

PTT raportteja 230
PTT Reports 230

Voimasuhteiden kehitys Suomen ruokamarkkinoilla

Kyösti Arovuori
Hanna Karikallio
Perttu Pyykkönen

Helsinki 2011

PTT raportteja 230
Pellervon taloustutkimus PTT
Eerikinkatu 28 A
00180 Helsinki
Puh. 09-348 8844
Faksi 09-3488 8500
Sähköposti ptt@ptt.fi

ISBN 978-952-224-076-7 (painettu)
ISBN 978-952-224-077-4 (pdf)
ISSN 1456-3215 (painettu)
ISSN 1796-4776 (pdf)

Helsinki 2011

Kyösti Arovuori – Hanna Karikallio – Perttu Pyykkönen. 2011. VOIMA-SUHTEIDEN KEHITYS SUOMEN RUOKAMARKKINOILLA. PTT raportteja 230. 47 s. ISBN 978-952-224-076-7 (painettu), ISBN 978-952-224-077-4 (pdf), ISSN 1456-3215 (painettu), ISSN 1796-4776 (pdf).

Tiivistelmä: Tutkimuksessa analysoidaan suomalaisen elintarvikeketjun rakenteen ja voimasuhteiden kehitystä. Analyysi tehdään jaotteleamalla elintarvikkeisiin käytetyt kokonaiskulutusmenot elintarvikeketjun eri osapuolille. Osuudet elintarvikkeiden kokonaiskulutusmenoista esitetään erikseen maataloudelle, kotimaiselle elintarviketeollisuudelle, tuonnille sekä kaupalle ja ravintoloille. Lisäksi kehitystä vertaillaan yhdeksän eri maan välillä. Tulosten perusteella kauppa ja ravintolat ovat kasvattaneet omaa osuuttaan ruokaketjussa vuosina 2000–2009. Lisäksi tuonnin merkitys on ollut voimakkaassa kasvussa. Kotimainen maatalous ja elintarviketeollisuus ovat vastaavasti menettäneet asemiaan. Tutkimuksen kansainvälisen vertailun mukaan kehitys on ollut samansuuntaista myös muualla. Maatalous on menettänyt osuuttaan ruokaan käytetyistä kokonaismenoista lähes kaikissa vertailussa mukana olleissa maissa. Elintarviketeollisuuden osuus on laskenut tai pysynyt ennallaan. Tuonnin merkityksen kasvu näkyy selvästi kaikissa vertailumaissa.

Avainsanat: *Bruttomarginaalit, elintarvikeketju, hinnanmuodostus.*

Kyösti Arovuori – Hanna Karikallio – Perttu Pyykkönen. 2011. THE DEVELOPMENT OF POWER RELATIONS IN THE FINNISH FOOD MARKETS. PTT Reports 230. 47 p.

Abstract: In this report, we estimate gross margins for the Finnish food chain. First, we analyse the development of the gross margins in the Finnish food chain and second, compare this development to eight selected countries. Our aim is to analyse how the gross margins in food prices have developed in Finland and how the development differs from that in other countries. The analysis is based on a distribution of total food consumption expenditures among the operators within the food chain. We calculate gross margins for domestic agriculture, food industry, foreign agriculture (imports) and retail trade and restaurants. The covered time period is 2000-2009. Our results show widening gross margins in the Finnish food chain. Retail trade and restaurants and imports have increased their shares of all food expenditures in Finland during the time period 2000-2009. Respectively, domestic agriculture and domestic food processing industry have had decreasing shares. According to our analysis, farmers have been receiving a decreasing share of consumers' food expenditures in almost all comparison countries. The share of food industry has decreased or remained unchanged, while the food imports have been taking an increasing share of food consumption expenditures in each of our comparison countries..

Keywords: *Gross margins, food chain, price formation.*

Esipuhe

Elintarvikkeiden hintoihin kohdistuu jatkuvaa mielenkiintoa. Ruoka on välttämättömyyshyödyke ja sen hinta koskettaa kaikkia. Maataloushyödyke- ja elintarvikemarkkinoilla on viime vuosina nähty aiempaa suurempia hintojen vaihteluja. Nopeat muutokset kansainvälisillä maataloushyödyke- ja elintarvikemarkkinoilla ovat entistäkin voimakkaammin nostaneet esiin kysymykset siitä, kuka hyöttyy ja kuka häviää kasvaneesta hintojen vaihtelusta elintarvikemarkkinoilla ja siitä, kuinka hintamuutokset jakautuvat elintarvikeketjun sisällä.

Tässä raportissa on analysoitu ruokaan käytettävien kokonaiskulutusmenojen jakautumista elintarvikeketjun eri osapuolille. Elintarvikkeisiin käytetyt kokonaiskulutusmenot on jaettu osuuksina maatalouteen, elintarvikeollisuuteen, tuontiin, veroihin sekä kauppaan ja ravintolapalveluihin.

Tämä raportti lisää omalta osaltaan tietoa kotimaisen elintarvikeketjun rakenteesta ja eri toimijoiden asemassa tapahtuneista muutoksista. Lisäksi tutkimus asettaa kotimaassa toteutuneen kehityksen kansainväliseen perspektiiviin vertailemalla elintarvikkeisiin käytettyjen kokonaiskulutusmenojen muutoksia eri maissa.

Hanke on osa PTT:n ja MTT Taloustutkimuksen yhteistä ruokamarkkinoiden toimivuutta analysoivaa tutkimushanketta. Hanketta on rahoittanut Maatilatalouden kehittämisrahasto, jolle lämmin kiitos.

Helsingissä 12. lokakuuta 2011

Pasi Holm
toimitusjohtaja
Pellervon taloustutkimus PTT

YHTEENVETO

Tutkimuksen tulokset tukevat monissa tutkimuksissa esitettyä johtopäätöstä: vähittäiskaupan asema elintarvikeketjussa on vahvistunut suhteessa kotimaiseen maatalouteen ja elintarviketeollisuuteen. Kaupan ja ravintoloiden osuus ruuan kulutusmenoista on kasvanut selvästi 2000-luvulla. Kaupan ja ravintoloiden osuus elintarvikkeiden kokonaiskulutusmenoista oli vuonna 2009 keskimäärin yli 29 %. Osuus on kasvanut 10 prosenttiyksikköä vuodesta 2000. Osa kaupan ja ravintolapalveluiden osuuden kasvusta selittyy sillä, että ravintolasyöminen on kasvanut jonkin verran kotona syömistä nopeammin.

Kotimaisen maatalousraaka-aineen osuus elintarvikeketjun kokonaisarvosta on pienentynyt 2000-luvulla. Maatalouden osuus elintarvikkeiden kokonaiskulutusmenoista oli vuonna 2009 keskimäärin hieman yli 10 %. Vuodesta 2000 kotimaisen maatalouden osuus on pudonnut 4 prosenttiyksikköä.

Kotimaisen elintarviketeollisuuden osuus elintarvikkeiden kokonaiskulutusmenoista on pudonnut tarkastelujakson aikana keskimäärin alle kolmannekseen. Elintarviketeollisuuden osuus elintarvikeketjun kokonaisarvosta oli vuonna 2000 keskimäärin noin 34 %. Vuonna 2009 kyseinen osuus oli vastaavasti noin 28 %. Elintarviketeollisuuden osuuden huomattava lasku on toisaalta yllättävä, koska samaan aikaan elintarvikkeiden jalostusaste on noussut.

Tuonti on elintarviketeollisuudelle iso haaste. Suomen EU-jäsenyys moninkertaisti elintarvikkeiden tuonnin. Kotimarkkinoiden integroitua kansainvälisiin markkinoihin elintarviketeollisuus kilpailee tiiviisti ulkomaisten tavarantoimittajien kanssa vähittäismyyntimarkkinoilla. Vuonna 2009 tuontituotteiden osuus suomalaisten elintarvikkeisiin käyttämistä kokonaiskulutusmenoista oli noin 19 %. Tuontituotteiden osuus elintarvikeketjun kokonaisarvosta on 2000-luvulla kasvanut tasaisesti yhteensä noin kahdella prosenttiyksiköllä.

Osuuksia tarkasteltaessa havaitaan, että vuoteen 2005 saakka kehityksellä oli selkeä suunta: kaupan ja ravintoloiden osuus kasvoi maatalouden ja elintarviketeollisuuden osuuksien pienentyessä vastaavasti. Vuodesta 2005 eteenpäin kokonaismarginaalien kehitys eri sektorin välillä on ollut huomattavasti tasaisempaa. Vuosi 2008 on tässä kehitystarkastelussa erityisen mielenkiintoi-

nen, sillä silloin maatalous ja elintarviketeollisuus pystyivät kasvattamaan osuuksiaan kaupan ja ravintolapalveluiden kustannuksella, kun maailman maatalousmarkkinat heilahtivat lähes ennen näkemättömällä tavalla.

Elintarvikkeisiin käytettyjen kulutusmenojen vertailu yhdeksän eri maan välillä kertoo, että elintarvikemarkkinoiden kehitys kaikissa maissa on samansuuntaista. Suurimmat muutokset elintarvikeketjun eri sektorien osuuksissa ovat tapahtuneet Pohjoismaissa sekä Ranskassa. Näissä maissa kaupan, ravintolapalveluiden ja verojen yhteenlaskettu osuus ruuan kulutuksen kokonaisarvosta on kasvanut kymmenessä vuodessa yli 10 prosenttiyksikköä. Tämä on tarkoittanut 3-5 % keskimääräistä vuotuista kasvua.

Tässä raportissa on analysoitu elintarvikeketjun rakenteen ja voimasuhteiden muuttumista Suomessa. Analyysi perustui ruokaan käytettävien kokonaiskulutusmenojen jakamiseen elintarvikeketjun eri osille: maatalouteen, elintarviketeollisuuteen, tuontiin, veroihin sekä kauppaan ja ravintolapalveluihin. Analyysissä tarkasteltiin myös erikseen tuoteryhmittäin liha-, maito- ja viljatuotteille.

Tämän lisäksi tehtiin maiden välistä vertailua yksinkertaistetummalla laskentatavalla. Suomessa toteutunutta kehitystä verrattiin Espanjan, Italian, Iso-Britannian, Ranskan, Ruotsin, Saksan, Tanskan ja USA:n vastaaviin lukuihin.

Elintarvikkeisiin käytettyjen kulutusmenojen jakaminen ketjun eri osapuolten välillä antaa kattavan kuvan elintarvikemarkkinoiden rakenteesta Suomessa. Ketjun eri osapuolten osuuksissa näkyvät muutokset heijastavat elintarvikeketjussa tapahtunutta merkittävää rakenteellista muutosta. Laskelmien avulla ei kuitenkaan voida sanoa, kuinka merkittävä osa suhteissa tapahtuneista muutoksista on seurausta eroista tuottavuuden kasvussa ketjun eri osissa. Lisäksi entisestään korostunut logistiikan ja kuljetuskustannusten merkitys jää analyysin ulkopuolelle.

Sisällys

Tiivistelmä, Abstract

Esipuhe

YHTEENVETO.....	i
1. JOHDANTO.....	1
2. TEOREETTISET LÄHTÖKOHDAT	4
3. SUOMEN ELINTARVIKKEKETJUN PIIRTEITÄ.....	7
4. ELINTARVIKKEIDEN HINTOIHIN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT.....	13
5. AIKAISEMPIA TUTKIMUSTULOKSIA.....	19
5.1. Pohjoismaiset tutkimukset elintarvikemarkkinoiden kilpailullisuudesta	19
5.2. Elintarvikkeiden hintamarginaalilaskelmat Suomessa	20
5.3. USA:n ”Food dollar”-tilastointi	21
6. ELINTARVIKKEISIIN KÄYTETTYJEN KOKONAISKULUTUSMENOJEN JAKAUTUMINEN	23
6.1. Hyödynnettävät aineistot ja menetelmä	23
6.2. Kotimaisen elintarvikeketjun bruttomarginaalit vuosina 2000–2009	27
6.3. Elintarvikeketjun bruttomarginaalit tuoteryhmittäin	30
6.4. Maiden välinen vertailu elintarvikeketjun bruttomarginaalien muodostumiseen	34
7. JOHTOPÄÄTÖKSET.....	38
LÄHTEET	40
LIITE 1: Elintarviketeollisuuden ja kaupan tilinpäätösten tunnuslukujen kehitys.....	44
LIITE 2: Kustannusrakenteen kehitys elintarviketeollisuudessa ja kaupassa.....	45

1. JOHDANTO

Elintarvikemarkkinoiden toimintaa on kuvattu niin sanotun höyhenteorian avulla (esim. Tappata, 2009). Maataloustuotteiden hintojen tai muiden kustannusten nousun seurauksena elintarvikkeiden kuluttajahinnat nousevat nopeasti kuin raketti. Tuotantopanosten hintojen laskiessa elintarvikkeiden kuluttajahintojen lasku on sen sijaan hidasta kuin höyhenen leijaileminen maahan. Erityisen hyvin tämä on tullut esiin viime vuosina, kun maataloushyödyke- ja elintarvikemarkkinoilla on nähty aiempaa suurempia hintojen vaihteluja. Epäsymmetrinen hintakäyttäytyminen ja nopeat muutokset kansainvälisillä maataloushyödyke- ja elintarvikemarkkinoilla ovat entistäkin voimakkaammin nostaneet esiin kysymyksen elintarvikkeiden hinnanmuodostuksesta ja hintamarginaaleista. Kuka hyötyy ja kuka häviää kasvaneesta hintojen vaihtelusta elintarvikemarkkinoilla? Kuinka hintamuutokset jakautuvat elintarvikeketjun sisällä?

Elintarvikkeiden hinnat muodostuvat useista tekijöistä. Esimerkiksi käyetyt raaka-aineet ja niiden hinnat, muut tuotantokustannukset, elintarvikeketjun rakenne, teollisuuden ja kaupan kilpailullisuus sekä kuljetusmatkat vaikuttavat kokonaishintaan. Elintarvikkeiden hintamarginaalilla tarkoitetaan elintarviketeollisuuden, kaupan ja muiden väliportaiden osuutta elintarvikkeen kuluttajahinnasta. Kasvaneesta hintamarginaalista on raportoitu monissa empiirisissä sekä kotimaisissa että ulkomaisissa tutkimuksissa (esim. Digby, 1989; Kinsey ja Senauer, 1996; Løyland et al., 2001; Aalto-Setälä, 2002; Kuosmanen et al., 2009; Kotilainen et al., 2010).

Yksi merkittävimmistä elintarvikkeiden hinnanmuodostusta ohjaavista tekijöistä on kotimarkkinoiden kilpailu. Yleinen näkemys on, että vähittäis- ja tukkukaupan markkinavoima elintarvikeketjussa on kasvanut, mikä on johtanut kaupan osuuden kasvuun elintarvikkeiden kuluttajahinnoista (McCorriston, 2002; Schroeter et al., 2000). Epätäydellisen kilpailun lisäksi muita syitä kasvaneille elintarvikkeiden hintamarginaaleille ovat erot tuottavuuden kasvussa eri sektoreilla, maatalouspolitiikka, kansainvälisen kaupan vapautuminen sekä kuluttajien ostokäyttäytymisen muutos, mikä näkyy valmisruokien

ja puolivalmisteiden kulutuksen kasvuna (ts. tuotteiden jalostusasteen nousuna).

Kaikki nämä tekijät nousevat esiin myös tarkasteltaessa Suomen elintarvikemarkkinoita. Kauppa on voimakkaasti keskittynyttä: neljän suurimman vähittäiskaupparyhmän markkinaosuus on kasvanut yli 95 prosenttiin. Lisäksi tukkukaupassa kolme suurinta yritystä pitää halussaan noin 80 % alan liikevaihdosta. Suuret kaupparyhmät ovat hankkineet markkinavoimaa myös logistisilla järjestelyillä sekä hyödyntämällä kansainvälisiä osto-organisaatioita ja kaupan omia tuotemerkkejä. Tämän seurauksena kaupan neuvotteluasema elintarvikeketjussa on vahvistunut. Aseman vahvistuminen on entisestään parantanut mahdollisuuksia käyttää hyväksi ostajan voimakasta asemaa suhteessa elintarviketeollisuuteen (Jalonoja ja Pietola, 2004). Markkina- ja neuvotteluvoima ovat markkinaprosessille tunnusomaisia monitahoisia ilmiöitä, joilla voi olla merkittäviä vaikutuksia niin tuotanto- ja jakeluportaille kuin kuluttajillekin. Näiden ilmiöiden merkityksestä suomalaisessa elintarvikeketjussa tarvitaan kuitenkin enemmän tutkimustietoa.

Myös Euroopan komissio on kiinnittänyt erityistä huomiota elintarvikeketjun toimivuuteen Euroopassa. Komissio on jäsentänyt elintarvikeketjuun kohdistuvia haasteita sekä tarvittavia toimenpiteitä. Komissio pitää tärkeänä elintarvikeketjun kilpailukyvyyn ylläpitämistä EU:n jäsenvaltioissa. Elintarvikeketjun painopisteeksi on määritetty kestävien ja markkinaehtoisten suhteiden muodostaminen eri toimijoiden välille. Komissio on huolestunut elintarvikeketjun toimijoiden epätasaisista neuvotteluvoimista sekä hyvän kauppataivan vastaisten käytäntöjen ilmenemisestä elintarvikemarkkinoilla. Lisäksi komissio korostaa koko arvoketjun läpinäkyvyyden lisäämistä kilpailun edistämiseksi ja hintavaihtelujen sietokyvyn parantamiseksi. (Euroopan komissio, 2009.)

Tässä tutkimuksessa analysoimme marginaaleja elintarvikeketjun bruttoarvon muodostumisesta Suomessa. Analyysi perustuu ruokaan käytettävien kokonaiskulutusmenojen jakamiseen elintarvikeketjun eri osille: maatalouteen, elintarviketeollisuuteen, tuontiin, veroihin sekä kauppaan ja ravintolapalveluihin. Tavoitteena on analysoida elintarvikkeiden hinnanmuodostusta ja sen kehitystä vuosina 2000–2009. Bruttomarginaaleja tarkastellaan myös erikseen tuoteryhmittäin liha-, maito- ja viljatuotteille. Tämän lisäksi tehdään maiden välistä vertailua yksinkertaistetummalla laskentatavalla. Elintarvikkeiden bruttomarginaalien muodostumista Suomessa verrataan Espanjan, Italian, Iso-Britannian, Ranskan, Ruotsin, Saksan, Tanskan, ja USA:n vastaaviin bruttomarginaalilukuihin. Bruttomarginaalien kehitys eri maissa heijas-

taa sekä kansallisia piirteitä elintarvikkeiden hinnanmuodostuksen dynamiikassa että myös kilpailullisuuden muutoksia kunkin maan elintarvikemarkkinoilla.

Raportti rakenne on seuraava: Luvussa 2 esitellään teoreettisia lähtökohtia markkinoiden toimivuuden ja kilpailullisuuden tarkasteluun. Luvussa 3 kuvataan Suomen elintarvikeketjun piirteitä ja kehitystä. Luvussa 4 analysoidaan elintarvikkeiden hintoihin vaikuttavia tekijöitä ja tarkastellaan tuottaja- ja kuluttajahintakehitystä tuoteryhmittäin EU:ssa ja Suomessa. Luvussa 5 käydään lyhyesti läpi aikaisempia vastaavia tutkimuksia. Luvussa 6 analysoidaan elintarvikeketjun eri sektorien bruttomarginaaleja hyödyntämällä elintarvikkeiden kulutuksen, tuotannon ja ulkomaankaupan bruttomääräisiä tilastoarvoja. Luvun alussa esitellään hyödynnettävät tilastot sekä laskentakaava. Tämän jälkeen kuvataan bruttomarginaalien muodostuminen ja kehitys Suomen elintarvikeketjussa 2000-luvulla. Luvun lopussa tehdään tuoteryhmittäiset ja maiden väliset tarkastelut. Luvussa 7 esitetään johtopäätökset.

2. TEORETTISET LÄHTÖKOHDAT

Tehokkaasti toimiva elintarvikeketju on tärkeä osa yhteiskunnan hyvinvointia. Elintarvikeketjun tehokkuus ja siten kuluttajien hyvinvointi voivat heiketä merkittävästi, jos jokin ketjun osa pystyy käyttämään hyväkseen markkina-voimaa. Elintarvikeketjun toiminta on horisontaalisesti tehokasta, kun jokainen ketjun osa on erikseen tarkasteltuna kilpailullinen ja tehokkaasti toimiva. Vertikaalinen tehokkuus taas edellyttää, että millään elintarvikeketjun osalla ei ole markkinavoimaa ketjun muihin osiin nähden.

Markkinoiden avauduttua ja sääntelyn osittain purkauduttua elintarvikeketjuun kuuluvien sektorien eturistiriidat ovat lisääntyneet. Maataloustuottajilla, muilla tuotantopanosien tarjoajilla, elintarvikkeita valmistavilla yrityksillä ja elintarvikkeiden kauppiilla on eriarvoinen mahdollisuus vaikuttaa lopputuotteen ominaisuuksiin ja tuotteen jakeluun kuluttajille. Lisäksi heillä on epätasa-arvoiset mahdollisuudet vaikuttaa tuotteen kuluttajahinnasta saamaansa osuuteen riippumatta siitä, minkä verran he ovat tuoneet tuotteeseen lisäarvoa. Epäsymmetrinen informaatio kuluttajien, kaupan, ja tuottajien välillä lisää elintarvikemarkkinoiden tehottomuutta ja tuo epävarmuutta hinnanmuodostukseen (esim. Ben-Kaapia ja Gil, 2007).

Teoreettinen tarkastelu markkinoiden tehokkaasta toimivuudesta perustuu usein seuraaviin oletuksiin: täydellinen kilpailu, täydellinen informaatio sekä vapaa markkinoille pääsy ja markkinoilta poistuminen. Näiden oletusten täytyessä markkinat ovat tasapainossa, jossa yksittäiset tuottajat ja ostajat eivät omalla toiminnallaan pysty vaikuttamaan hintoihin. Todellisuudessa nämä ehdot täyttyvät markkinoilla vain harvoin. Puhtaassa muodossa täydellisen kilpailun markkinoita ei esiinny. Markkinoiden epätäydellinen kilpailu on näin ollen oikea lähtökohta myös analysoitaessa elintarvikemarkkinoita. Epätäydellinen kilpailu merkitsee sitä, että talous on sellaisessa tasapainossa, missä elintarvikkeita tarjotaan vähemmän ja korkeammalla hinnalla suhteessa kilpailulliseen tasapainoon. Kilpailun positiivisista vaikutuksista markkinoiden toimivuuteen on runsaasti niin teoreettista kuin empiiristä näyttöä. Esimerkiksi Porterin (1990) teorian mukaan kilpailu kannustaa yrityksiä kehittämään tuotteitaan ja tehostamaan toimintatapojaan.

Oligopoli on epätäydellisen kilpailun muoto, joka sopii kuvaamaan elintarvikemarkkinoiden toimintaa erityisesti kaupan mutta myös elintarviketeollisuuden osalta¹. Oligopolistisilla markkinoilla on vain muutama palvelun tai tuotteen tarjoaja. Tällaisille markkinoille tyypillisiä piirteitä ovat hintojen jäykkyys, hintakilpailun välttäminen ilman nimenomaisia sopimuksia sekä hintajohtajuus. Kun täydellisen kilpailun yritys on hinnan ottaja ja monopoli hinnan asettaja, oligopolirytyksen käyttäytymistä voi kuvata strategiseksi hinnan etsimiseksi. Oligopolissa tehdäänkin päätöksiä monista muuttujista: hinnasta, määrästä, tuotedifferentiaatiosta ja markkinoinnista.

Kun kilpailu markkinoilla on epätäydellistä, hintojen muutokset eivät siirry täysmääräisesti elintarvikeketjun osien välillä. Gardner (1975) tarjoaa kehikon analysoida tuotannon muutoksen vaikutusta kuluttajahintoihin epätäydellisen kilpailun elintarvikemarkkinoilla. Gardnerin mukaan kuluttaja- ja tuottajahintojen välistä eroa voidaan mitata kuluttajahinnan P_x ja tuottajahinnan P_a erotuksella, kuluttajahinnan P_x ja tuottajahinnan P_a suhteella, maataloustuottajan osuudella elintarvikkeiden kulutusmenoista aP_a/xP_x tai prosentuaalisella hintamarginaalilla $(P_x - P_a)/P_a$.

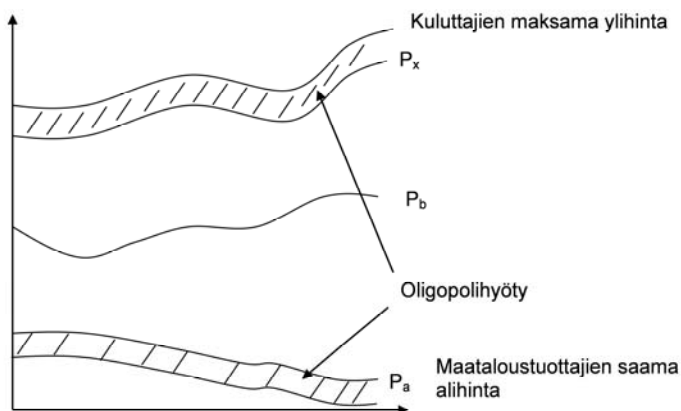
Gardnerin mukaan maataloustuotannon muutokset vaikuttavat teollisuuden hintoihin ja kuluttajahintoihin kahdella tavalla. Tavanomaisessa tapauksessa tuottaja- ja kuluttajahinnan välinen suhteellinen ero pienenee, jos tuottajahinta nousee supistuneen maataloustuotannon seurauksena. Toisaalta esimerkiksi tuottavuuden kasvusta seurannut maataloustuotannon kasvu laskee tuottajahintaa ja kasvattaa suhteellista eroa kuluttajahintoihin. Jos tuottavuuden kasvu on nopeampaa kaupan ja elintarviketeollisuuden aloilla kuin maataloudessa, maataloustuottajille jäävä osuus elintarvikeketjun hinnamuodostuksessa pienenee. Täydellisen kilpailun markkinoilla tuottajahintojen muutokset siirtyisivät täysimääräisesti suoraan teollisuuteen, joka puolestaan siirtäisi muutokset täysimääräisesti eteenpäin kuluttajahintoihin. Gardnerin mallin mukaan epätäydellisillä elintarvikemarkkinoilla tuottaja- ja kuluttajahintojen välisen eron suuruus riippuu muutoksista sekä elintarvikkeiden kulutuskysynnässä että maataloustuotteiden tarjonnassa, mutta elintarvikeketjun loppupään kysynnän muutoksilla on eron suuruuteen merkittävämpi vaikutus.

Kuviossa 1 oletetaan, että teollisuuden hinta P_b määräytyy kaupan kysyntätekijöiden ja vastaavasti maatalouden hinta P_a teollisuuden kysyntätekijöiden perusteella. Kaupan markkinavoimasta johtuen oligopolistisilla markki-

¹ Markkinarakennetta voidaan kuvata myös oligopsonistiseksi, mikä tarkoittaa, että myyjä on useita mutta ostajia vain muutamia (keskusliikkeet).

noilla kuluttajan maksama hinta on korkeampi ja vastaavasti maataloustuottajan saama hinta alhaisempi kuin tilanteessa, jossa kauppa toimisi kilpailullisilla markkinoilla. Jos vähittäiskauppa pystyy käyttämään markkinavoimaa hyväkseen oligopolistisilla markkinoilla, se lisää voittojen maksimoimiseksi kustannuksiin perustuvan hinnoittelun päälle ns. oligopolikoron. Kuluttajien maksama ylihintaa ja maataloustuottajien saama alihintaa vastaavat kaupan saamaa oligopolikorkoa, jota kuvaa varjostettu alue kuviossa 1. Jos elintarviketeollisuudella on markkinavoimaa suhteessa maataloustuottajiin, pystyy se siirtämään hinnan alenemisen kokonaan maataloustuottajien kannettavaksi.

Bruttomarginaaleja ja hinnanmuodostusta analysoitaessa tulee huomioida markkinarakenteen lisäksi muut tekijät, jotka saattavat vaikuttaa siihen, että oletus markkinoiden täydellisestä kilpailusta ei toteudu. James ja Alston (2002) huomauttavat, että yleinen oletus markkinoilla olevien tuotteiden samanlaisuudesta eli homogeenisuudesta johtaa virheisiin markkina-analyyseissä, jos tuotteet ovat todellisuudessa erilaisia eli heterogeenisiä. Tuotteiden ollessa heterogeenisiä yksittäisen tuotteen kysyntä saattaa olla brandauksen, laatutekijöiden tai kuluttajien preferenssien johdosta joustavampaa kuin homogeenisten tuotteiden tapauksessa. Elintarvikkeista esimerkiksi tuoreiden vihannesten markkinat ovat yleensä erilaistamattomat. Maito on puolestaan esimerkki tuotteesta, joiden markkinat ovat brandatut, mutta eivät kovin pitkälle erilaistettuja. On myös elintarvikkeita, joiden markkinat ovat erittäin voimakkaasti brandattuja ja erilaistettuja, kuten jogurtit. Tuotteiden heterogeenisyys laadun ja turvallisuuden suhteen on kaiken kaikkiaan elintarvikemarkkinoilla erittäin merkityksellinen tekijä. (ks. esim. Kupiainen et al., 2008.)



Kuvio 1. Oligopolikoron muodostuminen elintarvikeketjussa

3. SUOMEN ELINTARVIKKEKETJUN PIIRTEITÄ

Elintarvikeketjussa maatalouden tuottama raaka-aine jalostetaan kulutushyödykkeiksi ja välitetään kuluttajille. Elintarvikeketju koostuu erilaisista toimijoista: viljelijöistä, elintarvikkeiden jalostajista, välittäjistä, tukkukauppiaista ja vähittäiskauppiaista. Yritykset toimivat samoilla markkinoilla toistensa kilpailijoina, hankkijoina tai asiakkaina.

Maataloudessa toimijoiden määrä on niin suuri, että maataloustuottajilla ei ole suoraan eikä välillisesti markkinavoimaa asiakkaisiinsa nähden. Tuottajan neuvotteluvoima elintarvikeketjussa onkin vähäinen: hinnat tulevat heille annettuina jatkojalostajilta, jotka taas reagoivat markkinatilanteen muutoksiin. Suurin osa maataloustuottajista toimittaa tuotantonsa suurille jatkojalostajille tai tukkureille. Maito toimitetaan meijeriteollisuuteen ja liha lihateollisuuteen jatkojalostettavaksi. Vihannekset ja kanamunat toimitetaan yleensä pakkaamoihin. Vilja jalostetaan panimoteollisuuden tai myllyteollisuuden yrityksissä. Osa myllytuotteista jalostetaan edelleen leipomoteollisuuden yrityksissä. Suurin osa viljasta käytetään kuitenkin rehuna, ja enenevässä määrin peltokasveja hyödynnetään myös energiantuotannossa. (ks. elintarvikeketjun pääpiirteistä: Kotilainen et al., 2010.)

EU:n yhteinen maatalouspolitiikka vaikuttaa edelleen maataloustuotteiden tuotantotasoihin ja siten edelleen hintoihin, vaikka tuen ja tuotannon suora kytkös on maatalouspolitiikan uudistusten seurauksena katkaistu. Etenkin tuotantomäärien sääntelyä on vähennetty. Tämä antaa markkinoille enemmän tilaa vaikuttaa tuotantomääriin². Samalla tuottajahinnat määräytyvät suoremmin kysynnän ja tarjonnan perusteella.

Suomen jäsenyys Euroopan unionissa vuoden 1995 alusta on historiallisesti suurimpia toimintaympäristön muutoksia maatalous- ja elintarvikesektorilla. Elintarvikkeiden hintojen laskusta huolimatta Suomen elintarviketeollisuus on selvinnyt EU-kaudesta selvästi paremmin kuin mitä ennen jäsenyyttä arvioitiin. Yritysten selviytymismahdollisuuksia ovat edistäneet maatalouden

² Esimerkiksi maidon tuotantoa sääntelevät maitokiintiöt on tarkoitus lakkauttaa vuoteen 2015 mennessä.

tuottajahintojen lasku sekä tuottavuuden parantamiseen tähdänneet uudistamistoimenpiteet. Suomen elintarviketeollisuus on käynyt läpi rakennemuutoksen, jonka seurauksena tuotanto on voimakkaasti keskittynyt: yritysten lukumäärä on vähentynyt ja yrityskoko kasvanut.

Elintarvikemarkkinoiden laajentuminen on samalla sekä kiristänyt kilpailua että kasvattanut mahdollisuuksia. Kun rajojen aukeaminen on johtanut tuonnin lisääntymiseen, elintarvikeyritykset ovat joutuneet etsimään uusia markkinoita muualta. Elintarvikeyritysten näkökulmasta keskeinen muutosilmiö on ollut markkinoiden polarisoituminen; toisaalta maailmanlaajuisesti myytäviin tuotteisiin ja toisaalta paikallisille markkinoille suunnattuihin tuotteisiin. Lisääntyneestä kansainvälisyydestä huolimatta elintarvikesektorille on ominaista vahva riippuvuus kotimarkkinoista ja kotimaisesta maataloustuotannosta. Kotimaisten raaka-aineiden osuus Suomen elintarviketeollisuudessa on edelleen 85 %.

Elintarviketeollisuus on niin sanottu kypsä toimiala: markkinat ovat suurten toimijoiden hallussa, eikä markkinoille tulo ole kovin helppoa. Tyypillinen markkinamuoto elintarvikkeiden valmistuksessa on oligopoli, eli toimialan johtavilla yrityksillä on hallussaan huomattava markkinaosuus. Lisäksi joillakin aloilla johtavalla yrityksellä on määräävä markkina-asema eli yli 50 prosentin markkinaosuus.

Elintarviketeollisuusyritysten asiakkaita ovat tukku- ja vähittäiskauppa, HoReCa-sektori sekä muut elintarvikeyritykset niin paikallisesti kuin kansainvälisesti. Viime vuosien trendinä on ollut elintarvikkeiden jalostusasteen nousu, mikä yhtäältä tarkoittaa, että teollisuuden osuus elintarvikkeiden valmistusprosessissa kasvaa. Tässä suhteessa teollisuuden merkitys elintarviketekjussa on lisääntynyt. Teollisuuden asemaa suhteessa kauppaan heikentää koko ajan kasvava tuontakilpailu. Kauppa kilpailuttaa kotimaisia tuottajia sekä keskenään että tuontituotteita vastaan. Tämän seurauksena myös maailmanmarkkinoiden lisääntyneet hintavaihtelut ovat näkyneet entistä voimakkaammin kotimaisissa tuottaja- ja kuluttajahinnoissa.

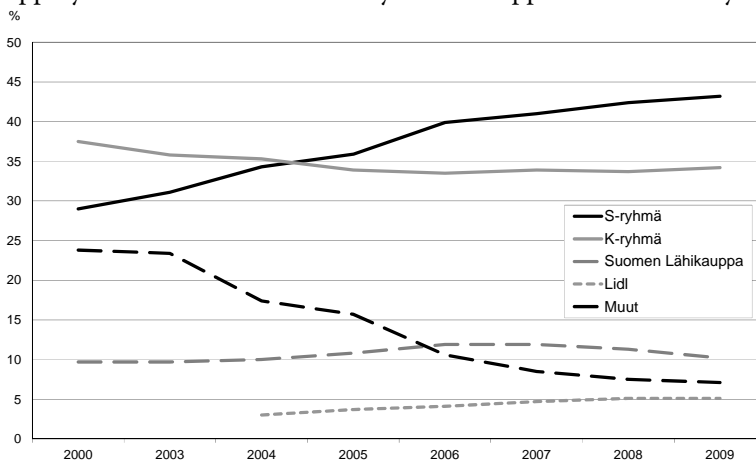
Elintarvikkeiden jakelu ja jakelukanavat vaikuttavat enenevästi elintarviketeollisuuden menestysmahdollisuuksiin ja ne ohjaavat osaltaan teollisuuden rakenteen kehitystä. Keskeinen osa markkinoille asemoitumista on riittävän jakelukanavan rakentaminen. Kilpailu tuotemarkkinoista alkaa vasta sitten, kun tuote on päässyt jakeluketjuun. Jakelun ja logistiikan kehittäminen koskettaa kaikkia arvoketjun toimijoita. Logistisiin tekijöihin on Suomessa kiinnitetty erityistä huomiota, koska elintarvikkeet tai niiden raaka-aineet ovat usein volyymituotteita, joiden kuljetuskustannukset ovat suhteellisen suuret.

Jakelussa logistiikan merkitys kilpailutekijänä onkin kasvanut. Myös markkinoinnin merkitys ruuan kulutuksessa on kasvanut yhä tärkeämmäksi. Tuotteita pyritään tuottamaan koko ajan pienemmin tuotantokustannuksin samalla, kun markkinointikustannuksia joudutaan kasvattamaan.

Maataloustuote- ja elintarvikemarkkinoiden avauduttua ja kilpailun lisääntyttyä vähittäiskauppa on pysynyt edelleen paikallisesti rajattuna ja elintarvikeketjun toimijoista siihen on kohdistunut vähiten kilpailupaineita ulkomailta. Tehokkaasti toimivan Suomen päivittäistavara-kaupan, pienten markkinoiden sekä syrjäisen sijainnin vuoksi ulkomaiset päivittäistavara-kauppaketjut eivät ole yhtä lukuun ottamatta nähneet Suomen markkinoita riittävän houkuttelevina.

Suomen päivittäistavara-kauppasektori on sen sijaan kokenut elintarviketeollisuuttakin suuremman sisäisen rakennemuutoksen: vähittäiskaupassa keskittyminen on ollut erityisen nopeaa. Elintarvikkeiden ja päivittäistavara- tuotteiden neljän suurimman vähittäismyyntiketjun markkinaosuus on jo runsaat 95 %. Lisäksi kahden suurimman vähittäiskauppaketjun markkinaosuus on kasvanut 55 prosentista 77 prosenttiin vuosina 1990–2009. (Kaupan liitto, 2010). Kauppaketjujen markkinaosuuksien kehitys vuosina 2000–2009 on esitetty kuviossa 2.

Ketjuohjauksessa toimivien myymälöiden hankinta on hyvin keskitettyä; paikallisesti hankitaan vain tuoretuotteita. Lisäksi yhä useampi kotimainen tuote on mahdollista korvata ulkomaisella lähes vastaavalla tuotteella, sillä kaupparyhmät ovat mukana isoissa yhteiseurooppalaisissa ostoliittymissä.



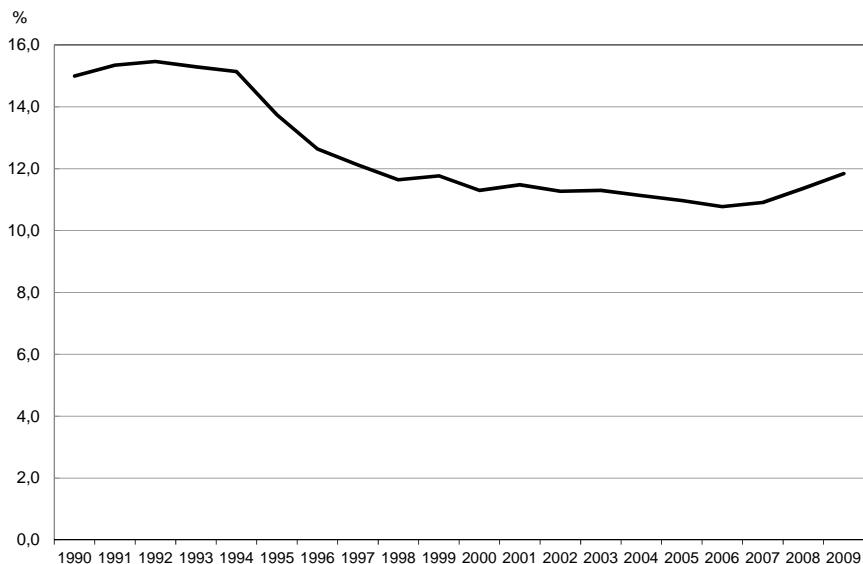
Kuvio 2. Vähittäiskauppaketjujen markkinaosuuksien kehitys Suomessa 2000–2009. Lähde: AC Nielsen, Kaupan liitto.

Nämä seikat ovat osaltaan vahvistaneet vähittäiskaupan neuvotteluasema elintarvikeketjussa kotimaiseen maatalouteen ja elintarviketeollisuuteen nähden. Kaupan vallan kasvu näkyy myös esimerkiksi kaupan omien merkkien (private label) määrän lisääntymisenä. Suomessa kaupan omien merkkien osuus päivittäistavaroiden myynnin määrästä on jo noin 14 % (Nielsenin kuluttajapaneeli, 2008).

Suomen elintarvikeketjulle on ominaista, että useista kaupan ja teollisuuden välisistä elintarvikkeiden hinnoista neuvotellaan tuoteryhmittäin noin neljän kuukauden välein käytävissä sopimusneuvotteluissa. Tältä osin hinnanmuodostus elintarvikeketjussa on erityisen jäykkää: teollisuuden ja kaupan neuvottelumekanismista johtuen tuotantokustannusten nousu teollisuuden yrityksissä näkyy kauppa- ja kuluttajahinnoissa viiveellä. Nopeat hinnanvaihtelut raaka-ainemarkkinoilla ovat kuitenkin tuoneet painetta muuttua teollisuuden ja kaupan neuvottelukäytäntöjä. Teollisuuden ja kaupan sopimuskäytännöt saattavat myös rajoittaa kilpailijoiden pääsyä markkinoille. Neuvotteluvoima elintarviketeollisuuden ja kaupan välillä vaihtelee tuotteittain. Jos tuotteella on vahva asema markkinoilla, teollisuudella on enemmän neuvotteluvoimaa kuin tuotteissa, joissa on paljon kilpailua ja vaihtoehtoisia toimittajia.

Voimakas keskittyminen Suomen elintarviketeollisuus- ja vähittäiskaupasektoreilla ei välttämättä tarkoita, ettei aloilla olisi kilpailua. Keskittynyt markkinarakenne voi olla kilpailun kannalta ongelmallinen, jos markkinoilla esiintyy lisäksi merkittäviä alalle tulon esteitä ja jos mahdolliset tehokkuusedut eivät vähäisen kilpailun vuoksi siirry kuluttajille. Yleisesti kilpailu on sitä terveemmällä tasolla, mitä enemmän toimijoita markkinoilla on. On todennäköistä, että elintarvikeketjun kilpailurakenne vaikuttaa ainakin jossain määrin siihen, kuinka täydellisesti ja nopeasti tuottajahintojen ja muiden tuotantokustannusten muutokset siirtyvät kuluttajahintoihin.

Suomessa elintarvikkeiden osuus kotitalouksien kulutusmenoista on keskimäärin noin 12 %. Vastaavasti EU-maissa kotitalouksien kulutuksesta keskimäärin 16 % kohdistuu elintarvikkeisiin. Suomessa elintarvikkeiden kulutusmeno-osuus oli vuonna 2008 EU-maiden joukossa kahdeksanneksi pienin. Elintarvikkeiden kulutusmeno-osuus laski Suomessa 1990-luvun alusta vuoteen 2006 asti, mutta kääntyi hienoiseen nousuun vuonna 2007. Ruokaan käytettyjen kulutusmenojen osuuden kääntyminen nousuun alkoi samaan aikaan ruuan kuluttajahintojen nousun kanssa (kuvio 3).



Kuvio 3. Elintarvikkeiden osuus yksilöllisistä kulutusmenoista. Lähde: Tilastokeskus 2011.

Tämä kehitys tukee myös yleistä käsitystä siitä, että elintarvikkeet ovat suhteellisen joustamattomia hintojen ja kotitalouksien tulojen muutoksille. Sopin (2006) tutkimuksen mukaan Suomessa elintarvikkeiden kuluttajahinnan yhden prosentin nousu pienentää elintarvikkeiden kulutusta 0,36 %. Kotitalouksien tulojen kasvu yhdellä prosentilla kasvattaa puolestaan elintarvikkeiden kulutusmenoja 0,78 %. Kulutuksen joustamattomuudesta huolimatta elintarvikkeiden kulutuksessa on ollut havaittavissa viime vuosina tiettyjä trendejä, kuten valmisruokien kulutuksen kasvu sekä huomion kiinnittyminen ruoan tuotannon eettisyyteen. Lisäksi on syytä muistaa, että kulutusrakenne ja elintarvikkeisiin käytettävä osuus tuloista vaihtelee suuresti kotitalouksien tulotason mukaan.

Arvonlisävero vaikuttaa elintarvikkeiden kuluttajahintoihin merkittävästi. Esimerkiksi Isossa-Britanniassa elintarvikkeista ei peritä lainkaan arvonlisäveroä, kun taas Tanskassa elintarvikkeisiin kohdistuu 25 prosentin arvonlisävero. Useissa maissa elintarvikkeiden kulutusta verotetaan lisäksi erilaisin valmisteveroin. Suomessa elintarvikkeiden arvonlisävero laski vuoden 2009 syksyllä 17 prosentista 12 prosenttiin, mutta nousi vuoden 2010 kesällä 13 prosenttiin yleisen arvonlisäveron korotuksen seurauksena. Kotilaisen et al. (2010) tutkimuksen mukaan korkea arvonlisävero on keskeinen syy elintarvikkeiden korkealle hintatasolle Suomessa. Korkeat arvonlisäverottomat hinnat selittyvät

tutkimuksen mukaan puutteilla maatalouden kilpailukyvyssä. Elintarviketeollisuuden tuottavuuden tutkimus arvioi sen sijaan olevan hyvä. Suomessa kaupalla on suurempi osuus elintarvikeketjussa kuin EU-maissa keskimäärin. Tämä on seurausta muun muassa pitkistä kuljetusmatkoista johtuvista korkeimmista kustannuksista. Lisäksi tutkimuksessa todetaan, että keskittyneisyydestä huolimatta hintakilpailu toimii Suomen elintarviketeollisuudessa ja kauppasektorilla kansainvälisesti vertaillen hyvin.

4. ELINTARVIKKEIDEN HINTOIHIN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT

Elintarvikkeiden hinnanmuodostukseen arvoketjun jokaisessa osassa vaikuttavat useat eri tekijät. Näiden tekijöiden vaikutukset ovat erisuuruisia ja ne painottuvat hinnanmuodostuksessa eri tavoin. Maataloustuotteiden hintojen suuret vaihtelut johtuvat useimmiten lyhytaikaisista tarjonnan shokeista. Esimerkiksi epäsuotuisat sääolosuhteet saattavat aiheuttaa merkittävän satotason alenemisen ja johtaa siten maataloustuotteiden hintojen nousuun. Toisaalta vastaavat kysynnän nopeat muutokset ovat harvinaisia. Kysyntäshokeilla - esimerkiksi eläintaudeista, kuten BSE, johtuen - saattaa olla pitkävaikutteisia seurauksia kysyntään ja ne saattavat muuttaa kulutusrakennetta jopa pysyvästi.

Pitkällä aikavälillä elintarvikkeiden hintakehitykseen vaikuttavat sekä kysynnän että tarjonnan muutokset. Teknologisesta ja muusta kehityksestä johtuva tuottavuuden kasvu ohjaa merkittävästi maataloustuotteiden ja elintarvikkeiden tarjontaa. Elintarvikkeiden kysyntään ja siten hintaan vaikuttavat demograafiset ja taloudelliset tekijät sekä kuluttajien preferenssit. Demograafisia tekijöitä ovat muun muassa väestön määrä, ikäjakauma ja kansallisuus. Taloudellisiin tekijöihin kuuluu tulotaso ja -jakauma sekä korvaavien tuotteiden saatavuus. Kuluttajien preferenssit määräytyvät muun muassa koulutustason, elämäkokemuksen, saatavilla oleva tiedon sekä mainonnan perusteella (Tomek & Robinson 2003). Maailmanlaajuisesti merkittävimmin elintarvikkeiden hintoihin ovat 2000-luvulla vaikuttaneet väestön kasvu, talouden kasvusta seurannut tulojen kasvu sekä muutokset kulutusrakenteessa erityisesti Kiinassa ja muualla Aasiassa.

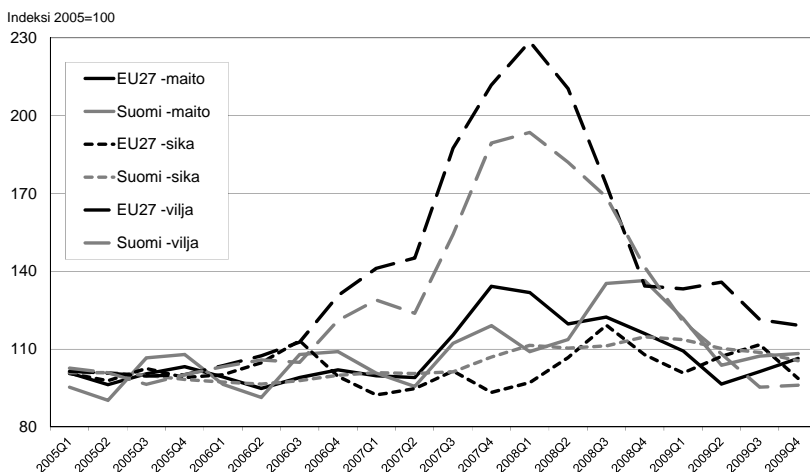
Maataloustuotteiden markkinat ovat perinteisesti olleet kansalliset. Kuljetuskustannukset, tullit, makutottumukset, kansalliset säädökset ja elintarvikkeiden hygieniastandardit ovat esimerkkejä poliittisista ja luonnollisista kaupanesteistä, jotka ovat pitäneet myös elintarvikemarkkinat pitkälti kansallisina. Ajan mittaan osa näistä kaupanesteistä on kuitenkin poistunut tai niiden merkitys on vähentynyt. Markkinoiden integroituminen kaupan vapauttami-

sen ja sääntelyn harmonisoinnin (EU, WTO) myötä sekä moderni logistiikka ovat lisänneet elintarvikkeiden ulkomaankauppaa. Tuotannon mittakaava-edut voivat tehdä suurten volyymien kuljettamisesta pitkiäkin matkoja kannattavaa. Pitkät välimatkat eivät nykyään ole este esimerkiksi juustojen markkinoille, mutta saattavat olla merkittävä kaupaneste nestemäisen maidon markkinoille. Kansainvälisen kaupan vapauttaminen on hyödyttänyt erityisesti vähittäiskauppaa, joka pystyy hankkimaan myytävät tuotteet kilpailukykyisiltä kansainvälisiltä markkinoilta ja samanaikaisesti toimittamaan tavaraa paikallisesti rajoittuneille kuluttajamarkkinoille. Tämän seurauksena eri maiden hintaerot ovat paljon suuremmat vähittäismyyntihinnoissa kuin alkutuotannossa. Kaupan vapauttamisen vaikutukset liitetään usein suoraan elintarviketeollisuuden ja vähittäiskaupan kasvaneeseen markkinavoimaan elintarvikeketjussa.

Suomen kaltainen pieni avoin talous on hyvin altis ulkoa tuleville markkinamuutoksille; moni elintarvikkeiden kuluttajahintaan Suomessa vaikuttava tekijä on peräisin maailmanmarkkinoilta. Maailmanmarkkinoilta Suomeen välittyvät vaikutukset vaihtelevat kuitenkin eri tuotteilla ja eri raaka-aineilla huomattavasti. Myös samaan tuoteryhmään kuuluvien tuotteiden välillä on eroja. Hintakehityksen eroja kuluttajatuotteiden välillä voidaan selittää ainakin jalostusasteella, kotimarkkinoiden kilpailutilanteella, tuotteiden välisellä korvattavuudella, kotimaisella kulutusrakenteella sekä kuluttajien mieltymyksillä.

Esimerkiksi tuoretuotteilla tuotteiden myyntiajat ovat rajallisia, jolloin kotimarkkinoiden kilpailuun vaikuttaa keskeisesti se, kuinka nopeasti raaka-aine muuttuu kuluttajatuotteeksi. Mitä pidemmäksi tämä aika venyy, sitä rajoitumpi tuotteen myyntiaika on. Nestemäinen maito on tästä hyvä esimerkki. Hedelmien ja vihannesten hinnoissa vastaava vaikutus tulee tuotannon kausivaihtelun seurauksena. Lihatuotteissa hintavaikutuksia ohjaa kulutus rakenne. Viljoilla vaikutuksen suuruus riippuu suoraan jalostusasteesta. Kuluttajahintoihin vaikuttavat suoraan lisäksi kuljetus- ja jakelukustannukset sekä kaupan ja tukkuportaan katteet.

Tuoteryhmittäin tarkasteltuna elintarvikkeiden hintakehitys poikkeaa Suomessa muun Euroopan hintakehityksestä. Viljan hinnan nousu näkyy kuluttajahinnoissa Suomessa muuta Eurooppaa vähemmän, lihassa vaikutukset ovat samaa tasoa ja maitotuotteilla kohonneet tuottajahinnat siirtyvät Suomessa kuluttajahintoihin selvästi voimakkaammin.



Kuvio 4. Tuottajahintakehitys tuoteryhmittäin EU:ssa ja Suomessa. Lähde: Eurostat.

Viljatuotteet

Viljan tuottajahinnassa tapahtuvat muutokset heijastuvat suoraan myllytuotteiden kuluttajahintaan, mutta jo leipomotuotteissa vaikutukset ovat usein marginaalisia. Raaka-aineen hinnan osuus jauhojen, ryyrien tai pastatuotteiden hinnoissa on huomattava, koska tuotteiden jalostusaste on matala. Ketjussa eteenpäin mentäessä välilliset kustannukset lopputuotteen hinnoista alkavat muodostaa entistä suuremman osan. Leivässä raaka-aineen osuus kuluttajahinnoista on noin 4 %.

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

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

Leivän vienti Suomesta on varsin pientä, eikä suomalainen leipä juurikaan liiku meiltä maailmalle. Näin ollen vientimarkkinoiden vaihtelut eivät vaikuta kotimaisen leipomoteollisuuden kilpailukykyyn ja sitä kautta hinnoitteluun. Ulkomaankaupan vähäisyyden takia suurimmat vaikutukset maailmanmarkkinoilla tapahtuvista muutoksista koetaan raaka-aineiden hintojen kautta. Muualla Euroopassa raaka-aineen merkitys hinnanmuodostuksessa on etenkin leivässä selvästi suurempi. Tämä johtuu ennen kaikkea siitä, että kulutustottumukset ja tuotantotavat eroavat Suomessa verrattuna muualla Eurooppaan. Tämä näkyy myös toteutuneessa hintakehityksessä.

Lihat tuotteet

Suomen lihamarkkinat ovat sekä tuotannon että kulutuksen osalta elintarvikkeiden tuoteryhmistä eniten yhdentyneet muun Euroopan markkinoihin. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että maailman ja sitä kautta Euroopan lihamarkkinoilla tapahtuvat muutokset heijastuvat suoraan ja varsin voimakkaasti sekä tuottaja- että kuluttajahintoihin Suomessa.

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

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

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

Maailmanmarkkinoiden suuri merkitys hinnanmuodostuksessa tarkoittaa samalla sitä, että kotimainen tuottajahintataso määräytyy pitkälti vientimarkkinoiden perusteella. Suomeen tuodaan tuotteita, jotka kilpailevat suoraan kotimaisten lisäarvotuotteiden kanssa. Kilpailu kiristää hinnoittelua ja näin ollen vähentää suomalaisten lihatalojen markkinoilta saamaa lisäarvoa. Samaan aikaan vientimarkkinat nojaavat vähempiarvoisiin tuotteisiin, joiden

viennistä ei juuri kerry lisäarvoa. Suomalaisten vientimarkkinoiden merkitystä korostaa myös se, että maailmanmarkkinoiden kannalta merkittävimmät sianlihan vientimaat ovat Tanska, Saksa ja Hollanti.

Maitotuotteet

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

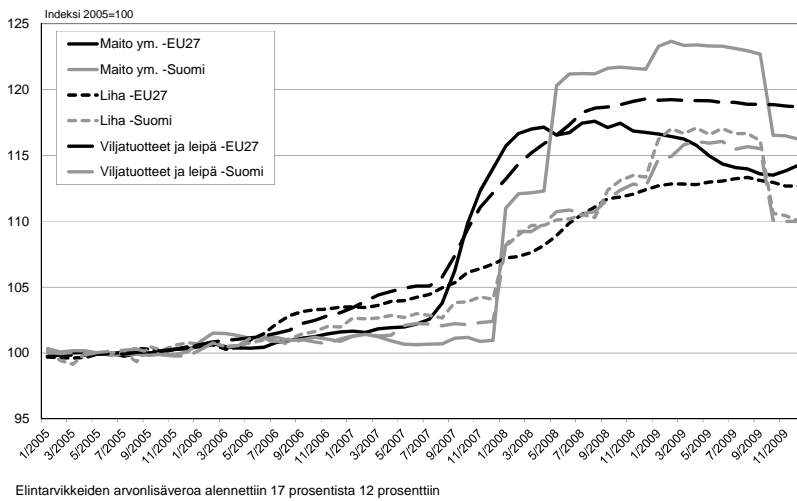
Kotimarkkinoiden toiminnassa ja hinnoittelussa vientimarkkinoiden rooli on keskeinen. Maitotuotteiden vienti on viime vuosina muodostunut pääasiallisesti erilaisten lisäarvotuotteiden viennistä. Näitä lisäarvotuotteita ovat olleet etenkin erilaiset terveystuotteiset jogurtit sekä juustot. Tämä lisäarvo on saatu siirrettyä kotimaan markkinoille parempien tuottajahintojen kautta.

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

Viennin kannattavuuteen ja tuonnin kautta tulevaan kilpailuun vaikuttavat lisäksi valuuttakursseissa tapahtuvat muutokset. Esimerkiksi Venäjän ruplan voimakas heikentyminen suhteessa euroon heikentää kotimaisten maitotuotteiden viennin kannattavuutta. Viennin kannattavuuden heikkeneminen vähentää vientituloja, kun tuotanto pyritään viemään ulkomaille aiempaa halvemmalla hinnalla. Vientitulojen pienentyminen näkyy kotimarkkinoilla tuottajahinnan laskuna.

Juustoista ja jogurteista poiketen nestemäisen maidon kuluttajahinta määryytyy varsin kotimarkkinavetoisesti, koska tuonnin kautta tuleva kilpailu on vähäistä. Samalla tuottajahinnassa tapahtuvat muutokset näkyvät herkimmin juuri nestemäisen maidon hinnoissa. Maitotuotteiden hintojen muutokset Suomessa ovat olleet seurausta maailmanmarkkinoiden muutosten vaikutuksista maitotuotteiden tuontiin. Kysynnän kasvu maailmalla pienentää maitotuotteiden tuontia Suomeen. Tuonnin pienentyminen heikentää kilpailua ja

parantaa sitä kautta kotimaisen meijeriteollisuuden asemaa suhteessa kaup-
paan.



Kuvio 5. Kuluttajahintakehitys tuoteryhmittäin EU:ssa ja Suomessa. Lähde:
Eurostat

5. AIKAISEMPIA TUTKIMUSTULOKSIA

5.1. Pohjoismaiset tutkimukset elintarvikemarkkinoiden kilpailullisuudesta

Pohjoismaiden kilpailuviranomaiset selvittivät vuosituhaten alkupuolella elintarviketeollisuuden ja -kaupan kilpailullisuutta Pohjoismaissa. Selvityksessä tarkasteltiin mm. elintarvikeketjun markkinarakennetta, elintarvikkeiden hintoja, tuotevalikoimien laajuutta ja tuotteiden pääsyä kaupan hyllylle eri Pohjoismaissa. (Nordic Food Markets, 2005.)

Selvityksen mukaan Euroopan unionin ulkopuolisissa maissa, Norjassa ja Islannissa, ruoka oli muita Pohjoismaita olennaisesti kalliimpaa. Suomi, Ruotsi ja Tanska olivat hintatasossa suhteellisen lähellä toisiaan, mutta muihin EU maihin verrattuna elintarvikkeiden hintataso oli korkeampi. Suhteessa muihin EU-maihin arvonlisäverosta puhdistettujen hintaerojen havaittiin pienentyneen, mikä tulkittiin osoitukseksi kilpailun lisääntymisestä pohjoismaisilla elintarvikemarkkinoilla. Kilpailullisuuden lisäämiselle katsottiin kuitenkin edelleen olevan tarvetta. Ruokakauppojen tuotevalikoima oli selvityksen mukaan Pohjoismaissa suppeampi kuin vertailumaana käytetyssä Ranskassa, erityisen pieni se oli Norjassa ja Islannissa.

Elintarviketeollisuuden ja -kaupan keskittymisaste oli selvityksen mukaan Pohjoismaissa huolestuttavan korkea, ja sen katsottiin voineen heikentää alan kilpailua. Myös tuotteen pääsyyn kaupan valikoimiin todettiin liittyvän esteitä, joihin tulisi kiinnittää erityistä huomiota. Raportin suositukset liittyvätkin mm. alan keskittymiseen, kaupan valikoimiin pääsyyn ja kauppapaikkojen saannin esteisiin.

Norjan maatalous- ja ruokaministeriö asetti vuoden 2010 alkupuolella työryhmän selvittämään Norjan elintarvikemarkkinoiden toimivuutta. Työryhmän tehtävänä oli paitsi kartoittaa elintarvikeketjun toimijoiden markkina-voima myös esittää kuluttajien etujen mukaisia toimenpiteitä hinnan, tuotevalikoiman, laadun ja saatavuuden suhteen. (Mat, makt og avmakt, 2011.)

Selvityksen mukaan Norjassa on neljä ostoryhmittymää (umbrella chain), joiden neuvotteluvoima tuottajiin nähden on kasvanut voimakkaasti ja jotka

käytännössä hallitsevat elintarvikemarkkinoita. Näillä ryhmittymillä on myös merkittäviä elintarvikeketjun muihin toimijoihin kohdistuvia omistus- ja muita vaikutussuhteita, jotka heikentävät elintarvikemarkkinoiden kilpailullisuutta. Lisäksi Norjassa monilla tuotemarkkinoilla johtavalla elintarviketeollisuusyrittäjällä on yli 50 prosentin markkinaosuus.

Norjassa on kalatuotteita lukuun ottamatta Euroopan korkeimmat elintarvikkeiden kuluttajahinnat. Korkeiden elintarvikkeiden kuluttajahintojen katsotaan selvityksessä heijastavan Norjan maantieteellisiä, demograafisia, taloudellisia ja poliittisia oloja. Selvityksen mukaan huomattavan suuret marginaalit elintarvikeketjussa ovat kuitenkin seurausta myös elintarvikemarkkinoiden kilpailun puutteesta ja kilpailua rajoittavista käytännöistä.

Selvityksessä kiinnitetään huomio muun muassa elintarvikemarkkinoiden sopimuskäytäntöihin, jotka saattavat rajoittaa uusien toimijoiden pääsyä markkinoille, kauppojen omien tuotemerkkien myynnin kasvuun sekä kuluttajien vaikutusvallan puuttumiseen ja vähäiseen organisoitumiseen.

Lisäksi selvityksessä korostetaan norjalaisten vähittäiskauppojen suppeita elintarvikkeiden tuotevalikoimia. Selvityksessä vertailtiin ruotsalaisten ja norjalaisten vähittäiskauppojen elintarvikevalikoimia. Tulosten mukaan vähittäiskauppojen tuotevalikoimat ovat viime vuosina monipuolistuneet Norjassa jonkin verran nopeammin kuin Ruotsissa, mutta ovat edelleen norjalaisissa vähittäiskaupoissa selvästi huonommat kuin ruotsalaisissa vähittäiskaupoissa.

Selvityksessä korostetaan tarvetta parantaa elintarvikkeiden hinnanmuodostuksen läpinäkyvyyttä Norjassa tehostamalla elintarvikeketjun valvontaa, lisäämällä avoimuus- ja ilmoitusvelvollisuuksia sekä kehittämällä sääntöjä markkinaehtoisten suhteiden ja käytäntöjen luomiseksi elintarvikeketjun toimijoiden välille.

5.2. Elintarvikkeiden hintamarginaalilaskelmat Suomessa

Maa- ja elintarviketalouden tutkimuslaitoksessa (MTT) on tehty useita laskelmia ja tutkimuksia elintarvikeketjun hintamarginaaleista. Tutkimuksissa raportoidaan yleisesti elintarvikkeiden vähittäismyynti- ja tuottajahinnan eron kasvusta.

Kuosmanen ja Niemi (2008) löytävät havainnolle kuusi mahdollista selitystä: 1) tuotteiden korkeampi jalostusaste, 2) parempi elintarvikehygienia, 3) erot tuottavuuden kasvussa eri sektoreilla, 4) maatalouspolitiikka, 5) kansainvälisen kaupan vapautuminen, ja 6) epätäydellinen kilpailu. Yleisesti ottaen

eri vaikutustekijöiden eristäminen ja erillään tarkastelu on tutkijoiden mukaan hyvin hankalaa. Empiirisessä analyysissä tuottavuuden kasvu ja parantuneen elintarvikehygienian kustannukset näyttäisivät kuitenkin olevan tärkeimmät selittäjät hintamarginaalien kehitykselle.

Kuosmanen (2008) havaitsi maataloustuen ja elintarvikkeiden kasvavien hintamarginaalien välillä positiivisen yhteyden. Vaikutus oli samankaltainen tutkimuodosta riippumatta. Lisäksi tutkimuksessa havaitaan, että epätäydellinen kilpailu, eli teollisuuden tai kaupan mahdollinen markkinavoima, voi entisestään vahvistaa hintamarginaalin kasvua. Tässä tilanteessa osa maataloustuesta vuotaa markkinavoimaa omaavien toimijoiden kätteisiin. Tutkimuksessa todetaan kuitenkin, että epätäydellinen kilpailu saattaa toisaalta toimia hyödyllisenä vastavoimana maataloustuen tuotantoa vääristäville vaikutuksille, ja siten pienentää maataloustuesta yhteiskunnalle aiheutuvaa hyvinvointitappiota.

Kuosmanen ja Niemi (2006) tutkivat kahden tasalaatuisen tuotteen, kevytmaidon ja jauhelihan, hintamarginaaleja vuosina 1975–2004. Kevytmaidon hintamarginaalin todetaan tutkimuksessa käyttäytyneen kyseisenä ajanjaksona hyvin vakaasti pysyen 50 prosentin tuntumassa. Tulos saattaa kuitenkin selittyä sillä, että hintamarginaalia selittävät tekijät ovat vaikuttaneet vastakkaisiin suuntiin ja eliminoineet toistensa vaikutusta. Tutkimuksen mukaan on myös mahdollista, että meijerit optimoivat kokonaistulostaan ristisubventoimalla tuotteitaan markkinatilanteen mukaan.

Jauhelihasa tutkijat havaitsivat marginaalin kasvaneen. Tuottavuuden kasvuerot voivat tutkimuksen mukaan olla yksi mahdollinen selitys kasvaneelle hintamarginaalille: naudanlihan tuottajahinnat ovat pudonneet nopeammin kuin maatalouden kokonaistuottavuus on kasvanut. Määräävän markkina-aseman väärinkäyttöä teollisuudessa tai kaupassa tutkijat pitävät epätodennäköisenä. Lihanjalostusalalla on useita toimijoita, joista suurimmat ovat lisäksi osuustoiminnallisia yrityksiä, joilla ei ole halua harjoittaa aggressiivista hinnoittelua tuottajiinsa nähden. Kaupan aggressiivista hinnoittelua on rajoittanut puolestaan kysynnän heikkeneminen BSE-taudin johdosta.

5.3. USA:n ”Food dollar”-tilastointi

USA:ssa on muodostettu useita tilastoja yhdistämällä ”food dollar” -tilasto, jonka avulla pystytään kattavasti vastaamaan kysymykseen, mihin/kenelle ruokaan käytettävät dollarit USA:ssa menevät. ”Food dollar” -tilastoa voidaan

analysoida monesta eri näkökulmasta. Ensinnäkin sen perusteella ruuan kuluksenmenot voidaan jakaa maatalouden osuuteen (farm share) ja elintarvikemarkkinoiden osuuteen (marketing bill). Elintarvikemarkkinoiden osuus vastaa ruuan hinnassa kaikkea sitä, mikä tarvitaan, kun maataloustuote jalostetaan kulutustuotteeksi ja toimitetaan kuluttajan saataville. Toiseksi ”food dollar” -tilastoa voidaan analysoida elintarvikeketjun näkökulmasta jakamalla ruokaan kulutettava dollari elintarvikkeiden arvoketjuun osallistuville toimialoille sen mukaan, kuinka paljon kukin toimiala on tuonut elintarvikkeeseen lisäarvoa. Kolmas tapa analysoida ”food dollar” -tilastoa on jakaa se tuotantotekijöille, eli kotimaiseen työvoimaan, kotimaiseen pääomaan, veroihin sekä ulkomaisiin tuotantotekijöihin, joita tilastossa vastaa yksinkertaistetusti tuontihinnat.

”Food dollar” -tilaston mukaan maatalouden osuus ruuan (ml. ravintolapalvelut) hinnasta vuonna 2008 oli 15,8 %. Maataloudelle menevä prosenttiosuus on pysynyt 2000-luvulla samalla tasolla. Jos tarkastelu ulotetaan pidemmälle, havaitaan, että maatalouden osuus on tilaston ensimmäisen vuoden – eli vuoden 1993 - jälkeen pudonnut 4,2 prosenttiyksikköä. ”Food dollar” -tilastosta pystytään erottelamaan myös ruuan kulutus kotona ja ravintolapalveluiden kulutus. Vuonna 2008 maatalouden osuus kotona kulutettavasta ruuasta oli 21,5 % ja ravintolaruuasta 4,3 %. Ravintolaruuassa maatalouden osuus on pudonnut tasaisesti koko 2000-luvun, kun taas kotona kulutetussa ruuassa maatalouden osuus ei ole juuri muuttunut.

Elintarvikeketjuun osallistuvien toimialojen tarkastelussa ruuan kuluksenmenot jakautuivat ”Food dollar” -tilaston mukaan vuonna 2008 seuraavasti: maatalous 11,6 %, elintarviketeollisuus 18,6 %, pakkausteollisuus 4,0 %, kuljetusala 3,5 %, vähittäiskauppa 13,6 %, ruokapalvelut 33,7 %, energia 6,8 %, rahoitusala 4,4 % ja muut (esim. mainonta, liike-elämän palvelut) 3,8 %. Yli prosenttiyksikön muutoksia toimialojen osuuksissa on vuosien 2000 ja 2008 välillä nähty elintarviketeollisuudessa (-3,1 prosenttiyksikköä), ruokapalveluissa (+4,3 prosenttiyksikköä) ja energiassa (+2,0 prosenttiyksikköä).

Tuojantekijöihin jaettaessa ”food dollar” muodostui vuonna 2008 seuraavasti: ulkomaiset tuotantotekijät (ts. tuonti) 7,8 %, verot 8,4 %, kotimainen pääoma 33,0 % ja kotimaiset työvoimakustannukset 50,8 %. 2000-luvulla työvoimakustannusten osuus on pudonnut noin 4 prosenttiyksikköä muiden tuotantopanosten osuuksien ollessa vastaavasti kasvussa. (Canning, 2011.)

6. ELINTARVIKKEISIIN KÄYTETTYJEN KOKONAISKULUTUSMENOJEN JAKAUTUMINEN

6.1. Hyödynnettävät aineistot ja menetelmä

Vaikka elintarvikesektoria ja sen hinnanmuodostusta on tutkittu melko laajasti Suomessa, ketjun eri sektorien osuutta elintarvikkeiden hinnanmuodostuksessa ei ole onnistuttu kattavasti tekemään. Tätä vaikeuttaa se, että ketjun eri osien hinnoista ei ole riittäviä tilastotietoja. Erityisesti teollisuuden ja kaupan väliset hinnat ovat yleensä salaisia.

Seuraavissa luvuissa laskemme elintarvikeketjun eri sektorien bruttomarginaaleja hyödyntämällä elintarvikkeiden kulutuksen, tuotannon ja ulkomaankaupan bruttomääräisiä tilastoarvoja.³ Lähestymistapamme elintarvikkeiden hinnanmuodostukseen perustuu toisin sanoen kotimaisten elintarvikkeiden, alkoholittomien juomien ja ravintolapalveluiden kokonaiskulutusmenojen jakamiseen elintarvikeketjun merkittävimmille sektoreille: maatalouteen, teollisuuteen sekä kauppaan ja ravintolapalveluihin. Koska kiinnostuksen kohteena on kotimainen elintarvikeketju, tuonti on erotettu yhdeksi elintarvikeketjun erilliseksi osaksi. Vastaavasti maatalouden ja elintarviketeollisuuden vienti sekä vientielintarvikkeiden valmistukseen käytetty kotimaisen maatalousraaka-aineen arvo on vähennetty maatalouden ja elintarviketeollisuuden osuuksista. Lisäksi hinnanmuodostuksessa on yhtenä osana huomioitu elintarvikkeiden, alkoholittomien juomien ja ravintolapalveluiden arvonnalisäverot sekä virvoitusjuomaverot.

Laskelmien perustana on usean suomalaisen organisaation suorittama kattava tilastointi. Kulutusta ja teollisuuden tuotantoa koskevat luvut on poimittu Tilastokeskuksen tietokannoista. Ulkomaankauppaluvut ovat peräisin Tul-

³ Bruttomarginaali eroaa käsitteellisesti voittomarginaalista (tai nettomarginaalista), jossa kullekin ketjun osalle tulevat kustannukset on vähennetty.

lin ylläpitämästä Uljas-tietokannasta sekä Elintarviketeollisuusliiton (ETL) vienti- ja tuontitilastoista, joissa maataloushyödykkeiden ja elintarvikkeiden ulkomaankauppa on selkeästi eroteltu. Tullin Uljas-tietokannasta saadaan myös elintarviketeollisuuden elintarviketuonti, jolloin elintarvikkeiden kokonaistuonti pystytään jakamaan teollisuuden sekä kaupan ja ravintolapalveluiden kesken. Maatalouden tuotannon bruttoarvot on kerätty Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskuksen (MTT) vuosittain julkaisemasta maataloustuotannon kokonaislaskelmasta.

Tarkastelusta on irrotettu alkoholin ja eläinten ruokien valmistus ja myynti sekä valmistukseen tarvittava maatalousraaka-aineen käyttö. Panimoteollisuuden ja alkoholijuomien valmistuksessa käytettävän maatalousraaka-aineen bruttoarvo sekä myös rehuteollisuuden menevä maataloustuotannon bruttoarvo on jouduttu arviomaan maataloustuotantoerien bruttoarvojen perusteella. Muilta osin panimoteollisuudesta sekä alkoholijuomien valmistuksesta samoin kuin rehujen valmistuksesta on saatavissa omat toimialakohtaiset tilastot. Ravintolapalveluiden kulutusmenojen jakaminen ruokaan ja alkoholiin onnistuu melko tarkasti Majoitus- ja ravintolapalvelut Ry:n (MaRa Ry) kattavan tilastoinnin avulla.

Laskelmissa hyödynnetty yksinkertaistettu elintarvikeketjun bruttomarginaalien laskentakaava on esitetty laatikossa 1.

Maatalouden osuus

= Maatalouden bruttoarvo (MTT:n kokonaislaskelma)

- Maataloustuotteiden vienti (ETL:n elintarvikkeiden vientitilasto ja ulkomaankauppatilasto Uljas)
- Vientielintarvikkeiden valmistukseen menevä osuus maataloudesta

Elintarviketeollisuuden osuus

= Elintarviketeollisuuden bruttoarvo (Tilastokeskus)

- Elintarvikkeiden vienti (ETL:n elintarvikkeiden vientitilasto ja ulkomaankauppatilasto Uljas)
- Elintarviketeollisuuden raaka-ainetuonti (Ulkomaankauppatilasto Uljas)
- Maatalouden osuus

Kaupan ja ravintolapalveluiden osuus

= Elintarvikkeiden, alkoholittomien juomien ja ravintolapalveluiden kulutusmenot yhteensä (Tilastokeskus)

- Verot
- Elintarvikkeiden ja alkoholittomien juomien tuonti
- Elintarviketeollisuuden osuus
- Maatalouden osuus

Verot

= Arvonlisävero elintarvikkeista

+ Arvonlisävero ravintolapalveluista

+ Virvoitusjuomaverot (Veronmaksajien keskusliitto)

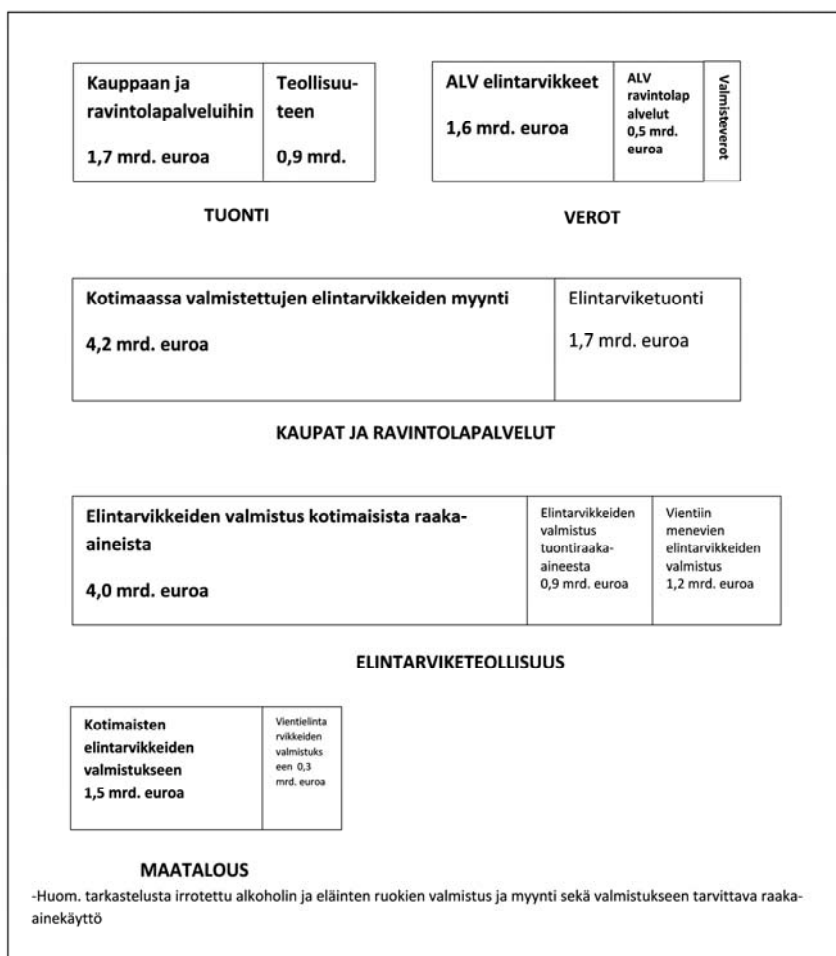
Elintarvikkeiden ja alkoholittomien juomien tuonti (ETL:n elintarvikkeiden vientitilasto ja ulkomaankauppatilasto Uljas)

= Elintarviketeollisuuden tuonti (Ulkomaankauppatilasto Uljas)

+ Tuonti kauppaan

Laatikko 1. Elintarvikeketjun bruttomarginaalien laskentakaava

Yllä kuvatulla tavalla laskettu arvio elintarvikeketjun bruttoarvon muodostumisesta vuonna 2009 on esitetty kuviossa 6. Laatikkojen koot kuviossa 6 ovat verrannollisia ja ne vastaavat sektorien euromääräisiä bruttoarvoja.



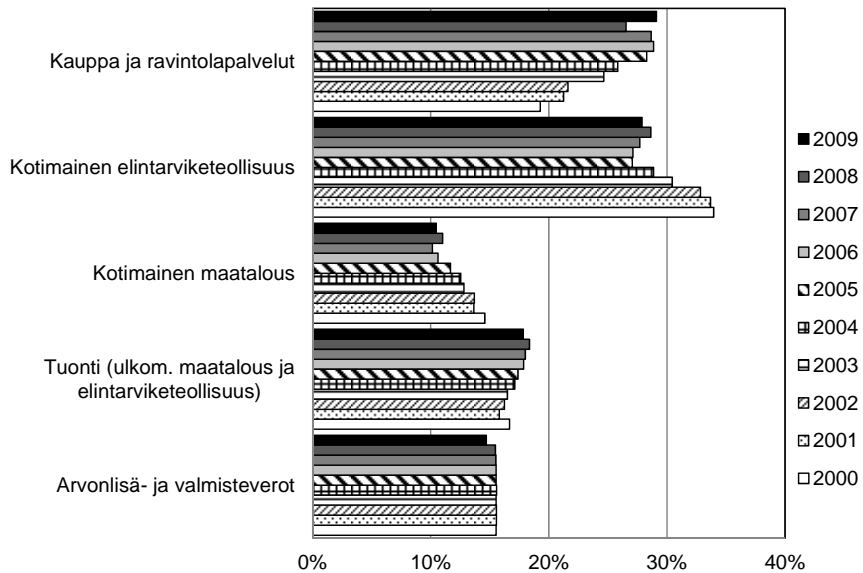
Kuvio 6. Elintarvikeketjun bruttoarvon (14,4 mrd. €) muodostuminen vuonna 2009

6.2. Kotimaisen elintarvikeketjun bruttomarginaalit vuosina 2000–2009

Kuviossa 7 on esitetty elintarvikeketjun eri osien – maatalouden, elintarvike-teollisuuden, kaupan ja ravintolapalveluiden, tuonnin sekä verojen – brutto-marginaalit, eli suhteelliset osuudet elintarvikeketjun bruttoarvosta vuosina 2000–2009.⁴

Kuviossa 7 esitettyjen tulosten perusteella suomalaisen maatalousraaka-aineen osuus elintarvikeketjun hinnanmuodostuksessa on pienentynyt 2000-luvulla: maatalouden osuus elintarvikkeiden bruttoarvosta oli vuonna 2009 keskimäärin hieman yli 10 %. Vuodesta 2000 kotimaisen maatalouden bruttomarginaali on pudonnut 4 prosenttiyksikköä.

Tulosten perusteella maatalouden merkitys elintarvikeketjussa on pienentynyt. Kehitystä taustoittavat monet jo edellä käsitellyt tekijät. Maatalouden tukitoimenpiteissä on siirrytty tuotantoon sidotuista tuista yhä enemmän suoriin tukiin. Jalostetumpien tuotteiden kulutusosuuden kasvu merkitsee



Kuvio 7. Elintarvikeketjun bruttomarginaalit 2000–2009. Lähteet: Tilastokeskus, Tulli, MTT taloustutkimus, Elintarviketeollisuusliitto, MaRa ry ja kirjoittajien omat laskelmat

⁴ Tarkemmat tiedot kuvion laskelmista pyydettäessä kirjoittajilta.

suoraan sitä, että ruuan hinnasta yhä suurempi osuus perustuu muuhun kuin maataloudesta tulevaan raaka-aineeseen. Samalla tavalla kotimaisen maatalouden osuuteen ruuan kokonaiskulutusmenoista vaikuttaa ravintolaruokailun kasvu sekä toisaalta myös tuonnin kasvu. Tuottavuuden kasvu maataloudessa on ollut nopeampaa kuin elintarviketeollisuudessa ja kaupassa, mikä sekin osaltaan pienentää maatalouden osuutta ruuan hinnassa.

Kotimaisen elintarviketeollisuuden osuus elintarvikkeiden kokonaiskulutusmenoista on kuvion 7 mukaan pudonnut 2000-luvulla keskimäärin alle kolmannekseen. Elintarviketeollisuuden osuus elintarvikeketjun bruttoarvosta oli vuonna 2000 keskimäärin noin 34 %. Vuonna 2009 kyseinen osuus oli vastaavasti noin 28 %. Elintarviketeollisuuden bruttomarginaalin huomattava lasku on toisaalta yllättävä, koska samaan aikaan elintarvikkeiden jalostusaste on noussut. Voidaan todeta, että tulosten perusteella elintarviketeollisuuden asema kotimaan elintarvikemarkkinoilla on ollut haastava; elintarviketeollisuus ei ole saanut nostettua omia hintojaan, vaan se on joutunut pärjäämään ensisijaisesti tuottavuuden kasvulla. On kuitenkin hyvä huomioida, että elintarviketeollisuuden tuottavuus ei ole kasvanut yhtä nopeasti kuin esimerkiksi vähittäiskaupan tuottavuus (Huovari ja Jalava, 2007).

Suomen EU-jäsenyys moninkertaisti elintarvikkeiden tuonnin. Kotimarkkinoiden integroitua kansainvälisiin markkinoihin elintarviketeollisuus kilpailee tiiviisti ulkomaisten tavarantoimittajien kanssa vähittäismyyntimarkkinoilla. Vuonna 2009 tuontituotteiden osuus suomalaisten elintarvikkeisiin käyttämästä kokonaiskulutusmenoista oli noin 19 %. Tuontituotteiden osuus elintarvikeketjun bruttoarvosta on 2000-luvulla kasvanut tasaisesti yhteensä noin 2 prosenttiyksiköllä.

Kuviossa 7 esitettyjen laskelmien perusteella kaupan ja ravintoloiden osuus ruuan kulutusmenoista on kasvanut selvästi 2000-luvulla. Kaupan ja ravintoloiden bruttomarginaali oli vuonna 2009 jo keskimäärin yli 29 %. Marginaali on kasvanut 10 prosenttiyksikköä vuodesta 2000. Kaupan ja ravintolapalveluiden bruttomarginaali ylittää siis elintarviketeollisuuden bruttomarginaalin. Osa kaupan ja ravintolapalveluiden osuuden kasvusta selittyy sillä, että ravintolasyöminen on kasvanut jonkin verran kotona syömistä nopeammin. Ravintolapalveluihin käytettävät kulutusmenot (ilman alkoholia) ovat kasvaneet vuodesta 2000 vuoteen 2009 noin 50 % ja muut ruokamenot noin 40 %. Ravintolasyömisestä on kuitenkin vain noin 20 % kaikista kuluttajien ruokamenoista, joten myös kauppa on kasvattanut osuuttaan ruokaan käytettävistä kulutusmenoista.

Integroituvien markkinoiden kilpailupaine ei ole ulottunut kaupan vähittäismyyntiportaaseen samassa määrin kuin maatalouteen ja teollisuuteen. Kuviossa 7 esitetyt tulokset tukevat monissa tutkimuksissa esitettyä johtopäätöstä: vähittäiskaupan neuvotteluasema elintarvikeketjussa on vahvistunut suhteessa kotimaiseen maatalouteen ja elintarviketeollisuuteen.

Monesti nostetaan esiin näkemys, jonka mukaan yksi kaupan bruttomarginaalia kasvattava tekijä on toimintojen siirtyminen muilta sektoreilta kaupan hoidettavaksi. Erityisesti kuljetuksia on siirtynyt elintarviketeollisuudelta kaupalle. Kun energian hinnat ovat olleet nousussa ja kuljetusmatkat ovat pidentyneet tuotannon keskittymisen myötä, kustannustekijät saattavat olla yksi selittävä tekijä kaupan kasvaneelle bruttomarginaalille. Bruttomarginaalilaskelmissa kustannuksia ei vähennetä. Liitteessä 2 on esitetty elintarviketeollisuuden ja kaupan kustannusrakenteen kehitys vuosina 2000–2009. Lisäksi liitteessä 1 on taulukoitu keskeisimpiä elintarviketeollisuuden ja kaupan tilinpäätösten tunnuslukuja kyseiseltä ajanjaksolta. Kun huomioidaan kaupan kasvu 2000-luvulla, kustannusrakenteen kehityksen ei voida juurikaan katsoa tukevan näkemystä, jonka mukaan kustannustekijät selittäisivät kaupan bruttomarginaalin kasvua.

Tarkasteltaessa kuviossa 7 esitettyjä bruttomarginaaleja havaitaan, että vuoteen 2005 saakka bruttomarginaalien kehityksellä oli selkeä suunta: kaupan ja ravintoloiden bruttomarginaali kasvoi maatalouden ja elintarviketeollisuuden bruttomarginaalien pienentyessä vastaavasti. Vuodesta 2005 eteenpäin bruttomarginaalien kehitys eri sektorin välillä on ollut huomattavasti tasaisempaa. Vuosi 2008 on tässä kehitystarkastelussa erityisen mielenkiintoinen, sillä silloin maatalous ja elintarviketeollisuus pystyivät kasvattamaan bruttomarginaalejaan kaupan ja ravintolapalveluiden bruttomarginaalin kustannuksella. Kuten edellä on selvitetty, kyseisenä vuonna sekä monista kysyntä- että tarjontatekijöistä johtuen maatalouden ja elintarviketeollisuuden neuvotteluvoima elintarvikeketjussa parani.

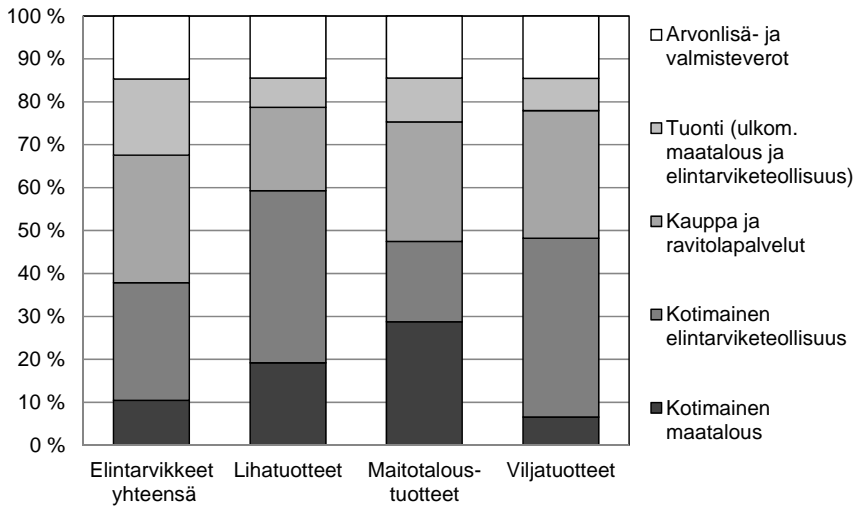
6.3. Elintarvikeketjun bruttomarginaalit tuoteryhmittäin

Kuviossa 8 on esitetty arvio ruokaan käytettävien kulutusmenojen jakautumisesta elintarvikeketjun eri sektoreille liha-, maito- ja viljatuoteryhmissä Suomessa vuonna 2009.

Kotimaisen maatalouden osuus ruuan kulutusmenoista vaihtelee huomattavasti tuoteryhmittäin. Vuoden 2009 lukujen mukaan maidontuottaja sai maitotaloustuotteiden kulutusmenoista keskimäärin noin 30 %, lihantuottaja lihatuotteiden kulutusmenoista noin 20 % ja viljantuottaja viljatuotteiden kulutusmenoista noin 6,5 %. Näiden lukujen perusteella täydellisen kilpailun markkinoilla 10 prosentin tuottajahinnan nousu välittyy suoraan kuluttajahintoihin ja nostaa maitotaloustuotteiden keskimääräistä kuluttajahintaa 3 %, lihatuotteiden 2 % ja viljatuotteiden 0,65 %.

Vaikka suurelta osin tuottajahintojen muutokset eivät ruuan hintaa kovin paljon heiluta, kilpailullisilla elintarvikemarkkinoilla tuottajahintojen kansainvälisestä kehityksestä on kansallisella tasolla vaikea poiketa. Erityisen selvästi tämä on nähtävissä voimakkaasti integroituneilla lihamarkkinoilla. Hinnassa voi olla maiden välillä perusteltuja tasoeroja ja hintakehityksessä viiveitä, kuten on Suomen maitomarkkinoilla suhteessa EU:n maitomarkkinoihin. Pidemmällä aikavälillä tuonti tai tuonnin uhka kuitenkin integroi hintakehityksen. Itse asiassa juuri maitomarkkinoilla vuoden 2008 poikkeuksellisen suuri tuottajahinnan nousu Suomessa ja vuoden 2009 tuottajahinnan alentaminen ovat hyvä esimerkki integroituneiden markkinoiden paineesta.

Myös kotimaisen elintarviketeollisuuden osuus ruuan kulutusmenoista vaihtelee huomattavasti tuoteryhmittäin. Suurin osuus teollisuudella on viljatuotteissa, joissa mylly- ja leipomoteollisuuden osuus viljatuotteiden kulutusmenoista oli vuonna 2009 noin 42 %. Myös lihasektorilla teollisuus saa lihatuotteiden kulutusmenoista yli 40 %. Lihateollisuuden osalta on kuitenkin huomattava, että luku sisältää myös pitkälle jalostettujen einesten valmistuksen. Lihateollisuuteen laskettava einesten valmistus käyttää raaka-aineena myös esimerkiksi vihanneksia ja viljatuotteita, joiden osuutta ei ole pystytty vähentämään teollisuuden raaka-ainehankintamenoista. Näin ollen teollisuuden osuus tulee lihatuotteissa yliarvioitua. Meijeriteollisuuden saama osuus on tarkastelluista elintarviketeollisuuden aloista pienin, noin 19 %. Tämä selittyy pitkälti sillä, että nestemäisen maidon osuus maitotaloustuotteiden kulutusmenoista on suuri, mutta sen jalostusaste on suhteellisen alhainen.



Kuvio 8. Elintarvikeketjun bruttomarginaalit tuoteryhmittäin vuonna 2009. Lähteet: Tilastokeskus, Tulli, MTT taloustutkimus, Elintarviketeollisuusliitto, MaRa ry ja kirjoittajien omat laskelmat.

Kuviosta 8 nähdään lisäksi, että kaupan ja ravintoloiden osuus ruuan kulumenoista tuoteryhmätasolla on 20–30 %. Kaupan rooli on tuoteryhmästä riippumatta tasaisen vahva.

Kuviossa 9 on esitetty tuoteryhmätasolla elintarvikeketjun eri sektorien bruttomarginaalien muutokset vuodesta 2000 vuoteen 2009. Vastaavasti kuviossa 10 on esitetty keskimääräiset prosentuaaliset bruttomarginaalien vuosimuutokset vuosilta 2000–2009.

Kuvioista nähdään, että maidontuottajien osuus maitotuotteiden kulutuksen bruttoarvosta on pudonnut verrattain paljon: vuodesta 2000 vuoteen 2009 maidontuottajien bruttomarginaali on pienentynyt 12,6 prosenttiyksikköä, keskimäärin 3,8 % vuodessa. Lihantuottajien osuus lihatuotteiden kokonaiskulutusmenoista on vastaavasti pudonnut noin 4 prosenttiyksikköä. Tämä on tarkoittanut noin 2 prosentin keskimääräistä vuotuista pudotusta 2000-luvulla. Viljelijöiden osuus viljatuotteiden kulutuksen bruttoarvosta on tulosten mukaan sen sijaan noussut: vuosina 2000–2009 viljelijöiden bruttomarginaali on kasvanut yhteensä 1,7 prosenttiyksikköä eli keskimäärin 0,4 % vuodessa. Tulos selittyy paljolti viljan hinnan merkittäväällä nousulla vuonna 2007.

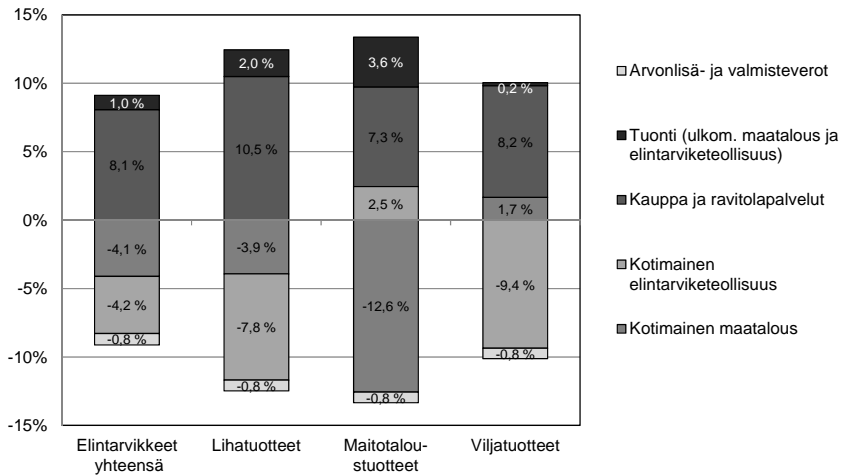
Teollisuuden bruttomarginaalit ovat pienentyneet elintarvikkeiden hinnanmuodostuksessa maitotaloustuotteita lukuun ottamatta muissa tarkastel-

tavissa tuoteryhmissä selvästi vuosina 2000–2009. Viljatuotteissa mylly- ja leipomoteollisuuden bruttomarginaali on alentunut keskimääräistä enemmän: vuosien 2000 ja 2009 välillä lihateollisuuden bruttomarginaali on laskeutunut yhteensä 9,5 prosenttiyksikköä, mikä on vastannut yli 3 prosentin keskimääräistä vuotuista alenemista. Lihatuotteissa teollisuuden bruttomarginaali on pienentynyt vuosina 2000–2009 liki 7,8 prosenttiyksikköä. Keskimäärin teollisuuden osuus lihatuotteiden bruttoarvosta on siis pienentynyt 2,5 % vuodessa. Meijeriteollisuus on sen sijaan pystynyt kasvattamaan bruttomarginaaliaan tarkasteltavalla aikavälillä 2,5 prosenttiyksiköllä. Tämä on tarkoittanut 0,4 prosentin keskimääräistä vuotuista kasvua. Suomessa maitotaloustuotemarkkinoita hallitsee yksi merkittävä meijeriteollisuuden yritys. Kehityksen taustalla on myös teollisuuden panostus tuotekehitykseen, mikä näkyy erityisesti terveysvaikutteisten tuotteiden markkinoiden kasvuna.

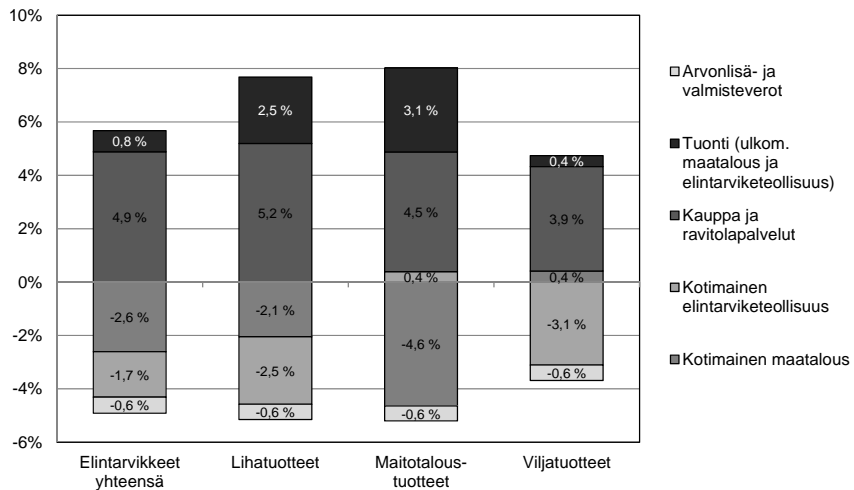
Kaupan ja ravintolapalveluiden osuus elintarvikeketjun bruttoarvosta on kasvanut selvästi kaikissa tuoteryhmissä. Keskimäärin kaupan ja ravintolapalveluiden bruttomarginaali on kasvanut liki 5 % prosenttia vuodessa; vuonna 2009 kaupan ja ravintolapalveluiden bruttomarginaali oli 8,1 prosenttiyksikköä suurempi kuin vuonna 2000. Selvimmin kaupan ja ravintolapalveluiden bruttomarginaali on kasvanut lihatuotteissa – 10,5 prosenttiyksikköä eli keskimäärin 5,2 % vuodessa. Tuloksesta voidaan päätellä, että elintarvikkeiden jalostusasteen nousu on hyödyttänyt myös kauppaa ja ravintolapalveluita. Kuten edellä todettiin, pitkälle jalostettujen einesten valmistus sisältyy lihatuoteryhmään. Maitotaloustuotteissa kaupan ja ravintolapalveluiden yhteenlaskettu bruttomarginaali on sen sijaan kasvanut hieman hitaammin kuin elintarvikkeissa keskimäärin. Maitotaloustuotteiden ryhmässä kaupan ja ravintolapalveluiden bruttomarginaali on kasvanut vuosina 2000–2009 hieman yli 7 %, mikä on tarkoittanut 4,5 prosentin keskimääräistä vuotuista nousua. Viljatuotteissa kaupan ja ravintolapalveluiden bruttomarginaali oli vuonna 2009 yli 8 % korkeammalla tasolla kuin vuonna 2000. Keskimäärin kauppa ja ravintolapalvelut ovat siis tässä tuoteryhmässä kasvattaneet osuuttaan liki 4 % vuodessa.

Kuvioista 9 ja 10 nähdään myös tuonnin osuuden voimakas kasvu liha- ja maitotuotteiden kokonaiskulutusmenoista. Lihatuotteissa tuonnin osuus kulutusmenojen bruttoarvosta on kasvanut keskimäärin 2,5 % vuodessa ja maitotaloustuotteissa vastaavasti keskimäärin 3,1 % vuodessa. Vuonna 2009 tuonnilla olikin lihatuotteissa 2,5 prosenttiyksikköä suurempi bruttoarvosuus kuin vuonna 2000. Vastaavasti maitotaloustuotteissa tuonnin osuus

arvoketjun bruttoarvosta oli 3,6 prosenttiyksikköä suurempi vuonna 2009 kuin vuonna 2000.



Kuvio 9. Bruttomarginaalien muutos (prosenttiyksikköä) tuoteryhmittäin 2000–2009. Lähteet: Tilastokeskus, Tulli, MTT taloustutkimus, Elintarviketeollisuusliitto, MaRa ry ja kirjoittajien omat laskelmat.



Kuvio 10. Bruttomarginaalien keskimääräinen prosentuaalinen muutos vuodessa (2000–2009). Lähteet: Tilastokeskus, Tulli, MTT taloustutkimus, Elintarviketeollisuusliitto, MaRa ry ja kirjoittajien omat laskelmat.

6.4. Maiden välinen vertailu elintarvikeketjun bruttomarginaalien muodostumiseen

Tarkastellaan seuraavaksi maiden välisiä eroja bruttomarginaalien muodostumisissa elintarvikeketjussa. Vertailuun on valittu kahdeksan maata: Espanja, Italia, Iso-Britannia, Ranska, Ruotsi, Saksa, Tanska, ja USA. Koska monissa maissa eri elintarvikkeisiin sovelletaan erisuuruisia arvonlisäverokantoja sekä joihinkin elintarvikkeisiin kohdistuu lisäksi valmisteveroja, arvonlisä- ja valmisteveroja ei ole pystytty erottamaan kaupan- ja ravintolapalveluiden bruttomarginaalista. Tarkastelussa hyödynnetään edellisen luvun bruttomarginaalilaskentaan verrattuna yksinkertaistettua laskentakaavaa. Elintarvikeketjun bruttoarvon muodostuksessa erotetaan maatalouden, elintarviketeollisuuden ja tuonnin osuudet. Näiden vähentämisen jälkeinen osuus elintarvikkeiden ja ravintolapalveluiden kulutuksen bruttoarvosta sisältää kaupan ja ravintolapalveluiden bruttomarginaalin sekä verojen osuuden. Lisäksi on huomioitava, että eläinten ruokia ja alkoholia ei ole pystytty irrottamaan tarkastelusta.

Kuviossa 11 on esitetty elintarvikeketjun bruttomarginaalit tarkastelun kohteena olevissa maissa vuonna 2009. Kuvioista nähdään, että maatalouden osuus ruuan kulutuksen bruttoarvosta on suurin USA:ssa – noin 18 %. Myös Tanskassa, Ranskassa ja Italiassa maatalouden osuus ylittää 10 %. Vastaavasti Isossa-Britanniassa maatalouden bruttomarginaali jää noin 6 prosenttiin, mikä on tarkasteltavien maiden joukossa alhaisin maatalouden prosentiosuus.

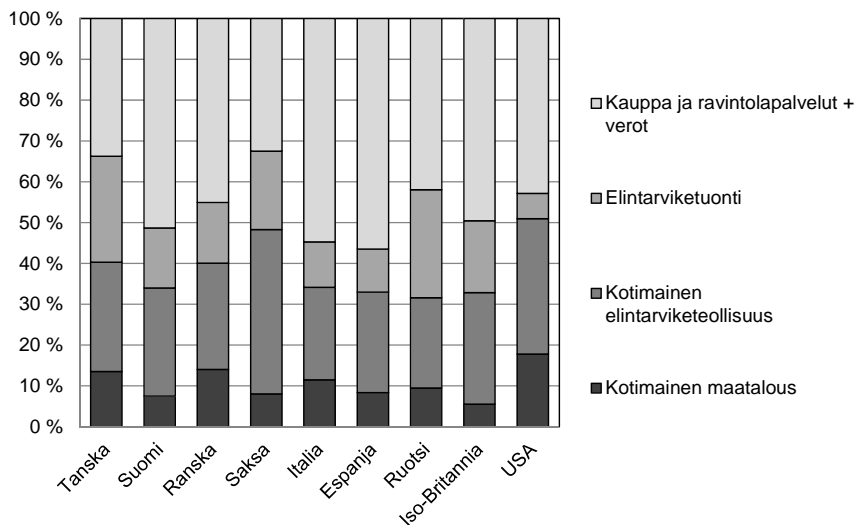
Elintarviketeollisuuden bruttomarginaalit ovat maiden välillä huomattavan tasasuuruisia – noin 25 %. Poikkeuksen tekee Saksa, missä elintarviketeollisuuden bruttomarginaali vuonna 2009 oli 40 %. USA:ssa elintarviketeollisuus saa ruuan kulutuksen bruttoarvosta kolmanneksen, eli jonkin verran enemmän kuin tarkasteltavissa maissa keskimäärin.

Tuonnin osuus elintarvikkeiden kokonaiskulutuksesta sen sijaan vaihtelee maiden välillä melko voimakkaasti. Tanskassa ja Ruotsissa tuonnin osuus ylittää 25 %. Saksassa tuontiruuan osuus elintarvikkeiden kokonaiskulutusmenoista on noin 20 %. Sen sijaan USA:ssa tuonnille menevä osuus jää noin 6 prosenttiin. Myös Espanjassa tuonnin osuus jää verraten alhaiseksi, 10 prosenttiin.

Kaupan ja ravintolapalveluiden bruttomarginaalit sekä verot sisältävä jäännäöserä vaihtelee myös voimakkaasti maiden välillä. Havaintoa taustoittavat monet tekijät. Ensinnäkin elintarvikkeisiin kohdistuvissa yleisissä arvonlisäverokannoissa on suuria eroja maiden välillä; Tanskassa elintarvikkeita

verotetaan 25 prosentin alv-kannalla, kun vastaavasti Isossa-Britanniassa elintarvikkeiden yleinen arvonlisäverokanta on nolla. Tanskan verrattain alhaista kaupan, ravintolapalveluiden ja verojen osuutta selittää korkea tuonnin osuus: elintarviketuonnista suurin osa menee suoraan kauppojen hyllyille. Toiseksi ravintolapalveluiden osuus ruuan kokonaiskulutuksessa vaihtelee merkittävästi maiden välillä. Espanjassa, Italiassa ja Isossa-Britanniassa ravintolasyö-
misen ja -juomisen osuus on noin 50 %, kun se muissa maissa on 25–30 %. Ravintolapalveluiden suuri osuus elintarvikkeiden kokonaiskulutuksen bruttoarvon muodostumisessa onkin merkittävä selittäjä kaupan, ravintolapalveluiden ja verojen verrattain korkealle osuudelle Italiassa ja Espanjassa. Tarkasteltavista maista korkein kaupan, ravintolapalveluiden ja verojen yhteenlaskettu osuus on Espanjassa 56,5 % ja alhaisin Saksassa 32,5 %.

Tarkastellaan seuraavaksi bruttomarginaalien kehitystä 2000-luvulla. Vastaavalla tavalla kuin edellisen luvun tuoteryhmittäisessä tarkastelussa kuviossa 12 on esitetty maittain bruttomarginaalien muutokset elintarvikeketjussa vuodesta 2000 vuoteen 2009. Lisäksi kuviossa 13 on esitetty keskimääräiset prosentuaaliset bruttomarginaalien vuosimuutokset laskettuna vuosilta 2000–2009.



Kuvio 11. Elintarvikkeiden bruttomarginaalit 2009 – maiden välinen vertailu.

Lähteet: Eurostat, USDA, OECD, COMTRADE

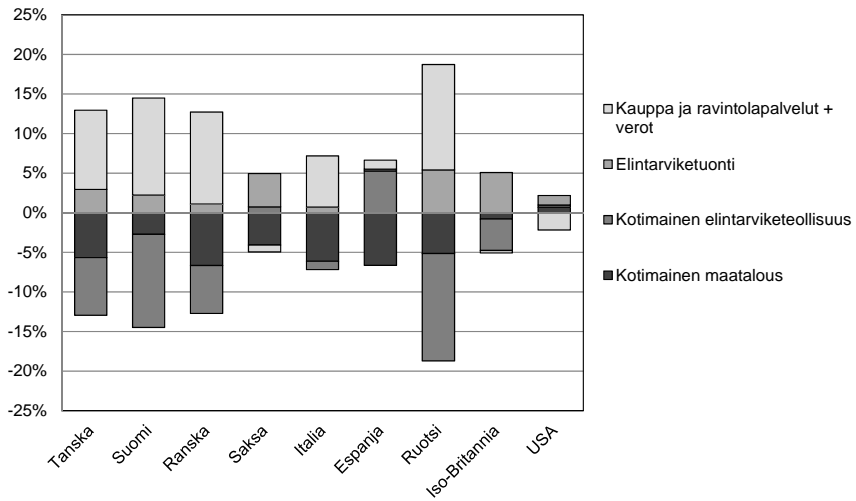
Kuvioiden mukaan suurimmat muutokset elintarvikeketjun eri sektorien bruttomarginaaleissa ovat tapahtuneet Pohjoismaissa sekä Ranskassa. Näissä maissa kaupan, ravintolapalveluiden ja verojen yhteenlaskettu osuus ruuan kulutuksen bruttoarvosta on kasvanut kymmenessä vuodessa yli 10 prosenttiyksikköä. Tämä on tarkoittanut 3-5 % keskimääräistä vuotuista kasvua. Vastaavasti maatalouden ja elintarviketeollisuuden bruttomarginaalit ovat pienentyneet kyseisissä maissa 2000-luvulla selvästi.

USA:ta lukuun ottamatta maataloudelle menevä osuus elintarvikeketjun bruttoarvosta on pienentynyt tarkastelun kohteena olevissa maissa vuosina 2000–2009. Yleisesti maatalouden bruttomarginaali on laskenut vuodessa keskimäärin 3-5 % (kuvio 12). Suurimmat maatalouden osuuden pienentymiset ovat kuvioiden 12 ja 13 mukaan nähty Espanjassa Italiassa, Ranskassa ja Ruotsissa.

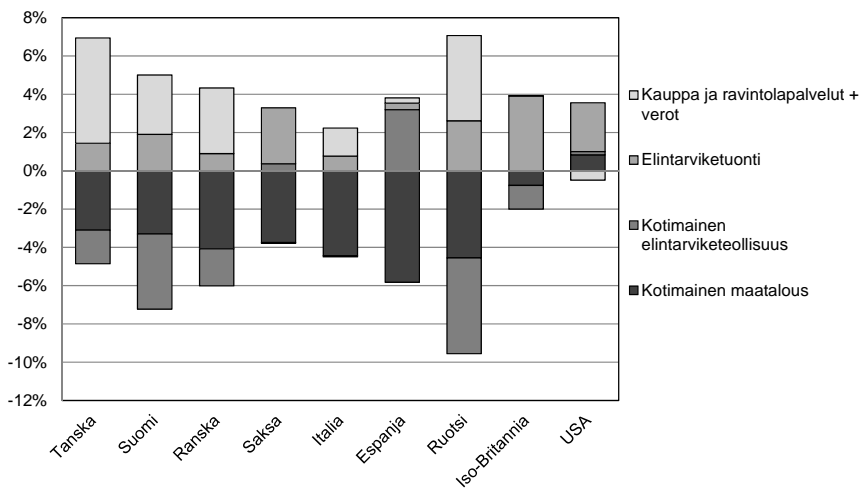
Pohjoismaissa sekä Ranskassa elintarviketeollisuuden bruttomarginaali on laskenut huomattavasti: Suomessa ja Ruotsissa elintarviketeollisuuden bruttomarginaali on pudonnut yli 10 prosenttiyksikköä, mikä on tarkoittanut 4-5 % keskimääräistä vuotuista bruttomarginaalin laskua vuosina 2000–2009. Saksassa, Espanjassa ja USA:ssa elintarviketeollisuuden bruttomarginaali on sen sijaan 2000-luvulla noussut.

Tuontielintarvikkeiden osuus ruuan kokonaiskulutuksesta on kasvanut kaikissa tarkasteltavissa maissa. Keskimäärin tuonnin osuus on tarkasteltavissa maissa kasvanut 1-4 % vuodessa.

Kuvioista 12 ja 13 nähdään vielä, että kaupan, ravintolapalveluiden ja verojen osuus on pienentynyt USA:ssa ja pysynyt Saksassa sekä Isossa-Britanniassa samalla tasolla vuosina 2000–2009. Näissä maissa bruttomarginaalien kokonaismuutokset ovat kaiken kaikkiaan pysyneet 2000-luvulla suhteellisen pieninä, alle 5 prosenttiyksikössä.



Kuvio 12. Bruttomarginaalien muutos vertailumaissa 2000–2009. Lähteet: Eurostat, USDA, OECD, COMTRADE



Kuvio 13: Bruttomarginaalien keskimääräinen prosentuaalinen muutos vertailumaissa vuonna (2000–2009)

7. JOHTOPÄÄTÖKSET

Suomen elintarvikemarkkinat ovat voimakkaasti integroituneet kansainvälisiin elintarvikemarkkinoihin. Maailmanmarkkinoilla tapahtuvat muutokset heijastuvat välittömästi kotimarkkinoille. Suomalaiset elintarvikeyritykset ovat kansainvälistyneet ja tuonnin suhteellinen merkitys kotimaisessa kuluksessa on koko ajan kasvussa. Markkinoiden kilpailu ei kuitenkaan ole ulottunut kauppaan asti. Kaupan keskittyminen on jatkunut voimakkaana. Muuttunut markkinarakenne näkyy bruttomarginaalien kehityksessä vuosina 2000–2009.

Maatalouden bruttomarginaalit ovat vuotta 2008 lukuun ottamatta pienentyneet koko tarkastelujakson ajan. Myös elintarviketeollisuuden bruttomarginaalit ovat 2000-luvulla kokonaisuudessaan pienentyneet. Vuosikymmenen loppupuolella elintarviketeollisuus on kuitenkin pystynyt hieman parantamaan asemiaan koko ketjussa. Samaan aikaan kaupan ja ravintolapalveluiden bruttomarginaalit ovat kasvaneet selvästi kaikissa tuoteryhmissä. Kaupan marginaalin kasvu oli nopeinta 2000-luvun alkuvuosina.

Kotimaisen maatalouden bruttomarginaalin pienentymistä selittää ennen kaikkea elintarvikkeiden jalostusasteen kasvu. Tuotteen jalostusasteen kasvussa maatalousraaka-aineen suhteellinen osuus lopputuotteen hinnasta pienenee. Samaan aikaan elintarviketuonti on kasvanut voimakkaasti ja syönyt kotimaisen maatalouden osuutta elintarvikeketjussa. Elintarviketeollisuudelle tuonnin vaikutus on ollut kaksisuuntainen. Kotimaisen raaka-ainetarjonnan lisäksi elintarviketeollisuudella on ollut aikaisempaa paremmat mahdollisuudet ulkomaisen raaka-aineen käyttöön kotimaisen rinnalla. Myös elintarvikkeiden vientimahdollisuudet ovat lisääntyneet.

Toisaalta jalostettujen elintarvikkeiden tuonti on lisännyt kotimaisen elintarviketeollisuuden kohtaamaa kilpailua selvästi. Kauppa on pystynyt kilpailuttamaan kotimaiset elintarvikeyritykset paitsi toisiaan myös tuontituotteita vastaan. Tämä on vahvistanut kaupan asemaa.

Bruttomarginaalien vertailu yhdeksän eri maan välillä kertoo, että elintarvikemarkkinoiden kehitys kaikissa maissa on samansuuntaista. Suurimmat muutokset elintarvikeketjun eri sektorien bruttomarginaaleissa ovat tapahtuneet Pohjoismaissa sekä Ranskassa. Näissä maissa kaupan, ravintolapalvelui-

den ja verojen yhteenlaskettu osuus ruuan kulutuksen bruttoarvosta on kasvanut kymmenessä vuodessa selvästi. Vastaavasti maatalouden ja elintarviketeollisuuden bruttomarginaalit ovat pienentyneet.

Bruttomarginaalit ja niiden kehitys antavat hyvän kuvan elintarvikemarkkinoiden rakenteesta Suomessa. Marginaaleissa tapahtuneet muutokset heijastavat myös elintarvikeketjussa tapahtunutta merkittävää rakenteellista muutosta. Laskelmien avulla ei kuitenkaan voida sanoa, kuinka merkittävä osa marginaalin suhteissa tapahtuneista muutoksista on seurausta eroista tuottavuuden kasvussa ketjun eri osissa. Lisäksi entisestään korostunut logistiikan ja kuljetuskustannusten merkitys jää analyysin ulkopuolelle.

LÄHTEET

- Aalto-Setälä, V. 2002. The effect of concentration and market power on food prices: evidence from Finland. *Journal of Retailing* 78: 207-216.
- Ben-Kaabia, M. and Gil, J. M. 2007. Asymmetric price transmission in the Spanish lamb sector. *European Review of Agricultural Economics* 341: 53-80.
- Canning, P. 2011. A revised and Expanded Food Dollar Series. A Better Understanding of Our Food Costs. USDA. Economic Research Reports Number 114.
- Digby, M. 1989. Marketing Margins in the Meat Sector, England and Wales 1978-1988. *Journal of Agricultural Economics* 40: 129-142.
- Euroopan komissio 2009. A Better Functioning Food Supply Chain in Europe. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Brussels 28.10.2009, COM (2009) 591.
- Gardner, B. L. 1975. The Farm-Retail Price Spread in a Competitive Food Industry. *American Journal of Agricultural Economics* 57: 399-409.
- Huovari, J. ja Jalava, J. 2007. Kansainvälinen ja vertaileva näkökulma Suomen tuottavuuskehitykseen. Pellervon taloudellinen tutkimuslaitos PTT. Työpapereita 96.
- Jalonoja, K. ja Pietola, K. 2004. Spatial integration between Finnish and Dutch potato markets. *Acta agriculturae Scandinavica. Section C Food economics* 11: 12-20.
- James, J. ja Alston, J. 2002. Taxes and quality: A market-level analysis. *The Australian Journal of Agricultural and Resource Economics* 463: 417-445.

- Kinsey, J. ja Senauer, B. 1996. Consumer Trends and Changing Food Retailing Formats. *American Journal of Agricultural Economics* 78: 1187-1191.
- Kotilainen, M., Koski, H., Mankinen, R. ja Rantala, O. 2010. Elintarvikkeiden hinnanmuodostus ja markkinoiden toimivuus. Elinkeinoelämän tutkimuslaitos ETLA. Keskustelualoitteita No. 1209.
- Kuosmanen, T. 2008. Maataloustuen vaikutus elintarvikkeiden hintamarginaaleihin ja hinnanmuodostukseen. Teoksessa A. Hopponen (toim.) *Maataloustieteen Päivät 2008, 10.-11.1.2008 Viikki, Helsinki* (esitelmät ja posterit). *Maataloustieteellisen Seuran tiedotteita* 23.
- Kuosmanen, T. ja Niemi, J. 2008. Mistä johtuu kasvava ero elintarvikkeiden vähittäismyynti- ja tuottajahintojen välillä? Teoksessa A. Hopponen (toim.) *Maataloustieteen Päivät 2008, 10.-11.1.2008 Viikki, Helsinki* (esitelmät ja posterit). *Maataloustieteellisen Seuran tiedotteita* 23.
- Kuosmanen, T. ja Niemi, J. 2006. What explains the widening gap between the retail and producer prices of food. The case of milk and minced meat in Finland 1975-2005.
- Kuosmanen, T., Niemi, J. ja Sipiläinen, T. 2009. Maataloustuen ja tuottavuuden vaikutukset elintarvikkeiden hintamarginaaleihin ja hinnanmuodostukseen. *MTT Kasvu* 3. Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus.
- Kupiainen, T., Luomala, H., Lehtola, K. ja Kauppinen-Räisänen, H. 2008. Tavoitteena tyytyväinen kuluttaja. Tuote- ja markkinointikonseptien kuluttajälähtöinen kehittäminen elintarvikealan pk-yrityksille. *Vaasan yliopiston julkaisuja. Tutkimuksia* 286.
- Løyland, J., Pettersen, I., Selte, H., Becken, L-E. ja Flaten, O. 2001. Kjøttpriser fra bonde til butikk [Development of gross margins for pork and beef products from 1998 to 2001. *Norwegian Agricultural Economics Research Institute Report* 2001-10.
- Mat, makt og avmakt – om styrkeforholdene i verdikjeden format. *Norges offentlige utredninger*, 2011:4.

- McCorrison, S. 2002. Why should imperfect competition matter to agricultural economists? *European Review of Agricultural Economics* 29(3): 349-372.
- Nielsen (2008) Taloudellisen ympäristön muutokset heijastuvat päivittäistavarakulutukseen jo Suomessakin. *Lehdistötiedote* 4.12.2008.
- Nordic Food Markets – a taste for competition (2005) Working Group of Nordic Competition Officials.
- Porter, M. 1990. *The Competitive Advantage of Nations*
- Pyykkönen, P. 2007. Ruuan hinnan nousua liioiteltu. *Talous&Yhteiskunta* 4/2007: 26-31.
- Schroeter, J. R., Azzam, A. M. ja Zhang, M. 2000. Measuring Market Power in Bilateral Oligopoly: The Wholesale Market for Beef. *Southern Economic Journal* 66(3): 526-547.
- Soppi, P. 2007. Elintarvikkeiden ja ravintolapalveluiden kysyntä Suomessa. Pellervon taloudellinen tutkimuslaitos PTT. Työpapereita 84.
- Tappata, M. 2009. Rockets and feathers: Understanding asymmetric pricing. *The Rand Journal of Economics*.
- Tilastokeskus. 2011. Kansantalouden tilinpito. www.stat.fi.
- Tomek, W. G. ja Robinson, K. L. 2003. *Agricultural Product Prices*. 4th edition. Cornell University Press.

Tilastolähteet

- AC Nielsen. Vähittäiskaupan markkinaosuudet Suomessa.
Elintarviketeollisuusliitto www.etl.fi
Eurostat <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>
Kaupan liitto. Vähittäiskaupan markkinaosuudet Suomessa.
MaRa ry www.mara.fi

MTT Taloustutkimus, maatalouden kokonaislaskelma www.mtt.fi

OECD www.oecd.org

Tilastokeskus www.stat.fi

Tulli, ulkomaankauppatilastot <http://uljas.tulli.fi>

USDA Economic Research Service www.ers.usda.gov

UN Comtrade <http://comtrade.un.org>

Veronmaksajain keskusliitto www.veronmaksajat.fi

LIITE 1: Elintarviketeollisuuden ja kaupan tilinpäätösten tunnuslukujen kehitys

Elintarviketeollisuus

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Liiketoiminnan tuotot yhteensä*	8 391 332	8 632 096	8 946 770	9 123 691	9 293 853	9 232 957	7 961 387	8 796 939	9 232 218	8 795 660
Jalostusarvo*	1 776 594	1 981 966	2 112 360	2 145 017	2 172 492	2 129 061	1 768 825	1 942 470	1 905 223	1 933 522
Henkilöstön lkm yhteensä	40 581	39 591	39 525	39 527	37 904	37 268	31 410	32 342	30 879	29 405
Aineelliset nettoinvestoinnit*	308 051	322 338	403 396	377 741	249 483	340 534	295 462	297 860	339 338	226 351
Liikevaihto/henkilöstö	203	217	224	227	243	245	250	268	294	295
Jalostusarvo/henkilöstökulut	1,4	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,4	1,5	1,4	1,5
Käyttökate-%	6,3	7,7	8,3	8,2	7,6	7,9	6,8	7,2	6,3	7,1
Rahotusulos-%	4,8	6,3	7,7	9	6,6	9,2	5	5,8	4,9	5,6
Nettotos-%	0,5	2	3,6	5	2,4	5,1	1,1	2,4	1,7	2,3
Kokonaistulos-%	3,6	2,5	4,8	4,9	6,7	5,4	1,9	2,7	6,1	3,3
Omaravaisuusaste, %	47,9	49,8	49,3	50,3	54,2	52,5	46,1	44,2	44,3	42,6
Kokonaisvelat/liikevaihto, %	51,7	44,9	45,1	44,8	52,7	58,5	50,3	53,8	56,6	64,2

*1000 euroa

Elintarvikkeiden, juomien ja tupakan tukkukauppa (TOL 513)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Liiketoiminnan tuotot yhteensä*	5 294 351	5 843 200	5 905 127	5 873 569	6 045 231	6 189 924	5 934 257	5 934 810	6 280 354	6 696 353
Jalostusarvo*	449 031	472 356	491 764	506 819	567 089	535 802	602 115	489 374	567 415	683 803
Henkilöstön lkm yhteensä	8 306	8 096	7 919	7 753	7 866	8 001	8 629	7 564	7 736	8 496
Aineelliset nettoinvestoinnit*	18 084	39 539	24 391	21 699	19 733	48 715	29 987	35 705	40 615	9 773
Liikevaihto/henkilöstö	628	712	736	747	758	764	676	774	802	778
Jalostusarvo/henkilöstökulut	2	2	2	2	2	2	1,8	1,6	1,7	1,8
Käyttökate-%	3,2	3,2	3,4	3,7	4,3	3,6	4,6	3,1	3,7	4,7
Rahotusulos-%	1,8	2,4	2,7	3,1	3,1	2,6	3,7	2,1	2,7	3,7
Nettotos-%	0,7	1,5	1,9	2,3	2,1	1,6	2,7	1,2	1,5	2,5
Kokonaistulos-%	2,7	1,6	1,7	1,8	1,8	5,4	3,8	3,2	1,9	2,2
Omaravaisuusaste, %	36,9	35,4	38,9	39,4	37,6	41,5	40	41,9	28	30,8
Kokonaisvelat/liikevaihto, %	26,7	24,7	21,8	21,9	23,5	25,2	24	23,4	36,9	33,8

*1000 euroa

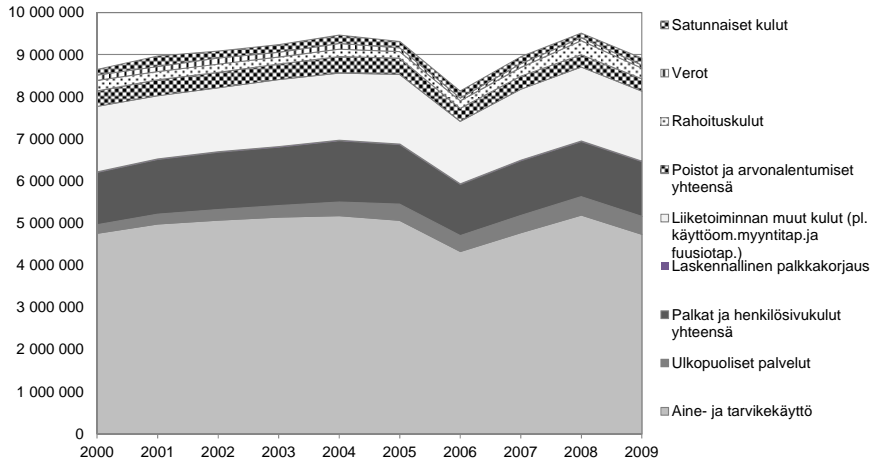
Vähittäiskauppa erikoistumattomissa myymälöissä (TOL 521)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Liiketoiminnan tuotot yhteensä*	13 201 219	13 905 971	14 354 310	14 850 277	15 139 462	15 307 727	15 939 558	16 884 533	18 101 759	18 596 765
Jalostusarvo*	1 869 710	2 061 016	2 166 447	2 192 337	2 271 029	2 308 005	2 376 903	2 549 374	2 621 475	2 655 111
Henkilöstön lkm yhteensä	51 191	52 368	53 592	54 241	55 332	54 841	58 996	60 382	61 873	63 416
Aineelliset nettoinvestoinnit*	236 293	252 272	235 855	334 726	387 115	273 408	159 436	267 341	292 700	391 886
Liikevaihto/henkilöstö	255	263	265	271	271	276	268	277	290	291
Jalostusarvo/henkilöstökulut	1	1	2	1	1	1	1,4	1,5	1,4	1,4
Käyttökate-%	4,3	4,9	5,1	4,8	4,9	4,8	4,6	4,8	4	3,7
Rahotusulos-%	3,5	4,1	4	4,3	4	4	3,9	4,5	3,5	3,4
Nettotos-%	2	2,5	2,4	2,6	2,4	2,3	2,2	2,5	1,7	1,7
Kokonaistulos-%	2,8	3	3	3,1	3,2	3	3,1	2,6	1,7	1,4
Omaravaisuusaste, %	42,7	43,6	45,9	47,6	49	50,8	45,9	45,5	45,7	45,9
Kokonaisvelat/liikevaihto, %	25,5	25	24,3	24,1	23,6	24,2	24,7	28,5	28,2	29

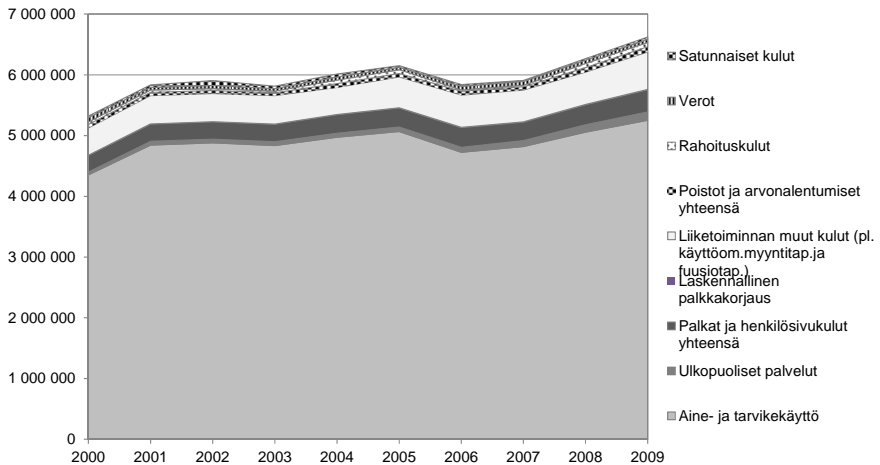
*1000 euroa

LIITE 2: Kustannusrakenteen kehitys elintarviketeollisuudessa ja kaupassa

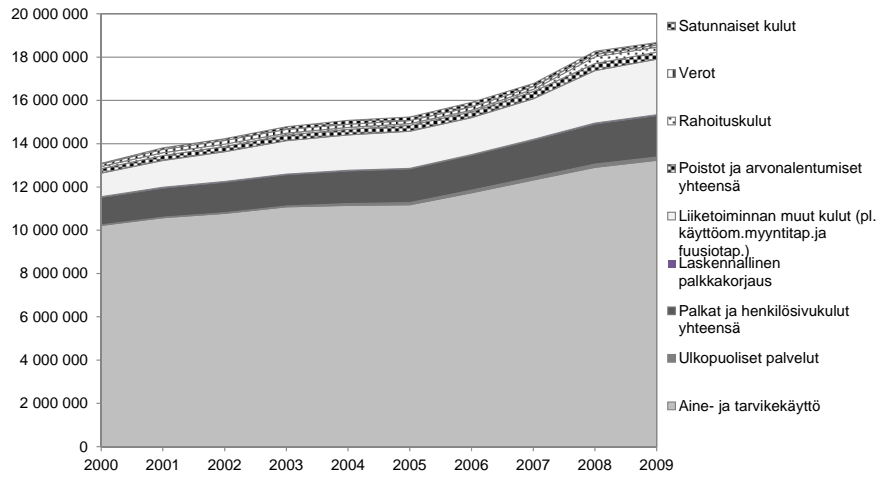
Elintarviketeollisuus



Elintarvikkeiden, juomien ja tupakan tukkukauppa (TOL 513)



Vähittäiskauppa erikoistumattomissa myymälöissä (TOL 521)



PTT julkaisuja, PTT publikationer, PTT Publications

22. Hanna Karikallio. 2010. Dynamic Dividend Behaviour of Finnish Firms and Dividend Decision under Dual Income Taxation
21. Satu Nivalainen. 2010. Essays on family migration and geographical mobility in Finland
20. Terhi Latvala. 2009. Information, risk and trust in the food chain: Ex-ante valuation of consumer willingness to pay for beef quality information using the contingent valuation method.
19. Perttu Pyykkönen. 2006. Factors affecting farmland prices in Finland
18. Vesa Silaskivi. 2004. Tutkimus kilpailuoikeuden ja maatalouden sääntelyn yhteensovittamisesta.

PTT raportteja, PTT forskningsrapporter, PTT Reports

229. Pasi Holm - Janne Huovari. 2011. Kunnat verouudistuksen maksajina? Kunnallisanalan kehittämistätiön tutkimusjulkaisu 63/2011
228. Petri Mäki-Franti. 2011. Liikennehankkeiden epäsuorien taloudellisten vaikutusten arviointi
227. Matleena Kniivilä - Paula Horne - Marjatta Hytönen - Jukka-Pekka Jäppinen - Arto Naskali - Eeva Primmer - Janne Rinne. 2011. Monia hyötyjä metsistä - Ekosysteemipalveluiden yhteistuotanto ja tuotteistaminen.
226. Anna-Kaisa Rämö - Emmi Haltia - Paula Horne - Harri Hänninen. 2010. Yksityismetsien puuntarjonta - Puunmyynti-päätökseen vaikuttavat tekijät.
225. Veera Laiho - Anneli Hopponen - Terhi Latvala - Anna-Kaisa Rämö. 2010. Eriyisryhmien työkyky - työttömät ja vammaiset
224. Pasi Holm - Veera Laiho. 2010. Sairaanhoidotakuutus - sairaus vai mahdollisuus

PTT työpapereita, PTT diskussionsunderlag, PTT Working Papers

131. Petri Mäki-Franti - Markus Lahtinen - Sami Pakarinen - Lauri Esala. 2011. Alueellisten asuntomarkkinoiden kehitys vuoteen 2013
130. Perttu Pyykkönen - Teemu Seppälä - Tapani Yrjölä. 2011. Rehun sopimustuotannon mahdollisuudet Kainuussa
127. Pasi Holm - Veera Laiho - Sami Pakarinen. 2010. Tupakkaveron rakenteen muutos
126. Leena Kerkelä - Jyri Hietala - Sami Pakarinen. 2010. Energiapaketin aluetaloudelliset vaikutukset
125. Perttu Pyykkönen - Heikki Lehtonen - Anu Koivisto. 2010. Maatalouden rakennekehitys ja investointitarve vuoteen 2020
124. Sami Pakarinen. 2010. Vertical price transmission in the Finnish import fruit markets
123. Satu Nivalainen - Anneli Hopponen. 2010. Varusmiesten työkyky
122. Terhi Latvala - Perttu Pyykkönen. 2010. Kotieläinrakennusten kustannukset ja töiden organisointi
121. Esa Härmälä. 2010. Viljapohjaisen etanolin tuotanto Suomessa