

**PELLERVON TALOUDELLISEN TUTKIMUSLAITOKSEN
RAPORTEJA N:o 184**

**PELLERVO ECONOMIC RESEARCH INSTITUTE
REPORTS No. 184**

**BALTIAN MAIDEN MERKITYS SUOMEN
ELINTARVIKETEOLLISUUDELLE**

**Panu Kallio
Juha Marttila
Meri Virolainen
Raija Volk**

Helsinki 2002

Pellervon taloudellinen tutkimuslaitos PTT
Eerikinkatu 28 A
00180 Helsinki
Puh. 09-348 8844
Fax. 09-3488 8500
Sähköposti econ.res@ptt.fi

ISBN 952-5299-57-0
ISSN 1456-3215

Helsinki 2002

ESIPUHE

Euroopan unionin laajentuessa Keski- ja Itä-Eurooppaan Baltian maista tulee osa unionin sisämarkkinoita. Vaikka koko EU:n tasolla Latvia, Liettua ja Viro ovat pieniä maita, on niillä maantieteellisen läheisyytensä vuoksi Suomelle tärkeä merkitys.

Viimeisen kymmenen vuoden aikana suomalaiset teollisuusyritykset ovat voimakkaasti kansainvälistyneet, ja tässä prosessissa Baltia on ollut yksi luonnollinen kohdemarkkina-alue. Kaikissa kolmessa Baltian maassa elintarviketeollisuus on edelleen tärkein teollisuuden toimiala, ja ulkomaa-laisomistuksen osuus toimialalla on kasvanut huomattavasti. Nimenomaan suomalaiset elintarviketeollisuusyritykset ovat varsin merkittävästi investoineet Baltian elintarvikemarkkinoille.

Viron, Latvian ja Liettuan EU-jäsenyydellä on suoria vaikutuksia suomalaisten elintarvikeyritysten toimintaan niin Baltiassa kuin Suomessakin. Tämän tutkimuksen tavoitteena on arvioida Baltian maiden merkitystä Suomen elintarviketeollisuudelle ja sitä, miten EU-jäsenyys muuttaa tilannetta. Alatoimialoista analyysin kohteena ovat meijeriteollisuus, teurastus- ja lihanjalostusteollisuus, leipomotuoteteollisuus, alkoholijuoma- ja panimoteollisuus sekä makeis- ja keksiteollisuus.

Oleellinen osa raporttia kartoittaa suomalaisten elintarvikeyritysten johtohenkilöiden näkemyksiä elintarvikemarkkinoiden muutoksista Baltian maiden liittyessä Euroopan unioniin. Tutkimuksen tekijät kiittävät haastattelussa mukana olleita henkilöitä yhteistyöstä.

Tutkimuksen on rahoittanut Elintarviketeollisuusliitto, jolle PTT lausuu parhaimmat kiitoksensa.

Helsingissä, elokuussa 2002

Vesa Vihriälä
toimitusjohtaja

Panu Kallio
tutkimusjohtaja

Panu KALLIO - Juha MARTTILA – Meri VIROLAINEN – Raija VOLK. 2002. BALTIAN MAIDEN MERKITYS SUOMEN ELINTARVIKETEOLLI-SUUDELLE. Pellervon taloudellisen tutkimuslaitoksen raportteja n:o 184. 83 s. ISBN 952-5399-57-0, ISSN 1456-3215

TIIVISTELMÄ: Suomalaisen elintarviketeollisuuden asema Baltiassa on varsin vahva, ja se on saavuttanut markkinajohtajuuden useilla alatoimialoilla. Paikallisuuden tärkeys on näkynyt siinä, että markkinoillemenostrategiana on usein ollut tuotannon käynnistäminen paikanpäällä.

Suomalainen yritysjohto näkee Baltian maiden EU-jäsenyyden positiivisena haasteena, jossa hyödyt ovat suuremmat kuin haitat. Toimintaedellytykset Baltiassa paranevat mm. lainsäädännön ja sen tulkinnan harmonisoituessa EU-lainsäädännön kanssa. Ostovoima alueella kohenee. Rajaongelmien poistuminen helpottaa kaupankäyntiä Latvian ja Liettuan kanssa. Tärkeänä pidetään sitä, että kaikki kolme maata liittyvät unioniin samalla kertaa.

EU-jäsenyys kiristää kilpailua Baltiassa. Tämä saattaa heikentää jo hyvän markkina-aseman saavuttaneiden suomalaisten yritysten kannattavuutta. Pienuutensa takia Baltian markkinat eivät kiinnosta suuria monikansallisia elintarvikeyrityksiä, mutta yhdistettynä Pohjoismaisiin markkinoihin tilanne voi olla toinen. Uhkana pidetään sitä, että suuret yritykset etabloituvat Baltiaan pitäen sitä porttina esim. Suomen ostokykyisille markkinoille.

Palkkaerojen Suomen ja Baltian välillä uskotaan pysyvän suurina vielä pitkään. Suomalainen yritysjohto pitääkin selvänä, että palkkaerot siirtävät paljon käsityötä vaativaa elintarviketuotantoa Baltiaan.

Asiasanat: Elintarviketeollisuus, Suomi, Viro, Latvia, Liettua, EU, laajentuminen.

Panu KALLIO - Juha MARTTILA – Meri VIROLAINEN – Raija VOLK. 2002. FINNISH FOOD INDUSTRY AND BALTIC COUNTRIES. Pellervo Economic Research Institute Reports n:o 184. 83 p. ISBN 952-5399-57-0, ISSN 1456-3215

ABSTRACT: The Finnish food industry has a strong position in the Baltic countries. In some sub-sectors, it has even been able to capture market leadership. Baltic markets are localised, and the entry mode for Finnish companies has often been foreign direct investment.

Finnish food processing firms see EU membership of the Baltic countries as a positive challenge rather than a threat. Business conditions in the Baltics will improve once legislation and its interpretation, for instance, becomes harmonised with EU legislation. Purchasing power in the region will grow and the abolition of import protection will improve trade with Latvia and Lithuania. It is important that all three Baltic countries join the EU at the same time.

EU membership will increase competition in the Baltics; this may reduce the profitability of those Finnish food firms that have already established a strong position in the Baltic markets. Since the Baltic markets are small, multinational firms have little interest in these markets alone. However, when they are combined with markets in the Nordic countries the situation may change. It is seen as a threat to the Finnish food industry if large firms use Baltic countries as a gateway to the Finnish food market.

Wage differences between Finland and Baltic countries will persist for several years, and these differences will result in the movement of labour-intensive food processing to the Baltic countries.

Key words: Food Industry, Finland, Estonia, Latvia, Lithuania, EU, enlargement.

SISÄLTÖ

1.	TAUSTA JA TAVOITTEET	1
2.	BALTIAN MAIDEN YLEINEN KEHITYS	3
3.	ULKOMAANKAUPPA JA KAUPPOLITIikka	9
3.1	Ulkomaankauppa	9
3.2	Baltian maiden kauppapolitiikka	13
4.	YRITYSTEN TOIMINTAYMPÄRISTÖ BALTIASSA	17
4.1	Lainsäädäntö ja maariski.....	17
4.2	Elintarvikkeiden kysyntä ja EU-jäsenyyden vaikutus siihen	22
4.3	Itämeren markkina-alueen yhtenäisyys.....	27
5.	TOIMIALAN MARKKINARAKENNE JA KILPAILUTILANNE BALTIAN MAISSA	30
5.1	Toimialan merkittävimmät toimijat ja niiden markkina- asema	30
5.2	Merkittävimmät uusien yritysten alalle tulon esteet toimialalla Baltian maissa.....	40
5.3	Baltian maiden jakelukanavien kehitys.....	43
6.	SUOMALAISTEN ELINTARVIKEYRITYSTEN TAVOITTEET JA TOIMINTA BALTIASSA	46
6.1	Yritysten Baltia strategiat.....	46
6.2	Panostukset paikallisen raaka-aineen ja tuotannon laadun kehittämiseen	50
6.3	Nivoutuminen kotimaan toimintoihin	53
6.4	Elintarvikeyritysten liiketoiminnan tehokkuus ja kannat- tavuus Baltiassa.....	54

7.	BALTIAN MAIDEN EU-JÄSENYYPDEN VAIKUTUKSET ELINTAR- VIKETEOLLISUUDEN TOIMINTAAN SUOMESSA.....	60
7.1	Vaikutukset elintarviketeollisuuden investointeihin ja tuotannon määrään Suomessa	60
7.2	Vaikutukset Suomen elintarvikkeiden vientiin	62
7.3	Vaikutukset tuontiin Baltiasta Suomeen	64
8.	JOHTOPÄÄTÖKSET	71
	ENGLISH SUMMARY	74
	LÄHTEET	80
	LIITE.....	82

1. TAUSTA JA TAVOITTEET

Tausta

Euroopan unionin laajentuminen uusiin jäsen maihin on nykyisten 15 jäsenmaan hyväksymä yhteinen tavoite. Viro, Latvia ja Liettua kuuluvat niiden kymmenen Keski- ja Itä-Euroopan (KIE) maan muodostamaan ryhmään, jotka neuvottelevat parhaillaan EU-jäsenyydestä. Muista nykyisistä EU-jäsenmaista poiketen Suomelle Baltian maiden ja erityisesti Viron merkitys on tärkeä maantieteellisen läheisyytensä vuoksi. Näillä näkymin Baltian maiden jäsenyys toteutuu ensimmäisten KIE-maiden joukossa jo ehkä vuonna 2004.

Elintarvikkeiden jalostuksella on hyvin merkittävä asema kaikissa Baltian maissa. Se on kattanut noin neljänneksen teollisuus tuotannosta ja elintarvikeviennin osuus koko viennistä on ollut myös huomattava. Myös ulkomaisten yritysten suorien investointien kohteena Baltian maat ovat kokoonsa nähden saaneet paljon huomiota osakseen.

Maantieteellisen läheisyytensä takia Baltian integraatiolla Euroopan unioniin on nimenomaan suoria vaikutuksia Suomeen. Unionin jäsenyys poistaa maidenväliset kaupan esteet, ja työvoiman sekä pääomien liikkuminen vapautuu. Elintarviketuotteiden vienti KIE-maihin helpottuu, kun tullit poistetaan, mutta vientitukien lopettaminen taas heikentää vientimahdollisuuksia. Toisaalta EU:n tullien poistaminen helpottaa tuontia Suomeen ja lisää näin tarjontaa Suomessa. Viennin lisäksi suomalaiset yritykset voivat vahvistaa asemiaan Baltian markkinoilla elintarvikesektoriin suunnattavien suorien investointien kautta.

Tavoitteet

Tämän tutkimuksen tavoitteena on arvioida Baltian maiden ja erityisesti Viron EU-jäsenyyden merkitystä Suomen elintarviketeollisuuden kannalta. Alatoimialoista analyysin kohteena ovat meijeriteollisuus, teurastus- ja lihanjalostusteollisuus, leipomotuoteteollisuus, alkoholijuoma- ja panimoteollisuus sekä makeis- ja keksiteollisuus.

Baltian maat muodostavat pienen, mutta ostovoimaltaan kasvavan elintarvikkeiden markkina-alueen. Tutkimuksessa tarkastellaan aluksi Baltian elintarvikemarkkinoiden tulevaisuuteen vaikuttavia kokonaistaloudellisia tekijöitä. Näitä ovat mm. kulutuksen tasoon vaikuttava ostovoiman kehitys,

elintarviketalouden merkitys kansantaloudessa ja tuotantopanosten hintakehitys.

Baltian maiden EU-jäsenyyden aiheuttamat markkinamuutokset ja -paineet välittyvät Suomeen lähinnä maiden välisen ulkomaankaupan välityksellä. Luvussa kolme tarkastellaankin näiden maiden ulkomaankaupan maa-jakauman ja tuoterakenteen sekä Suomen ja Baltian-maiden välisen kaupan arvon kehitystä. Lisäksi tarkastellaan Baltian maiden kauppapolitiikan kehittymistä ja sen vaikutusta ulkomaankauppaan Baltian valmistautuessa liittymään EU:n sisämarkkinoihin.

Suomalaisten yritysten asema ja lähtökohdat suhteessa Baltiaan ovat hyvin erilaiset. Elintarvikesektorin kansainvälistyessä huomattava osa suomalaisista elintarvikeyrityksistä on sopeutunut kotimaan markkinoilla ja puolustaa asemiaan markkinoiden avautuessa täällä. Monet yritykset taas ovat jo pitkään vieneet tuotteitaan ulkomaille, ja useilla on merkittävää tuotantoa muun muassa Baltian maissa. Lähtökohdat ovat erilaiset myös tuotteiden suhteen. Ääripäissä ovat suuria volyymeja tuottavat yritykset sekä kapeille sektoreille erikoistuneet tuottajat. Jokainen elintarvikeyritys hahmottaa tulevaisuuttaan omista lähtökohdistaan ja tavoitteistaan. Käsitykset tulevaisuuden vaihtoehtoista poikkeavat siten henkilöiden ja yritysten mukaan.

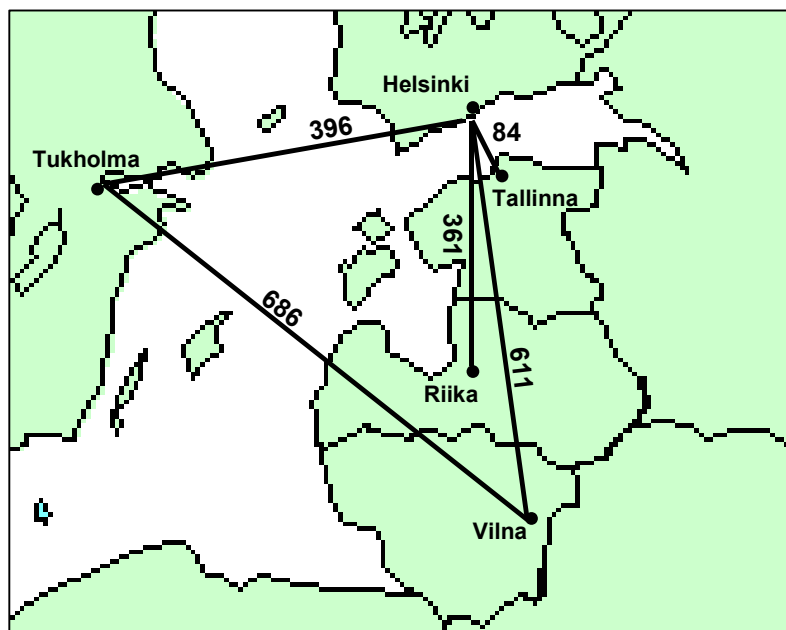
Tämän tutkimuksen kolmantena tavoitteena onkin haastattelututkimuksen avulla kartoittaa suomalaisten elintarvikeyritysten johtohenkilöiden näkemyksiä elintarvikemarkkinoiden muutoksista Baltian maiden liittyessä Euroopan unioniin. Lukujen 4-7 pääasiallisen aineiston muodostaa tämä haastattelumateriaali.

Yritysten omasta toiminnasta ja omista kokemuksista koostuva selvitys aloitetaan kartoittamalla elintarviketeollisuuden lainsäädäntö- ja markkinaympäristö Baltian maissa. Seuraavaksi esitetään elintarviketeollisuuden eri toimialojen markkinarakenne ja arvio Baltian kilpailutilanteesta nyt ja tulevaisuudessa. Luvussa kuusi analysoidaan suomalaisten elintarvikeyritysten strategioita ja toimintaa Baltian markkinoilla. Tavoitteena on kartoittaa tavoitteiden lisäksi se, miten suomalaiset yritykset ovat näillä markkinoilla menestyneet ja millä keinoin kilpailuasemaa säilytetään tai parannetaan tulevaisuudessa. Luvussa seitsemän esitetään arvioita siitä, miten Baltian maiden EU-jäsenyys vaikuttaa suomalaisen elintarviketeollisuuden toimintaan sekä Baltian markkinoilla että kotimaassa. Lopuksi esitetään johtopäätökset tutkimuksen keskeisistä tuloksista.

2. BALTIAN MAIDEN YLEINEN KEHITYS

Välimatkat Baltiaan ja Baltiassa lyhyet

Läheisyytensä vuoksi Baltian maat ovat Suomen elintarviketeollisuudelle sekä mahdollisuus että uhka. Suomesta käsin katsottuna EU:n laajentumista Baltiaan voidaan pitää hyvällä syyllä lähialue-laajentumisena. Tallinnasta Helsinkiin on laivateitse matkaa vain runsaat 80 kilometriä, ja etäisimpäänkin Baltian maan pääkaupunkiin on matkaa vain noin saman verran kuin Helsingistä Ouluun. Myös pinta-alaltaan kaikki kolme maata ovat varsin pieniä, sillä yhteenlaskettunakin ne kattavat vain noin puolet Suomen pinta-alasta.



Kuvio 1. Etäisyydet Baltian maihin

Baltian väki vähenee

Väestön määrälläkin mitattuna Baltia on pieni markkina-alue. Näiden kolmen maan yhteenlaskettu väkiluku vuonna 2000 oli hieman yli 7,5 miljoonaa ihmistä. Kun nykyisen Euroopan unionin (EU-15) väkiluku on lähes 380 miljoonaa ihmistä, niin Baltian maat kasvattavat väestön määrää unionissa vain vajaalla parilla prosentilla. Lisäksi viime vuosikymmenellä Baltian maat niin kuin muutkin EU:iin pyrkivät Keski- ja Itä-Euroopan maat kokivat muutoksen demografisessa kehityksessään. Samalla, kun syntyneiden määrä on ollut jatkuvasti kuolleiden määrää pienempi, myös nettomaahanmuutto on ollut negatiivinen. Baltian maiden väestön määrä olikin vuonna 2000 viisi prosenttia pienempi kuin vuonna 1992. Itse asiassa ajanjaksolla 1995-2000 väestön kasvu oli maailman hitainta Virossa (keskimääräinen vuosimuutos -1,3 %), neljänneksi hitainta Latviassa (-0,8 %) ja 13. hitainta Liettuassa (-0,1). Myös aikavälillä 2000-2005 väestön kasvuvauhdin arvioidaan olevan Baltian alueella selvästi maailman hitainta.

Taulukko 1. Väestön määrä Baltian maissa ja EU:ssa (miljoonaa ihmistä).

	1992	2000	Muutos %	Vuosimuutos 2000-05, %
Viro	1,54	1,44	-7,0	-1,1
Latvia	2,61	2,37	-9,2	-0,6
Liettua	3,74	3,70	-1,2	-0,2
EU-15	367,9	376,4	2,3	

Lähde: Tilastokeskus, Eurostat, The Economist

Baltia yhteensäkin pieni ja köyhä talous Suomeen verrattuna

Bruttokansantuote henkeä kohti antaa viitteitä Baltian markkinoiden ostovoimasta. Ennen toista maailmansotaa Viron ja Suomen elintaso oli suunnilleen sama. Suomen bruttokansantuote kasvoi kuitenkin Viroa nopeammin Baltian maiden ollessa osa Neuvostoliittoa, minkä lisäksi Baltian maiden siirtyminen suunnitelmataloudesta markkinatalouteen johti 1990-luvulla aluksi voimakkaaseen bruttokansantuotteen laskuun ja inflaation kiihtymiseen (Kaitila & Widgren, 1998). Taloudellisten uudistusten ja vakauttamisohjelmi-

en yhteensovittaminen rakenneuudistusten yhteydessä vei aikansa, mutta 1990-luvun puolivälin jälkeen kaikkien kolmen maan taloudet kääntyivät nousuun. Tilapäisen poikkeuksen aiheutti syksyllä 1998 alkanut Venäjän kriisi. Lähivuosina Baltian maiden talouksien arvioidaan kasvavan noin 5 % vuosivauhdilla eli noin kaksi kertaa EU:n vauhdilla (Fischer, Shay & Végh, 1998).

Taulukko 2. *Baltian maiden talouksien koko ja ostovoima suhteessa Suomeen vuonna 2000.*

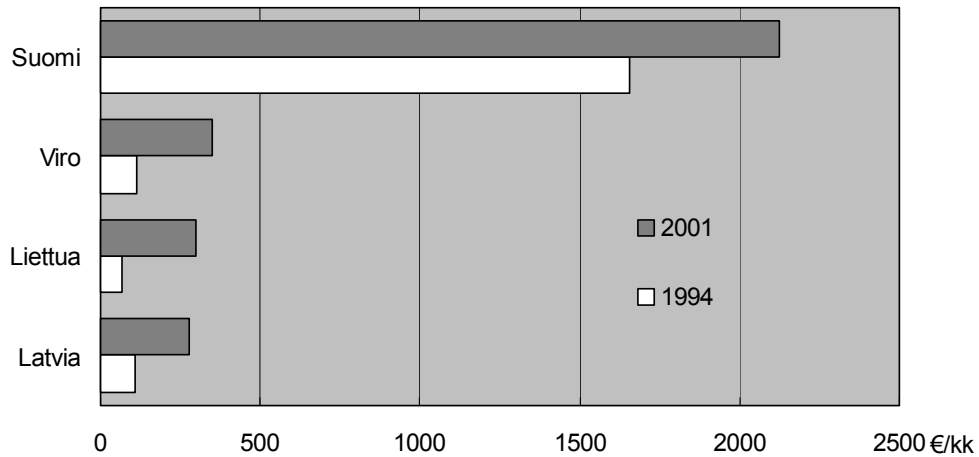
	Suomi	Viro	Latvia	Liettua	Baltia	Baltia/ Suomi, %
BKT (mrd. €)	131,2	5,5	7,8	12,2	25,5	19,4
BKT (mrd. PPS)	120,3	12,4	16,0	27,6	56,0	46,6
BKT/henkilö (PPS)	23 250	8 600	6 700	7 500	7 450	32,0
BKT:n volyymikasvu (1994-01, %)	4,2	5,0	4,3	3,6	4,1	-0,1*

* Erotus prosenttiyksiköissä

Lähde: BOFIT, Eurostat

Baltian palkat nousevat, mutta ero Suomeen huomattava

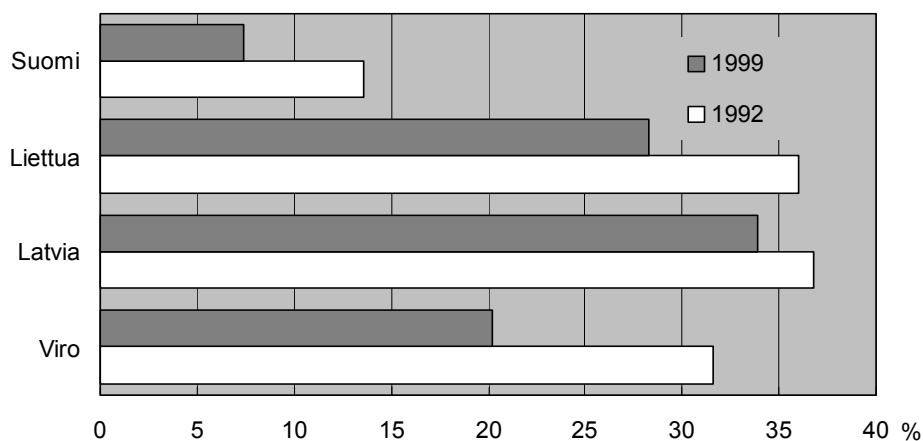
Kuukausipalkat ovat kohonneet nopeasti Baltian maissa, Liettuassa ne jopa yli nelinkertaistuivat 7 vuodessa. Bruttopalkat ovat kuitenkin edelleen erittäin alhaiset. Kun verrataan korkeimman palkkatason Baltian maata, Viroa, Suomeen, niin viime vuonna sen palkkataso oli vain noin 1/6 Suomen palkkatasosta. Itse asiassa absoluuttisesti euroina mitattuna Suomen palkat ovat kasvaneet viimeisen seitsemän vuoden aikana enemmän kuin palkat Baltiassa. Vaikka palkkojen kasvuvauhti on Baltiassa myös jatkossa selvästi Suomea nopeampi, on ero niin suuri, että palkkaerot säilyvät vielä pitkään. Tämä omalta osaltaan myötävaikuttaa paljon työvoimaa vaativan tuotannon siirtymistä Baltiaan.



Kuvio 2. Bruttokuukausipalkat Baltiassa ja Suomessa vuosina 1994 ja 2001, €. (Lähde: BOFIT, PTT).

Elintarviketeollisuuden (ja maatalouden) merkitys edelleen suuri Baltiassa

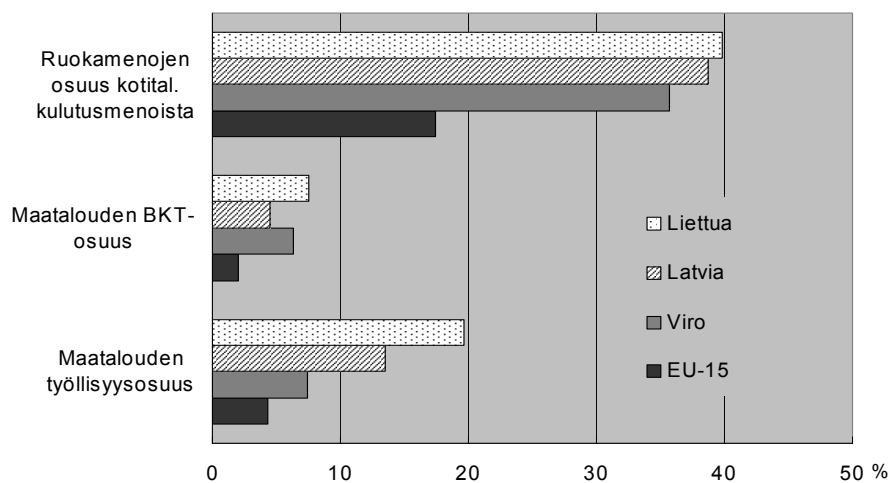
Neuvostoliiton aikana Baltian mailla oli merkittävä rooli ruoan tuottajana. Tuotantokapasiteetti ylitti selvästi oman alueen kysynnän. Virossa kapasiteettia oli 30-40 % yli oman tarpeen (Jansik, 2001). Vaikka viime vuosikymmenen alussa elintarvikkeiden tuotanto romahti ja sen jälkeenkin sen painoarvo on pienentynyt, on elintarviketeollisuus edelleen kaikissa kolmessa maassa teollisuustuotannon suurin toimiala. Latviassa elintarviketeollisuuden osuus koko teollisuustuotannosta on noin kolmannes, Liettuaassa vajaa neljännes ja Virossa viidennes. Suomessa osuus on alle 8 %.



Kuvio 3. Elintarviketeollisuuden osuus teollisuustuotannosta, %. (Lähde: Jansik, 2001).

Maatalouden osuus BKT:sta on Baltiassa 6,3 % eli kaksi kertaa suurempi kuin Suomessa ja yli kolme kertaa suurempi kuin Euroopan unionissa. Toisaalta varsinkaan Latvia ja Viro eivät enää ole taloudellisesti erityisen riippuvaisia maataloudesta. Kun Suomi on maataloudesta taloudellisesti vähiten riippuvien maiden listalla maailmassa jaetulla sijalla 14 (maatalous 3 % BKT:sta), niin Latvia on jaetulla sijalla 21 (4 %) ja Viro jaetulla sijalla 34 (6 %) (The Economist, 2002). Maatalous työllistää Baltiassa 15,3 % kokonaistyövoimasta eli 3,5 kertaa enemmän kuin EU:15:sta, mutta Baltian maiden välilläkin on suuria eroja.

Ruokamenojen osuus kotitalouksien kokonaismenoista Baltiassa vaihtelee 35 ja 40 prosentin välillä ollen suurin Liettuassa. Luku on yli kaksinkertainen Suomeen ja Euroopan unioniin verrattuna.



Kuvio 4. Maatalouden merkitys ja elintarvikkeiden kulutusosuus vuonna 2000. (Lähde: Euroopan komissio 2002)

Elintarviketeollisuuden rakenne muuttunut

Samalla, kun elintarviketeollisuuden tuotanto on kokonaisuutena vähentynyt jokaisessa Baltian maassa, on alatoimialojen kehitys ollut toisistaan selvästi poikkeavaa. Merkittävin häviö on ollut lihateollisuus, jonka osuus elintarviketeollisuudesta on vähentynyt yli viidenneksestä alle 15 prosenttiin. Se on kuitenkin toiseksi tai kolmanneksi suurin alatoimiala kaikissa Baltian maissa. Suurin alatoimiala jokaisessa maassa on meijeriteollisuus. Liettuassa ja Virossa sen osuus on kasvanut ja se ylittää Liettuassa jopa kolmanneksen osuuteen koko elintarviketeollisuudesta. Latviassa sen sijaan meijeriteollisuuden painoarvo on pienentynyt. Leipomoteollisuus on kasvattanut hieman osuuttaan kaikissa maissa. Makeisteollisuus on kaksinkertaistanut osuutensa ja juomateollisuus on myös nostanut osuuttaan selvästi Liettuaa lukuun ottamatta. Juomateollisuuden arvo on suunnilleen yhtä suuri lihateollisuuden kanssa. Juomateollisuudessa erityisesti oluen osuus tuotannosta on kasvanut voimakkaasti. Sen osuus elintarviketeollisuustuotannosta on myös Liettuassa lähes kaksinkertaistunut.

3. ULKOMAANKAUPPA JA KAUPPOLITIikka

3.1 Ulkomaankauppa

Vuoteen 1998 asti Baltian maat olivat elintarvikkeiden nettoviejiä, mutta vuoteen 2001 mennessä ne kaikki olivat jo muuttuneet elintarvikkeiden nettotuojiksi. Nykyisin elintarvikkeiden viennin määrä on Latviassa vain noin neljäsosa tuonnista, ja Virossa vienti kattaa noin kaksi kolmasosaa tuonnista. Liettuassa elintarvikkeiden vienti on likimain tuonnin kanssa yhtä suurta. Elintarvikkeiden viennin osuus kokonaisviennistä on kuitenkin selvästi suurempi kuin Suomessa, vaikka osuus onkin viime vuosina pienentynyt.

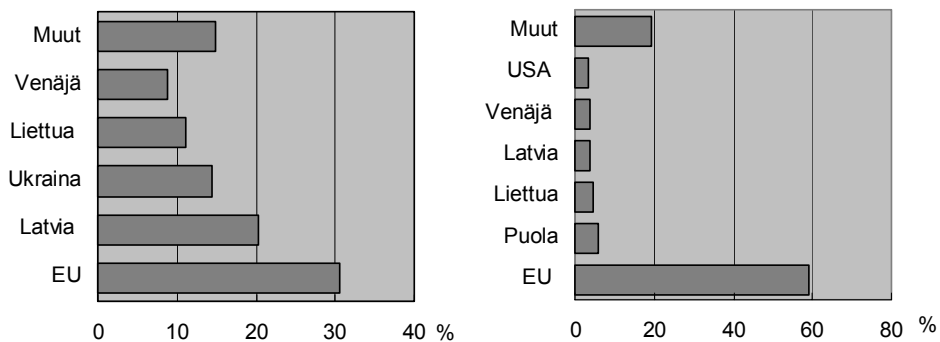
Taulukko 3. Baltian maiden maa- ja elintarviketuotteiden osuus kokonaisuudesta, %.

	2001	2001	2001	2001
	Viro	Latvia	Liettua	Suomi
Vienti	8,0	9,1	17,2	2,1
Tuonti	9,4	16,8	19,6	4,1

Lähteet: Latvijas Statistika 2001, Statistics Lithuania 2001, Statistical Office of Estonia 2002, PTT, 2002

Euroopan unioni on Baltian maiden tärkein kumppani elintarvikekaupassa.¹ Lähes 60 % Viroon tuoduista elintarvikkeista on peräisin EU:sta, ja Suomi on suurin yksittäinen tuontimaa. Viron elintarvikkeiden vienti on jakautunut tuontia tasaisemmin eri kohteiden kesken, mutta vienninkin kohdealueena EU on tärkein 30 prosentin osuudella. Liettuan viime vuoden elintarvikeviennistä noin kolmannes suuntautui EU:iin. Saksa ja Hollanti olivat merkittävimmät yksittäiset vientimaat. Baltialle elintarvikekauppa EU-maiden kanssa on alijäämäistä.

¹ Baltian maiden ja EU:n välisen elintarvikekaupan arvon ja määrän viime aikaista kehitystä on kuvattu liitteessä 1.



Kuvio 5. Viron maatalous- ja elintarvikekaupan kumppanit vuonna 1999 (prosenttiosuudet). Vasemmalla viennin kohdemaat ja oikealla tärkeimmät tuontimaat. (Lähde: SOE)

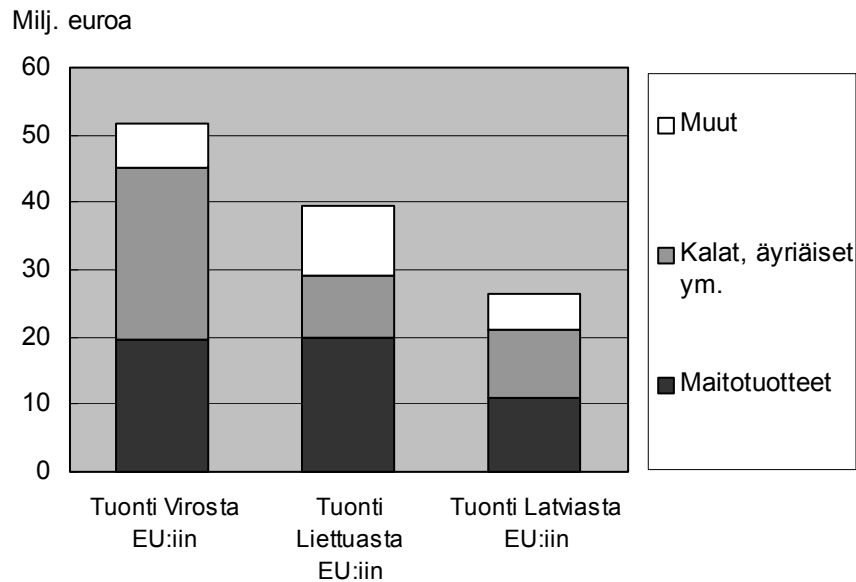
EU:n ja Baltian kauppakeskittynyt harvoihin tuotteisiin

Euroopan unionin elintarvikeviennissä² Latviaan ja Viroon merkittävin tuoteryhmä on juomat. Viroon viedään erityisesti väkeviä alkoholijuomia, kun taas Latviaan ja Liettuaan viennissä tärkein tuote on viini. EU:n viennissä Liettuaan merkittävin tuoteryhmä koostuu erilaisista pienistä tuoteryhmistä (tilastonomike erinäiset elintarvikkeet) kuten kahviuutteista, kuivatuista keitto-liemivalmisteista, jäätelöstä, mehujäistä sekä kastikevalmisteista.

Lihatuohteissa Baltian maiden omavaraisuusaste on korkein naudanlihassa. Tämä heijastuu myös lihan vientiin EU:sta Baltiaan. Vientiä on pääasiassa sian- ja siipikarjanlihassa. Leipomotuohteissa vienti painottuu suureksi osaksi lastenruokiin ja makaronivalmisteisiin.

Baltian maiden elintarvikkeiden vienti EU:iin keskittyy lähinnä maitotuotteisiin sekä kalaan ja äyriäisiin. Nämä kaksi tuoteryhmää kattavat 80-90 % viennistä EU:iin. Baltian maiden maitotuotteiden viennissä EU:iin merkittävin tuote on ollut maitojauhe, mutta juuston tuonti on kasvanut viime vuosina. Liettuassa juustoryhmän viennin arvo on jo hyvin lähellä maitojauheen vastaavaa. Liettuan maitotuotteiden kokonaisvienti (myös muualle kuin EU-maihin) kasvoi vuonna 2001 noin 10 % juuston viennin noustessa peräti 16 % (Agra Europe 2002).

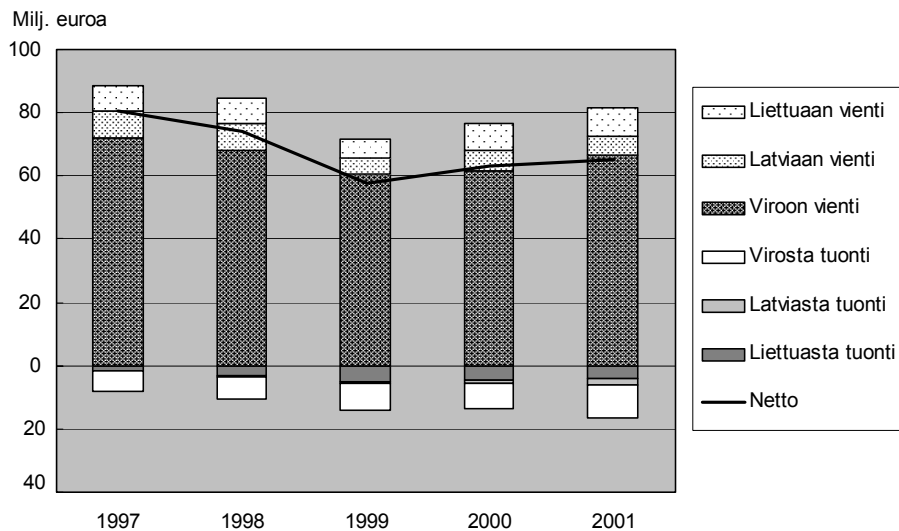
² Suurimmat tuonti- ja vientiryhmät tässä kappaleessa on laskettu vuosien 1998-2000 keskimääräisestä kaupan arvosta. Keskiarvolukuihin on päädytty siksi, että kauppa on heilahdellut suhteellisen paljon ja näin ollen esimerkiksi vuoden 2000 kaupan luvut olisivat voineet jättää huomiotta jonkin tärkeän artikkelin kaupasta.



Kuvio 6. EU:n elintarvikkeiden kokonaistuonti ja kaksi tärkeintä tuontitararyhmää Baltian maista. (Laskettu vuosien 1998-2000 keskimääräisestä arvoperäisestä kaupasta.) Lähde: Comtext.

Suomen elintarvikekauppa Baltian kanssa ylijäämäistä

Suomen ja Baltian maiden välisellä elintarvikekaupalla on kaksi ominaispiirrettä. Kauppa on Suomelle selvästi ylijäämäistä ja kaupankäynti tapahtuu lähes yksinomaan Viron kanssa. Vuonna 2001 Suomesta vietiin elintarvikkeita Baltiaan yhteensä 81,5 miljoonan euron arvosta, kun taas elintarvikkeiden tuonti Baltiasta Suomeen oli vain 16,4 miljoonaa euroa. Suomalaisten elintarvikkeiden viennissä Viro on Venäjän, Ruotsin ja Yhdysvaltojen jälkeen neljänneksi suurin (6,7 % vuonna 2001) kohde. Vuosittain sinne on viety elintarvikkeita 60-72 miljoonan euron arvosta. Liettuaan ja Latviaan suuntautui Suomen koko elintarvikeviennistä vuonna 2001 vain noin 1,5 % eli noin 15 milj. euroa.



Kuvio 7. Suomen ja Viron välinen elintarvikkeiden kauppa
(Lähde: Tullihallitus)

Suomen elintarvikkeiden vienti Baltian maihin on EU:n viennin tapaan sirpaloitunut moniin eri tuotetyhmiin. Selvästi eniten Viroon viety yksittäinen elintarvike on kahvi, jonka viennin arvo (noin 10 milj. euroa) on kaksinkertainen verrattuna toiseksi suurimman vientiartikkelin oluen viennin arvoon. Vahvoja alkoholijuomia ja virvoitusjuomia viedään yhteensä lähes yhtä paljon kuin olutta. Juomien vienti on lievästi laskenut aivan viime vuosina. Seuraavaksi tärkeimpiä vientielintarvikkeita ovat suklaa, sianliha, maltaat, siipikarjanliha, margariini, keksit ja vohvelit ja makeiset. Lihoista sianlihan vienti vastaa yli puolta koko liharyhmän viennistä, mutta siipikarjanlihan vienti on kasvanut voimakkaasti.

Suomen elintarvikeviennissä Liettuaan ja Latviaan ei mikään tuote nouse erityisesti muita merkittävämmäksi. Näihin maihin viedään mm. maltaita, suklaata, kahvia, siipikarjanlihaa ja lastenruokia.

Baltian maiden osuus elintarvikkeiden tuonnista Suomeen on alle prosentin. Latviasta ja Liettuasta elintarvikkeita ei käytännöllisesti katsoen tuotu juuri ollenkaan. Tuonti Virosta Suomeen on noussut noin 10 miljoonaan euroon. Tuonnista Virosta tärkein tuoteryhmä on ollut kalat ja äyriäiset, joka

kattaa 30 - 40 % tuonnin arvosta. Maitotuotteiden tuonti Suomeen Baltiasta on ollut vähäistä, vaikka Virosta koko EU:iin suuntautuneessa viennissä se on toinen päätuoteryhmistä. Juomista tuodaan olutta ja muita alkoholi-juomia. Lisäksi tuodaan mm. mausteita.

3.2 Baltian maiden kauppapolitiikka

Baltian maat ovat solmineet kansainväliseen kaupankäyntiin ja talouden vakauttamiseen liittyviä sopimuksia nopeaan tahtiin maiden itsenäistymisen jälkeen. Baltian mailla on keskinäinen vapaakauppasopimus, joka solmittiin jo 1994 ja sitä laajennettiin vuonna 1997 koskemaan myös maataloustuotteiden kauppaa. Baltian mailla on myös bilateraalaisia kauppasopimuksia esimerkiksi Tšekin, Slovakia ja Slovenian kanssa (Peltoniemi 2000). Baltian maat ovat maailman kauppajärjestön WTO:n jäseniä.

Viime vuosikymmenen puolivälissä EU solmi Baltian maiden (ja myös monien muiden KIE-maiden) kanssa ns. Eurooppa-sopimukset, joiden tarkoituksena oli parantaa Baltian maiden mahdollisuuksia liittyä EU:n täysjäseniksi (World Bank 2000). Eurooppa-sopimukset eivät ole identtisiä KIE-maiden kesken, koska ne ovat kahdenvälisiä sopimuksia.

Markkinat yhdistyneet jo ennen EU:n laajenemista

Vuonna 2000 allekirjoitettiin lisäksi kuhunkin Eurooppa-sopimukseen liittyvä maataloussopimuksia koskeva asetus. Vakiintuneempi nimitys sopimukselle on ns. tuplanolla-sopimus, jolla viitataan tavoitteeseen poistaa tullit ja viennituet EU:n ja KIE-maiden välisestä maa- ja elintarvikkeiden kaupasta. Tuplanolla-sopimukset ovat tärkeä rajapyykki kaupan vapauttamisessa, koska ne mahdollistavat tullittoman tuonnin tietyn tullikiintiön puitteissa. Näitä tullikiintiöitä on sovellettu etenkin jalostetuille maataloustuotteille.

EU:n tuplanolla-sopimukset Viron ja Latvian kanssa astuivat voimaan heinäkuussa vuonna 2000, ja Liettuan kanssa tehty vastaava sopimus tuli voimaan vuoden 2001 alussa³. Baltian maille sopimukset ovat merkinneet viennin helpottumista unioniin, koska EU:n käyttöönottamien tullikiintiöiden tullit ovat MFN-tulleja alhaisempia.

³ Sopimuksien sisällöstä tarkemmin ks. Euroopan yhteisöjen virallinen lehti 8.12.2000 ja 24.10.2000.

Latviasta EU:iin tuotaessa tullia ei peritä seuraavilta tuotteilta:

- siipikarjanliha, muu liha ja eläimenosat,
- vihannekset, kasvikset, peruna- ja kasvispakasteet,
- pähkinät, marjat, marjapakasteet, hedelmät,
- paahdettu kahvi, tee, useat mausteet,
- muut myllyteollisuustuotteet, öljysiemenet sekä jotkut muut siemenet,
- vihannes- ja kasvissäilykkeet,
- rehuraaka-aineet sekä rehuseokset.

Liettuasta tuonnille tullittomien tuotteiden lista on lähes samanlainen. Tullin poistaminen ei välttämättä koske esimerkiksi kaikkea unioniin vietyä siipikarjanlihaa tai mausteita, vaan pikemminkin tiettyä osaa siitä. Tiettyjen tullen poistamisen lisäksi EU avasi Latvialle ja Liettualle tullikiintiöt, joiden sisällä tulli on yleensä 20 % MFN-tullista, mutta joidenkin tuotteiden tuonti on kokonaan tullivapaata. Tullikiintiöt kasvavat pääsääntöisesti kymmenen prosenttia vuosittain.

Viron ja EU:n välillä tehtiin keväällä 2002 ns. "double profit" –sopimus, joka jatkaa tuplanolla-sopimuksen viitoittamalla tiellä. Sopimus poistaa keskinäisestä kaupasta vientituet ja tullit lukuun ottamatta riisin ja sokerin kauppaa. "Double profit" –sopimus eroaa tuplanolla-sopimuksesta siten, että tullinalennusten piiriin on otettu myös ns. herkkiä maataloustuotteita. EU säilyttää edelleen vuotuiset tuontikiintiöt mm. maitojauheelle, voille, jogurtille, juustoille, joillekin marjoille, naudanlihalle sekä joillekin viljoille.⁴ Nämä EU:n Virolle osoitetut tuontikiintiöt kasvavat yleensä vuosittain, mutta joitakin poikkeuksiakin on. Esimerkiksi rasvattoman maitojauheen ja täysmaitojauheen tullittoman tuonnin kiintiö pysyy 14 000 tonnissa. Edeltävässä tuplanolla-sopimuksessa kiintiön määrä oli 10 000 tonnia. EU solmii uudet tuplanolla-sopimukset myös Latvian ja Liettuan kanssa.

"Double profit" –sopimusten astuessa voimaan, kauppa vapautuu siis entisestään. Näin ollen on todennäköistä, että myöhemmin tapahtuvan EU:n itälaajentumisen myötä elintarviketuonti Baltiasta EU:iin ei kasva kovin merkittävästi. Itse asiassa esimerkiksi maitotuotteiden tuonti saattaa jopa vähentyä, jos EU:n komission KIE-maille tarjoamat maitokiintiöt jäävät voimaan. Esimerkiksi Latviasta saattaisi tulla maidon alituotantoaluetta ja Liettuan ylijäämä supistuisi ratkaisevasti. Lihan tuonti saattaa puolestaan kas-

⁴ Ks. EY komissio. Neuvoston asetus KOM (2002) 164, 80/2002 (ACC)

vaa, kun hygieniamääräyksiin perustuva tuontikielto ainakin joiltakin Baltian maiden tuotantolaitoksilta poistuu.

Taulukko 4. Baltian maiden pyytämät maitokiintiöt ja komission tarjous (1000 tonnia).

	Pyydetty kiintiö	Komission tarjous	Tarjouksen osuus pyynnöstä %	Tuotanto v. 2000	Kulutus v. 2000	Kiintiön ja kulutuksen (2000) erotus
Viro	900	563	63	622	470	93
Liettua	2250	1459	65	1485	1064	395
Latvia	1200	490	41	781	800	-311

Lähde: Agra Europe 2002

EU:n pääsyä Baltian markkinoille ei ole helpotettu yhtä paljon kuin Baltian pääsyä EU:iin

Jos Baltian maiden EU:n markkinoillepääsy on sopimusten myötä järjestetty, niin EU:n Baltian maiden markkinoillepääsy ei ole aivan yhtä yksiselitteistä. Viro on Baltian maista kauppapolitiikaltaan kaikkein liberaalein, se ei maksa vientitukia eikä peri tuontitullia kuin joiltakin harvoilta tuotteilta. Käytännössä Viro onkin tullivapaata aluetta. Viro ei myöskään maksa vienti- eikä tuontitukia, rajoitettua vientitukea annetaan vain markkinointiin ja vientiluottoihin (Peltoniemi 2000). EU:n keskeisimmät vientituotteet pääsevätkin Viroon ilman tullia, paitsi että Viro perii kiinteää tullimaksua (100 EKK). Alkoholi-juomien vienti ja tuonti vaativat myös lisenssin (Market Access Database 2002).

Liettuan markkinoille pääsy on EU:lle astetta vaikeampaa kuin Viron markkinoille pääseminen. Merkittävä osa EU:n tuotteista pääsee tullitta Liettuun, mutta joidenkin tuotteiden tullit nousevat kohtalaisen korkeiksi. Esimerkiksi lihan, etenkin naudanlihan ja lihavalmisteiden tullikiintiön ulkopuoliset tullit ovat melko korkeat (38-40 %). Keskimääräistä suurempia tulleja peritään myös lastenruuista (tulli 0 – 36 %) ja valkoiselta sokerilla (tulli 70 %). Lisäksi sokerilta peritään lisävero, joka on 420 yhdysvaltain dollaria tonnilta.

Latvia perii korkeimpia tulleja lihasta, maitotuotteilta ja alkoholijuomilta. Latvian perimät tullit lihasta ja lihatuotteista ovat keskimäärin 15–36 %. Maitotuotteista nestemäisen maidon tulli on 24 %, voin 13,5–29 % ja jogurttien ja muiden maitotuotteiden tulli on 7–15 %. Sekä jogurtille että juustolle on myös tulliton kiintiö. Alkoholijuomien tullit vaihtelevat 0–30 prosentin välillä. Sokerin ja erinäisten elintarvikkeiden tullit ovat hyvin alhaiset samoin leipomotuotteilla tullit vaihtelevat 0–9 prosentin välillä (Market Access Database 2002).

EU:n Baltian markkinoille pääsy ei ole siten kehittynyt yhtä hyvin, Viroa lukuun ottamatta, kuin Baltian maiden unionin markkinoille pääsy. Varsinaisten tullien lisäksi mm. valmisteverot vaikeuttavat tuontia. Kiinnostava yksityiskohta on se, että EU:n (ja myös Suomen) vienti Baltian maihin on alentunut vuoden 1998 tienoilta lähtien, vaikka kauppaa on periaatteessa vapautettu koko ajan. Syitä viennin vähentymiseen on ainakin kaksi. Ensiksikin Venäjän kriisin seurauksena vuonna 1998 Baltian maiden vienti Venäjälle vähentyi, jolloin kotimarkkinoilla oli enemmän elintarvikkeita kuin yleensä. Tämä vähensi puolestaan elintarviketuontia EU:sta. Toisena mahdollisuutena on se, että Liettuassa ja Latviassa sovelletaan joitakin muita kaupan esteitä tai muuten epätasa-arvoista tuontijärjestelmää, joka on vähentänyt EU:n vientiä. Tulevaisuudessa kaupan esteet eivät voi kuitenkaan kasvaa, joten vienti Baltian maihin kääntyyneen jälleen nousuun.

4. YRITYSTEN TOIMINTAYMPÄRISTÖ BALTIASSA

Seuraavat kolme lukua ovat yhteenveto yritysjohtajien haastatteluista, joissa kartoitettiin suomalaisten elintarvikeyritysten johtohenkilöiden näkemyksiä elintarvikemarkkinoiden muutoksista Baltian maiden liittyessä Euroopan unioniin. Haastatteluissa oli mukana 25 henkilöä pääasiassa niistä elintarvikeyrityksistä, jotka vievät ja markkinoivat elintarvikkeita Baltiaan tai joilla on tuotantoa siellä.

4.1 Lainsäädäntö ja maariski

Lainsäädäntö jo pitkälle harmonisoitu EU oloihin sopivaksi

Yritystoiminnalle tärkeä lainsäädäntö on Baltian maissa viimeisen kymmenen vuoden aikana kehittynyt nopeasti ja on jo pitkälle harmonisoitu EU:n lainsäädännön mukaiseksi. Viron kehitys on mennyt eteenpäin nopeimmin. Suomalaiset yritysjohtajat eivät näe omistusoikeuksiin, rahoitukseen, verotukseen ja ulkomaankauppaan liittyvässä lainsäädännössä mitään suuria periaatteellisia ongelmia ulkomaisen yrityksen näkökulmasta. Rahoitusmarkkinat toimivat normaalisti ja yritysverotus on kunnossa.

Viron liikevoittoverotus eroaa Latvian ja Liettuan vastaavasta. Virossa voitto on verotonta, jos sitä ei jaeta omistajille. Ainoastaan, jos voittoa kotiuttaa, siitä joutuu maksamaan 26 % veroa. Latviassa ja Liettuaissa joutuu maksamaan veroja selvästi enemmän kuin Virossa, mikä antaa periaatteessa mahdollisuuden vero-optimointiin. Mutta erot tuskin säilyvät, kun kaikki maat ovat EU-jäseniä. Palkkaverotus on edullinen verrattuna Pohjoismaihin. Virossa kaikkia palkkatuloja verotetaan yhteisellä 26 prosentin verokannalla.

Joissain pienissä yksityiskohdissa nähtiin kuitenkin olevan vielä poikkeamia EU:n lainsäädäntöön nähden, mutta muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta ne eivät ole hankaloittaneet tai missään tapauksessa ole estäneet haluttujen toimintojen toteuttamista. Yritystoimintaan liittyvät oikeudet kuten oikeudet tuotemerkkeihin eivät yleensä ole ongelmallisia. Kuitenkin esimerkiksi lihateollisuudessa on koettu yllätyksiä tuotemerkkien rekisteröinnissä. Lainsäädännön mukaan ei ole mahdollista rekisteröidä yleistuotemerkkejä kuten Suomessa lauantaimakkara, mutta kuitenkin Baltiassa on

hyväksytyt tällaisia patentteja. Myös eläinlääkintämääräyksiä saatetaan käyttää hyvinkin yllättäen tuonnin esteinä.

Baltian maiden välillä on myös selviä eroja. Viro koetaan helpoimmaksi niin paikan päällä toimimisessa kuin viennissäkin. Tällä hetkellä suurimpana vaikeutena nähdään ehkä se, että Baltian maiden välillä on määrättyjä eroja lainsäädännössä, jotka vaikeuttavat Pan-Baltic strategian toteuttamista. Tämä liittyy esimerkiksi tuotteiden liikkuvuuteen rajojen yli Baltian sisällä. Raaka-aineiden verotus on erilaista eri maissa. Viro on varsin avoin Latviaan ja Liettuaan verrattuna. Byrokrania on raskaampaa Latviassa ja Liettuassa. Vientiä haittaa protektionistinen laintulkinta.

Lakien tulkinta ei aina yhtäläistä

Vaikka lainsäädäntö on harmonisoitunut nopeasti, jossain määrin ongelmalliseksi koetaan se, että menettelytavoissa ja viranomaisten asenteissa ei ole paljonkaan joustavuutta. Lain tulkinta on epävarmaa ja vakiintumatonta, mikä aiheuttaa yllätyksiä. Lainsäädännön toteutumisen valvonnassa on puutteita. Toimenpiteiden lainmukaisuuden varmistamiseksi joudutaan tekemään paljon töitä. Epäjohdonmukainen laintulkinta aiheuttaa sen, että lopputulos voi olla arvaamaton.

Alkoholijuomissa erityispiirteitä

Alkoholijuomien valmistukseen ja kauppaan liittyy Baltiassa kuten monissa muissakin maissa erityispiirteitä. Liettua on suojannut omaa tuotantoaan ja omia yrityksiään voimakkaasti lainsäädännöllä. Toimilupa alkoholin tuontia, tukkumyyntiä ja jakelua varten maksaa paljon. Jos haluaa viedä Liettuaan, se on käytännössä tehtävä neljän alalla olevan yrityksen kautta.

Maariski vähäinen

Maariski on pienentynyt kaikissa Baltian maissa olennaisesti 1990-luvun kuluessa. Se on jo vähäinen, sillä EU-jäsenyyden nähdään painostavan tulevia jäsenmaita korjaamaan epäkohdat. Poliittista riskiä ei juuri nähdä olevan, mutta sen katsotaan kuitenkin kasvavan, jos Venäjän olot muuttuvat epävarmiksi. Epävarmuuksista taloudellinen epävarmuus on suurin, koska pienet maat ovat herkkiä kansainvälisten markkinoiden muutoksille. Makrotaloudel-

lisia oloja pidetään kuitenkin vakaina. Ainoa esille tullut asia on mahdollinen valuuttakurssin heilahtelu ennen EU-jäsenyyttä. Vakautta edistää kuitenkin se, että valuutat on sidottu erilaisiin koreihin.

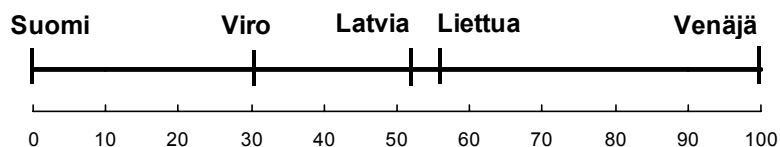
Mahdollisena riskitekijänä nähdään sosiaaliset ristiriidat. Maaseudun ja kaupunkiväestön elintason erot ovat suuret ja elintaso ei eri väestöryhmien välillä parane tasaisesti. Yritystoiminnassa on jossain määrin riskejä, jotka liittyvät rikollisuuteen kuten varkauksiin, uhkailuihin paikallisjohtoa kohtaan tai rahastukseen yrityksen sisältä päin. Rikollisuutta ei ole koettu kuitenkaan isoksi ongelmaksi. Kysymystä voisi ehkä kuvata siten, että sikäläisessä yrityskulttuurissa on otettava huomioon joitain sellaisia piirteitä ja riskejä, mitä suomalaisissa organisaatioissa ei juuri ole. EU-jäsenyyden myötä tällaisten ongelmien katsottiin vähenevän edelleen.

Rahoitusasioissa ulkomaisten yritysten uskottavuus ja luottoluokitus on usein ollut parempi kuin paikallisten, jolloin raha, vakuudet ym. on saatu edullisemmin kuin paikalliset saavat. Tämä on tullut esiin yrityskaupoissa. Tämä viittaa siihen, että kansainväliset luottolaitokset näkevät pienen maa-riskin olevan olemassa.

Kun taloudellinen epävarmuus on suurempi kuin nykyisissä EU-maissa keskimäärin, jonkinlaista riskipreemiota investoinneille pitää tällä hetkellä periaatteessa laskea. Mutta kun EU-neuvottelut etenevät ja lainsäädäntö yhdenmukaistuu, niin riskipremio pienenee koko ajan. Käytännössä tosin monilla toimialoilla kannattavuus on jäänyt vielä melko alhaiseksi.

Baltian maat eroavat toisistaan

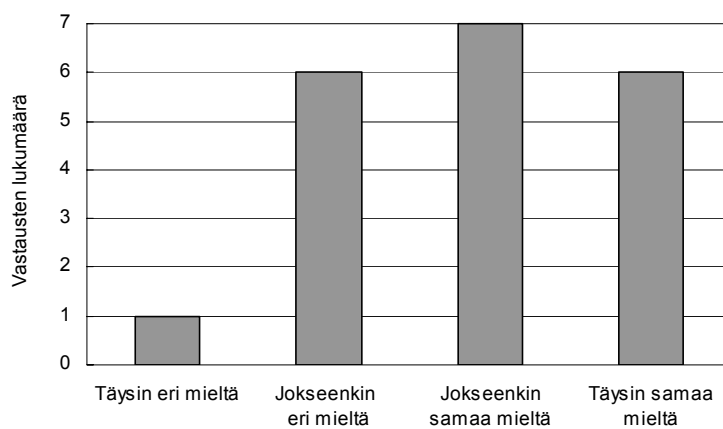
Alla oleva 0-100 asteikko kuvaa yritysjohtajien näkemystä Baltian maiden maariskistä, kun ääripäissä ovat Suomi ja Venäjä. Virossa riski nähtiin selvästi pienimmäksi. Keskiarvoina ilmaisten Latvian ja Liettuan riski oli suunnilleen yhtä suuri, mutta keskusteluissa Latviaan liittyvät epävarmuudet tulivat selvemmin esille.



Kuvio 8. *Baltian maiden maariski*

Väittämä:**Sijoitusten Baltian maihin on tuotettava pääomalle merkittävästi parempi korko kuin Suomessa suuremmista riskeistä johtuen.**

Kaksi kolmasosaa haastateltavista katsoi, että Baltian sijoituksista olisi periaatteessa saatava suurempi tuotto sijoitetulle pääomalle korkeamman riskin takia. Sillä, oliko yrityksellä tuotantoa Baltiassa ei vaikuttanut vastausten jakaumaan.



Poliittinen ja taloudellinen epävarmuus sekä korruptoituneisuus nähtiin suurimmiksi Latviassa ja pienimmiksi Virossa. Maiden välillä on muitakin eroja. Suomalaisesta näkökulmasta Viro on lähempänä kuin muut. Mitä kauemmas mennään etelään, sitä etäämmäksi markkinat tulevat. Vaikuttaa myös siltä, että kulutusasenteet ja tuotemerkkitietoisuus vaihtelevat. Esimerkiksi Fazer on melko tunnettu Virossa, Latviassa siitä vielä jonkin verran tiedetään, mutta Liettuaissa brandiarvo on jo melko lähellä nollaa.

Alueet eroavat myös kulttuurisesti. Liettua esimerkiksi on katolilainen maa ja siellä toimitaan paljolti Venäjän kielellä. EU-jäsenyys poistaa epävarmuutta ja lähentää näitä maita sekä lähemmäksi toisiaan, mutta myös lähemmäksi Pohjoismaita.

Haastatteluissa tuli myös esille se, että poliittista ja taloudellista riskiä on muuallakin. Venäjästä puhutaan suuren riskin maana, mutta moniko suomalainen yritys on onnistunut USA:ssa? Tässä mielessä USA:n suhteen suomalaisilla on suuri taloudellinen maariski, jopa suurempi kuin Venäjällä.

Harmaata taloutta on vielä jäljellä

Kilpailua vääristävää harmaata taloutta on perinteisessä tori- ja hallikaupassa, mutta jossain määrin myös teollisuuden piirissä. Kilpailu vääristyy, kun verot jätetään maksamatta. Harmaan talouden osuus on toki voimakkaasti laskenut varsinkin Virossa. Liettuassa sen osuus on vielä suuri, mutta pienee nopeasti, koska vähittäiskaupan rakenne muuttuu. Länsimaiset yritykset voittavat koko ajan lisää markkinaosuutta, jolloin laillisen liiketoiminnan osuus samalla vahvistuu. Tämän nähdään vakauttavan nopeammin kuin minkään lainsäädännön yritystoiminnan perusedellytyksiä ja toimintatapoja.

Valmisteveron kierto on etenkin vahvoihin alkoholijuomiin liittyvä erityispiirre. Valmistevero on prosentuaalisesti suunnilleen samalla tasolla kuin Suomessa eli veroja on 70 % hinnasta. Kaikissa kolmessa maassa yritteliäisyys valmisteveron kierrossa on vahvoissa alkoholijuomissa suurta. Viron vodkamarkkinoilla harmaiden markkinoiden osuudeksi arvioidaan jopa 40 %. Alkoholialaa sekä valmistetaan laittomasti että sitä salakuljetetaan pääasiassa Venäjältä ja Puolasta. Harmaita markkinoita ei ole olussa eikä juuri viineisäkään. Latviassa ja Liettuassa valmisteverojen kanto on järjestetty tehokammin kuin Virossa.

EU jäsenyys poistaa eroja maiden välillä

EU-jäsenyys tuo entisestään Baltian lainsäädäntöä lähemmäs EU:n vastavaa. Myös tullit vähitellen poistuvat. Toimintaympäristö tulee muuttamaan suomalaisille tutumpaan, länsimaisempaan suuntaan. Yhteismarkkinoilla yrityksillä on mahdollisuus valittaa EU:n tasolla, mikäli on toimittu vastoin EU-lainsäädäntöä. Tämä parantaa oikeusturvaa. Lisäksi jäsenyys harmonisoi eroavaisuuksia, joita Baltian maiden välillä nykyisin löytyy. EU-jäsenenä Baltian maat voisi ehkä nykyistä paremmin kuvitella yhdeksi alueeksi. Tällä hetkellä ne ovat todella kolme erilaista maata. EU-jäsenyys pienentää maaris-kiä, joten kynnys investoida Baltiassa madaltuu, mutta samalla se madaltuu myös kilpailijoilla. Baltian maat ovat vapauttaneet keskinäistä kauppansa. Sen vuoksi kaikkien kolmen maan yhtäaikainen jäsenyys on tärkeää, koska EU-rajalle muuten syntyy uusia esteitä.

EU-jäsenyys pienentää myös harmaiden markkinoiden osuutta. Jäsenyys edellyttää, että alkoholin laiton valmistus ja maahantuonti sekä myynti

ovat hallinnassa. Kovin nopea muutos tuskin on mahdollinen eli muutos vienee ainakin 4-5 vuotta. Kun salakuljetusta esiintyy muissakin maissa jatkuvasti, on ymmärrettävää, että valvontaa on Baltiassa vaikea saada täydelliseksi.

Yhteenveto:

- ***Lainsäädäntö kehittynyt nopeasti maiden harmonisoidessa sitä EU-järjestelmään***
- ***Lain käytössä ja tulkinnassa vielä horjuvuutta***
- ***Joillakin aloilla harmaan talouden osuus vielä merkittävä***
- ***Erot Baltian maiden lainsäädännöissäkin vaikeuttavat "Pan-Baltic" strategian toteuttamista***
- ***Maariski suurempi kuin EU:ssa; pienin Virossa, suurin Latviassa***
- ***EU-jäsenyys pienentää maariskiiä ja parantaa oikeusturvaa; kynnys investoida madaltuu***

4.2 Elintarvikkeiden kysyntä ja EU-jäsenyyden vaikutus siihen

Meijerituotteissa runsaasti kasvupotentiaalia

Baltian maiden meijerituotteiden kysynnän kasvu riippuu tulevana vuosina hyvin pitkälle ostovoiman kehityksestä. Kulutusluvut ovat nyt hyvin vaatimattomia kaikissa kolmessa maassa ja kulutuksen rakenne poikkeaa länsimaaisesta. Varsinkin juuston kulutus on selvästi Länsi-Eurooppaa pienempää, vain vajaan neljänneksen EU:n keskikulutuksesta (taulukko 5). Kun elintaso nousee, myös meijerituotteiden kysyntää lisääntyy. Samalla siirrytään perustuotteista jalostetumpiin ja laadukkaisiin tuotteisiin.

Jokaisessa maassa paikallinen tuotemerkki on erittäin vahva. Suomalaisyrietyksetkin käyttävät paikallisia merkkejä. Valiolla on Virossa Alma. Merkkituotteiden katsotaan valtaavan aika nopeasti markkinoita tulevaisuudessa. Tätä edesauttaa kaupan ketjuuntuminen. Muutaman vuoden ajanjaksoilla ei kuitenkaan tapahdu mitään merkittävää, sillä paikallinen identiteetti on samalla tavalla vahva kuin Suomessakin. Puhutaan virolaisesta ja liettualaisesta maidosta. Latvia on erilainen, koska siellä maidon tuotanto ja kulutus ovat tasapainossa.

Taulukko 5. Maidon tuotanto ja käyttö Baltiassa v. 2000 ja ennuste v. 2008

	Tuotanto (1000 t)		Kulutus (1000 t)		Ylijäämä	
	2000	2008	2000	2008	2000	2008
Viro	622	619	470	463	32 %	34 %
Latvia	781	867	800	779	-2 %	11 %
Liettua	1485	1356	1064	1066	40 %	27 %

Lähde: Euroopan komissio 2001

Neuvostoliiton aikana Baltia oli maidontuotantoalue, josta vietiin maitoa Neuvostoliittoon. Tämä näkyy tälläkin hetkellä maidon tuotannon ja kulutuksen tasapainossa näissä maissa. Selvästi suurimmassa maidontuottajamaassa, Liettuassa tuotanto ylittää paikallisen kulutuksen 40 prosentilla, ja vienti on keskittynyt siellä juustoihin. Liettua on Puolan jälkeen KIE- ja IVY-maista suurin meijerituotteiden viejä (Swinnen ym., 2001). Myös Virossa merkittävä osuus tuotannosta suuntautuu vientiin.

Lihan kulutuksessa siirrytään arvokkaampiin tuotteisiin

Baltiassa lihan kulutuksen painopiste on tällä hetkellä länsimaita enemmän halvemmissä ruhonosissa. Kulutustrendit ovat kuitenkin samansuuntaisia kuin Suomessa. Valkoisen eli siipikarjan lihan kulutus todennäköisesti kasvaa. Virossa siipikarjan lihaa kulutetaan jo nyt enemmän kuin Suomessa. Latviassa ja Liettuassa kulutus on noin puolet Suomen tasosta (taulukko 6). Kuitenkin myös punaisen lihan kulutus voi vielä kasvaa. Ostovoiman paranemisen myötä lihan kulutus ja erityisesti lihajalosteiden ja yleensäkin kalliimpien tuotteiden kysyntä kasvaa. Kotona valmistus vähenee ja entistä enemmän siirrytään pidemmälle jalostettuihin elintarvikkeisiin. On jo merkkejä siitä, että valmisruuan kulutus Baltiassa voimistuu. Tällä hetkellä hinnan merkitys on kuitenkin erittäin suuri.

Taulukko 6. Peruselintarvikkeiden kulutus v. 2000/2001, kg/hlö

	Nauta	Sika	Siipikarja	Maito	Voi	Juusto	Kananmunat
Viro	15,9	22,9	20,4	75	2,1	4,2	12,2
Latvia	11,5	15,3	8,7	149,3	2,2	4,2	10,4
Liettua	25,8	15,3	7,6	48,5	3	5,4	10,2
Suomi	17,8	32,3	14,5	182,5	3,5	17,8	10,1
EU-15	17,8	43,2	21,7	100,8	4,5	18,2	12,5

Lähde: ETT 2002

Liha ja lihajalosteet ovat perinteisesti kaikkialla kotimarkkinatuotteita, joten paikallisuus on erittäin tärkeää. Siksi jokaiselle Baltian maalle pitää olla omat tuotemerkit. Toistaiseksi yhteisen Pan-Baltic tuotemerkin rakentaminen ei ole onnistunut, mutta sitä ei nähdä aivan poissuljetuksi vaihtoehdoksi. Kansainväliset piirteet makutottumuksissa lisääntyvät, mutta vahvojen maakoh- taisten ruokailu- ja makutottumusten nähtiin jäävän vaikuttamaan. Kansain- väliset tuotemerkit siis tulevat, mutta onnistuminen riippuu paljon siitä min- kälaisesta tuotteesta on kysymys. Paikallisten kulutustottumusten ja merkin hallitsevuus nähtiin valmistajien näkökulmasta valitettavana, koska Baltian maat yhdessäkin ovat markkinoina pieniä.

Myös liha-alalla vähittäiskauppaketjujen tulo muuttaa ruokakulttuuria. Silloin todennäköisesti hinnat laskevat ja myös länsimaisia tuotemerkkejä tulee enemmän.

Leivän kulutus normalisoitunut pohjoismaiselle tasolle

Tuoreiden leipomotuotteiden kulutus laski Baltiassa itsenäisyyden alussa ja on nyt suunnilleen pohjoismaisella tasolla. Neuvostoliiton aikaan leipä oli halpaa ja sitä käytettiin jopa muuksi kuin ihmisravinnoksi. Harmaata taloutta on vielä ehkä 10-20 %. Kulutus on muuttumassa selvästi. Virossa on 10 vuodessa pakkaamattomasta limpusta siirrytty laajaan tuotekirjoon, jossa on pakattua, siivutettua ja tuotemerkillä myytävää leipää. Erilaiset leipätyypit ovat yleistyneet ja on siirrytty pitemmälle jalostettuihin leipiin. Latviassa ja Liettuassa sama tapahtuu 5 vuoden kuluessa. Suomessa tähän meni 30 vuotta. Baltian nopeuteen on vaikuttanut kaupan nopea kehitys.

Makeis- ja keksiteollisuus luottaa kasvuun ja uusiin tuotteisiin

Keksien kulutus on alhaisempi kuin Suomessa, mutta kulutus siirtyy vähitellen kalliimpien keksien suuntaan. Nyt on olemassa pieni ryhmä varakkaita kuluttajia, mutta volyymin kannalta tavallinen kuluttaja on tärkeämpi. EU-jäsenyys todennäköisesti lisää keksien tuontia. Silloin merkin rakentamisen tärkeys korostuu. Menettäjiä markkinoilla ovat paikalliset valmistajat, joiden tuotteet ovat yksinkertaisia.

Baltian makeiskulutuksessa on suuri kasvupotentiaali. Keskikulutus on selvästi pienempi kuin Suomessa ja Ruotsissa puhumattakaan Keski-Euroopan kulutuksesta. Makeisia kulutetaan nyt noin puolet EU:n keskikulutuksesta. Yleinen elintason kohoaminen nostaa makeiskulutusta.

Taulukko 7. Suklaan kulutus vuonna 2000, kg/hlö

Viro	2,1
Latvia	1,3
Liettua	1,4
Suomi	4,6
Itävalta	8,9

Lähde: Cloetta Fazer

Suklaassa paikallisuuden ja perinteisten makutottumusten merkitys on kaikissa maissa suuri. Baltiassa on omia makuvivahteita ja vanhoilla resepteillä tehdään erityyppistä suklaata ja patukkaa. Niinpä paikallisilla perinteisillä tuotemerkeillä on Baltiassakin erittäin vahva asema. Kun Fazerilla on Suomessa noin 34 % markkinaosuus, niin Kalevin, Viron markkinajohtajan, markkinaosuus Virossa on yli 50 %. Samoin Laimalla on Latviassa 30-35 % markkinaosuus. Baltiassa on siis vähintään yhtä vahvat paikalliset markkinajohtajat kuin Suomessa.

Ajan mittaan makutottumukset muuttuvat, mutta nämä muutokset ovat hyvin hitaita. Tästä huolimatta ei nähdä mahdolliseksi, että suomalainen makeisteollisuus lähtisi hakemaan asemia erillisillä Baltiaa varten kehitetyillä uusilla tuotemerkeillä. Koko Baltian alueelle suuntautuu hyvin pieni osa suomalaisen makeisteollisuuden kokonaistuotannosta ja näin pienille markkinoille ei ole mahdollista räätälöidä omia reseptejä ja tuotemerkkejä. Sokerimakeisissa ostouskollisuus ei ole yhtä suuri kuin suklaassa. Varsinkaan nuoret 10-16-vuotiaat kuluttajat eivät ole sitoutuneita. Näin ollen sokerima-

keisissa on kansainvälisten tavaramerkkien huomattavasti helpompi vallata markkina-asemia.

Oluen kulutuksen kasvu taitunut

Kaikissa Baltian maissa panimotuotteiden laatu on parantunut länsimaiselle tasolle. Laadun ja myös saatavuuden paranemisen ansiosta olut on voittanut kulutusosuutta vahvoilta alkoholeilta ja etenkin vodkalta. Oluen kulutus oli vuonna 2001 Baltian maissa 57 litraa henkeä kohden ja kokonaismarkkinat kasvoivat 5 %. Latviassa kulutuksen kasvu on ollut kansantaloudellisten ongelmien vuoksi selvästi hitaampaa kuin kahdessa muussa maassa. Euroopassa kulutuksen keskiarvo on n. 85 litraa. Tähän Baltiassakin tullaan 10 vuodessa tai ehkä jo ennenkin, mutta kasvuvauhti hidastuu 3 % tietämille.

Kulutustottumukset ovat kansainvälistymässä ja vodkakulttuuri antaa pikku hiljaa periksi. Ansiotason nousu ei lisää paljonkaan panimoteollisuuden tuotteiden kysyntää. Riskiä on jopa toisin päin eli kun ansiotaso nousee, kuluttajat voivat siirtyä viineihin.

Paikallinen merkki on oluessa tärkeää. Tuontioluiden osuus ei ole missään päin maailmaa noussut yli 20 prosentin (Suomessa noin 2 %). Niinpä Baltian markkinat koostuvat kolmesta eri maasta. Suomalaiset ovatkin rakentaneet strategiansa paikallisten merkkien varaan. Maat ovat pieniä ja siksi olisi tärkeää saada aikaan mittakaavaetuja, koska ala on pääomavaltaista, mutta se ei ole helppoa. Pan-Baltic lähestymistapa, jossa olisi yksi tehdas ja joka maassa vahva jakelu, ei tule toteutumaan vielä pitkään aikaan.

Vodkasta viiniin, mutta pienin askelin

Baltian maat ovat juomakulttuurin muutoksesta huolimatta edelleen vahvoja vodkamaita. Alkoholin kulutuksen seuranta häiritsee kuitenkin laitonta kauppaa. Tilastoimattoman kulutuksen osuus on suuri, arviolta 20-35 %. Tallinnan lukuihin vaikuttavat myös suomalaisten ostokset. Virallisten lukujen mukaan alkoholin kulutus on sen vuoksi Suomea alhaisempi.

Kaikkien mietojen alkoholijuomien kulutuksen ennakoitaan kasvavan. Oluen kulutuksen kasvun lisäksi myös viinien kulutuksen odotetaan kasvavan kaikissa kolmessa maassa nuorten kuluttajien myötä. Kirkkaiden viinien kulutus jää kuitenkin korkeaksi kuten Suomessakin. Värikkaiden vahvojen juomien

(konjakit, viskit) kulutus voi vähitellen kasvaa. Tuloerot ovat suuret ja osalla väestöstä on varaa maksaa kalliista merkkituotteista. Kulutusta edistää sekin, että alkoholin myyntiverkko on tiheä. Virossa on menty kuitenkin alkuaikojen hyvin liberaalista politiikasta rajoittavampaan suuntaan. Silloin alkoholin myynti oli mahdollista kellon ympäri. Nyt tarvitaan myyntilisenssi eikä vahvoja juomia saa kaupata kioskeissa.

Yhteenveto: Kulutus kasvaa

- ***Kulutus lähes kaikissa tuotteissa vaatimatonta***
- ***Ostovoiman kasvu nostaa monissa perustuotteissakin kulutuksen määrää***
- ***Pitkälle jalostetuissa ja erikoistuotteissa runsaasti kasvupotentiaalia***
- ***Paikallisten tuotteiden/tuotemerkkien asema vahva***

4.3 Itämeren markkina-alueen yhtenäisyys

Edes Baltian markkinat eivät ole yhtenäiset

Yhteisestä Itämeren kotimarkkina-alueesta ei voida tällä hetkellä puhua. Pelkästään kukin Baltian maa nähdään erillisenä markkina-alueena, joiden välillä on vähän tuotevaihtoa. Markkinoita voidaan katsoa kokonaisuutena, mutta ne eivät ole homogeeniset. Syynä on maiden erilaisen kehityksen ja kulttuurin ohella se, että tuoreruoka on aina alueellista. Kun kaikki Itämeren reunavaltiot ovat EU:ssa, kaupankäynti lisääntyy, mutta ruuassa ja varsinkin tuoretuotteissa paikalliset toimijoiden ja merkkien uskotaan säilyvän. Toisaalta uutuudet hyväksytään sellaisenaan. Esimerkiksi kekseissä ja makeisissa megabrandit lisäävät markkinaosuuttaan, mutta on vielä pitkä matka paikallisten makujen häviämiseen. Sukupolvien kierto muuttaa kulutustottumuksia. Säilyville tuotteille voi syntyä yhtenäinen toimintatapa, tuoretuotteissa ei. Keksit tuotteissa ja näkkileivissä on menty tähän suuntaan. Esimerkiksi pakkaukset ovat täsmälleen samat kaikkialla. Eräs esimerkki Baltiasta yhtenäisenä markkina-alueena löytyy virvoitusjuomista. Baltic Beverages

Holding (BBH) on keskittänyt virvoitusjuomien valmistuksen Latviaan, josta juomat lähtevät muihinkin maihin.

Paikallisuuden merkitys vaihtelee kuitenkin tuoteryhmittäin saman toimialan sisälläkin. Esimerkiksi miedoissa alkoholijuomissa sen merkitys ei ole yhtä suuri kuin oluessa ja kirkkaissa viinoissa. Suurimmillaan paikallisuuden merkitys on ehkä tuoreessa leivässä. Baltiassa on vahva paikallinen makutraditio. Tällöin tuotevalikoima täytyy rakentaa sen ehdoilla. Paikallinen maku eroaa jo maiden sisälläkin. Esimerkiksi suolaisuus ja makeus vaihtelevat. Myös tuotteiden olomuoto voi vaihdella eli ovatko leivät raskaita vai kevyitä ja ilmavia.

Myös lihatuotteet ovat kaikkialla lähes pelkästään paikallisia. Itämeren alueella käydään vain lihateollisuuden raaka-ainekauppaa. Kuluttajat preferoivat kaikkialla Euroopassa voimakkaasti paikallisesti tuotettua lihaa. Sen vuoksi Baltiassakin kotimaisuusasteen nähdään pysyvän korkealla (80-85 %) ja pieni osa kulutuksesta on tuontitavaraa.

Kaupan kehitys edistää markkinoiden yhtenäistymistä

Pidemmällä aikavälillä tukku- ja vähittäiskaupan kehitys voi johtaa jonkinlaiseen markkinoiden yhdentymiseen, mutta tämä kestää 10-15 vuotta. Kaupan rakennemuutos nopeuttaa kansainvälistymiskehitystä, mutta prosessi ei lähde liikkeelle tuoreruuasta vaan non-foodista, säilykkeistä, pakasteista jne. Itämeren alueesta tai Pohjoismaista puhutaan haastateltavien mielestä turhan useinkin yhtenä markkina-alueena. Italiaa ja Ranskaakaan ei pidetä yhtenä markkina-alueena. Pohjoismaita pidetään joskus yhtenäisenä alueena, mutta on hyvin tiedossa kuinka erilaisia nämä maat ovat.

Logistiikkamielessä Itämeren alueesta on muodostumassa yhtenäinen alue nopeammin. Tämän tekee mahdolliseksi nimenomaan kaupan rakenteen uudistuminen, kun se kansainvälistyy ja siirtyy uusille markkinoille. Etenkin makeisten ja keksien kaltaisissa tuotteissa, joita ei sopeuteta paikallista makua vastaavaksi, kaupan kansainvälistyminen on kanava teollisuuden markkina-alueen kasvattamiseen.

Kauppaketjujen myötä pelisäännöt samanlaistuvat. Kehitys on joillain aloilla jo menossa yhteispohjoismaisiin tai itämerellisiin asiakassopimuksiin. Samoin EU-jäsenyys eli sama valuutta, lähenevät verotasot, samanlaiset säännökset jne. luo yhtenäistä markkina-aluetta. Tulevaisuudessa todennä-

köisesti tuotannollinen ja logistinen osa tulee koordinoitumaan niin, että Baltiasta tässä mielessä syntyy yhtenäinen alue, mutta tämä vaatii aikaa.

Toisaalta osa yrityksistä näkee, että Virosta tulee osa suomalaisyritysten kotimarkkinoita, johon voivat kuulua lisäksi Ruotsi ja Luoteis-Venäjä (Pietari). Latvia ja Liettua mielletään etäisemmiksi ja esimerkiksi meijeriteollisuus näkee, että ne hoidetaan enemmän paikallisesti toimien.

Yhteenveto: Itämeri ei yhtenäinen markkina-alue

- ***Kansalliset ja jopa paikalliset rajat ovat vahvat***
- ***Logistisesti muodostuu yhtenäinen alue***
- ***Kauppaketjujen rooli merkittävä tulevan Itämeren markkina-alueen muodostumisessa***
- ***Myös EU-jäsenyys yhtenäistää***
- ***Säilyvissä tuotteissa yhdentymisen nopeampaa, tuoretuotteet paikallisempia***

5. TOIMIALAN MARKKINARAKENNE JA KILPAILUTILANNE BALTIAN MAISSA

5.1. Toimialan merkittävimmät toimijat ja niiden markkina-asema

Meijeriteollisuudessa kilpailu kireää

Jokaisessa Baltian maassa meijerisektorin markkinatilanne on erilainen. Kokonaisuutena alalla on paljon toimijoita, ja kilpailu on kovaa. Ulkomaisessa omistuksessa olevia meijereitä on, mutta millään yksittäisellä toimijalla ei ole hallitsevaa asemaa. Virossa ja Latviassa vielä puolet maidosta myydään suoramyynninä mm. torikaupassa, mikä vaikeuttaa markkinaosuuksien laskemista. Virossa on meijerialalla noin 40 toimijaa. Valio Eestillä on tuoretuotesegmentissä noin kolmasosa markkinoista. Ingman on jäätelötoiminnassa mukana. Suurin kilpailija on Virossa Tallinna Piimätööstuse, joka on tuoretuotteissa Valion suuruusluokkaa. Potentiaalisia suomalaisten kilpailijoita on Pölvä Piim –meijeri, joka on hollantilaisten omistuksessa.

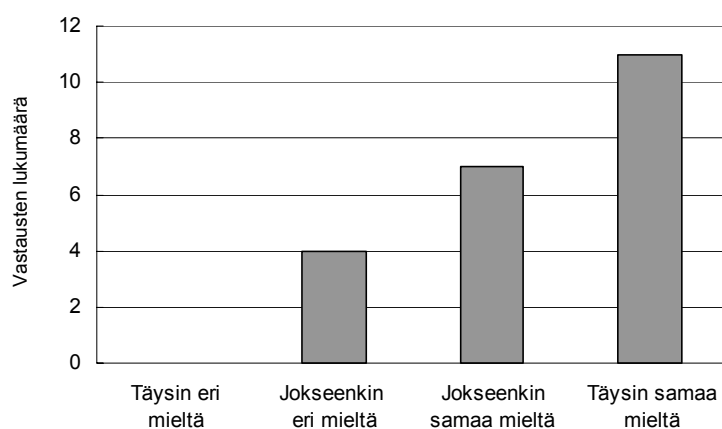
Latviassa suurimpia tuoretuotteiden valmistajia ovat Rigas Piena Kombinats ja virolaisten omistama Tukuma, joilla on arviolta vajaa kolmannes markkinoista. Suomalaisyrityksistä Ingman Foodsilla on Latviassa jäätelötehdas. Liettuassa kaksi suurinta ovat Zemaitijos Pienas ja Pieno Zvaigzdes. Näiden markkinaosuus on laskutavasta riippuen 40-50 %. Molemmat ovat osittain ulkomaalaisomisteisia. Liettuassa on myös paljon pieniä meijeriyrityksiä.

Tuoretuotteita valmistavat laitokset ovat Baltiassa usein pieniä, vanhentuneita ja teknisesti tehottomia. Jäätelötehtaot ovat sen sijaan rakennettu lähinnä 1990-luvulla. Tulevaisuudessa markkinat keskittyvät ja yrityksistä jäljelle jäävät ne, joilla on riittävästi rahoitusta. Suuri osa laitoksista kaipasi investointeja, mutta huono kannattavuus estää sen. Vaikka toiminta on lähes kaikille tappiollista, useimmat yritykset kuitenkin näyttävät odottavan kärsivällisesti markkinatilanteen muutosta. Meijeripuolen tappioiden syynä ovat pitkälle juuri vanhentuneet laitokset. Jäätelöpuolella kannattavuuteen vaikuttaa enemmän kilpailu ja se, että markkinat eivät kasva. Tulevaisuu-

nessa teknisesti yksi jäätelötehdas riittäisi koko Balttiaan, tai mahdollisesti siellä ei tarvittaisi yhtään tehdasta.

Meijerituotteiden jakelun ja kaupan kehitys noudattelee kaikissa siirtymätalouksissa samanlaista kaavaa. Tuotteet siirtyvät "turuilta ja toreilta" myytäviksi järjestäytyneen kaupan kautta. Kaupan riipeys tässä toiminnassa määrittelee hyvin pitkälle myös meijeriteollisuuden taloudellisen kehityksen. Tällä hetkellä meijerialan pirstaloituneisuus pitää hintakilpailun erittäin kovana. Laskun tästä maksaa viime kädessä maidontuottaja, koska heidän järjestäytyneisyytensä ja neuvotteluvoimansa on varsin keho. Maitotilojen keskikoko on varsinkin Liettuassa, jossa tuotetaan eniten maitoa, erittäin pieni, kun taas Virossa tilakoko on huomattavasti suurempi.

Väittämä:
Hintakilpailu on tällä hetkellä vähintään yhtä kireää Baltian maissa kuin Suomessa



Baltian maiden elintarvikemarkkinoiden kilpailutilanne arvioidaan pääasiassa ainakin yhtä kireäksi kuin Suomessa. Erityisesti meijeri- sekä makeissektorin yritysjohto on vankasti tätä mieltä. Lihanjalostuksessa puolestaan yli puolet kysymykseen vastanneista arvioi kilpailun olevan ainakin vielä tällä hetkellä vähäisempää kuin Suomessa. Tämä kertoo todennäköisesti enemmän kotimaan lihamarkkinoiden kireästä kilpailuympäristöstä kuin Baltian markkinoiden kilpailun puutteesta.

Baltian alue ei ole maidonjalostuksessa monikansallisten yritysten painopistealuetta, koska markkinat ovat niiden näkökulmasta pienet. Toistaiseksi Danonea lukuun ottamatta suuret yritykset eivät ole osoittaneet suurta mielenkiintoa Baltiaan, mutta EU-jäsenyyden myötä kiinnostus nousee. Suurista alan yrityksistä Sodial on ilmaissut tähtäävänsä kaikista (jogurtti)markkinoista 15 prosentin markkinaosuuteen. Danone pyrkinee 25-30 prosentin osuuteen kuten muillakin markkinoilla. Suomalainen teollisuus näkee, että sen on oltava markkinoilla ajoissa. Ei voi jäädä odottelemaan, vaan riskiä ottaenkin Baltiassa pitää olla läsnä.

Kansainväliset yritykset voivat tulla pitkällä aikavälillä Baltiaan valmistamaan tuotteita silmällä pitäen myös pohjoismaisia markkinoita. Virossa maidon laatu ei ole enää huonoa. Tilat ovat isoja ja perustamalla tuotantolaitos saadaan aika nopeasti toimiva meijerituotteiden tuotanto käyntiin. Baltian houkuttelevuus sijoittumiskohteena riippuu kuitenkin paljon siitä, miten Venäjä hyväksyy Baltian maat ja siellä tuotetun tavaran.

Tietylainen uhka suomalaiselle meijeriteollisuudelle on siis se, että Baltiassa tuotettaisiin halvalla kansainvälisten yritysten hyviä tuotemerkejä. Seuraavan 10 vuoden aikana Baltiassa tuotantokustannukset ovat matalammat kuin muualla niin työvoiman kuin raaka-ainekustannusten osalta. Tämä saattaa muuttaa aika nopeastikin markkinatilanteen.

Puolassa valmistettuja tuotteita ei nähdä meijerialalla kovin vahvana kilpailijana. Ne viedään pikemminkin Keski-Euroopan markkinoille, ei niinkään Baltiaan. Meijerialalla kansainväliset yritykset eivät ole Puolassakaan edenneet kovin nopeasti.

Lihanjalostuksessa odotetaan yritysten karsiutumista

Lihanjalostusteollisuudessa kaikissa Baltian maissa on sian- ja naudan lihan ("punaisen lihan") jalostuksessa paljon yrityksiä, mutta ainoastaan muutama suuri tai keskisuuri yritys. Esimerkiksi Virossa on noin 200 lihanjalostusyri-tystä. Siipikarjanlihanjalostuksessa on joka maassa muutama iso yritys, paitsi Liettuassa on runsaasti myös pieniä yrityksiä.

HK Ruokatalon Rakvere Lihakombinaat on selvä markkinajohtaja punaisen lihan ja jalosteiden tuotannossa Virossa. Siipikarjanlihassa Virossa ei ole käytännössä muita merkittäviä toimijoita kuin HK Ruokatalon ja ruotsalaisen LRF:n omistama Tallegg. Latviassa on suurin paikallinen yritys Kekava ja pari pienempää yritystä. Liettuassa Tallegilla on vahva kilpailija.

Punaisessa lihassa suomalaisilla on Virossa runsaan 30 % markkinaosuus. Latviassa Rakvere Lihakombinaatin tytäryhtiöllä Miesnieksellä on 15-20 % markkinaosuus. Liettuassa Rakvere Groupilla ei ole punaisessa lihassa omaa tuotantoa ja markkinaosuus on pieni, n. 4-5 %. Siipikarjanlihassa Talleggillä on Virossa 35 % kokonaismarkkinoista ja 95 % tuoreena myytävästä lihasta. Latviassa ja Liettuassa markkinaosuutta on vaikea sanoa, koska vienti näihin maihin kasvaa varsin nopeasti. Rakverellä on muutama vahva pääkilpailija Virossa ja Latviassa. Virossa näitä ovat Valga Lihatööstus, Saarenmaa Liha- ja Piimatööstus ja Wõro Kommerts. Latviassa kilpailijat ovat Trials ja Kruks.

Tulevaisuudessa Baltiaan arvioidaan jäävän muutaman voimakkaan toimijan, joilla on varaa investoida EU:n vaatimusten mukaiseen toimintaan. Vaikka paljon pieniä yrityksiä tippuu pois mm. hygieniamääräysten vuoksi, niin jokunen niitä myös jää. Rakennemuutos tulee olemaan siis voimakas.

Suomalaisella lihateollisuudella on tarkoitus kasvaa Baltiassa edelleen. Etäisyydet ovat niin lyhyet (Tallinnasta Vilnaan vajaan 600 km), että tuotteet voidaan toimittaa koko alueelle vuorokaudessa vaikka yhdestä pisteestä. Tätä hankaloittaa kuitenkin maakohtaisuus, mikä on toisaalta ainakin joidenkin suomalaisyritysten vahvuus Baltiassa.

Toistaiseksi Baltiassa ei ole EU-hyväksytyjä lihanjalostuslaitoksia. EU-hyväksynnän viipyminen on johtunut paikallisista viranomaisista. Toisaalta, kun esimerkiksi Rakverellä ei ole ollut vientitarvetta EU:iin, niin hyväksynnän puuttuminen ei ole muodostunut ongelmaksi.

Monikansalliset yritykset eivät toistaiseksi ole etabloituneet Baltiaan, vaan hoitavat alueen kysyntää viennin kautta. Länsimaisten yritysten kiinnostus investoida Baltiaan lisääntyy EU-jäsenyyden jälkeen. Baltian maat kiistatta tarjoavat ainakin jonkin aika suhteellisia etuja (palkkataso, raaka-aineiden hintataso yms.). Yritysjohtajien mielestä näköpiirissä ei ole kuitenkaan mitään ryntäystä Baltiaan. Ei ole kovin paljon mielenkiintoisia yrityksiä, joita voisi ostaa. Mahdollisessa etabloitumisessa olisi lähdeittä joko rakentamaan tuotantolaitos tai ostettava pienyritys, jota lähteä kehittämään. Markkinoita ei kuitenkaan missään tapauksessa ole vielä jaettu. Kaupan rakenteen voimakas muuttuminen ja markkinoiden yleinenkin kehittyminen mahdollistavat mielenkiintoisia kasvunäkymiä.

Liha-alalla ulkomaiset investoinnit ovat suuntautuneet pikemminkin Puolaan ja Venäjälle kuin Baltiaan. Danish Crown ja Smithsfield ovat investoineet Puolaan. Tanskalaiset omistavat Puolassa Poldanorin, jolla on toinen

projekti Pietarin lähellä. Kansainvälistä kilpailua joka tapauksessa tulee, mutta jää nähtäväksi onko se fyysisesti Baltiassa. Laajentuneessa EU:ssa Puola pystyy kilpailemaan Baltian markkinoilla. Isot yritykset investoivat mahdollisesti esim. Puolaan ja hoitavat mahdollisesti sitä kautta myös Baltian markkinat. Yritysjohtajien mielestä Suomessa ehkä vähän liikaakin uskotaan siihen, että kilpailu tulee nimenomaan Baltiasta.

Leipomoteollisuus keskittyy pian myös Baltiassa

Leipomoalalla ei ole missään globaaleja toimijoita, vaan ala on hyvin pientä ja pirstaloitunutta. Useimmat yritykset ovat yksityisiä perheyrityksiä. Lähinnä vain näkkileipäpuolella on yrityksiä, jotka ovat läsnä useissa maissa (esim. Wasa Bröd).

Vaasan & Vaasan on suurin leipomotuotteiden valmistaja kaikissa kolmessa Baltian maassa (Viro AS Leibur: 27 % markkinaosuus, Latvia A/S Hanzas Maiznicas: 30 % ja Liettua UAB Vilniaus Duona Plius: 25 %). Fazer Leipomot on myös läsnä kaikilla markkinoilla 5-10 % markkinaosuuksilla. Muita merkittäviä ei ole siten, että olisivat läsnä kaikissa kolmessa maassa. Varsinkin Liettuassa ja Latviassa on paljon paikallisia leipomoita. Virossa osuustoiminnallisella kaupalla ETK:lla on viidenneksen markkinaosuus.

Markkinarakenteen uskotaan alan luonteesta huolimatta keskittyvän tulevaisuudessa. Nyt on paljon pieniä vanhoja yrityksiä, joiden asema vaikeutuu, koska ne eivät pysty työskentelemään ketjuuntuneen kaupan kanssa. Leipomoalalla pienillä yrityksillä ei yleensä ole paljon resursseja kehitystyöhön eivätkä ne ole markkinalähtöisiä, vaan myynti- ja tekniikkalähtöisiä. Isojen yritysten mukaan tuloa on hillinnyt paikallisuus, sillä tuoretuotteissa on hyvin vaikeaa luoda mitään globaalia. Leivässä on vaikea saada sijoitetulle pääomalle sellaista tuottovaatimusta kuin monikansalliset yritykset edellyttävät. Tuoreissa leipomotuotteissa yleinen paikallinen suorajakelu ei myöskään istu globaalin toimijan toimintamalliin. Se on resursseja vaativaa ja aiheuttaa kustannuksia.

Yritysjohtajat näkevät, että Baltian markkinoilla ovat tulevaisuudessa mukana suomalaiset leipomoyritykset sekä kussakin maassa jokunen vahva paikallinen toimija ja pieniä nurkkaleipomoita. Leipomoalalla myös kauppa ottaa oman siivunsa markkinoista siinä mielessä, että kaupassa paistetaan valmiista taikinoista tuotteita.

Makeis- ja keksiteollisuudessa vahvoja paikallisia ja kasvuhakuisia kansainvälisiä

Suklaan valmistus on Baltiassa melko keskittynyttä. Viron markkinajohtaja on paikallinen Kalev, jolla on yli 50 % markkinaosuus. Cloetta Fazer on toiseksi suurin Virossa hieman yli 10 % osuudella. Maailmanlaajuisista yrityksistä Virossa on Masterfoods 9-10 % markkinaosuudella sekä Kraft Jacob Suchard (KJS) ja Leaf, jonka markkinaosuus on supistunut vajaaseen 2 prosenttiin.

Latviassa paikallinen Laima on suurin runsaalla 30 prosentin osuudella. Kraft Jacob Suchard, jolla on paikallista valmistusta, on toiseksi suurin yli 25 prosentin markkinaosuudella. Cloetta Fazerin osuus on 5-6 prosenttia.

Liettuassa on pirstoutuneemmat markkinat kuin Virossa ja Latviassa ja lisäksi kova kilpailu. Liettuan suklaamarkkinoilla KJS on suurin. Kansainvälisistä yrityksistä myös Master Foods on läsnä. Cloetta Fazerin markkinaosuus on pieni, alle 2 prosentin luokkaa. Pastilleissa Leaf on markkinajohtaja ja sen markkinaosuus vaihtelee 35 prosentista vajaaseen 60 prosenttiin. Pastilimarkkinoilla kilpailijat ovat monikansallisia yrityksiä, esim. Master Foods. Karamellipussimarkkinoillakin on tilanne sama eli suomalaisten kilpailijat ovat monikansallisia.

Baltian maiden EU-jäsenyys on makeisteollisuudelle sekä mahdollisuus että uhka. Potentiaalinen uhka syntyy siitä, jos Kalev ja Laima siirtyisivät uuteen kansainväliseen omistukseen. (Kalev on pörssinoteerattu yhtiö, ja suurimmat omistajat ovat suurempia rahastoja. Laima kuuluu Nordic food ryhmään).

Makeisteollisuudessa kansainväliset yritykset (Nestle, Ferrero, Master Foods) ovat jo mukana Baltian markkinoilla ja kovilla mediapanostuksilla ottavat oman markkinaosuutensa ja pitävät niistä kiinni myös jatkossa. Yhtäkkiä tuskin uusia yrityksiä ilmestyy, vaan markkinat on jo hyvin pitkälti jaettu. Paikalliset tuotemerkit tulevat jatkossakin olemaan markkinajohtajia, mutta kuka ne omistaa, on eri asia. Isot yritykset näkevät Baltian kokonaisuutena. Maan rajat ovat heidän strategioissaan poistuneet. Mahdollisesti näkevät Baltian porttina Suomeen ja Ruotsiin, mutta ei Venäjälle. Jotkut ehkä toimittavat Puolan tehtaaltaan Baltian markkinoille.

Kekseissä on monia kansainvälisiä yrityksiä, mutta ne eivät ole vahvasti Baltian markkinoilla. LU-Suomi hoitaa Danonen tuotteet. Nabisco ei ole merkittävä toimija Baltiassa. Jos halutaan vahva asema, olisi panostettava

markkinointiin. Suhteessa markkina-alueen kokoon olisi tehtävä paljon myyntiponnisteluja.

Panimoteollisuuden markkinat jo pitkälti jaettu

Panimoteollisuus on hyvin keskittynyttä Baltiassa ja kaikki merkittävät panimot ovat kansainvälisissä käsissä. Puoliksi Hartwallin ja Carlsberg Breweries A/S:n omistamalla BBH:lla on n. 50 % markkinoista. Tanskalainen Bryggerigruppe, jolle BBH myi Kalnapilis-panimon, ja suomalainen Olvi ovat markkinajohtajan tärkeimmät kilpailijat. Olvin markkinaosuus on ehkä 15 % ja Bryggerigruppen 10 %. Suomalaiset ovat läsnä myös mallastamotoiminnassa. Viking Malt Oy:llä on mallastamo Liettuan suurimman panimon (Svyturus Utenos Alus) kanssa.

Baltian markkinat ovat jo pitkälle jaetut. Tulevaisuuden rakenne riippuu siitä, muuttuuko panimoiden omistusrakenne ja miten alan kansainvälinen konsolidointi heijastuu Baltian markkinoille. Järjestelyt ovat tulevaisuudessa enemmänkin puhtaasti omistuksellisia, eikä sinne enää muodostu merkittäviä uusia panimoita. Siihen markkinat ovat liian pienet. Konsolidoinnissa tulevat kussakin maassa vastaan kilpailuviranomaisten säännökset. BBH joutui jo tästä syystä myymään Kalnapilis-panimon. Virvoitusjuomatuotanto ei ole yhtä keskittynyttä ja siellä keskittymismahdollisuus on olemassa.

Baltian sisäinen logistinen rakenne muuttuu samalla tavalla kuin se on muuttunut Suomessakin. Panimoiden lukumäärä vähenee logistiikan kehittyessä. Nyt on paljon pieniä panimoita. Toistaiseksi panimo tarvitaan paikallisuuden takia jokaiseen Baltian maahan. Vain hyvin pitkällä aikavälillä nähdään mahdolliseksi keskittää tuotanto yhteen Baltian maahan ja siihen voi kuulua monta välivaihetta. "Varmaa se ei ole, mutta mahdollista." Edelleen kuitenkin kansalliset merkit tulevat dominoimaan markkinoita.

Baltialla ei ole korkea prioriteetti suurten yritysten tavoitteissa, vaan pikemminkin muut markkinat Itä-Euroopassa, Venäjä, Ukraina ja ehkä Kazakstan seuraavana, kiinnostavat. Tuskin yksikään etabloituu Baltiaan sillä tavalla, että rakentaisi uuden panimon. Lähinnä jokin suuri voi tulla vielä markkinoille ostamalla loppuosat markkinoista. Näyttää siltä, että Puolasta ei tuoda merkittävästi olutta Baltiaan.

Alkoholijuomien valmistajia Virossa paljon

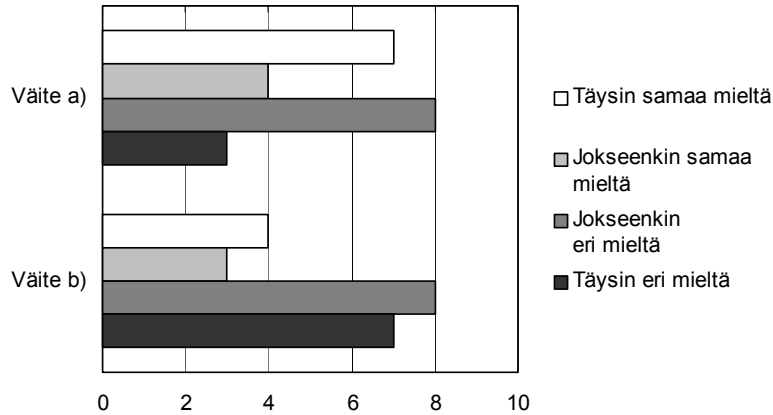
Virossa on 9 alkoholijuomien valmistajaa, joista valtaosa on kirkkaiden viinosten valmistajia. Liviko eli entinen monopoliyritys, josta suomalaisella Havistalla oli aiemmin 30 % omistusosuus, on suurin. Sen markkinaosuus on noin kolmannes. Eesti Havistra on toiseksi suurin, sillä on 20 % markkinaosuus. Sillä on sekä tuotantoa Tallinnassa että maahantuontia. Lisäksi on pieniä valmistajia. Remedian ja Onistar omistavat väkiviinaa valmistavat pirtutehtaat. Virossa on kolme isohkoa long drink juomia ja siidereitä valmistavaa yritystä, joista kaikki ovat ulkomaalaisomistuksessa. Marja- ja hedelmäviinien valmistusta on kaikissa maissa. Tukkumyyntioikeuksin varustettuja maahantuontiliikkeitä on Virossa 150. Toimijoita on siis paljon ja monet kilpailevat hinnalla. Myyntivolyyymi on Baltiassa kolmannes tai neljännes Suomen volyymistä, mutta toimijoita yhtä paljon. Valmistajien määrän arvioidaan pienenevän vähitellen ehkä viiteen maata kohti.

Latviassa ja Liettuassa ei ole valmistajia yhtä paljon kuin Virossa, koska valmistajien määrää on säädelty lupapolitiikalla. Siksi rakenne ei muutu näissä maissa yhtä paljon kuin Virossa ja nykyiset valmistajat tullevat jatkamaan EU-oloissakin. Molemmissa maissa on entinen valtion yritys suurin.

Globaalit yritykset hoitavat Baltian alkoholijuomamarkkinat viennin kautta. Tuotannosta paikan päällä ei olla kiinnostuneita, mutta myynti- ja markkinointiyhtiöitä voidaan perustaa. Viskeissä ja konjakeissa maahantuonti on ainoa mahdollisuus, niitä voi korkeintaan pullottaa paikan päällä. Vaikka markkinat ovat pienet, ne ovat monessa tuoteryhmässä kasvavat ja sen vuoksi mielenkiintoiset.

Väittämät:

- a) **Baltiaan investoineet ulkomaiset yritykset ovat merkittävimmät kilpailijanne Baltian maiden markkinoilla**
b) **Vientiä Baltiaan harjoittavat yritykset ovat merkittävimmät kilpailijanne Baltian maiden markkinoilla**



Puolessa vastauksista yhdytään ainakin osittain väitteeseen, että Baltiaan investoineet ulkomaiset yritykset ovat suomalaisyritysten merkittävimmät kilpailijat. Vientiä Baltiaan harjoittavien ulkomaisten yritysten rooli on vähäisempi. Neljännes vastaajista ei pidä kummankaan ryhmän merkitystä huomattavana. Tässä tapauksessa kilpailu tulee pääasiassa paikallisten toimijoiden taholta. Erityisesti näin on lihanjalostuksessa, osittain myös meijerisektorilla. Panimoiden ja leipomoiden kohtaama kilpailupaine tulee selkeästi Baltian maihin investoineiden ulkomaalaisyritysten taholta. Sen sijaan makeisten valmistuksessa tärkeimmät kilpailijat ovat vientitoimintaa harjoittavat yritykset.

Yhteenveto: Baltian elintarvikemarkkinoiden rakennekehitys		
<p>Maidonjalostus</p> <ul style="list-style-type: none"> • Voimakas keskittyminen edessä • Paljon vanhentuneita laitoksia • Kannattavuus hyvin heikko, joten rahoituksen riittävyys määrää jatkomahdollisuudet • Virossa raakamaidon hinta hyvin alhainen • Monikansalliset aloittavat todennäköisesti viennin EU-jäsenyyden alkaessa 	<p>Lihanjalostus</p> <ul style="list-style-type: none"> • Keskittyminen jatkuu • Resurssit investoida EU-määräysten noudattamiseksi määräävät jatkomahdollisuudet • Suomalaisilla merkittävä markkina-asema • EU-jäsenyys voi lisätä etabloitumista • EU-jäsenyys helpottaa työnjaon ja tuotevaihdon kehittämistä 	<p>Makeis- ja keksiteollisuus</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suklaassa vahvat paikalliset markkinajohtajat • Siirtyvätkö markkinajohtajat uusille omistajille?
<p>Leipomoteollisuus</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pohjoismaiset markkinajohtajia; toimijoita paljon • Keskittyminen välttämätöntä, jotta voidaan toimia ketjuuntuvan kaupan kanssa 	<p>Panimoteollisuus</p> <ul style="list-style-type: none"> • Markkinat jo keskittyneet ja pitkälle jaettu • Pieniä panimoita poistuu • Pan-Baltic – strategian toteutumista joudutaan odottamaan 	<p>Alkoholijuomateollisuus</p> <ul style="list-style-type: none"> • Virossa paljon valmistajia, mutta määrä vähenee • Latviassa ja Liettuassa toimiala on säädellympää ja valmistajia vähemmän

5.2 Merkittävimmät uusien yritysten alalle tulon esteet toimialalla Baltian maissa

Pienet markkinat

Baltian markkinoille tunkeutuminen nähdään periaatteessa helpoksi, mikäli pääomaa on riittävästi. Itse asiassa markkinoille katsottiin päästävän tällä hetkellä helpommin Baltiassa kuin Suomessa. Markkinat ovat kuitenkin pienet ja kilpailu on sen verran kovaa, että katteet jäävät alhaisiksi. Suhteessa saatavaan liikevaihtoon vaaditaan paljon resursseja, jolloin kannattavuustavoitteita on vaikea saavuttaa. Markkinoille mentäessä on sen vuoksi oltava pitkän aikavälin tavoite. Myöskään suuret kansainväliset yritykset eivät ole kovin voimakkaasti investoineet Baltiaan, vaan enemmänkin ovat suuntauneet Puolaan ja seuraavaksi lähtevät ehkä Venäjälle tai Ukrainaan, missä on isommat markkinat. Markkinoiden pienuus on siis keskeinen alalle tulon este.

Vienti vai etabloituminen?

Sellaisissa tuotteissa, joilla paikallisuudella ei ole suurta merkitystä, maahantuonti nähdään markkinoiden pienuuden vuoksi parhaaksi läsnäolon muodoksi. Maahantuonnin aloittaminen nähtiin helpommaksi kuin tuotannon aloittaminen paikan päällä. Esimerkiksi keksien markkina-alueena Baltia on niin pieni, että ei kannata etabloitua paikan päälle tuotantoon, vaikka tuotanto onkin osittain käsityövaltaista. Logistiset yhteydet ovat esimerkiksi Suomesta hyvät, joten kaupan voi hoitaa myös muualta. Koska markkinat ovat kussakin yksittäisessä maassa pienet, on tärkeää olla läsnä kaikkialla. Läsnäolon hankkiminen kaikkialla ei ole kuitenkaan yksinkertaista varsinkaan etabloitumisen kautta. Hyviä yrityksiä ei ole enää paljon myytävänä. Ulkomaisen investoijan pitää tuntea paikalliset olot ja erityispiirteet. "Etabloituminen ei onnistu vain siten, että menee Baltiaan ison rahatukon kanssa ja päättää investoida."

Uusinvestointeihin suhtaudutaan kaikilla aloilla hyvin varovaisesti. Yritysosotot nähdään pääkeinona etabloitumisessa paikan päälle. Uuden kapasiteetin rakentaminen ja varustaminen uusimmalla teknologialla nähdään markkinoiden houkuttelevuuteen nähden kalliiksi.

Etabloitumiseen suhtauduttiin myös varovasti kilpailutilanteen kireyden vuoksi. Paikalliset vanhat yhtiöt ovat useimmilla toimialoilla vahvoja tai markkinat on joillakin aloilla pitkälle jaettu. Toisaalta viitattiin kuitenkin siihen, että monet elintarvikeyritykset ovat pörssiyhtiöitä ja sitä kautta ostettavissa.

Toimialoittainen markkinatilanne vaihtelee ja sen mukaan myös markkinoiden kiinnostavuus. Meijeriteollisuudessa merkittävä alalle tulon este on alan huono kannattavuus, minkä vuoksi markkinoille pitää tulla hyvin pitkän aikavälin tavoittein. Maidonjalostuksessa myös fragmentoituneisuus on este, koska yritykset ovat hyvin pieniä eikä kiinnostavia ostokohteita ole paljon. Lihanjalostuksessa ulkomaisten yritysten etabloitumista Baltiaan on hillinnyt ehkä myös tuotealue, sillä lihan tuottaminen ja jalostaminen ei ole kovin kiinnostava ala ainakaan monikansallisille yrityksille.

Panimoalalla puolestaan Baltian nykyinen kapasiteetti riittäisi suuremmallekin kuluttajajoukolle kuin mitä Baltiassa on. Markkinat ovat pienet pääomavaltaiselle liiketoiminnoille. Lisäksi panimoalalla alkaa olla myöhäistä tulla Baltian markkinoille.

Ostovoiman alhaisuus

Markkinoiden houkuttelevuuteen ainakin lyhyellä aikavälillä vaikuttaa myös ostovoiman alhaisuus. Viennin ongelma on kaikissa tuotteissa myydä kansainvälisellä hinnalla sikäläisille markkinoille. Kun ostovoima on alhainen, on vaikea saada haluttua katetta. Siksi Baltiassa ei ole vielä merkittäviä markkinoita esim. valmisruualle. Kysyntäpuolella kuluttajat ovat patriotteja. Jos markkinoille yrittää uudella tuntemattomalla tuontimerkillä, se vaatii paljon markkinointiresursseja. "Kysyntä ei ole odottamassa uusille yrittäjille, ellei tuotteessa ole jotakin aivan ylivoimaista piirrettä." Kulutustottumukset muuttuvat hitaasti elintason noustessa ja uusien kuluttajasukupolvien tullessa ostajiksi.

Toisaalta haastateltavien joukosta tuotiin esiin myös se, että yritysten oma rohkeus on ollut markkinoille tulon esteenä. Rohkeutta on ollut hämmästyttävän vähän.

Yritykset, joilla on tuotantoa paikan päällä näkevät myös joissain tapuksissa ongelmana vaikeuden saada päteviä paikallisjohtajia. Ongelma on kuitenkin pienenemässä uusien johtajasukupolvien myötä.

Muita tekijöitä

Alkoholijuomien tuotantoon ja kauppaan liittyy useissa maissa erikoissäännöksiä, jotka vaikuttavat markkinoille pääsyyn. Baltiassa varsinaisia laillisia alalle tulon esteitä ei ole. Väkevissä viinoissa kuitenkin on maahantuontikontrollia varsinkin Latviassa. Lisäksi on esimerkiksi lisenssimaksuja niin, että uuden yrityksen on hyvin kallista aloittaa maahantuonti. Miedoissa juomissa esteet ovat pienempiä.

Makeis- ja keksiteollisuuden tyyppisillä toimialoilla markkinoille pääsyn katsotaan olevan yhteydessä kaupan kehitykseen. Näillä aloilla ei ole paikallisia tuotemerkkejä, vaan markkinoille mennään kaikkialla samoilla tuotteilla. Kaupan muutos helpottaa markkinoille pääsyä.

Yhteenveto: Alalle tulon esteet Baltiassa

- ***Pienet markkinat ja alhainen ostovoima, siten myös kannattavuus***
- ***Tuotemerkkien tuntemattomuus, jolloin vaaditaan suuret markkinointiponnistukset suhteessa saataviin volyymeihin***
- ***Jakelu- ja kauppaverkon vakiintumattomuus luo uusia mahdollisuuksia, mutta tuo myös lisätyötä***
- ***Pätevän paikallisjohdon löytäminen***
- ***Monikansallisten yritysten läsnäolo lähinnä viennin kautta***

5.3 Baltian maiden jakelukanavien kehitys

Logistiikassa pullonkaula

Yleinen logistiikan tehokkuus on vielä alhainen Baltian maissa eikä voida puhua logistiikan ohjauksesta. Ongelmat juontuvat pitkälti puutteellisesta liikkeenjohdosta. Kuljetusten heikko tuottavuus liittyy yleensä kaluston ja tieverkon heikkoon kuntoon, lastausten hitauteen sekä optimoinnin puuttumiseen kuljetusreittien suunnittelussa. Kauppojen ja erilaisten rinnakkaisten jakeluväylien suuri määrä ja hajanaisuus lisäävät jakelukustannuksia. Volyymit Baltian maissa ovat pieniä, eikä keskusvarastomalli ole vielä juurtunut sinne. Yhteistyöllä logistiikan toimintaan saataisiin lisää tehokkuutta.

Toimintojen ulkoistaminen ei ole vielä juurikaan kehittynyt. Lisäksi työntekijöiden moniosaamisen traditio puuttuu vielä yleisesti. Syynä tehottomuuteen tuodaan myös esille ihmisten ajattelu- ja toimintatavat sekä osaamisen alhainen taso. Asenteet ovat kuitenkin muuttumassa. Erityisesti ylemmällä johtotasolla sekä keskijohdossa on erinomaista osaamista ja motivaatiota.

Logistiikan tehokkuuden pikaiseen paranemiseen löytyy kuitenkin uskoa: "Kaupan keskittyminen ja ketjuuntuminen tapahtuu melko nopeasti. Kiitos kansainvälisten ketjujen. Tätä kautta kurotaan 20 vuoden jälkeenjääneisyys logistiikkapuolella varsin nopeasti umpeen." "On vain ajan kysymys, kun pienempiä jakelijoita poistuu markkinoilta." Tuotannon keskittyessä myös jakelukanavat tiivistyvät lähemmäksi suomalaista mallia.

Kehittämistarpeita on myös yritysten sisäisessä logistiikassa. Suurimmissa yksiköissä esimerkiksi sisäisten siirtojen automatisoinnilla voidaan vähentää huomattavasti työntekijämäärää. Ongelma ei ole vielä suuri, sillä palkkataso on tuntuvasti suomalaista matalampi.

Erityisesti maitotuotteiden jakelukanavissa on vielä suuria ongelmia ja infrastruktuuri on heikko. Esimerkiksi tori- ja irtokaupan osuus on suuri, ja hygieniataso on heikko, koska kylmäketjua ei hallita.

Kauppa ketjuuntuu

Kaupan ketjuuntuminen nähdään Baltiassa myönteisenä ilmiönä ja myös Keskon ja S-ryhmän eteneminen Baltiassa nähdään hyväksi asiaksi. Yhteis-

työn, luottamuksen ja tehokkaiden liikesuhteiden uskotaan yleisesti kehittyvän nopeasti tätä väylää pitkin.

Baltiaan nähdään syntyvän harvoja, tehokkaita ketjuja, jolloin varsinkin säilyvien tuotteiden jakelukanavat yksinkertaistuvat. Kaikissa kolmessa maassa on äärimmäisen helppo viedä ketju-konsepti läpi. "Kuluttajat hurmaantuvat, kun on kunnollisia kauppoja." Pienet itsenäiset kivijalkakaupat katoavat ja ketjuuntuneiden automarkettien osuus kasvaa. Toisaalta vähittäiskaupan rinnalla nähdään myös länsimaalaistyyppisen kioskikaupan ja huoltoasemakaupan kehittyvän. R-kirja esimerkiksi on etabloitunut varsin hyvin näihin maihin.

Virossa kaupan ketjuuntuminen ja tukkukaupan uudistuminen ovat pisimmällä. Vanhalla osuustoiminnalla (ETK), joka on yhteistyössä suomalaisen S-ryhmän kanssa, on Virossa merkittävä asema. Myös Kesko ja muita ulkomaisia ketjuja on markkinoilla. Liettuassa paikallisella VP-marketketjulla (Vilniaus Prekybas) on 40 % osuus. Seuraavaksi suurimmat ketjut (IKI ja ICA/Ahold) ovat osittain ulkomaalaisomistuksessa. Norjalainen Rimi-ketju (Ahold) on laajentunut voimakkaasti Latviassa ja Virossa.

Kaupan keskittyminen on nopeaa. Liettuassa jo 50 %, Latviassa 20 % ja Virossa 30 % vähittäiskaupasta kulkee ketjuuntuneen kaupan kautta. Suomessa 60-70% vähittäiskauppatavaroiden arvosta kulkee kaupan keskusliikkeiden kautta.

Suomalaisten kaupparyhmien mukanaolo Baltiassa nähdään positiivisena asiana selvimmin niillä toimialoilla, jotka ovat mukana Baltiassa viennin kautta. Paikan päälle etabloituneilla ja paikallisen johdon alla olevissa yrityksissä asiaa ei nähdä yhtä merkityksellisenä. Mahdollinen hyöty ei johdu niinkään suomalaisuudesta, vaan siitä että kaupan ketjujen laajeneminen ylipäättään selkiyttää monia toimintoja. Käytännöt kehittyvät samaan suuntaan kuin meillä, eli tilaukset tehdään puhelimitse tai elektronisesti ja etukäteen tilattu tavara toimitetaan paikan päälle. Kaupan ketjuuntumisen nähtiin helpottavan markkinoillepääsyä, mutta toisaalta huomautettiin, että linkki toimii myös toisinpäin eli Baltiasta voidaan tuoda kaupanketjujen kautta Suomeen. Kaupan jatkuva muuttuminen voi olla myös työlästä siinä vaiheessa, kun yritys pyrkii markkinoille.

Kauppaketjut koettiin toimintoja helpottaviksi myös siksi, että voimavarat voidaan keskittää, kun partnereiden määrä alenee ja ketjut hoitavat jakelun. Tällä hetkellä toimii vielä melko paljon jakeluyhtiöitä ja näiden määrä tulee jatkossa pienenemään. Eräs skenaario on se, että kauppaketjut ostavat

pieniä jakeluyhtiöitä ja keskittävät toimintansa muutamaan jakeluyhtiöön. Keskittymisen ja tehostumisen uskotaan tuovan kustannussäästöjä ja selkiyttävän pelisääntöjä. Vastapainona on kaupan neuvotteluvoiman kasvaminen.

Teollisuus kokee kaupan eurooppalaistumisen tuovan siis sekä uusia mahdollisuuksia ja haasteita. Taustalla on se, että koko teollisuuden kansainvälistymisen syy elintarviketeollisuudessa on pelko siitä, että kauppa on elintarviketeollisuutta nopeampi. Silloin voidaan joutua siihen tilanteeseen, jossa jokin kauppapayhtymä pyytää tarjousta koko Euroopalle. Pienet paikalliset toimijat eivät tähän pysty.

Yhteenveto: Jakelukanavat muuttuvat

- ***Kauppa ketjuuntuu nopeaa vauhtia***
- ***Suomalaisten kauppaketjujen mukanaolo etu suomalaiselle elintarviketeollisuudelle, mutta ei suomalaisuuden vuoksi, vaan lähinnä sen vuoksi, että ketjuuntuneen kaupan toimin-
tatavat tunnetaan***
- ***Kaupan kansainvälistyminen ohjaa elintarviketeollisuuden kansainvälistymistä = teollisuuden on pystyttävä vastaamaan useassa maassa toimivan ketjun tarjouspyyntöihin***
- ***Jakelun perusasioissa mm. kuljetuskalusto ja logistiikan oh-
jaus, vielä paljon kehitettävää***

6. SUOMALAISTEN ELINTARVIKEYRITYSTEN TAVOITTEET JA TOIMINTA BALTIASSA

6.1 Yritysten Baltia-strategiat

Baltian maihin investoineiden suomalaisten elintarvikeyritysten keskeinen tavoite on *kasvu ja markkinajohtajuus*. Kilpailu on jo nyt kireää, mutta tulee tulevaisuudessa kiristymään entisestään. Markkinaosuutta pyritään kasvattamaan yleensä lisäämällä tehokkuutta ja hyödyntämällä mittakaavaetuja. Haastatteluissa kävi ilmi se, että Baltian maat eivät muodosta yhtenäistä markkina-aluetta. Siten myös yritys- ja toimialakohtaiset markkinastrategiat poikkeavat usein eri Baltian maiden kohdalla.

Kasvu ja johtava markkina-asema tavoitteena

Suomalaistaustaisilla yrityksellä on markkinajohtajuus Baltiassa panimoteollisuudessa, teurastuksessa ja lihanjalostuksessa sekä leipomoteollisuudessa. Näistä *panimoteollisuus* korostaa selkeimmin toiminnan tehostamista mittakaavaetujen ja yhteistoiminnan kautta. Kustannustehokkuus on strategian keskeinen elementti. Oluen laadulla on ollut ratkaiseva rooli johtavan aseman saavuttamisessa, mutta jatkossa markkinoilla toimivien yritysten laatuerot tasoittuvat. Erottumisen toteutuu jatkossa samankaltaisin keinoin kuin Suomessakin. Markkinointistrategiassa korostuvat tällöin mainonta ja tuotekuvan rakentaminen sekä ylläpitäminen.

Omistusmuutokset ovat myös vaikuttaneet Suomessa toimivien panimoyritysten Baltia strategiaan. Jossain tapauksissa ne ovat asettaneet laajentumistoiminnalle reunaehdon, että enää ei luoda tuotannollista toimintaa Baltian maihin.

Suomalaisen *lihateollisuuden* tavoitteena on myös ylläpitää hankittu johtava rooli Baltiassa. Tällä hetkellä HK Ruokatalolla on johtavat tuotemerkit kaikissa kolmessa maassa. Pitkän aikavälin tavoite on 30 prosentin markkinaosuus päätuoteryhmissä, eli lihavalmisteissa, punaisessa ja valkoisessa lihassa. Kasvustrategia perustuu vahvoihin paikallisiin tuotemerkkeihin ja –valikoimiin, mutta tuotantoa keskitetään Viroon. Näkemyksenä tulee esille, että mitä pidemmälle jalostettu tuote, sitä globaalimpia tuotemerkit voivat olla.

Suomalaisten *leipomoyritysten* kasvuhakuisuus ja keskinäinen kilpailutilanne tuo toimintastrategioihin oman lisävärinsä. Baltian markkinarakenteen arvioidaan lähestyvän suomalaista, jolloin kahden johtavan yrityksen markkinaosuus voi nousta jopa 70 prosenttiin. Kasvustrategiassaan leipomoyritykset korostavat toiminnan jatkuvan kannattavuuden säilyttämistä investoinneista huolimatta. Paikallisjohdon markkinoiden tuntemuksella on merkittävä rooli, ja tätä tuetaan suomalaisilla voimavaroilla mm. markkinoinnissa ja pääoman turvaamisessa.

Meijeriteollisuus on puolestaan lähtenyt Baltian markkinoille huomattavasti pienemmin markkinaosuustavoittein. Etabloitumisstrategia perustui aluksi vientiin, joskin suorat investoinnit olivat looginen jatko, sillä maitoraaka-aineen hinta on Baltiassa huomattavasti alle EU-tason, ja sen osuus kustannuksista voi olla jopa kolme neljännestä. Investointien avulla markkinoilta pyritään valtaamaan johtoasema lähinnä korkean jalostusarvon tuotteissa. Toiminnan painopiste on Virossa, jonka valikoimia pyritään yhdenmukaistamaan Suomen kanssa. Liettuan roolia juustonvalmistuksessa voidaan vahvistaa. Sieltä tarjottaisiin edullisia juustoja maailmanmarkkinoille kalliimpien suomalaisjuustojen rinnalla. Latvia on pääasiassa vain vientialue joko Virossa, Suomesta tai Liettuasta. Vienti Latviaan onkin otettu suomalaikäsiin, eikä paikallisia agentteja enää käytetä.

Suomalainen *makeisteollisuus* pyrkii myös omissa kategorioissa markkinajohtajuuteen Baltian markkinoilla. Lyhyellä tähtäimellä pyritään kasvattamaan vientiä vähintään jatkuvasti kasvavien markkinoiden mukana. Yrityssostot ovat mahdollisia, ja näillä saavutettaisiin markkinajohtajuus. Toistaiseksi pohjoismaiset kasvustrategiat ovat ajaneet edelle. Tähän on voinut vaikuttaa mm. Baltian maiden hiukan korkeampi riski.

Alkoholijuomateollisuus näkee Baltian markkina-alueena, jolta haetaan kasvua. Tuotantoa paikan päällä ei kuitenkaan nähdä ensi sijaisena tapana kasvaa. Suomalaisilla yrityksillä on vähän sellaisia tuotteita, jotka menevät vain Baltiaan. Tuoteportfolio koostuu tuotteista, joita kaupataan muuallekin, mutta kullekin maalle markkinoiden tilanteen mukaan tehdyin painotuksin. Ytimen muodostavat tuotteet, joita viedään kaikkiin maihin.

Kysynnän paikallisuus vaikuttaa strategiaan

Kysynnän eroavaisuus Baltian maiden välillä vaikeuttaa mittakaavaetujen täysimääräistä hyödyntämistä eikä tuotantoa voida keskittää yhteen maahan. Yhtenäisten tuotemerkkien luominen on myös vaikeaa. Usein paras strategia onkin etabloituminen jokin paikallinen yritys ja tuotemerkki ostamalla. Jossain tapauksissa Viroon soveltuu hyvin suomalaistyyppinen tuotevalikoima ja markkinointikonsepti, mutta Latvia ja varsinkin Liettua ovat vielä hyvin erilaisia.

Esille nousee myös strategia, jossa paikallisen tuotemerkin rinnalla tuodaan markkinoille joko suomalainen tai monikansallinen tuotemerkki. Tuotteet segmentoidaan eri tavoin. Vastaavaa on havaittavissa Suomesta tapahtuvan viennin kohdalla. Vientiä painotetaan joihinkin niche-tuotteisiin, jotka suunnataan uusille kokeilunhaluisille kuluttajaryhmille, joiden ostovoima lisääntyy.

EU-jäsenyyden myötä Baltian markkinat vähitellen yhdenmukaistuvat, kauppa keskittyy jne. Silloin toiminta saattaa siirtyä helpommin Baltian alueen tasolle, jolloin ei enää tarvitsisi toimia maakohtaisesti. Elintarviketeollisuuden yritysjohton haastattelussa tuodaan tässä yhteydessä esille myös huoli Baltian kansallisten yritysten kilpailukyvyistä ja toimintamahdollisuuksista uudessa tilanteessa: "Pärjätäkseen EU:ssa Baltiassa toimivien yhtiöiden täytyy olla vahvempia kuin mitä ne nyt ovat. Alueellisen ajattelumallin pitäisi saada vähän enemmän huomiota. Kyllä Baltian maiden kansalliset yrittäjät voisivat paremmin, jos heillä olisi vähän isommat markkinat itsellään, joilla harjoitella ja kasvaa vähän vahvemiksi."

Kotimarkkinoiden puolustaminen osatavoitteena

Defensiivisyydellä oli ratkaiseva merkitys erityisesti silloin, kun tuottajajosuuskuntien päätöksenteon piirissä oleva suomalainen elintarviketeollisuus investoi tuotantotoimintaan Baltian maissa. Rooli korostuu Virossa, josta tapahtuva tuonnin kasvu koettiin kohtuulliseksi uhkatekijäksi. Defensiivisyyttä ei kuitenkaan koeta siten, että halutaan estää mahdollinen tuonnin kasvu. Jos kauppavirtoja kääntyy Baltiasta Suomeen, suomalaisyritykset voivat olla siinä aktiivisesti mukana ja tuottaa näin tulosta omistajilleen.

Meijeriteollisuudelle tärkeitä asioita ovat Baltian maiden EU-liittymissopimusten ehdot alkutuotannossa ja EU:n maatalouspolitiikan muu-

tokset. Jos esimerkiksi vuonna 2008 maidon maakiintiöt poistetaan EU:ssa, lisää se huomattavasti maidon tarjontaa. Baltian markkinoilla mukana olo on tästä näkökulmasta myös merkittävä osa kotimarkkinoiden suojaamisstrategiaa.

Myös lihateollisuudessa Baltian maiden EU-liittymissopimuksen ehdoilla on vaikutusta kotimarkkinoiden suojaamisstrategiaan. Esille tuodaan kylläkin vahvasti näkemys, että Baltian maiden EU-jäsenyys ei muuta paljonkaan Suomen markkinoita. Resurssit Baltiassa ovat pienet ja osaaminen sillä tasolla, että kovin nopeasti sieltä ei merkittävää kilpailua tule. Paljon suurempi uhka Suomelle tulee muualta EU:sta.

Osuustoiminnallisen kentän ohella muillakin toimialoilla tuli esille kotimarkkinoiden puolustamisnäkökulma. Yritystoilla Baltiassa voidaan suojautua siltä, että ostaja onkin kilpailija, joka sitä kautta tulee lähemmäksi kotimarkkinoita.

Yhteenveto: Visio ja ydinstrategia Baltiassa

- ***Kannattava toiminta kasvun ja markkinajohtajuuden kautta***
- ***Kustannustehokkuuden merkitys kasvaa***
- ***(Aktiivinen) defensiivisyys osittain strategian pohjalla, myös muillakin kuin osuustoiminnallisilla sektoreilla***

6.2 Panostukset paikallisen raaka-aineen ja tuotannon laadun kehittämiseen

Raaka-aineen keskeytymättömällä saatavuudella ja riittävän hyvällä laadulla on keskeinen merkitys elintarviketeollisuuden toiminnassa. Laatutaso oli yleisesti erittäin heikko suomalaisyritysten aloittaessa tuotantotoimintansa Baltiassa, joten on tarvittu mittavia panostuksia käytettävän raaka-aineen laadun parantamiseksi. Elintarviketeollisuus on kehittänyt neuvontaa ja edistänyt uusien tuotantomenetelmien käyttöönottoa raaka-ainetta toimittavien maatilojen parissa. Teollisuuden ja alkutuotannon integroituminen ja erilaiset sopimustuotantomallit ovat olleet verraten nopea väylä tehokkuuden parantamiseen.

Baltiassa toimivien elintarviketeollisuuden tuotantoyksiköiden teknologia on vielä osittain neuvostoaikaista. Työvoimaa on moninkertainen määrä vastaaviin suomalaislaitoksiin verrattuna. Suomalaiset yritykset ovat kuitenkin jo pääosin kyenneet kohottamaan tuotannollisen tehokkuuden ja myös laatutason likimain kotimaan tasoa vastaavaksi. Investointien tarve on kuitenkin edelleen mittava.

Maitotuotteiden laatu ratkaistaan pitkälti maatiloilla

Raakamaidon laadulla on ratkaiseva merkitys meijeriteollisuudelle. Laatu vaihtelee huomattavasti Baltian maiden välillä. Virossa maidontuotannon rakenne on selvästi parempi kuin Liettuassa ja Latviassa, mikä näkyy myös korkealaatuisempana raaka-aineena meijeriteollisuudelle. Maatilojen rahoitus on ollut myös kunnossa ja se on mahdollistanut investoinnit. Meijeriyrietykset ovat osallistuneet maatilojen rahoitukseen.

Latviassa ja Liettuassa tilarakenteen kehittäminen on keskeisiä laatuunkin vaikuttavia asioita. Liettuan jäätelön tuotannossa suomalaiset saavat raaka-aineen paikallisilta mejereiltä, joiden maito on laadullisesti hyvää. Suurin osa maidosta vastaa Suomen ykkösluokkaa, mutta parhaimpaan E-luokkaan Baltian maissa ei toistaiseksi päästä. Näin ollen maidon laatutaso on Suomea noin 20-30 vuotta jäljessä. Toisaalta ykköslaatukin on aivan käyttökelpoista maitoa.

Neuvontapalvelujen tarjoaminen uusien tuotantotekniikoiden käyttöönotossa ja eläinten ruokinnan järjestämisessä muodostavat keskeisen osan strategiassa maidon laadun ja sitä kautta myös lopputuotteiden laadun pa-

rantamiseksi sellaisten yritysten strategiassa, jotka hankkivat maitoa suoraan viljelijöiltä.

Paikallinen meijeritoiminta ja siihen liittyvä logistiikka on edelleen erittäin työvoimavaltaista, joten sektorilla on merkittävä työllistämisaikutus – erityisesti Liettuassa. Suomalaisyrietykset investoivat ostamalla kiinteistön ja kalustamalla sen Suomesta tuodulla nykyaikaisella tuotantoteknologialla. Valion meijerissä Virossa työvoiman käyttö onkin Suomen standardien mukaista. Meijeri käsittelee vajaata 30 milj. litraa maitoa. Töissä on 70 henkeä. Vastaavan kokoisen paikallisen jalostuslaitoksen työvoiman määrä saattaa olla 300 eli yli nelinkertainen.

Investointien tarve on jatkossakin edelleen huomattava, sillä uudempaa teknologiaa tarvitaan sekä laadun parantamiseen että kustannustehokkaamman toiminnan kehittämiseen. Pienet tuotantovolyymit, heikko kannattavuus ja tulevaisuuden näkymät eivät juurikaan rohkaise näiden suuren mittaluokan investointien toteuttamiseen.

Sikaputkella tiiviiseen ketjunhallintaan

Baltiaan investoineen lihateollisuuden (HK Ruokatalo) strategia raaka-aineen laadun ja saatavuuden turvaamiseksi on ollut koko tarjontaketjun yhä tiiviimpi ohjaaminen ja hallinta. Tulokset ovat vakuuttavia. Esimerkiksi sian punalihaprosentti on yli 58 % Suomessa, kun taas Rakveressä lähdettiin liikkeelle kolme vuotta sitten 41 prosentista, mutta tällä hetkellä ollaan 56 prosentissa. Tämä on tapahtunut eläinten geenipohjan muuttamisella.

Yleisesti lähes kaikki on pitänyt uudistaa: laatu, prosessit, teknologia, johtaminen. Aluksi suomalaisia oli runsaasti mukana Baltiassa, mutta nyt paikalliset hoitavat yhä suuremman osan toiminnoista. Voidaankin sanoa, että uudistamisesta on siirrytty normaaliin kehittämistyöhön.

Virossa suomalaisilla on Pohjois-Euroopan suurin sikala. Sen tavoitteena on olla ylivoimainen sikala Baltiassa, jossa pystytään tuottamaan sikaa maailmanmarkkinahintaan. Tämän Ekseko-emakkosikalan (ent. sikakolhoosi Juri Gagarin) ympärille on rakennettu sianlihan sopimustuotantoputki. Porsastuotantoa lisätään jatkuvasti ja samalla parannetaan eläinainesta (geenirakennetta). Loppukasvatus perustuu sopimustuotantoon paikallisten maatalousyrittäjien kanssa. Sopimustuotantoputkea kehitetään edelleen investoimalla peruskorjauksiin maatiloilla. Lisäksi tulevaisuudessa tulee olemaan uusinvest-

tointeja nykYTEknologian sikatiloihin. Tavoite on, että raaka-ainepohjasta minimissään 80 % tulee tästä putkesta.

Virossa on yleisesti 2 000, jopa 10 000 sikaa yhdellä tilalla, ja sopimus-tiloja on vain vähän toistakymmentä. Siten lähtökohta on erilainen kuin Suomessa. Tilojen lukumäärä tulee nousemaan ainakin kaksinkertaiseksi, ja perusyksiköt, joita HK Ruokatalo rakentaa, tuottavat yli 10 000 sikaa vuodessa.

Naudanlihan tuotannossa on enemmän ongelmia kuin sianlihassa. Naudanlihan hinta on ollut niin alhainen, että sonnivasikat on yleensä tapettu välittömästi syntymän jälkeen. Hinta on kuitenkin hieman noussut, joten teuraseläinten kasvatusta on elpymässä. Vähitellen myös nautapuolella saadaan pysyvyyttä ja jatkuvuutta, mikä mahdollistaa varsinaisen kehittämistyön.

Laadukkaan viljan saatavuudessa ei enää ongelmia

Leipomoteollisuus hankkii käyttämänsä jauhon pääasiassa paikallisilta myllyiltä, joilla ei enää ole juurikaan ongelmia laadun tai toimitusvarmuuden osalta. Tosin Virossa ei ole omaa vehnämyllyä. Tiettyjä erikoisseoksia ja – jauhoja tuodaan Suomesta. Tiiviimpi vertikaalinen integroituminen myllytoimintaa ei kuulu leipomoiden suunnitelmiin.

Panimoteollisuuden raaka-aineista tärkeintä eli mallasohraa viljellään Liettuassa. Hyvän raaka-aineen saanti on varmistettu siten, että panimoteollisuus on mukana yhdessä mallastamossa Liettuassa. Se kattaa kylläkin vain pienen osan mallastarpeesta, mutta laajentamissuunnitelmat ovat jo mallastamon osalta käynnissä. Laatu on jo nyt varsin kilpailukykyinen, joskin kehittämistä on edelleen. Uusilla projekteilla pyritään saamaan viljelijät viljelemään parhaita oluen tekoon soveltuvia lajikkeita.

Koska paikallinen tuotantomäärä on kuitenkin hyvin pieni (10 000 t), Baltian maissa eletään pääraaka-aineiden (humala ja mallas) osalta toistaiseksi tuonnin varassa. Raaka-aineet ostetaan maailmanmarkkinoilta. Suuret eurooppalaiset, lähinnä saksalaiset, mallas- ja humalatuottajat ovat lähellä.

Alkoholijuomateollisuuden Baltian maissa tapahtuvassa tuotannossa halutaan pyrkiä korkeaan laatuasteeseen. Esimerkiksi etanoli tuodaan Suomesta. Raaka-aineet hankitaan kansainvälisiltä markkinoilta. Paikallisilta voidaan ostaa esimerkiksi pakkausmateriaaleja. Baltian maiden tarjonta luonnonmarjoista on lisääntynyt ja EU-jäsenyyden ansiosta ostaminen helpottuu. Suo-

nessa ei ole tarpeeksi raaka-ainetta saatavilla ja Baltian maat ovat nousseet merkittäviksi tarjoajiksi.

Viroon tuodaan vain 2 % kirkkaiden viinujen kulutuksesta eli paikallisen tuotannon kehittäminen on keskeinen asia. Kun Havestra osti nykyiset tuotantolaitokset (Ofelian), tuotantoteknologia oli vanhentunutta. Suomesta on viety käytettyjä koneita ja osia. Periaatteena on ollut, että laitokset pystyvät rahoittamaan hankinnat itse. Suomen emoyhtiön asiantuntemusta pyritään käyttämään hyväksi koulutuksessa ja teknisissä parannuksissa.

Yhteenveto: Hankintakanavien kehittäminen

- ***Paikallisen raaka-aineen ja tuotannon laatu avainkysymyksiä meijereille ja lihanjalostukselle***
- ***Meijerit pyrkivät rakentamaan pitkäaikaisia suhteita alkutuotantoon***
- ***Tehokas sianlihaketju valmistumassa***
- ***Viljapohjaiset raaka-aineet saatavilla maailmanmarkkinahintaan***

6.3 Nivoutuminen kotimaan toimintoihin

Baltian ja Suomen liiketoimien operatiivisessa ja strategisessa organisoinnissa on huomattavia eroja eri elintarvikeyritysten välillä. Toisessa ääripäässä makeis- ja keksiteollisuudessa Baltian toiminnot tulevat erillisinä esille ainoastaan markkinointiohjelmassa, jossa käytetään hyväksi paikallista markkinointiosaamista. Myynnin edistäminen toteutetaan kunkin kohderyhmän ominaisuuksien mukaan. Myös alkoholijuomateollisuudessa Baltiassa olevan tuotannon kehittäminen on nivottu yhä tiukemmin Suomeen. Useilla toimialoilla tuoteportfolio on sama tai ainakin samantyyppinen sekä Baltiassa että Suomessa.

Toisessa ääripäässä panimoteollisuudessa varsinaisessa operatiivisessa toiminnassa ei ole juuri synergiaetuja. Yhteys kotimaan toimintaan rajoittuu lähinnä olemassa olevan teknisen ja logistisen osaamisen sekä pääoman vientiin. Näiden merkitys on toki ratkaiseva. Kulttuurin yhdenmukaisuus ja

fyysinen läheisyys helpottavat yritysten sisäisten toimintojen yhdenmukais-
tamista tai jopa yhtäläistämistä Suomessa ja Baltian markkinoilla. Tietyt
yhtäläisyydet ovat varmaan syy siihen, että jossain tapauksessa varsinkin
osuustoiminnallisen sektorin omistajat hyväksyvät helpommin uuden liike-
toimintariskin Baltiassa kuin muualla Euroopassa tai maailmalla.

Suomalaisomisteinen elintarviketeollisuus ei saa kaikissa tapauksissa
kaikkea maatalouden tuottamaa raaka-ainetta paikallisesti, vaan osa tuo-
daan, myös Suomesta. Työvoimavaltaisilla aloilla pidetään mahdollisena sitä,
että EU-jäsenyyden myötä Baltiaan viedään maataloustuotteita Suomesta.
Nämä jalostetaan ja osa tuodaan takaisin Suomeen joko kulutukseen tai
edelleen jalostettaviksi.

Baltiassa toimimisen ja yrityksen kotimaan toimintojen yleisemmäksi
yhtymäkohdaksi nousee Baltian toimintojen pääomahuollon järjestäminen.
Tuotevalikoimien samanlaisuus sekä tutkimuksen ja tuotekehittelyn hyvä
hyödynnettävyys tulevat myös esille. Osa koneista on viety käytettyinä Bal-
tiaan. Myös ostoissa saadaan mittakaavaetuja.

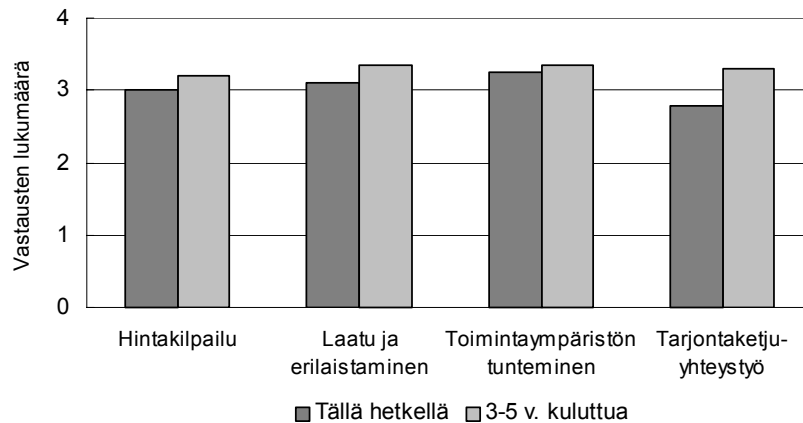
6.4 Elintarvikeyritysten liiketoiminnan tehokkuus ja kan- nattavuus Baltiassa

Baltian markkinat ovat tarjonneet Suomen elintarviketeollisuudelle kasvu-
mahdollisuuden, jollaista kotimaan varsin kyllästetyiltä markkinoilta on mah-
dotonta löytää. Alue on ollut myös askel kansainvälistymiseen jo yksin
maantieteellisen läheisyytensä vuoksi.

Kasvu edellyttää investointeja kapasiteetin ostamiseen tai uuden raken-
tamiseen. Baltian maiden tapauksessa vanha, hankittu kapasiteetti on kui-
tenkin poikkeuksetta vaatinut mittavia uudistuksia. Logistiikassa, erityisesti
jakelujärjestelmissä on kuitenkin vielä paljon kehitettävää.

Esille on jo tullut, että kilpailu Baltian elintarvikemarkkinoilla on kireää.
Suomalaisyritysten menestymistä on kartoitettu lähinnä markkinaosuuksien
ja toiminnan kannattavuuden näkökulmasta. Tarkastelun ulkopuolelle jää
monia ehkä tulevaisuudessa realisoituvista tekijöistä, kuten tuotekehityksen
onnistuminen, jotka ovat vielä verraten vaikeasti hahmoteltavissa.

Kilpailukyvyyn vahvuustekijät Baltian markkinoilla



Baltian maiden elintarvikemarkkinoilla toimivat suomalaisyritykset kokevat toimintaympäristön tuntemisen merkittävimmäksi vahvuustekijäkseen tällä hetkellä. Sen merkityksen ei enää juurikaan oleteta vahvistuvan seuraavan 3-5 vuoden kuluessa, vaan tuotteiden laadun ja erilaistamisen arvioidaan nousevan yhtä merkittäväksi kilpailukyvyyn osatekijäksi. Tarjontaketjuyhteistyön merkitys tulee vahvistumaan merkittävästi. Jakelun ja raaka-ainehankinnan kontrollilla pyritään hyvin pitkälti laatutason turvaamiseen ja edelleen parantamiseen. Suomalaisyritykset kokevat myös olevansa varsin kilpailukykyisiä tehokkuudessa ja yksikkökustannuksissa, joskin kaikkien yritysten keskiarvona tämän merkitys on vähenemässä suhteessa niihin kilpailukyvyyn tekijöihin, jotka yritykset luovat osana strategista toimintaansa.

Suomalaiset elintarvikeyritykset panostavat edelleen jo olemassa oleviin vahvuuksiinsa, sillä lähes jokaisen kilpailukyvyyn vahvuustekijän merkityksen odotetaan lisääntyvän 3-5 vuoden aikajänteellä. Poikkeuksen muodostavat paikallisen lainsäädännön ja hallintokulttuurin tunteminen sekä vahva rahoituspohja, joiden vaikutus kilpailukykyyn vähenee hieman. Paikallistuntemuksessa suomalaisyrityksillä lienee ollut ainakin hienoinen etulyöntiasema moniin muihin tuojayrityksiin tai Baltiaan investoineisiin ulkomaalaisyrityksiin nähden. Rahoituspohjan vahvuuden merkityksen väheneminen indikoi siitä, että paikallisten toimijoiden arvellaan kykenemään pääomahuoltonsa kehittämiseen lähitulevaisuudessa.

Paikallisjohdon osaaminen ja sitoutuminen on yleensä kaikkein tärkein kilpailukyvyyn vahvuustekijä. Tulevien vuosien aikana eniten merkitystään tulevat kasvattamaan tuotantoteknologian tehokkuus ja yhteistyön kautta saavutettu luottamus jakelukanavien kanssa. Tällä hetkellä jakelukanavayhteistyö koetaan jossain määrin ongelmalliseksi, mutta yritysjohtojen mielestä muutamassa vuodessa yhteistyö ja nimenomaan siihen sisältyvä luottamus kääntyy erittäin merkittäväksi vahvuustekijäksi suomalaisyrityksille.

Logistiikan tehokkuus kaukana Suomen tasosta

Jakelujärjestelmien kehittymättömyys ja tehottomuus Baltian maissa tulee selkeästi esille haastatteluaineistossa. Muutoin logistiikan tehokkuus on hyvin yrityskohtainen asia. Yleisimmin jäädään selvästi jälkeen Suomen tasosta. Sisäisessä logistiikassa tehokkuus on usein huono ja automaatioaste alhainen. Menestymisen kannalta oleellisinta kuitenkin on, että logistiikka on tehokkaampaa kuin Baltiassa toimivilla kilpailijoilla. Maantieteellinen läheisyys voi edesauttaa tätä, sillä materiaalivirtojen kulku Suomeen tai Suomesta on varsin kilpailukykyistä.

Menestyminen Baltiassa – markkinaosuudet suuria, kannattavuus viiveellä

Suomalainen elintarviketeollisuus pyrkii Baltian liiketoiminnassaan kannattavaan ja yrityksen arvoa lisäävään toimintaan. Toimintaa ei rakenneta pelkäämään suomalaisen valmistuksen ja markkinoinnin tukitoiminnoksi tai jatkeeksi. Osa yrityksistä on jo saavuttanut hyvän ja verraten vakaan kannattavuustason. Osa on juuri siihen yltämässä, tosin kilpailun kireys luo epävarmuutta tulevaisuuden suunnitelmiin.

Kannattavuuden ohella menestystä on arvioitu saavutetulla markkina-aseamalla sekä lisäpanostuksen tasolla mm. tuotantoteknologian kehittämiseen ja laajentamiseen. Näiltä osin tilanne on parempi kuin nykyistä kannattavuutta tarkastellen. Markkinoilla ollaan tukevasti, ja tulevaan kilpailukykyyn panostetaan.

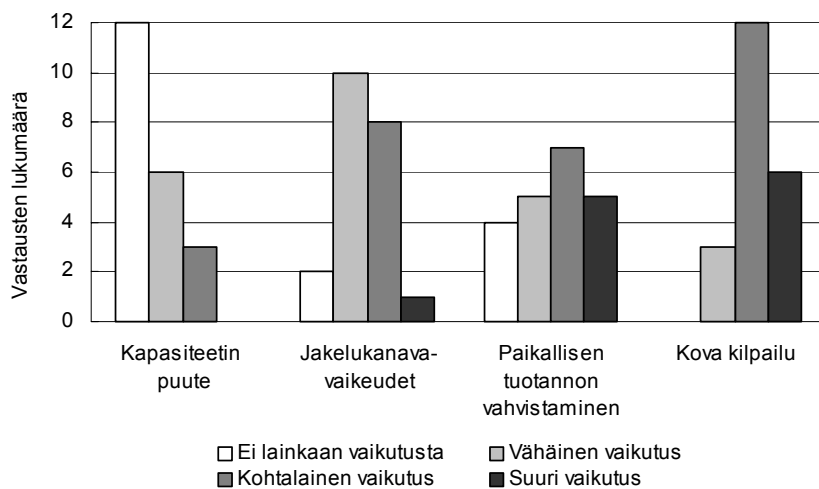
Panimoteollisuus on saavuttanut asetetut menestystavoitteensa Baltiassa sekä markkinaosuuden että kannattavuuden suhteen. Raja on kuitenkin tulossa vastaan. Markkinaosuus ei voi enää kasvaa, ja kiristyvä kilpailu pitää huolen siitä, että toiminnan kannattavuus heikkenee alan normaalille tasolle. Tämäkin edellyttää jatkuvaa toiminnan tehostamista.

Myös lihanjalostus on kyennyt kannattavaan toimintaan sekä Baltian tuotannossa että viennissä. Investoinneissa menestys on perustunut aikaiseen liikkeellä oloon, sillä hyviä yritysostomahdollisuuksia ei enää käytännössä ole. Ongelmiakin on toki ollut runsaasti, mutta nyt on saavutettu myönteinen kehitysura. Lihajalosteiden viennissä menestyksen avaintekijä on tuotteiden onnistunut differentiointi.

Leipomoteollisuus sekä makeis- ja keksiteollisuus ovat vähintään kohtalaisen tyytyväisiä toteutuneeseen kannattavuuskehitykseen. Suuri osa tuloksesta on käytetty investointeihin. Usko tulevaisuuteen on vahva ja positiivinen. Keksi- ja makeisteollisuuden markkinoille tunkeutuminen nojaa tuotemerkkien ohella kaupan ketjuuntumiseen, josta uskotaan saavan hyötyjä. Myös alkoholijuomateollisuus näkee, että tuotanto tulee kehittymään myönteisesti.

Meijeriteollisuuden kannattavuus on vaihdellut paljon eikä toiminta ole ollut voitollista viime vuosina enempää paikallisessa tuotannossa kuin viennissäkään. Markkinaosuudet ovat toki kehittyneet myönteisesti, joskin paikallisten tuotteiden vahva asema on yllättänyt. Odotettavissa oleva kova rakennemuutos ja keskittyminen Baltian maiden meijeriteollisuudessa oletettavasti parantaa suomalaisten yritysten kilpailuasemaa ja sitä kautta myös kannattavuutta.

Millä tavoin seuraavat tekijät ovat hankaloittaneet menestystavoitteiden saavuttamista Baltiassa?



Kova kilpailu tuotemarkkinoilla nousee merkittävimmäksi tekijäksi suomalaisen elintarviketeollisuuden yritysjohtojen mielestä. Erityisen vahvasti tämän tuovat esille meijerit sekä panimot. Meijereiden osalta kilpailua luo paikallisen tuotannon vahvistuminen, kun panimot puolestaan eivät näe tällä kuin vähäisen vaikutuksen. Niiden osalta kilpailu tulee ulkopuolelta, lähinnä Baltiaan investoineiden muiden ulkomaalaisyritysten taholta.

jatkuu seuraavalla sivulla

Myös makeisteollisuus kokee kilpailupaineella olevan suuren vaikutuksen siihen, että menestystavoitteet eivät mahdollisesti ole toteutuneet optimaalisesti. Paikallisen tuotannon vahvistumisella on myös kohtalainen vaikutus makeisteollisuuden osalta.

Jakelukanavavaikeuksilla on ollut kohtalainen negatiivinen vaikutus meijeri, lihanjalostus- sekä makeisteollisuuden tavoitteiden toteutumiseen Baltiassa. Kaikki kolme toimialaa kuitenkin uskovat, että tilannetta kyetään parantamaan jatkossa, sillä ne uskovat yhteistyön kautta saavutetun luottamuksen jakelukanavien kanssa muodostuvan ainakin kohtalaisen suureksi kilpailukyvyyn vahvuustekijäksi seuraavan 3-5 vuoden aikana.

Kapasiteetin puutetta ei sen sijaan juurikaan nähdä menestystavoitteita hankaloittavana tekijänä. Pienessä määrin tällä on ehkä ollut merkitystä meijeri- ja panimoteollisuuden kohdalla.

Muina vaihtoehtoina kyselyssä tuotiin esille vielä tuotteen ominaisuudet, jotka eivät ole soveltuneet markkinoilla sekä rahoitukseen liittyvät ongelmat, tuotemerkin tuntemattomuus ja yleinen kokemuksen puute. Tuotteen ominaisuuksia ja rahoitusongelmia ei koettu merkittäviksi syiksi mahdolliseen tavoitteiden toteutumatta jäämiseen. Tuotemerkin tuntemattomuudella oli kohtalainen merkitys leipomo- ja makeisteollisuuden kohdalla. Leipomot ja osittain myös lihan jalostajat kokivat myös jossain määrin olevansa kokemattomia Baltian markkinoilla. Yleisesti ottaen näiden neljän tekijän vaikutus jää hyvin vähäiseksi.

Näiden lisäksi tiedusteltiin myös markkinoiden liiallisen kyllästymisen vaikutusta menestystavoitteiden toteutumatta jäämiseen. Kysymys liittyy läheisesti kovan kilpailu aiheuttamaan tilanteeseen, mutta siitä huolimatta vain meijerisektori koki tällä olevan yhtä suuren merkityksen kuin kovalla kilpailulla. Tämä viittaa siihen, että yritykset kokevat Baltian markkinoilla olevan runsaasti kasvupotentiaalia, jonka tarjoamia menestymismahdollisuuksia kova kilpailukaan ei kykene syömään.

EU-jäsenyydellä varovaisen positiivinen vaikutus yritysten toimintaan Baltiassa

Suomalaisen elintarviketeollisuuden toimintaedellytysten Baltian markkinoilla arvioidaan hieman parantuvan, kun Baltian maat liittyvät EU:n jäseniksi. Lainsäädännön harmonisointi ja kaupan esteiden väheneminen helpottavat tuotantotoimintaa ja yritystoiminnan hallintoa sekä vientiä Suomesta. Markkinoiden toiminta tehostuu. Ympäristölainsäädännön kehittyminen on positiivinen asia suomalaisten elintarvikeyritysten kannalta.

Jäsenyyden arvioidaan myös lisäävän kuluttajien ostovoimaa, mikä vaikuttaa positiivisesti suomalaisyritysten usein keskitasoa kalliimpien, mutta laadukkaampien tuotteiden kysyntään. Toki samalla muualta EU:sta tuleva kilpailu voi lisääntyä. Yhteismarkkinoilla on esimerkiksi helppoa tuoda mar-

ginaalieriä Baltiaan. Palkkatason nousu kohottaa luonnollisesti henkilöstöku-
luja, joten kilpailukyvyn säilyttäminen edellyttää vähittäistä automaatiotason
nostamista.

Liettuan ja Latvian kohdalla ulkomaankauppa helpottuu EU-jäsenyyden
myötä, kun tullit poistuvat. Virossa tätä ongelmaa ei ole tälläkään hetkellä.
Tullien poistumisen myötä näihin maihin vientitoimintaa harjoittavat yrityk-
set ovat samalla viivalla paikallisten toimijoiden kanssa. Vasta EU:n laaje-
neminen mahdollistaa Itämeren alueen muodostumisen yhteneväiseksi
markkina-alueeksi.

Yhteenveto:

Liiketoiminnan tehokkuus ja kannattavuus Baltiassa

- ***Niin logistiikan kuin tuotannonkin tehokkuus selvästi heikom-
paa kuin Suomessa***
- ***Kannattavuus vaihdellut toimialoittain***
- ***Investoinnit ja markkina-aseman ottaminen onnistuneet hyvin***

EU-jäsenyyden vaikutus toimintaan Baltiassa

- ***Rajaongelmat poistuvat, vienti Latviaan ja Liettuaan helpottuu***
- ***Ostovoima kasvaa***
- ***Palkkataso ja kustannukset nousevat vähitellen***
- ***Yleisesti parantaa liiketoimintamahdollisuuksia, mutta samalla
kilpailu kiristyy***

7. BALTIAN MAIDEN EU-JÄSENYYDEN VAIKUTUKSET ELINTARVIKETEOLLISUUDEN TOIMINTAAN SUOMESSA

7.1 Vaikutukset elintarviketeollisuuden investointeihin ja tuotannon määrään Suomessa

Baltian vaikutus ennen EU-jäsenyyttä pieni

Baltiaan viennillä tai siellä harjoitetulla tuotannolla ei ole haastattelujen mukaan ollut tähän mennessä merkittävää vaikutusta Suomeen tehtyihin investointeihin. Baltian osuus viennistä on niin pieni, että tarvittavat tuotantomäärät on pystytty lähes poikkeuksetta tekemään olemassa olevalla kapasiteetilla. Ne yritykset, joilla on tuotannollista toimintaa Baltiassa, ovat investoineet sinne Baltian markkinoita varten eivät viedäkseen Baltiasta Suomeen tai muualle. Suomessa tapahtuvaa tuotantoa ei siis ainakaan toistaiseksi ole korvattu ainakaan merkittävästi Baltian tuotannolla.

Poikkeustapauksissa toiminta Baltiassa ja muualla Itä-Euroopassa on onnistuessaan mahdollistanut investointien toteuttamisen myös Suomessa vahvistamalla yrityksen taloudellista tilaa. Panimoteollisuudessa ulkomaiset toiminnoista saatavat tuotot ovat olleet niin suuret, että niillä on vaikutusta koko yrityksen tilanteeseen.

EU-jäsenyys voi siirtää tuotantoa Baltiaan

EU-jäsenyyden nähdään tekevän etabloitumisen Baltian maihin houkuttelevammaksi. Tulevaisuudessa voidaan työvoimakustannusten erojen vuoksi harkita, kannattaako työvoimavaltaisia osia tuotannosta siirtää Baltian maihin. Varsinkin viikonloppu- ja yötyön hinnoissa ero koetaan merkittäväksi. Toisaalta erot työvoimakustannuksissa vähitellen, vaikkakin hitaasti, tasoittuvat. Sen vuoksi tuotantokapasiteettistrategiaa tuskin kannattaa lähteä luomaan pelkästään näihin työvoimakustannuseroihin perustuen. Jos nykyisten tehtaiden kapasiteetti jossain vaiheessa olisi täynnä, niin silloin voisi uuden tehtaan sijoittaminen Baltiaan olla mahdollista.

Vaikka tuotantokustannukset ovat alhaisemmat Baltiassa, haastateltavat eivät näe realistisena sitä, että Baltiassa tuotetut tuotteet korvaisivat tuotannon Suomessa tai että Baltian tuotemerkit, vaikka olisivat johtavia merkkejä siellä, korvaisivat Suomessa valmistetut tuotteet ja suomalaiset merkit. Sikäläisiä tuotteita kuviteltiin tarjottavan ehkä private label valmistajana jonnekin.

Toimialoittain EU-jäsenyyden vaikutukset tuotantoon ja investointeihin nähdään kuitenkin vähän erilaisina riippuen paikallisuuden merkityksestä tuoteryhmälle. Paikallisuuteen nojaavassa *meijeriteollisuudessa* nähdään tarvetta miettiä Baltian maiden EU-jäsenyyden myötä tuotantoa ja investointeja uudelta kannalta. Riippuen siitä millaiset maitokiintiöt Baltian maat saavat, niiden EU-jäsenyydellä saattaa haastateltavien mukaan olla suurempi vaikutus Suomen maataloudelle kuin EU-jäsenyydellä konsanaan vuonna 1995, jos sekä Baltian maat että Puola pääsevät heti EU:n jäseniksi. Suomella ei ole mahdollista ylläpitää nykyistä maidon hintataso, sillä maidon tuottajahinta on Baltiassa alle puolet Suomen tuottajahinnasta. Ei ole kovinkaan todennäköistä, että hinta nousisi muutamassa vuodessa Suomen hinnan tasolle.

Samoin *liha-alalla* EU-jäsenyyden myötä suomalainen jalostus ja tuotanto joutuu kilpailemaan nykyistä enemmän Baltian jalostuksen kanssa, koska kustannusetu ennen kaikkea työvoiman kohdalla on niin merkittävä. Lihanleikkaajan työntekijän palkka Baltiassa on viidennes siitä, mitä se on Suomessa. Tämä saattaa siirtää jotain työtä Suomesta Baltiaan. Jossakin määrin voi olla myös raaka-aineen toimittamista Baltiasta Suomeen, jos kalliimmista ruhonosista on puutetta Suomessa. Baltiassa näiden kysyntä on alhaisempaa. Vähitellen erilaisten ruhonosien kysyntä tasapainottuu, mutta joka tapauksessa Baltiaan jää joistain osista ylitarjontaa, jota voidaan viedä.

Leipomoteollisuudessa on paljon käsin tehtäviä tuotteita. Tämän vuoksi vaihtoehto valmistaa tuotteita esimerkiksi Virossa on ajankohtainen. Vaa'assa ovat silloin vastakkain työ- ja kuljetuskustannukset.

Edellisiä toimialoja kansainvälisemmissä *makeis- ja keksiteollisuudessa* EU-jäsenyys ja tullien poistaminen luovat entistä paremmat mahdollisuudet kilpailla paikallisen valmistuksen kanssa. Haastateltujen mukaan voisi kuvitella, että suomalaisten asema vahvistuu varsinkin Latviassa ja Liettuassa, joissa tullit ovat edelleen kilpailun esteenä. Mitään tarvetta paikallistaa tuotantoa ei ole.

Yhteenveto: Vaikutukset investointeihin ja tuotantoon Suomessa

- ***Palkkaerot siirtävät käsityövaltaista tuotantoa Baltiaan, mikäli kuljetuskustannukset esim. leipomotuotteissa saadaan pienemmiksi***
- ***Raaka-aineen tuonti jatkojalostettavaksi Suomeen lisääntyy (mm. tietyt ruhonosat)***
- ***Maidon raaka-ainehintaan kohdistuu paineita***

7.2 Vaikutukset Suomen elintarvikkeiden vientiin

Joissakin tapauksissa Baltiassa tapahtuva tuotanto on korvannut vientiä Suomesta Baltiaan. *Meijeriteollisuudella* on jo paikallista tuotantoa Baltiassa. Tuoretuotteiden ja jäätelön vienti Baltiaan on entisestään vähentynyt ja se on korvautunut omalla tuotannolla näissä maissa. Syynä on se, että pari vuotta sitten (tuplanolla-sopimusten myötä) vientitukien käyttö lopetettiin Baltiaan kohdistuvassa viennissä. Koska hintakilpailu nykyisin näillä markkinoilla on rajua, ei vienti ilman tukea ole kannattavaa.

EU-jäsenyyden katsotaan kuitenkin pikemminkin vahvistavan kuin heikentävän vientimahdollisuuksia. Vahva asema paikallisilla markkinoilla tekee mahdolliseksi sellaisten tuotteiden viennin, joita ei valmisteta Baltiassa. Toisaalta rajasuoja on nykyisinkin varsin alhainen, joten vientimahdollisuudet riippuvat lähinnä siitä millaisen aseman suomalaiset yritykset saavat markkinoilla. Juustot ovat potentiaalisia vientituotteita. EU-jäsenyys voi lisätä vientiä niche-tuotteissa ja tuotteissa, joissa ei ole kovin paljon maitoraakaainetta.

Lihateollisuudessa tilanne on ollut viime vuosina pikemminkin päinvastainen kuin meijeriteollisuudessa. Tuotanto Baltiassa ei ole korvannut vientiä Suomesta, vaan joissain tapauksissa auttanut vientiä sinne. Varsinkin siipikarjapuolella Baltia on mahdollistanut uuden markkinointikanavan siiville, elimille ja muille sellaisille osille, joille ei ole kysyntää kotimaan markkinoilla. Kuitenkin viennin osuus Baltiaan on ollut varsin pieni. EU-jäsenyys muuttaa tilannetta sikäli, että nykyisin on runsaasti rajoitteita Suomen ja Baltian välisessä kaupassa. EU-jäsenyyden vallitessa voidaan valmistaa periaatteessa

joko Suomessa tai Baltiassa riippuen siitä miten on kapasiteettia. Nyt Suomeen ei voida tuoda tuontisuojaan vuoksi. Tullirajoitteita on myös Suomesta Latviaan ja Liettuaan viennille. Tosin kilpailu muusta suunnasta tulee voimistumaan. Puolan merkitys voi EU-jäsenenä olla suuri ja se on uhka. On mahdollista, että Puolasta tuodaan tuoretta lihaa suoraan Baltian kauppoihin.

Pieniä poikkeuksia lukuun ottamatta vahvakaan jalansija Baltiassa ei siis ole auttanut vientitoiminnassa. Hintataso on Baltiassa alhaisempi kuin Pohjoismaissa. Suomalaiset tuotteet ovat usein kalliita ja kuljetus ja rajanylitykset lisäävät kustannuksia. Tämä on ohjannut paikalliseen valmistukseen niillä aloilla, joilla markkinoille on menty.

Leipomoteollisuudessa Baltian tuotanto ei ole vaikuttanut Suomesta vientiin millään tavalla. Myöskään jäsenyys ei vaikuta, koska rajasuojatointimenpiteillä on marginaalinen merkitys. Suomessa leipominen on niin kallista, että on hyvin vaikea nähdä, että Baltiaan vietäisiin mitään muuta kuin joitakin erikoistuotteita (pakastetuotantoa ehkä), jotka ovat säilyviä ja joiden investointikustannukset ovat korkeat.

Makeis- ja keksiteollisuus näkee vientiedellytystensä paranevan jäsenyyden myötä. Se, viedäänkö tuotteita Baltiaan Suomesta, Ruotsista vai Puolasta, riippuu tuotteista. Kun Puola liittyy EU:iin, tulee entistä enemmän esille se, että yhtä tuotetta kannattaa valmistaa vain yhdessä paikassa. Puola ei kuitenkaan ole lähempänä Baltiaa kuin Suomi. On melko tehokasta logistisesti toimittaa Suomesta tavarat Tallinnaan ja sitä kautta edelleen ympäri Baltiaa.

Panimoteollisuudessa viennin kautta myydään vain marginaalieriä. Oma valmistus Baltiassa on ehkä korvannut hyvin pienimuotoista vientiä, mikä on johtunut myös valitusta strategiasta, eli siitä ettei lähdetä kansainvälistymään viennin kautta vaan yritysostojen kautta. Olutmarkkinoilla ei uskota viennin avulla kansainvälistymiseen, koska kaikkialla paikalliset tuotemerkit ovat merkittävässä asemassa.

Yhteenveto: Vaikutukset Suomen elintarvikkeiden vientiin

- ***Jäsenyydellä ei merkittävää vaikutusta vientiin, poikkeuksena makeiset ja keksit.***
- ***Suomalaisyriyten vahva asema Baltiassa voi mahdollistaa erikoistuotteiden viennin***
- ***Makeis- ja keksiteollisuudessa ristikkäiskauppa lisääntyy, eri tuotteet valmistetaan eri maissa***

7.3 Vaikutukset tuontiin Baltiasta Suomeen

Tuontiin Baltiasta Suomeen suhtaudutaan varovaisesti. Suomalaisten kuluttajien suhtautuminen Baltian maiden elintarvikkeisiin on vielä varsin negatiivista, mutta tilanne muuttuu ainakin jossain määrin. Myös suomalaista kysyntää leimaa paikallisuus, joten uusien tuotteiden tulo markkinoille on vaikeaa. Tunnettuja tuotemerkkejä voidaan tietysti valmistaa jossain määrin Baltiassa.

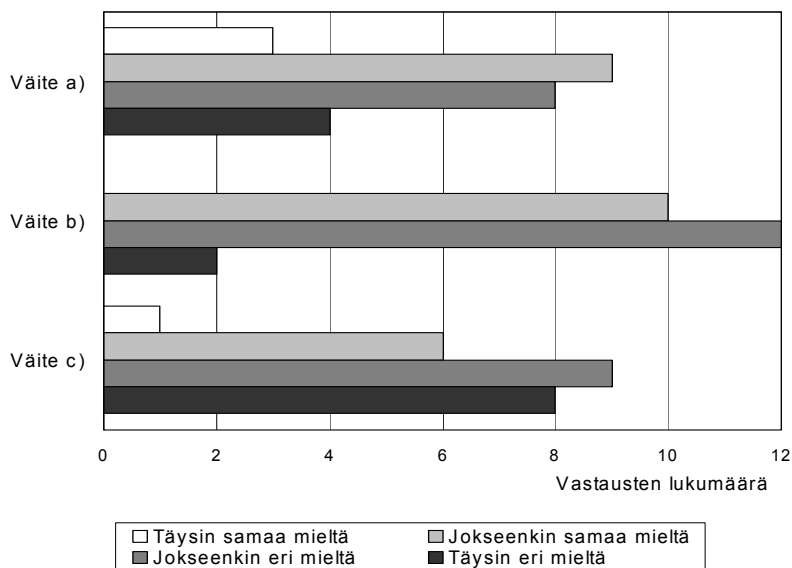
Maitotuotteita ei tällä hetkellä juurikaan tuoda Suomeen Baltian maista, mutta tämä tilanne tulee muuttumaan Baltian maiden EU-jäsenyyden toteuttua. EU-jäsenyyden odotetaan lisäävän tuoretuotteiden tuontia Virosta ja juuston tuontia Liettuasta. Raaka-aineiden edullisuuden vuoksi tuontitavarat ovat hyvin edullisia ja tähän tilanteeseen kotimaisen tuotannon täytyy jotenkin reagoida. Baltian maista tulevat tuotteet ovat todennäköisesti jo myös hyvälaatuisia, vaikka osa kuluttajista voikin karsastaa niitä mielikuvien vuoksi. Osa taas hyväksynee tuotteet edullisemman hinnan vuoksi.

Meijeriteollisuudelle keskeistä on se, millaisen maidon maakiintiön kukin Baltian maa saa liittyessään EU:n jäseneksi (komission tarjous ks. luku 3). Nykyisin vienti kanavoituu bulkkituotteina ts. jauheena, voina ja teollisuusjuustoina. EU yrittää ajaa maidon hintatasoa ylöspäin siten, että se olisi Virossa 3 kr/l eli 19 snt/l. Nyt maidon hinta on 1,2 kr/l eli 8 snt/l. Uhka tulee siitä, että maidon hinta on niin alhainen. Maidon kiintiöjärjestelmä hillitsee vaikutuksia, mutta esimerkiksi Viron tuotantomäärä pystyisi jo tällä hetkellä sotkemaan Suomen markkinat. Virolle maitotuotteiden vienti Suomeen olisi järkevää, koska ennen vienti suuntautui Venäjälle suurehkolla riskillä ja tilalle saataisiin alhaisen riskin Suomi. Näin ollen on hyvinkin mahdollista, että

Virosta tuodaan sekä maitotuotteita että ehkä jopa maitoa Suomeen. Toisaalta voi käydä myös niin, että tuottajahintoja lasketaan Suomessa, jolloin tuontia pystytään hallitsemaan.

Väittämät:

- a) Erot kulutustottumuksissa estävät pitkälle jalostettujen tuotteiden tuonnin**
- b) Suomalaiset kuluttajat eivät hyväksy ruokaturvallisuuden vuoksi Baltian tuotteita**
- c) Laadullisesti Baltiassa valmistetut tuotteet ovat sen verran heikompia, että kilpailu ei ole merkittävää**



Jos suomalaisilla yrityksillä on riittävän iso osuus Baltian markkinoista, niin tuonnin lisääntymisellä ei ole niille suuria vaikutuksia. Jauheita myydään Suomessa jo nyt teollisuudelle maailmanmarkkinahintaan, joten se ei lisäänty. Teollisuus sopeutuu Baltian EU-jäsenyyteen huomattavasti helpommin kuin alkutuotanto ja Suomen maidontuotantosektorin uhkana nähdään paine tuottajahintojen alentamiseen. Alkutuotannon haasteet ovatkin maitosektorilla kaikkein keskeisimpiä haasteita, joita itälaajentuminen Suomelle aiheuttaa.

Myös liha-alalla EU-jäsenyys muuttaa tilannetta olennaisesti. Nyt on mahdollonta tuoda lihaa Baltiasta Suomeen, koska laitokset eivät tällä hetkellä ole EU-hyväksytyjä. Lihan ja lihajalosteiden tuonti Baltiasta Suomeen ei kuitenkaan tule olemaan kovin merkittävää lyhyellä aikavälillä, koska suurimman yrityksen omistaja on HK Ruokatalo ja sillä on intressissä suojella kotimarkkinoita. Alan suomalaisten yritysten toiminta Baltiassa voidaankin nähdä defensiivisenä toimenpiteenä.

Toisaalta niissä tuotteissa, joissa on selkeää hintaetua työvaltaisuuden takia, tulee tuontipainetta. Samoin Baltian kannalta on tärkeää, että kalliimmista ruhonosista, joiden kysyntä on Baltiassa vielä melko alhainen, saadaan parempi hinta Suomesta tai jostain muilta markkinoilta. Suomi ei kuitenkaan ole välttämättä ainut kohde, vaan kauppa pyritään suuntaamaan markkinatilanteen mukaan.

Toisaalta kilpailua Suomeen tulee joka suunnasta. Baltian ei odoteta muuttavan Suomen markkinoita paljon. Resurssit Baltiassa ovat pienet ja osaaminen sillä tasolla, että kovin nopeasti ei sieltä merkittävää kilpailua tule. Paljon suurempi uhka Suomelle on edelleen Tanska ja jotkut muut vahvat lihateollisuuden maat.

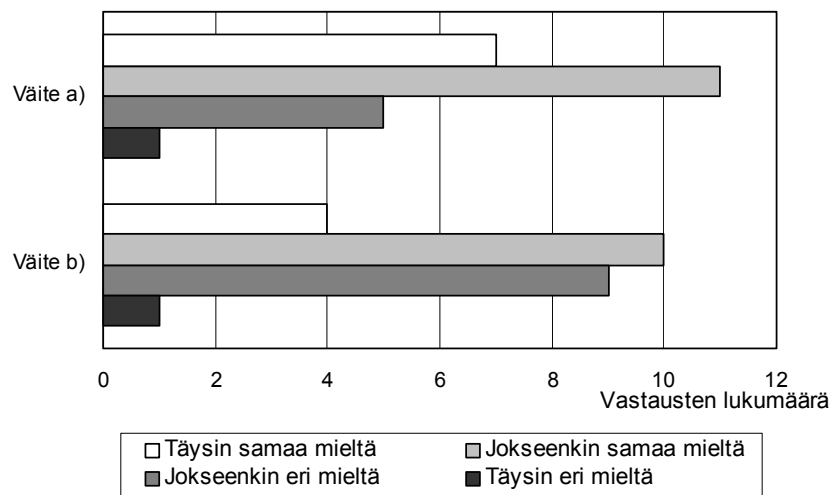
Leipomotuotteiden tuonnin odotetaan varmasti lisääntyvän. Nyt on voimassa tullit, jotka nostavat tuotteen hinnan periaatteessa samalle tasolle kuin Suomessa tuotetun. Tuonti voisi näkyä eniten ja ensimmäisenä kahvi-leipä- ja konditoriatuotteissa. "Se ei ole haluista tai tahdoista kiinni, vaan kilpailu tulee pitämään huolen siitä."

Baltian maiden EU-jäsenyyden vaikutus Suomen elintarvikemarkkinoille.

Väittämät:

Lopputuotteita tulee Suomen markkinoille

- a) perus- / bulkkituotteissa
- b) erikoistuotteissa



Kolme neljästä kysymykseen vastanneesta arvioi, että elintarvikkeita tuodaan Baltian maista Suomeen EU-jäsenyyden alettua ainakin jossain määrin. Tuontia tapahtuu sekä bulkki- että erikoistuotteiden osalta, joskin todennäköisempänä pidetään sitä, että valtaosa tuonnista on perus- / bulkkituotteiden kauppaa. Poikkeuksen muodostavat panimo- ja alkoholijuomateollisuus sekä leipomot, jotka arvioivat erikoistuotteiden kaupan hyvinkin merkittäväksi.

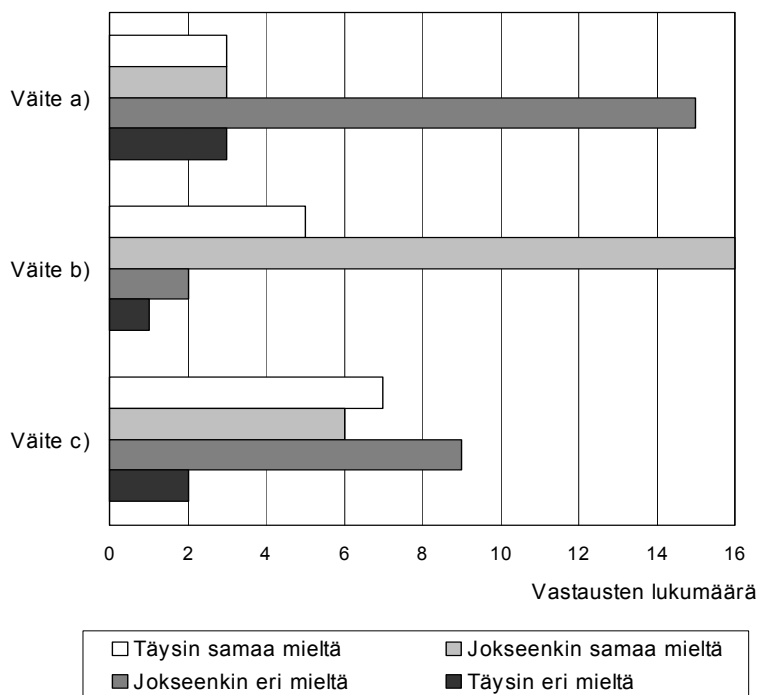
Makeis- ja keksiteollisuudessa EU-jäsenyyden nähdään pitkällä aikavälillä parantavan mahdollisuuksia optimoida tuotannon sijaintia. Paikallisten vahvojen brandien kuten Laiman ja Kalevin tuskin odotetaan ryntäävän Suomen ja Ruotsin markkinoille, mutta Baltian kautta kansainväliset valmistajat pyrkivät ehkä vahvistamaan asemiaan myös Pohjoismaissa. Saattaa syntyä synergioita siitä, että ne voivat keskittää esim. Baltian ja pohjoismaiden yhteisen alueen tuotannon ja logistiikkaan. Baltian EU-jäsenyys saattaa vaikuttaa osaltaan hintatasoon myös Suomessa, kun maantieteellinen asema ei ole enää yhtä suojattu. Tähän saakka on voinut olla logistisesti kannattamattomaa perustaa vaikkapa oma varasto Suomeen, mutta jos se perustetaan

Tallinnaan, josta voidaan jaella sekä Suomeen että Baltian markkinoille, niin silloin saadaan ehkä riittävästi suuruutta.

Mitään dramaattista muutosta ei siis odoteta, vaan jäsenyys tukee yleistä kehitystä, että eurooppalaiset kauppaketjut ja maailmanlaajuiset valmistajat hakevat uusia markkina-alueita. Kauppaketjut avaavat portteja samalla tavalla myös Suomeen päin kuin Baltiaan.

Väittämät:

- a) Kauppa asettaa etusijalle kokonaisen tuotepaletin toimittajat, joita baltialaisissa vähän**
- b) Baltialaiset tuotteet kiinnostavat suomalaista kauppaa hintasyyistä**
- c) Suomalainen kauppa on kiinnostuneempi muista ulkomaisista toimittajista kuin Baltian maista**



Valmisteveron taso olennainen kysymys panimo- ja alkoholi-juomateollisuudessa

Panimo- ja alkoholijuomien tuonnin kehitys riippuu valmisteveron tasosta, joka tällä hetkellä on keskioluella Suomessa 1,29 €/l (7,65 mk/l) ja Virossa 0,16 €/l (0,95 mk/l). Valmistevero on korkea myös viinoissa. Viinapullon hinnasta valmisteveron ja arvonlisäveron osuus on suunnilleen 90 %. Keskihintaisissa viineissä osuus on 40 % eli vaikutus kuluttajahintaan ei ole niin suuri. Mutta tätäkin eroa pidetään merkittävänä.

Jos alkoholiverotuksen ero Suomen ja Viron välillä säilyy edelleen suurena Viron liittyessä EU:iin vuoden 2004 jälkeen, oluen ja muiden alkoholi-juomien yksityisen tuonnin nähtiin kasvavan rajusti Suomeen. Kun olutta saa tuoda vuoden 2004 alusta 110 l/hlö ja lisäksi muuta alkoholia niin se synnyttää pakettiautoliikenteen Viron ja Suomen välille. Luvallisesta henkilökohtaisesta tuonnista pelätään syntyvän monelle "elinkeinon".

Taulukko 8. Suurin sallittu veroton tuontimäärä EU-maista, l/hlö

	2002-2003	2004 -
Olut	32	110
Viini	5	90
Väkevät viinit	3	20
Väkevät alkoholit	1	10
100 %:n alkoholi	3,5	25,0

Lähde: Panimoliitto

Valmisteveron tason muutos nähdään välttämättömäksi. Olennainen kysymys on, muuttuuko se niin paljon, että se ehkäisee turistiostoksien kasvun. Tuontimäärät vapautuvat jo ennen Viron EU-jäsenyyttä, mutta niin kauan kuin lähimmät alhaisen veron EU-maat ovat Saksa ja Tanska, tuonti ei merkittävästi kasva. Kuitenkin jos Ruotsi alentaa valmisteveroa ennen Suomea, uhkaa tuonti kasvaa myös sieltä.

Muiden EU-maiden alhaisten verojen nostamista ei nähdä realistisena. EU:ssa on alkoholi-juomien minimiverotasot, jotka määriteltiin aikoinaan sen mukaan, mitkä ovat alimmat verotasot. Vaikka EU:ssa keskustellaan minimiverojen nostamisesta, on odotettavissa että esimerkiksi viinimaat vastustavat sitä. Minimiverotasot ovat niin kaukana Suomen tasosta, että niiden täy-

tyisi nousta merkittävästi. Baltian nykyiset verotasot täyttävät jo EU:n minimitasot.

Näyttää siltä, että valtiovallan kaavailema veronalennus Suomessa olisi mahdollisesti 40 % vuonna 2004. Panimoteollisuus pitää tätä liian pienenä. Jos verotasojen erot jäävät pysyviksi, nousee esiin kysymys tuotannon sijoittumisesta. Merkittävä osa suomalaista panimoteollisuutta on kansainvälisten panimokonsernien omistuksessa, jolloin suomalaisten tuotemerkkien tuotannon siirtäminen Suomesta Baltiaan on mahdollista. Siellä on valmiit tehtaat, jotka vaatisivat vain jonkin verran lisää kapasiteettia. Panimoteollisuuden siirtäminen Suomesta ulkomaille ei tosin ole yksinkertaista, koska Suomeen on tehty valtavat investoinnit ja niiden tyhjäkäynti on kallista.

Suomen tuotantoyksiköt ovat isoja ja kuuluvat Euroopan tehokkaimpien joukkoon. Mahdolliset verotuserot vaikuttavat olennaisesti kannattavuuteen. Raaka-aineissa ei ole eri maiden välillä mitään eroa. Ainoa ero on työvoimakustannuksissa, mutta työvoimakustannusten osuus lopputuotteen hinnassa on suurissa panimossa pieni. Manuaalisen työvoiman voi hyvin pitkälle korvata roboteilla.

Yhteenveto:

Vaikutus tuontiin Baltiasta Suomeen

- ***Tuonti kasvaa käytännössä kaikilla toimialoilla***
- ***Leipomo- ja panimoteollisuudessa muutos voi olla merkittävää ja nopeaa***
- ***Tuonnissa suomalaisille tuttuja tuotemerkkejä***
- ***Defensiivisyys Baltiaan etabloitumisessa, tuontipaineen purkaminen tai tuonti omissa käsissä.***

Oluen ja alkoholin tuonti riippuu valmisteveron tasosta

- ***Olut: Suomi 1,29 €/l >> Viro: 0,16 €/l***
- ***Veroton tuonti EU-maista 2004: 110 l/hlö***
- ***Veroa pakko alentaa. Kuinka paljon?***
- ***Esim. 40 % alennus aloittaisi vielä "pakettiautoelinkeinon"***
- ***Kansainvälisillä konserneilla tehtaat valmiina Baltiassa, jonne myös suomalaisten tuotemerkkien tuotannon siirtäminen mahdollista***
- ***Siirtäminen ei kuitenkaan yksinkertaista, koska Suomessa valtavat investoinnit***

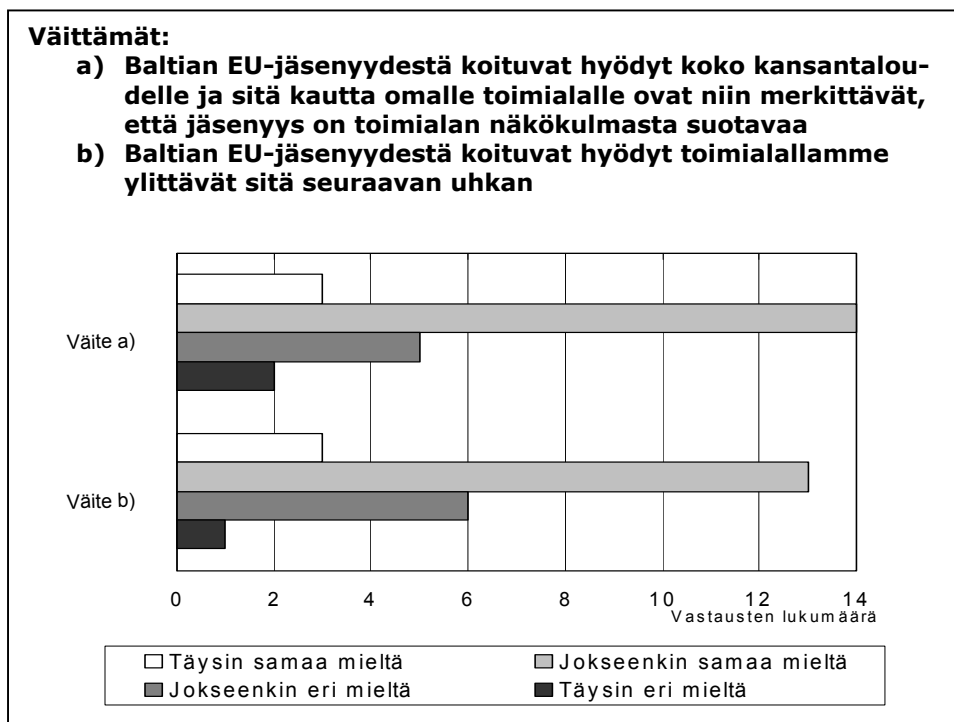
8. JOHTOPÄÄTÖKSET

Suomalainen elintarviketeollisuus merkittävä tekijä Baltiassa

Suomalaiset yritykset ovat aktiivisesti läsnä Baltian markkinoilla. Paikallisuudesta riippuvilla toimialoilla on markkinoille menty yleensä yritysostojen kautta. Suomalaiset yritykset ovat pieniä ja Baltian maat on katsottu erinomaiseksi kansainvälistymisen harjoittelukentäksi, koska yritysten riskintokky on pieni. Baltian markkinat ovat pieniä eivätkä esimerkiksi monikansalliset yritykset sen vuoksi ole etabloituneet sinne kovin voimakkaasti.

Baltian EU-jäsenyys positiivinen haaste

Baltian maiden EU-jäsenyyden nähdään lähentävän niitä edelleen länsimarkkinoihin ja helpottavan kauppavaihtoa. Kilpailun oletetaan Baltian markkinoilla kiristyvän, mutta EU-jäsenyyteen suhtaudutaan positiivisena haasteena.



Suomalaisyritysten kilpailukyvyllä uusia haasteita

Baltiassa toimivan suomalaisen elintarviketeollisuuden kilpailukyvyyn suurin vahvuus on haastateltavien mielestä toimintaympäristön tunteminen. Tuotteiden hyvällä laadulla ja hintakilpailukyvyllä on myös suuri merkitys. Laadun ja tuotteiden erilaistamisen merkitys kasvaa edelleen lähivuosina. Hintakilpailukyvyinkin arvioidaan parantuvan. Erityisesti korostuu kuitenkin tarjontaketjuyhdistyksen merkitys. Jakelun ja raaka-ainehankinnan kontrollilla parannetaan laatutasoa. Luottamus ja yhteistyö kaupan kanssa on merkittävä kilpailuvaltti suomalaisyrityksille, minkä rooli korostuu kaupan ketjuuntuessa ja vahvistaessa neuvotteluasemaansa. Voidaankin sanoa, että strateginen toiminta, kuten markkinointi ja liittoumien muodostaminen, nostaa merkitystään kilpailukyvyyn määrittäjänä enemmän kuin tuotannollinen tehokkuus. Menestyvän toiminnan edellytyksenä on poikkeuksetta osaava ja sitoutunut paikallisjohto.

Investoinnit Baltiaan suojaavat kotimarkkinoita

Maidon- ja lihanjalostuksen investoinnit Baltiaan olivat aluksi ainakin osittain defensiivisiä. Erityisesti Virosta tuleva tuonti koetaan tulevaksi uhkatekijäksi. Investoinneilla Baltiaan ei ole haluttu niinkään estää mahdollista tuontia Suomeen, vaan jos Baltiasta tuodaan elintarvikkeita Suomeen, niin suomalaisyritykset voivat olla siinä aktiivisesti mukana ja tuottaa näin tulosta omistajilleen. Kotimarkkinoiden suojaaminen tulee esille myös muiden alojen kohdalla. Yritysosot Baltiassa voivat sulkea etabloitumismahdollisuuden ulkomaalaisilta kilpailijoilta ja estää näiden tulon hyvin lähelle kotimarkkinointamme.

Monikansalliset voivat etabloitua Baltiaan Pohjoismaiset markkinat mielessä

Monikansalliset yritykset haluavat yleensä olla valitsemisissaan tuotekategorioiden läsnä kaikilla markkinoilla. Kun Baltian maat ovat EU:n jäseniä, tavoitteeksi tulee silloin saavuttaa markkinaosuus sielläkin. Baltian markkinoiden pienuuden takia ne voivat myös katsoa Baltiaa ja ainakin osaa Pohjoismaita yhtenä kokonaisuutena. Tämä heijastuisi kiristyneenä kilpailuna myös Suomeen.

Palkkaerot jatkuvat suurina vielä pitkään ja suomalaisten tuotteiden valmistuksen siirtyminen Baltiaan todellinen uhka

Baltian palkat ovat alle kuudesosa Suomen palkoista. Vaikka ne ovat nousseet viime vuosina nopeasti kestänee ainakin 10 vuotta, ennen kuin ne ovat lähellä suomalaista tasoa. Tämä luo Baltian maille kilpailuedun työvoimavaltaisissa toiminnoissa. Haastateltavat näkivät mahdolliseksi, että joitain työvoimaintensiivisiä toimintoja siirtyy tehtäväksi lähinnä Viroon.

Kaupan ketjuuntuminen tehostaa toimintaa, mutta karsii neuvotteluvoimaa

Kauppa keskittyy ja ketjuuntuu nopeasti Baltian maissa. Tämä selkeyttää ja tehostaa monia elintarviketeollisuuden toimintoja. Logistiikan ongelmista päästään vähitellen eroon. Vastapainona on kuitenkin kaupan neuvotteluvoiman kasvu, joten tilanne samankaltaistuu Suomen kanssa. Kauppaketjut tulevat panostamaan omiin tuotemerkkeihin ja hankinnat sekä tarjouskilpailut voidaan tehdä koko EU:n tasolla. Kaupan valikoimiin pääseminen on ratkaiseva kynnys uusille Baltiaan meneville suomalaisyrityksille.

EU-jäsenyys lisää vientimahdollisuuksia vain välillisesti

Baltian maiden EU-jäsenyydellä ei ole merkittävää vaikutusta elintarviketuontiin Suomesta. Vahva läsnäolo markkinoilla mahdollistaa tosin erikoistuotteiden viennin. EU-jäsenyys ja talouden tehostuminen ja vahvistuminen sisämarkkinoilla kasvattavat todennäköisesti balttien ostovoimaa, ja tästä johtuva kysynnän kasvu vahvistaa vientimahdollisuuksia myös Suomesta. Tärkeänä pidetään Baltian maiden yhtäaikaista liittymistä EU:iin, jotta maiden välille ei synny uusia kaupan esteitä.

Elintarvikkeiden tuonti Baltiasta kasvaa

Suomalaiset kuluttajat eivät vielä ole vakuuttuneita Baltian maissa valmistettujen elintarvikkeiden laadusta ja turvallisuudesta. Lisäksi erot kulutustottumuksissa rajoittavat tuontia, vaikka Baltian maiden tuonnin muodolliset esteet poistuvat niiden EU-jäsenyyden myötä. Joka tapauksessa baltialaisen tuotannon kilpailukyky tulee olemaan hyvä runsaasti työvoimaa vaativassa

tuotannossa. Kuluttajien luottamuskin voi löytyä, jos tuotemerkit ovat tuttuja kotimaisia.

Suurimman tuontiuhkan kokee panimo- ja alkoholijuomateollisuus. Kun alkoholin suurimmat sallitut tuontimäärät kasvavat, pelätään turistiostosten rajua kasvua Virosta ellei hintatasojen eroa saada tarpeeksi pieneksi.

Maidon tuottajahinta on Baltiassa huomattavasti Suomea alhaisempi. Kun lisäksi muut tuotantokustannukset ovat alhaiset, maitotuotteiden hintaero voi muodostua niin suureksi, että tuonti alkaa. Tällöin syntyy paine alentaa maidon tuottajahintoja Suomessa. Lopullinen tuontiuhkan suuruus riippuu paljon siitä, kuinka suuret maitokiintiöt Baltian maat saavat liittyessään. Tilanne muuttuu vielä huomattavasti, mikäli EU luopuu jatkossa koko maakiintiöjärjestelmästä.

ENGLISH SUMMARY

THE FINNISH FOOD INDUSTRY AND THE BALTIC COUNTRIES

This study examines the importance of EU membership of the Baltic countries for the Finnish food sector. The study focuses on three main issues: First, aggregate economic factors affecting trends in the Baltic food market are described. Second, the structure of trade in the food sector between the Baltic countries and Finland and the development in its value are investigated, as well as the trade policy of the Baltic countries. Third, the repercussions of EU membership on the food market in the Baltic countries and on the trade between Finland and these countries are also evaluated. The focus of the study is on considering the future options of certain food sectors, namely dairy, meat, bakery, brewery, alcohol, sweets and biscuit industries, in the Baltic food market. The research is based on published literature as well as interviews conducted with 25 managers of Finnish food firms involved in penetration of the Baltic food market.

Finnish firms have a significant position on the Baltic Market

The Baltic food market is deeply influenced by firms in the Finnish food sector. Finnish firms have normally captured a market share in the Baltic food market by buying local firms, since local tastes and the traditional characteristics of food products are highly appreciated by Baltic consumers. Because Finnish firms are usually rather small, and hence unable to bear great risks, the Baltic countries have been an excellent location to learn the running of international operations. Moreover, due to the small size of the Baltic markets, multinational enterprises have taken rather modest steps towards gaining access to them.

The EU membership of Baltic countries is a positive challenge

The study suggests that as a result of their forthcoming EU membership, the Baltic countries will form closer relations with western markets and bilateral trade will become easier. Although competition in the Baltic markets will

become stronger, the interviewed managers regarded EU membership as a positive challenge rather than as a threat.

New challenges for the competitiveness of Finnish firms

As far as the competitiveness of the Finnish food sector is concerned, the interviewed persons considered the familiar operational environment of Baltic markets a major advantage, but the high quality of products and price competitiveness were also highlighted. Product differentiation and quality traits will play an ever-increasing role in the Baltic market. The interviewed managers assume that the price competitiveness of Finnish products will improve in the future. However, special emphasis was placed on improving collaboration in the supply chain to control delivery and raw material purchases, and therefore enhance the quality of products. A key advantage for Finnish food firms in the Baltic market is the close co-operation as well as mutual trust in business relations with local retailers. As a consequence of the increasing dominance of large retail chains and the greater negotiating power of retailers, the importance of this factor will be enhanced. The interviewed persons stressed the importance of strategic actions such as marketing and establishing alliances as a tool to enhance competitiveness. Interestingly, they found this a more important factor in maintaining competitiveness than the efficiency of production. In addition, a successful business is always based on skilled and committed local management.

Defensive investments

Investments made by Finnish firms in the Baltic milk or meat-processing sectors can in most cases be regarded as defensive. In fact, milk and meat imports, especially from Estonia, are considered a threat by the Finnish dairy and meat industry. The motivation behind Finnish investments in the Baltic countries has not been to prohibit food imports to Finland, but rather to secure an active role for Finnish firms in possible export business to Finland, and in this way to benefit the owners. This defensive strategy, aiming at protecting domestic markets by buying Baltic firms and therefore prohibiting actions by other foreign firms, was not only chosen by the milk and meat industry, but also by other Finnish food sectors. These measures are also aimed at preventing the possible penetration of multinational firms close to the domestic market.

Multinationals can establish themselves in the Nordic market via the Baltic market

Multinational enterprises usually try to be present in every market and supply the special product categories chosen for their portfolios to all countries. There is no doubt that after the Baltic countries have joined the European Union, multinational enterprises will seek a market share in the Baltic market, too. As the Baltic market is small, multinational enterprises may find it tempting to penetrate not only the Baltic countries but also the Nordic market at the same time. This, in turn, would result keener competition in Finland.

Wage differences cause a threat of transferring production from Finland to Estonia

Wages in the Baltic countries are well below the Finnish level, representing only one sixth of Finnish wages. Despite wages having been significantly enhanced in the Baltic states in the past few years, it will take at least ten years before they are equal to the Finnish level. Thus, the Baltic countries have a considerable advantage in labour-intensive production. The interviewed managers considered it likely that, due to lower wage costs, Finnish labour-intensive food production will to a certain extent be transferred to Estonia.

Increasing dominance of large chains in retailing will improve efficiency in the food sector, but at the same time the negotiating power of the industry will decrease

The interviewed managers recognised both positive and negative aspects that will emerge in the Baltic food market after joining the EU. The concentration of retailers and movement towards an increasing dominance of a few large retail chains will increase the efficiency and clarify several functions within the food sector as a whole. Logistical obstacles will be gradually overcome. As a counterweight, the negotiating power of retailers will increase and, hence, similarities to the Finnish retail sector will increase. Retailers will emphasize private label products, and it will be possible to conduct competition bidding and purchasing in the whole EU. This, in turn, implies that the

access of a product to an assortment of retailers is crucial to any new Finnish food firm when entering the Baltic market.

EU membership of the Baltic countries only indirectly increases possibilities to export to the Baltic region

The interviewed persons assumed that EU membership of the Baltic countries will have only a limited influence on Finnish food exports to the Baltic market. However, the market position already captured in the Baltic region will enable the export of special brand products. As a consequence of EU membership and the increasing efficiency of the Baltic economy, the purchasing power of Baltic consumers will most likely increase, which will also enhance import demand from Finland. The interviewed managing directors placed special emphasis on the simultaneous entry of the Baltic countries into the European union and on prohibiting the re-emergence of new trade barriers between the Baltic countries.

Imports of food stuff from Baltic countries will increase

Imports from the Baltic markets represent a very small share of Finland's total food imports. Finnish consumers are not yet convinced of the quality or safety of Baltic products. Furthermore, differences in consumption patterns will also hinder the import of Baltic products in the future, even though import barriers will be lifted following EU membership. However, the price competitiveness of Baltic labour-intensive production will be fairly good. In addition, Finnish consumers may become convinced of the quality of Baltic products, at least if they are sold under familiar domestic brand names.

However, imports of Baltic food products may strongly rise in certain sectors. The Finnish brewing and alcohol industry considers Baltic imports to be a real and a significant threat due to the differences in alcohol taxation. EU membership of the Baltic countries will lead to a relaxation of alcohol import restrictions to Finland, which may result in a sharp rise in tourist import purchases, unless the price differences between Finland and Estonia are reduced.

The Finnish dairy sector is also vulnerable to imports of Estonian milk products. The producer price of milk in Estonia is well below that in Finland and the processing costs are also significantly lower. The price wedge in Finland between domestic and Estonian milk products may be large enough

to promote the import of milk products. This, in turn, will lead to serious pressure to reduce the producer price of milk in Finland. However, the magnitude of the import flow will depend on the Estonian milk quotas decided on in the EU enlargement negotiations. If the milk quota system in the EU is abolished in the future, the Finnish dairy sector will face an even more complicated situation.

LÄHTEET

Agra Europe 2002. East Europe, February 2002. London.

BOFIT. 2002. Baltic Economies. Bimonthly Review. Suomen Pankki.

Central Statistical Bureau of Latvia 2002. Available at www.csb.lv/satr/. Referred 26.2.2002.

Comtext: Internal and External Trade of the European Union.

The Economist 2001. Pocket World in Figures 2002 Edition. London

Elintarviketeollisuusliitto ry 2002. Saatavilla www.etl.fi. Viitattu 9.4.2002.

ETT 2002. Elintarviketalous 2002. Suomen Gallup Elintarviketieto Oy

Euroopan yhteisöjen virallinen lehti 24.10.2000, 8.12.2000 ja 19.12.2000. Saatavilla <http://europa.eu.int/eur-lex/fi/oj/index-list.html>.

Euroopan yhteisöjen virallinen lehti 1999. Lehti 3.2.1999. Saatavilla <http://europa.eu.int/eur-lex/fi/oj/index-list.html>.

Eurostat 2002. Statistics in focus: Economy and finance. Theme 2-5/2002.

EY:n komission. Neuvoston asetus KOM (2002) 164, 80/2002 (ACC).

Fischer, S., R. Sahay ja C. Végh. 1998. How Far is Eastern Europe from Brussels? IMF Working Paper 98/53. Washington.

Jansik, C. 2001. Foreign Direct Investment in the Food Processing of the Baltic Countries. Agrifood Research Finland, Economic Research (MTTL), Research Reports 250.

Kaitila, V. ja M. Widgrén. 1998. Baltian maiden EU-jäsenyys ja Suomi. Elinkeinoelämän tutkimuslaitos Sarja B 139.

Latvijas Statistika 2001. Monthly bulletin of Latvian statistics 12/2001.

Market Access Database 2002. Available at: <http://mkaccdb.eu.int/mkdb/chksel.pl>. Referred 1.3.2002.

Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Lithuania. Available at www.urm.lt/data. Referred 27.2.2002.

Peltoniemi, A. 2000. Baltian maiden elintarvikkeiden ulkomaankauppa. MTTL:n tutkimuksia 243/2000.

SOE. Statistics available at Ministry of Agriculture of Estonia, available at the address www.agri.ee. Referred 27.2.2002.

Statistics Lithuania 2001. Economic and social Development in Lithuania 12/2001.

Swinnen J., L. Dries ja H. Gow 2001. Dairy Markets, Policies, and Trade in Eastern Europe and the former Soviet Union. Paper presented at the International Agricultural Trade Research Consortium Conference on „Trade in Livestock Products“ in Aucland, New Zealand, January 18-19, 2001.

Weidenfeld & Wessels 1997. Käsikirja Euroopan unionista. Institut fur Europäische Politik 1997.

World Bank 2000. Winners and losers of EU integration : policy issues for Central and Eastern Europe 2000. Edited by Tang, Helena. World Bank publication 20380. Available at: <http://www-wds.worldbank.org/>.

Statistical office of Estonia 2002. Available at: <http://www.stat.ee/index.aw/>.

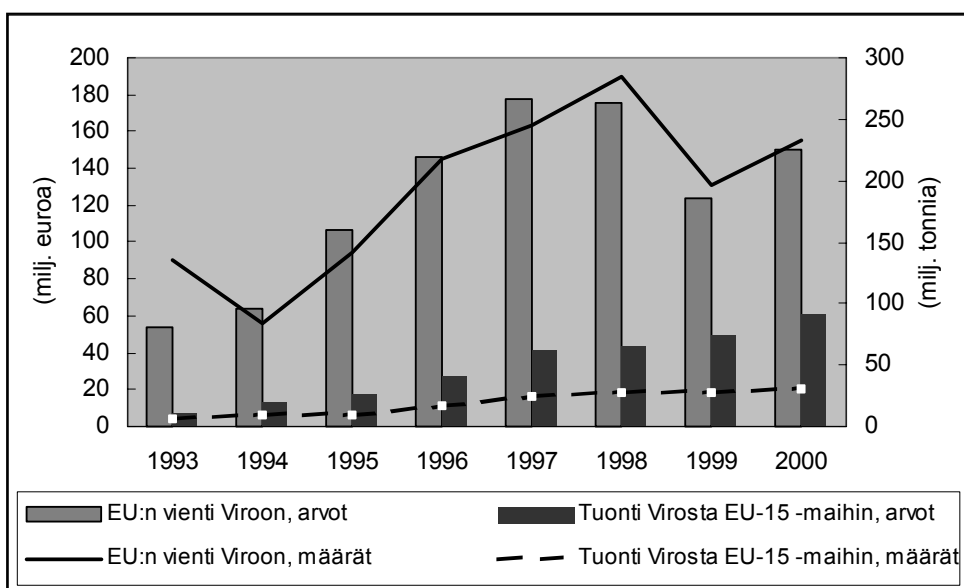
Haastatellut henkilöt

Toimitusjohtaja Seppo Paatelainen	Atria
Toimitusjohtaja Christian Ramm-Schmidt	Baltic Beverages Holding
Toimitusjohtaja Reijo Kiskola	Broilertalo Oyj
Toimitusjohtaja Karsten Slotte	Cloetta Fazer Ab
Johtaja Jesper Åber	Cloetta Fazer Ab
Toimitusjohtaja Heikki Kaukinen	Fazer Keksit Oy
Toimitusjohtaja Tero Rautsola	Fazer Makeiset Oy
Toimitusjohtaja Paul Taimitarha	Fazer Leipomot
Varatoimitusjohtaja Ralf Holmén	Hartwall Oyj Abp
Toimitusjohtaja Seppo Ovaska	Havistra
Toimitusjohtaja Simo Palokangas	HK Ruokatalo Oyj
Johtaja Jukka Jalava	HK Ruokatalo Oyj
Johtaja Ilkka Häyhä	HK Ruokatalo/As Rakvere Liha-kombinaat
Toimitusjohtaja Robert Ingman	Ingman Foods Oy Ab
Toimitusjohtaja Pekka Kaikkonen	Karjaportti
Toimitusjohtaja Jari Latvarasku	Leaf Oy
Varatoimitusjohtaja Heikki Elo	Nordic Wine Group
Hallituksen puheenjohtaja Heikki Hortling	Olvi Oyj
Johtaja Juha Ylä-Anttila	Polttimoyhtiöt Oy
Varatoimitusjohtaja Risto Härkönen	Saarioinen
Toimitusjohtaja Johan Furuhjelm	Sinebrychoff Oy Ab
Varatoimitusjohtaja Kari Pasanen	Sinebrychoff Oy Ab
Toimitusjohtaja Matti Lappalainen	Vaasan & Vaasan Oy
Toimitusjohtaja Olavi Kuusela	Valio Oy
Johtaja Veijo Meriläinen	Valio Oy

Liite 1. Kauppavirrat Baltian maiden ja Euroopan unionin välillä.⁵

EU:sta Viroon vietyjen elintarvikkeiden arvo oli vuonna 2000 yli kaksinkertainen Viroota unioniin tuontiin nähden. Määrällisesti EU:n vienti Viroon ylitti tuonnin Viroota melkein yhdeksänkertaisesti.

Kuvio 1. Elintarvikkeiden kauppavirta EU:n ja Viron välillä vuosina 1993-2000.

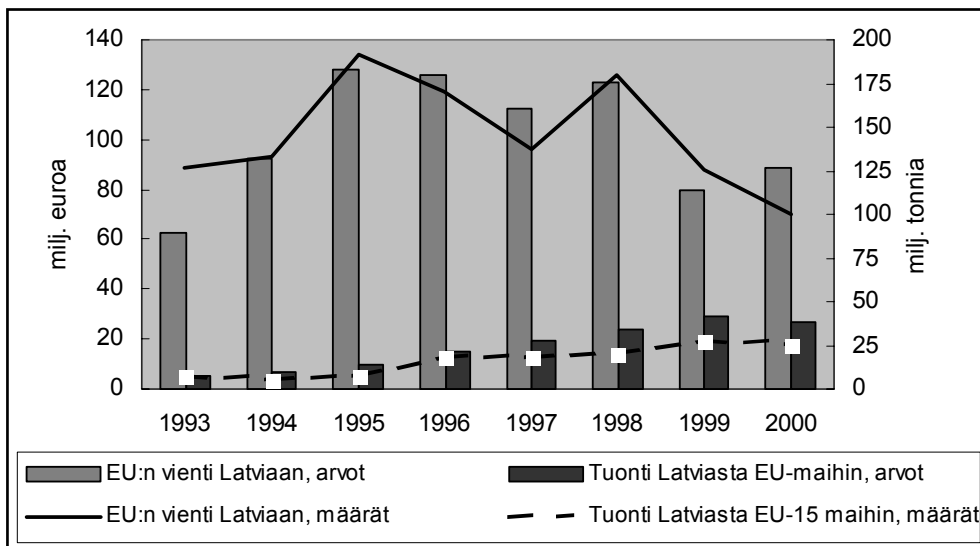


Lähde: Comtext.

EU:n ja Latvian välinen elintarvikkeiden kauppa on volyymiltään ja arvoltaan jonkin verran pienempää kuin EU:n ja Viron välinen kauppa.

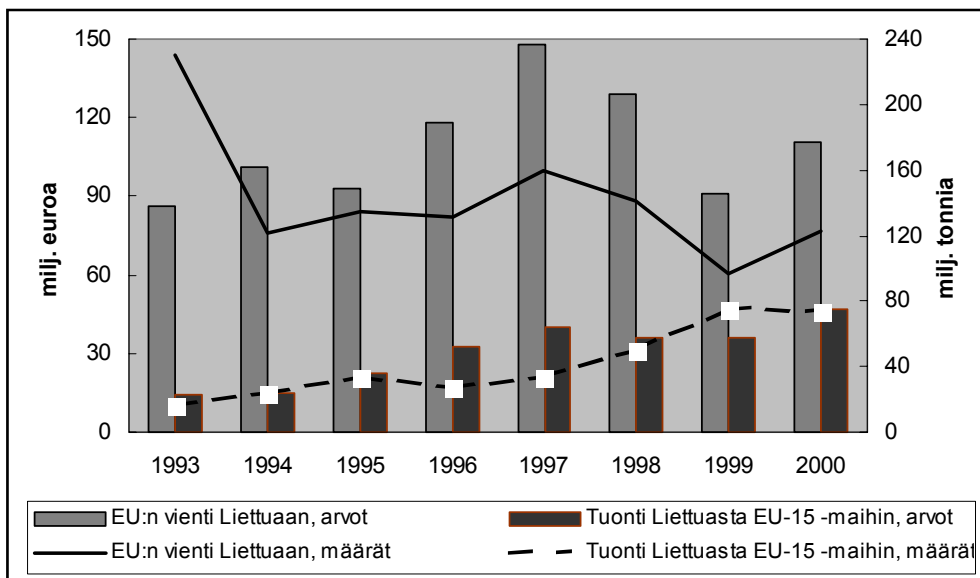
⁵ Tässä on laskettu yhteen kymmenen tutkimukseen valitun sektorin kauppa. Näin ollen tämä ei kata koko elintarvikkeiden välistä kauppaa, mutta hyvin suuren osan siitä.

Kuvio 2. Elintarvikkeiden kauppa EU:n ja Latvian välillä vuosina 1993-2000.



Lähde: Comtext.

Kuvio 3. EU:n ja Liettuan välinen elintarvikkeiden kauppa vuosina 1993-2000.



Lähde: Comtext.