markkinatilanteen merkittävästi muuttuessa, jos muutoksista aiheutuneita kustannusmuutoksia ei voida siirtää eteenpäin ketjussa sopimusten jäykkyyden vuoksi. Markkinatilanteen merkittävästi muuttuessa sopimuksia on ollut teoriassa mahdollista avata. Päivittäistavarakauppa ja foodservice-tukkukauppa avasivat neuvotteluja elintarvikeyritysten kanssa poikkeuksellisesti kesken sopimuskauden keväällä 2022. Tämä nopeutti kustannusten nousun siirtymistä hintoihin.

Pitkät sopimukset elintarvikeketjussa voivat heijastaa osapuolten välistä markkinavoimaa ja neuvotteluasemaa. Pitkät, kiinteähintaiset sopimukset voivat siirtää riskejä ja kustannuksia heikommalle osapuolelle, mikä vahvistaa epätasapainoa. Toisaalta pitkä sopimus voi myös lisätä ennustettavuutta ja varmuutta molemmille, jos sen ehdot ovat vastavuoroiset ja joustavat. Epätasapainoiset valtasuhteet voivat johtaa hintamuutosten hitaampaan tai epätäydellisempään siirtymiseen.

Tutkimuksen aineiston aikavälillä (1/2005–5/2024) tehdyt tarkastelut osoittavat, että hintamuutosten siirtyminen maatalouden ja teollisuuden välillä sekä teollisuuden ja päivittäistavarakaupan välillä ovat pääosin yhtä suuria riippumatta siitä, nouseeko vai laskeeko hinta. Myös palautuminen hinnan nousuista ja laskuista tapahtuu yhtä nopeasti ketjun portaiden välillä. Siirtymien voimakkuudessa on kuitenkin eroja: teollisuuden tuottajahintojen muutokset välittyvät lähes täysimääräisesti kuluttajahintoihin, kun taas maatalouden tuottajahintojen muutosten vaikutus teollisuuden tuottajahintoihin on suhteessa pienempi.¹¹

Tutkimusajanjaksolla on tapahtunut useita markkinamuutoksia, jotka ovat vaikuttaneet eri tavoin ketjuun ja sen osapuoliin. Lyhyellä aikavälillä näiden muutosten aiheuttamat hintamuutokset ja niiden siirtyminen on voinut vaihdella markkinatilanteesta toiseen. Pidemmällä aikavälillä vaihtelu kuitenkin tasoittuu

ja hintamuutosten välittyminen esittäytyy tutkimuksen tulosten mukaisesti voimakkuudeltaan hyvin tasaisena. Kysyntätilanne on yksi keskeisimmistä tekijöistä hintamuutosten siirtymisessä: kun kysyntä on vahvaa, hinnat siirtyvät ketjussa eteenpäin herkemmin, kun taas heikon kysynnän aikana siirtyminen hidastuu. Esimerkiksi 2010-luvun alussa hinta- ja kustannusmuutokset siirtyivät kuluttajahintoihin nopeammin ja täysimääräisemmin kuin vuosina 2022–2023, jolloin kysyntätilanne oli heikompi.

Suositus:

Pitkiin sopimukseen tulisi sisällyttää ruokaketjun toimijoiden yhdessä sopimia mekanismeja (ks. myös sivu 15), jotka mahdollistavat sopimusneuvottelujen avaamisen merkittävästi muuttuneessa markkinatilanteessa. Poliittikkatoimien tulisi kohdentua vain tilanteisiin, joissa hintojen siirtymistä estävät tekijät eivät perustu normaaleihin markkinatai sopimusmekanismeihin, vaan jonkin toimijan väärään markkinavoiman käyttöön, mikä heikentää kilpailua ja hidastaa hintamuutosten siirtymistä.

Lisäksi tulisi rakentaa avoimempi tapa seurata, miten kustannusten muutokset (mm. energia, raaka-aineet, työvoima) välittyvät ketjussa tuottajahinnoista kuluttajahintoihin. Tämä parantaisi ymmärrystä hinnoittelun muodostumisesta ja voisi vähentää perusteettomia hintaeroja.

”Kauppa on hyötynyt ruuan hinnan noususta”

Julkisessa keskustelussa on toistuvasti kysytty, kuka on hyötynyt ruuan hinnan noususta viime vuosina. Usein väitetään, että suurin hyötyjä on ollut päivittäistavarakauppa, koska suuret kaupparyhmät ovat onnistuneet tekemään hyvää tulosta viime vuosien haastavista markkinaolosuhteista huolimatta.

Kauppa ei absoluuttisesti hyötynyt kuluttajahintojen noususta, mutta suhteellisenä voittajana sen asema vahvistui. Kuluttajahintojen nousu ei automaattisesti tarkoita, että kauppa hyötyisi, vaikka ala selvisikin paremmin kuin teollisuus ja maatalous viime vuosien markkinamuutoksissa.

Elintarvikemarkkinoiden muutokset ovat olleet kuluvalle vuosikymmenellä poikkeuksellisen nopeita ja vaikeasti ennakoitavia. Sen seurauksena kenenkään ketjun toimijan ei voida katsoa hyötynneen muutoksista selvästi muita enemmän. Elintarvikeketjun kokonaisrahavirran kasvu on ollut vaatimatonta¹, eikä ketjuun ole syntynyt merkittävästi uutta arvoa. Toimijoiden kannattavuus on vahvistunut ennen kaikkea tuottavuutta parantamalla.

Vuosina 2021 ja 2022 tuotantopanosten hinnat nousivat lyhyessä ajassa globaalien shokkien vaikutusten seurauksena niin jyrkästi, että kustannusten siirtäminen ketjussa eteenpäin kuluttajahintoihin asti oli välttämätöntä, vaikka samalla kotitalouksien ostovoima heikkeni merkittävästi poikkeuksellisen korkean yleisen inflaation seurauksena.

Vaikka päivittäistavarakaupan myynnin arvo nousi kuluttajahintojen noustessa, myynnin määrä laski vuosina 2022–2023. Hintojen nopea nousu vaikutti kotitalouksien kulutukseen sekä määrällisesti että laadullisesti. Teollisuudessa ja maataloudessa vaikutukset olivat merkittäviä, sillä hinnankorotukset tehtiin pääosin kustannusnousujen kattamiseksi. Kauppa ei kaikissa tuotteissa pystynyt siirtämään kustannusten nousua täysin hintoihin tilanteessa, jossa kuluttajien ostovoima heikkeni merkittävästi. Tämä korosti strategisen hinnoittelun merkitystä ja vauhditti hintakampanjoinnin yleistymistä.

Kaupan tuloskehitys tukee käsitystä, että toimiala selvisi ruokainflaatiovuosista suhteellisesti paremmin kuin elintarviketeollisuus ja maatalous. Tutkimuksissa ei ole kuitenkaan löytynyt vahvaa näyttöä siitä, että kauppa olisi systemaattisesti kasvattanut katteitaan ruoan hintojen nousun myötä. Parhaiten pärjäsivät ne toimijat, jotka pystyivät pitämään kustannukset kurissa. Tämä näkyi muun muassa kaupan tuottavuuskehityksessä: isojen yksiköiden myynnin kasvussa,

energiansäästöinvestoinneissa sekä työvoimakustannuksia alentaneiden itsepalvelukassojen yleistymisessä.

Suositus:

Arvoketjun läpinäkyvyyttä tulee vahvistaa seuraamalla katteiden ja kustannusten jakautumista ketjun eri osissa. Tämä lisää markkinoiden avoimuutta, oikaisee väärinymmärryksiä siitä, kuka hyötyy ruuan hinnanmuutoksista ja vahvistaa siten luottamusta eri toimijoiden välillä. Koska kuluttajille kauppa on lähin linkki ruokaketjussa, järjestelmät parantavat myös kuluttajien ymmärrystä hintojen muodostumisesta. Samalla läpinäkyvyys tukee pienempien toimijoiden neuvotteluasemaa koko arvoketjussa.

Viranomaisten on pidettävä huoli siitä, että mahdollisiin markkina-aseman väärinkäyttöihin puututaan tehokkaasti ja johdonmukaisesti. On varmistettava, ettei kukaan toimija voi hyötyä epäreiluista toimintatavoista. Elintarvikemarkkinavaltuutetun toimiston tulee aktiivisesti hyödyntää sille annetut valtuudet reilujen ja läpinäkyvien toimintatapojen varmistamiseksi ruokaketjussa.

Koko elintarvikeketjun näkökulmasta kannattavan viennin kasvattaminen on keskeinen keino vahvistaa rahavirtaa ja parantaa kaikkien osapuolten asemaa. Erityisesti jalostettujen elintarvikkeiden viennillä voidaan luoda enemmän lisäarvoa kuin raaka-aineiden viennillä.

”Kuluttajille ruuan hinnan nopea nousu vuosien 2022 ja 2023 aikana oli taloudellisesti kohtuuttoman raskasta”

Ruuan hintakehitys oli Suomessa usean vuoden ajan varsin maltillista, kunnes globaalit shokit nostivat hintoja poikkeuksellisen voimakkaasti ja nopeasti lyhyessä ajassa; vuosina 2022 ja 2023 ruuan hinta nousi noin 20 prosenttia, ja nousu koski kaikkia tuoteryhmiä. Samaan aikaan myös muut yksityiset kulutusmenot kasvoivat korkean inflaation vuoksi, mikä heikensi kotitalouksien ostovoimaa merkittävästi. Kuluttajien näkökulmasta kilpailun toimivuus tarkoittaa, että elintarvikkeiden hinnat ovat kohtuullisia ja heijastavat tuotantokustannuksia, tuotteet ovat helposti saatavilla ja saavutettavissa, kuluttajilla on valinnanvapautta ja markkinoille syntyy uusia vaihtoehtoja. Mediassa on käsitelty ruuan hintojen nousua kuluttajien näkökulmasta huolestuneesti korostaen hintojen voimakasta nousua ja sen vaikutuksia ja kysymällä, onko hintojen nousulle oikeat perusteet.

Tulokset osoittavat, että kotitaloudet olivat hyvin erilaisessa asemassa sen suhteen, miten hintojen nousu vaikutti niiden arkeen. Tutkimushankkeessa toteutetun kuluttajakyselyn¹² mukaan lähes puolet vastaajista arvioi syksyllä 2023 tulevansa taloudellisesti vähintäänkin melko mukavasti toimeen. Vajaa kolmannes katsoi pärjäävänsä, kun ostokset tehdään harkiten. Viidennes joutui tinkimään ostoksista ajoittain ja kahdeksan prosenttia lähes kaikesta. Toisaalta jopa 40 prosenttia vastaajista koki ruuan olevan liian kallista suhteessa käytettävissä oleviin tuloihin.

Tilastojen^{13,14} perusteella ruuan osuus kotitalouksien kokonaiskulutusmenoista on pysynyt lähes ennallaan. Koko 2000-luvulla ruokamenojen keskimäärin osuus on ollut 12,2 prosenttia, ja ruokamenojen kasvu on seurannut likimain samaa tahtia kuin kulutusmenot kasvu yleensäkin. Tämä tarkoittaa, että vaikka ruuan hinta on noussut ajanjaksolla yleistä inflaatiokehitystä nopeammin, sen suhteellinen osuus kulutusmenoista ei ole kasvanut. Kuluttajat ovat kompensineet ruuan hintojen nousua muuttamalla kulutustottumuksiaan ja sopeuttamalla hankintojaan¹², mikä näkyi sekä elintarviketeollisuuden tuotannon että päivittäistavarakaupan elintarvikemyynnin volyymin laskuna. Kuluttajille on ollut tarjolla kotitalouksien maksukykyä vastaavia tuotteita, myös edullisempia vaihtoehtoja, kuten kaupan omia merkkejä (PL-tuotteet). Myös kaupan tarjouskampanjointi on viime vuosina lisääntynyt.

Suomessa kuluttajahinnat nousivat vuosien 2022 ja 2023 aikana vähemmän kuin EU:ssa keskimäärin, ja ruuan hinnan nousu on jatkunut EU:ssa nopeampana kuin Suomessa myös tämän jälkeen¹⁰. Joissakin tuoteryhmissä nähtiin Suomessa myös hintojen laskua vuonna 2024.

Suositus:

Toimet, jotka vahvistavat ostovoimaa, lisäävät hintojen läpinäkyvyyttä ja turvaavat ruuan saatavuuden kotitalouksille tuloluokasta riippumatta, ovat kuluttajien näkökulmasta perusteltuja. Ruuan hintojen nousu ei ole pelkästään maatalouden tai kaupan kysymys, vaan se koskettaa ennen kaikkea kuluttajien arkea. Elintarvikkeet ovat kotitalouksille välttämättömyyshyödykkeitä. Sosiaaliturvan ja verotuksen keinoin voidaan varmistaa, että myös pienituloisilla kotitalouksilla on mahdollisuus ravitsemuksellisesti tasapainoiseen ruokavalioon hintojen noustessa. Erityistä huomiota tulisi kiinnittää niihin kotitalouksiin, joille tilanne on ollut kaikkein vaikein.

Median rooli on keskeinen siinä, miten kuluttajat hahmottavat ja ymmärtävät ruuan hinnan nousun syitä ja siihen vaikuttavia tekijöitä. Suuri osa kuluttajista ei seuraa maailmanmarkkinahintojen kehitystä ja niiden taustalla olevia tekijöitä, satojen vaikutuksia tarjontaan tai tunne sektorin kustannusrakenteita. On tärkeää, että myös median edustajat hahmottavat kokonaiskuvan ruokaketjun toiminnasta, dynamiikasta ja syy-seuraussuhteista hintakehityksen taustalla.

”PL-tuotteet heikentävät tuottajien asemaa”

Kaupan omat merkit eli Private label -tuotteet (PL-tuotteet) ovat vähittäiskaupan omia tuotemerkkejä. Kauppa kilpailuttaa PL-tuotteiden valmistuksen, ja tuotteet voivat olla sekä kotimaisten että ulkomaisten valmistajien tekemiä. PL-tuotteet kilpailevat kaupan hyllytilasta teollisuuden omien brändituotteiden kanssa. Ne ovat usein hinnaltaan edullisempia, mikä tarjoaa kuluttajille enemmän valinnan mahdollisuuksia. Ruuan hinnan noustessa kuluttajat saattavat siirtyä yhä enemmän PL-tuotteiden ostajiksi. Tämä kehitys nähdään uhkana erityisesti maataloustuottajien asemalle.

Vuonna 2024 PL-tuotteiden markkinaosuus Suomessa oli noin 24 prosenttia. Osuus on merkittävästi pienempi kuin monissa muissa Euroopan maissa, joissa PL-tuotteiden markkinaosuudet ovat yleisesti kasvaneet viime vuosina. PL-tuotteiden markkinaosuus vaihtelee huomattavasti tuoteryhmittäin. KKV:n selvityksen¹⁵ mukaan osuus on suurin maitotuotteissa ja kananmunissa, hedelmissä ja marjoissa sekä kalassa ja äyriäisissä, keskimäärin hieman yli 30 prosenttia. Sen sijaan kahvin, teen, kaakaon sekä viljatuotteiden tuoteryhmissä PL-tuotteiden osuus on selvästi pienempi.

KKV:n mukaan PL-tuotteiden osto- ja myyntihinnat ovat yleensä matalampia kuin teollisuuden brändituotteiden hinnat, vaikka tuoteryhmäkohtaisia eroja esiintyy. Hintakehitys PL-tuotteissa on keskimäärin samankaltaista kuin muissa tuotteissa. Tuoteryhmäkohtaisten päivittäistavarakaupan hintamarginaalilaskelmien perusteella PL-tuotteiden marginaalit ovat yleensä muiden tuotteiden marginaaleja suuremmat, ja lisäksi niissä on tapahtunut enemmän kasvua kuin muiden tuotteiden marginaaleissa tarkastelujaksolla 2016–2023.

Elintarviketeollisuudelle PL-tuotteet ovat merkittävä myyntikanava¹⁶. Suuret kauppaketjut tilaavat niitä suuria määriä, mikä tuo ennakoitavuutta tuotannolle ja auttaa hyödyntämään tuotantokapasiteettia tehokkaasti. Lisäksi PL-tuotteiden valmistus voi tarjota vientimahdollisuuksia kansainvälisten kauppaketjujen kautta, mikä voi olla erityisesti pk-yrityksille kasvun lähde. Tutkimusten perusteella ei voida sanoa, että PL-tuotteet olisivat yksiselitteisesti elintarvikeketjun toimivuuden kannalta hyvä tai huono asia. Niihin liittyy sekä mahdollisuuksia että haasteita. Hintatietoisille kuluttajille PL-tuotteet tarjoavat yleensä edullisempia vaihtoehtoja verrattuna teollisuuden brändituotteisiin etenkin arjen perustuotteissa. Moni kuluttaja mieltää myös PL-tuotteet ja teollisuuden brändituotteet laadultaan samantasoisiksi¹⁷. Jos PL-tuotteiden osuus kasvaa nykyistä suuremmaksi, etenkin pienet brändivalmistajat voivat menettää hyllytilansa kaupassa, mikä voi vähentää kuluttajien valinnanvaraa.

Elintarvikkeiden valmistukseen PL-tuotteet tuovat samanaikaisesti sekä vakautta että epävarmuutta. Elintarviketeollisuudelle PL-tuotteet ovat merkittävä myyntikanava; isot kauppaketjut tilaavat PL-tuotteita suuria määriä, mikä tuo ennakoitavuutta teollisuudelle ja mahdollisuuden hyödyntää tuotantokapasiteettia tehokkaasti. Elintarviketeollisuudelle PL-tuotteet voivat tarjota myös vientikanavan kaupan kansainvälisten osto- ja hankintaorganisaatioiden kautta¹⁸. Tämä voi olla kasvumahdollisuus etenkin pk-yrityksille. PL-tuotteet tuovat kuitenkin hintapaineita teollisuudelle, marginaalit ovat yleensä pienempiä ja kaupan neuvotteluvoima kuluttajahintoihin kasvaa. PL-tuotteiden valmistuksen kilpailutus tuo samalla epävarmuutta hinnoittelun ja sopimusten hallinnan kautta, mikä heikentää taloudellista ennakoitavuutta.

Huolimatta PL- tuotteiden merkittävästä markkinaosuudesta elintarvikkeissa, PL-tuotteista ei ole saatavilla julkista tilastotietoa, jonka pohjalta voisi arvioida tarkemmin PL-tuotteiden vaikutuksia alkutuotantoon verrattuna teollisuuden brändituotteisiin. PL-tuotteiden valmistus voi kuitenkin myös alkutuotannon näkökulmasta tehostaa tuotantokapasiteetin käyttöä ja sitä kautta ylläpitää tai kasvattaa maatalousraaka-aineen kysyntää.

Suositus:

Markkinoiden toimivuuden kannalta tulee varmistaa, ettei PL-tuotteita käytetä väärin neuvotteluvoiman kasvattamiseksi. On huolehdittava jatkossakin siitä, että brändi- ja PL-tuotteiden hankintaorganisaatiot pysyvät erillisinä, mikä estää/hidastaa nopeaa tuotteiden kopiointia ja turvaa teollisuuden tki-toimintaa.

PL-tuotteiden osalta kauppa ja teollisuus voisivat vahvistaa kumppanuusajattelua ja pitkäjänteistä yhteistyötä. On tärkeä luoda toimintamalleja, jotka toisivat PL-tuotteita valmistaville yrityksille näkymää tuotteiden menekistä pidemmällä aikavälillä, mikäli tuotanto edellyttää esimerkiksi investointeja. Pitkäaikaisen kumppanuussopimuksen puitteissa hinta- ja muista sopimusehdoista olisi mahdollista sopia lyhyemmällä aikavälillä.

PL-tuotteiden tilastointia tulisi kehittää siten, että tuotteiden markkinaosuudet, hintakehitys ja vaikutukset alkutuotantoon ja koko ruokaketjuun olisivat jatkuvasti analysoitavissa julkisten tilastojen ja aineistojen pohjalta. Tärkeää olisi saada seurantatietoa PL-tuotteiden myynnin volyymin ja arvon kehityksestä tuoteryhmäkohtaisesti.

Jatkotutkimustarpeet

- Erityyppisten sopimusrakenteiden vaikutukset elintarvikeketjun toimivuuteen hintojen siirtymisen sekä markkinasignaalien välittymisen ja riskienhallinnan näkökulmasta.
- Analyysi markkinashokkien vaikutusten jakautumisesta elintarvikeketjun eri portaiden välillä (kuka kantaa riskin, miten hinnat siirtyvät).
- Riskienhallintavälineiden (esim. vakuutukset, johdannaiset) käytön esteet Suomessa ja keinot niiden laajemman käytön edistämiseksi elintarvikeketjussa
- Hintatilastojen ja markkinatiedon puutteet edellyttävät tutkimusta siitä, miten tilastointia tulisi uudistaa ja mitä tietoja markkinatoimijat aidosti tarvitsevat.

Hankkeen raportit

Arovuori, K., Karikallio, H. & Kinnunen, P. 2024. Elintarvikeketjun rahavirtojen kehitys. PTT Raportteja 289. Pellervon taloustutkimus PTT ry. https://www.ptt.fi/wp-content/uploads/2025/05/PTTRap289_2.pdf

Arovuori, K. 2025. Tuottajat omistavat maitoketjun – maitosektori Suomessa. PTT raportteja 302. <https://www.ptt.fi/julkaisut/tuottajat-omistavat-maitoketjun-maitosektori-suomessa/>

Forsman-Hugg, S., Kinnunen, P. & Yli-Liipola, M. 2024. Kuluttajien näkemyksiä ruuan hinnan nousun vaikutuksista kulutukseen ja ostokäyttäytymiseen. Raportteja 288. Pellervon taloustutkimus PTT. <https://www.ptt.fi/wp-content/uploads/2024/04/PTTRaportteja288.pdf>

Karikallio, H., Valtiala, J. & Niemi, J. 2025. Elintarvikkeiden hintasiirtymät ja hintajoustot. Luonnonvara- ja biotalouden tutkimus 81/2025: 63 s. Luonnonvarakeskus. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-419-121-0>

Jansik, C. J. 2025. Kotimarkkinakeskeisyys on lihaketjun suuri haaste: lihaketjun toimialakuvaus. Luonnonvarakeskus. <https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2025060662176>

Jansik, C., Jaakkonen, A-K., Suojala-Ahlfors, T., Mattila, T. & Niemi, J. 2025. Puutarhatilojen tuottavuus on korkea - puutarhasektorin toimialakuvaus. Luonnonvarakeskus. <https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2025060662179>

Yli-Liipola, M. 2025. Elintarvikeketjun vertikaaliset hintasiirtymät. PTT raportteja 306. <https://www.ptt.fi/wp-content/uploads/2025/11/PTTRap306.pdf>

Yli-Liipola, M., Kinnunen, P., Forsman-Hugg, S. & Kujala, P. 2025. Viljaketjun hajanaisuus vaikeuttaa lisäarvon kasvattamista - viljasektori Suomessa. PTT raportteja 301. <https://www.ptt.fi/wp-content/uploads/2025/06/PTTRap301.pdf>

VIITTEET

1. Arovuori, K., Karikallio, H., Kinnunen, P. 2024. Elintarvikeketjun rahavirtojen kehitys. PTT raportteja 289. Pellervon taloustutkimus PTT Helsinki. Saatavilla <https://www.ptt.fi/wp-content/uploads/2024/05/PTTrap289.pdf>
2. Arovuori, K. 2025. Tuottajat omistavat maitoketjun – maitosektori Suomessa. PTT raportteja 302. Pellervon taloustutkimus PTT Helsinki. Saatavilla <https://www.ptt.fi/wp-content/uploads/2025/06/PTTrap302.pdf>
3. Jansik, C. 2025. Kotimarkkinakeskeisyys on lihaketjun suuri haaste: lihaketjun toimialakuvaus. Luonnonvarakeskus. Saatavilla <https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2025060662176>
4. Yli-Liipola, M., Kinnunen, P., Forsman-Hugg, S., Kujala, P. 2025. Viljaketjun hajanaisuus vaikeuttaa lisäarvon kasvattamista – viljasektori Suomessa. PTT raportteja 301. Pellervon taloustutkimus PTT Helsinki. Saatavilla <https://www.ptt.fi/wp-content/uploads/2025/06/PTTrap301.pdf>
5. Jansik, C., Jaakkonen, A.-K., Suojala-Ahlfors, T., Mattila, T., Niemi, J. 2025. Puutarhاتیlojen tuottavuus on korkea: puutarhasektorin toimialakuvaus. Luonnonvarakeskus. Saatavilla <https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2025060662179>
6. Jansik, C., Aalto-Setälä, J., Forsman-Hugg, S., Heimonen, R., Markkanen, J., Niemi, J. 2022. Tuottajaorganisaatioista neuvotteluvoimaa maatalousyrittäjille. Luonnonvarakeskus. Saatavilla <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-380-494-4>
7. Knuuttila, M., Vatanen, E., Niemi, J. 2025. Miten ruoan hinta muodostuu? Julkaisussa: Maa- ja elintarviketalouden suhdannekatsaus 2025, Luonnonvara- ja biotalouden tutkimus. Saatavilla <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-419-066-4>
8. Karikallio, H., Arovuori, K. 2024. Selvitys sopimusrakenteista ja kustannusindekseistä elintarvikealan julkisissa hankinnoissa. Maa- ja metsätalousministeriön julkaisuja 2024:6. Maa- ja metsätalousministeriö. Saatavilla <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-366-565-1>
9. Karikallio, H., Valtiala, J., Niemi, J. 2025. Elintarvikkeiden hintasiirtymät ja hintajoustot. Luonnonvara- ja biotalouden tutkimus 81/2025. Luonnonvarakeskus. Saatavilla <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-419-121-0>
10. Karikallio, H., Niemi, J. 2025. Ruoan hinta on noussut Suomessa vähemmän kuin muissa EU-maissa. Luonnonvarakeskus. Saatavilla <https://www.luke.fi/fi/blogit/ruoan-hinta-on-noussut-suomessa-vahemman-kuin-muissa-eumaissa>
11. Yli-Liipola, M. 2025. Elintarvikeketjun vertikaaliset hintasiirtymät. PTT raportteja 306. Pellervon taloustutkimus PTT Helsinki. Saatavilla <https://www.ptt.fi/wp-content/uploads/2025/11/PTTrap306.pdf>
12. Forsman-Hugg, S., Kinnunen, P., Yli-Liipola, M. 2024. Kuluttajien näkemyksiä ruuan hinnan nousun vaikutuksista kulutukseen ja ostokäyttäytymiseen. PTT raportteja 288. Pellervon taloustutkimus PTT Helsinki. Saatavilla <https://www.ptt.fi/wp-content/uploads/2024/04/PTTraportteja288.pdf>
13. Suomen virallinen tilasto (SVT). 2025. Kansantalouden vuositilinpito [verkkajulkaisu]. <https://stat.fi/tilasto/vtp>

14. Forsman-Hugg, S. 2025. Ruokamenojen osuus kokonaiskulutuksesta säilynyt yllättävänkin vakaana. PTT. Saatavilla <https://www.ptt.fi/ruokamenojen-osuus-kokonaiskulutuksesta-sailynt-yllattavankin-vakaana/>
15. Piipponen, J., Heinonen, M., Pöyri, L., Buri, R., Leppälä, S. 2025. Kaupan omat merkit eli private label -tuotteet elintarvikemarkkinoilla. Kilpailu- ja kuluttajaviraston Tutkimusraportteja 3/2025. Kilpailu- ja kuluttajavirasto Helsinki. Saatavilla <https://www.kkv.fi/tutkimus-ja-vaikuttaminen/julkaisut/tutkimusraportit/kaupan-omat-merkit-eli-private-label-tuotteet-elintarvikemarkkinoilla-tutkimusraportteja-3-2025/>
16. Elintarvikemarkkinavaltuutettu. 2025. Private Label -kyselyn tulokset. Elintarvikemarkkinavaltuutettu. Saatavilla <https://www.ruokavirasto.fi/globalassets/etmv/private-label-tulosraportti-syky-2025.pdf>
17. Forsman-Hugg, S., Kinnunen, P., Yli-Liipola, M., Piikki, V. 2025. Ruuan hinta ratkaisee - kuluttajien näkökulmia ruuan kulutukseen ja ruokamarkkinoihin. PTT raportteja 305. Pellervon taloustutkimus PTT Helsinki. Saatavilla https://www.ptt.fi/wp-content/uploads/2025/11/PTT-Kuluttajakysely-2025_raportti_valmis.pdf
18. Liu, X., Niemi, J. 2014. Painetta vai dynamiikkaa kaupan omilla merkeillä? 22–23. Kehittyvä elintarvike. 22–23. <https://kehittyvaelintarvike.fi/wp-content/uploads/6-2014-pdf-6.pdf>