

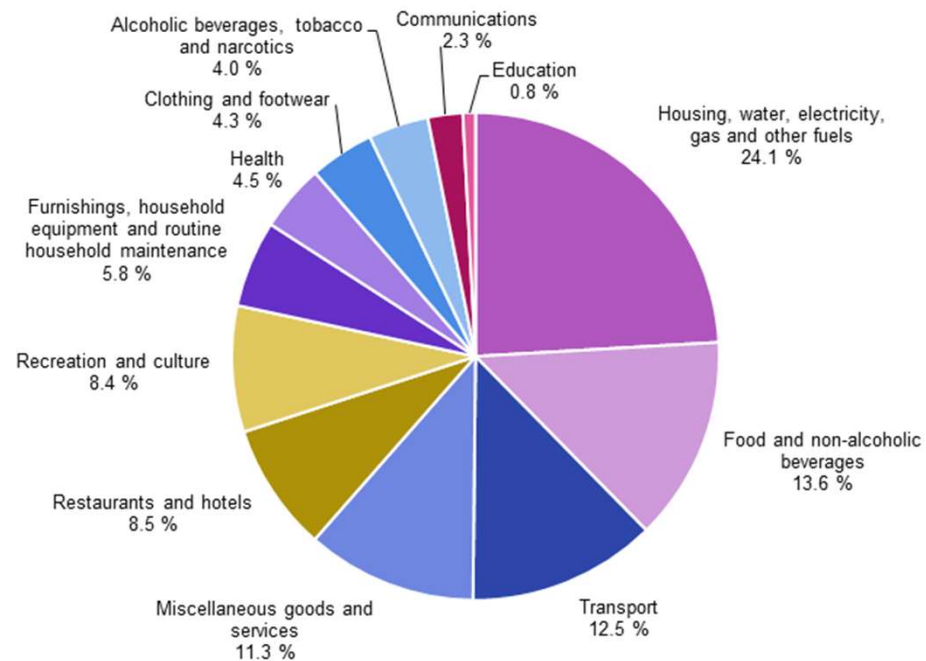


Ruokamarkkinan kriisi ja markkinariskien hallinta

Thimjos Ninios
19.4.2024

Yleiskuva kulutuksesta EU:ssa 1/2

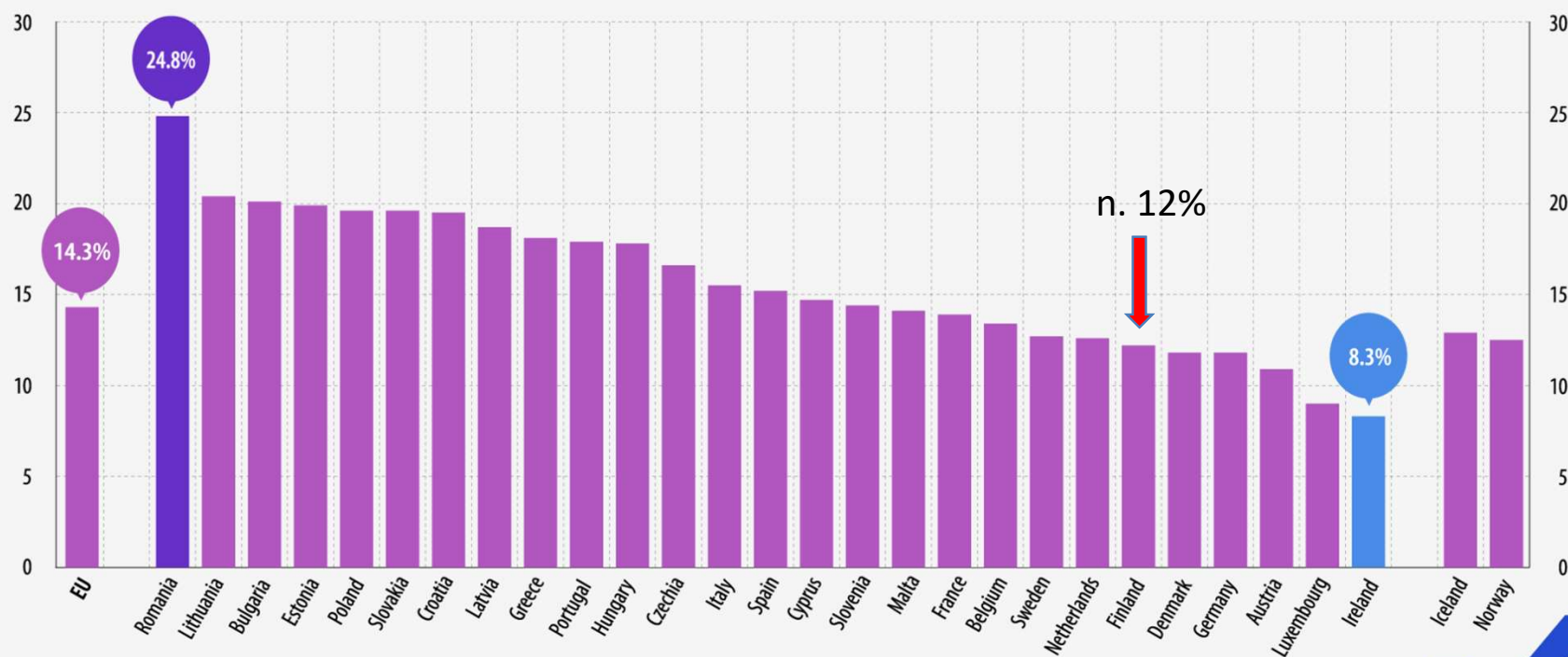
Household expenditure by consumption purpose - COICOP, EU, 2022, share of total



Yleiskuva kulutuksesta EU:ssa 2/2

Household expenditure on food and non-alcoholic beverages, 2021

(% of total expenditure)



eurostat

Yleiskuva kotimarkkinasta

Kotitalouksien kulutusmenot kotitaloustyyppin mukaan muuttujina Kulutustyyppi, Kulutusmenot, Vuosi, Kotitaloustyyppi, Hinta ja Tiedot

	2022*
	Kaikki kotitaloudet
	Vuoden 2022 hinnoin
	Kulutus vuodessa, euroa
Kotitalous	
01 Elintarvikkeet ja alkoholittomat juomat	5 015
03 Vaatetus ja jalkineet	1 684
04 Asuminen, vesi, sähkö, kaasu ja muut polttoaineet	12 569
06 Terveys	1 424
07 Liikenne	5 275
10 Koulutus	164



Lähde: Tilastokeskus

Kotimarkkinan yleinen segmentointi

Kotitalouksien kulutusmenot kotitaloustyyppin mukaan muuttujina Vuosi, Kotitaloustyyppi, Hinta, Tiedot, Kulutustyyppi ja Kulutusmenot

	Vuoden 2022 hinnoin
	Kulutus vuodessa, euroa
	Kotitalous
	01 Elintarvikkeet ja alkoholittomat juomat
2022*	
Yhden hengen talous, alle 65 v	3 041
Lapseton pari, alle 65 v	5 920
Yhden huoltajan taloudet	6 369
Kahden huoltajan lapsiperhe	8 716
Yli 64-vuotiaiden kotitaloudet	4 088
Muut kotitaloudet	6 810
Kaikki kotitaloudet	5 015

Lähde: Tilastokeskus

Kotimarkkina nyt 1/3

MERKITTÄVÄ OSA VASTAAJISTA ARVIOI OSTOKÄYTTÄYTYMISEN MUUTTUNEEN RUUAN HINNAN NOUSTUA

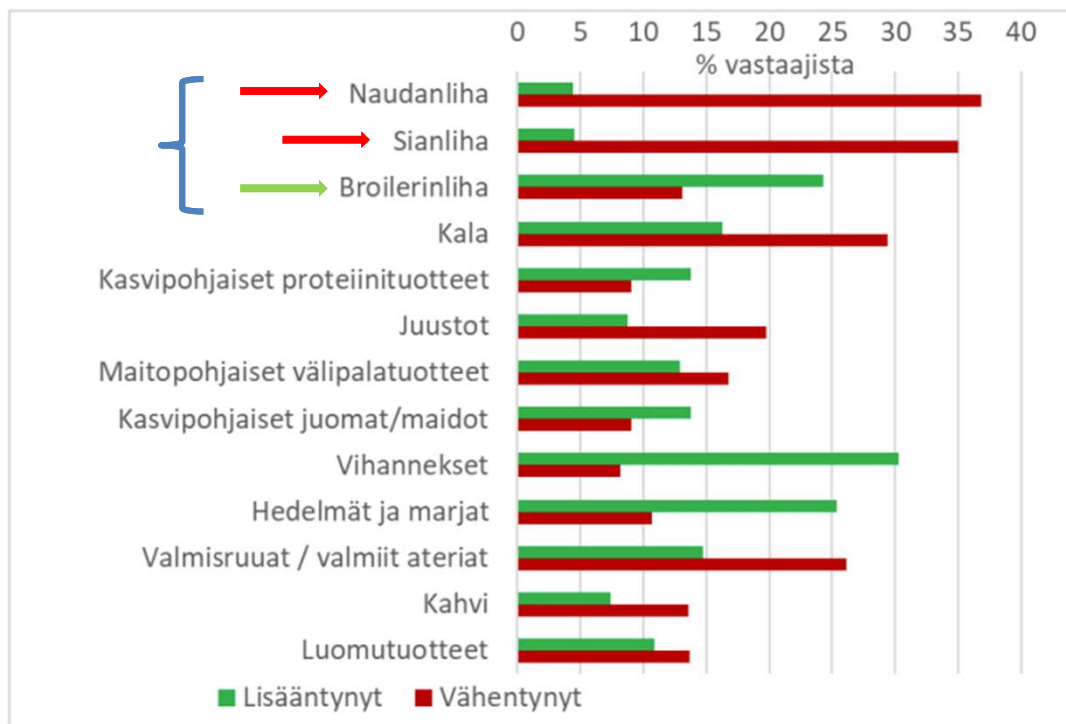


Vastaaajien arvio siitä, missä määrin väittämät kuvaavat ostokäyttäytymisen muutoksia viimeisten 1-2 vuoden aikana verrattuna siihen ajankohtaan, jolloin ruuan hinta ei ollut vielä kääntynyt jyrkkään nousuun. N=1067. Yllä vastauksissa yhdistetty vaihtoehdot "Kuvaa täysin" ja "Kuvaa melko paljon"

21.11.2023

Kotimarkkina nyt 2/3

KULUTUSMUUTOKSISSA JA NIIDEN SUUNNASSA ON EROJA TUOTTEITTAIN



Miten seuraavien tuotteiden kulutus on kohdallasi muuttunut vuosien 2022–2023 aikana verrattuna aikaisempaan kulutukseen? (N=1067)

21.11.2023

Kotimarkkina nyt 3/3

KULUTTAJAT
HYVIN
HINTATIETOISIA



Neljä viidestä vastaajasta valitsi joko "hinnan" ja/tai "tuote on tarjouksessa" keskeisenä ostopäätös-kriteerinä.

21.11.2023

Kotimarkkina - yhteenveto

FAKTOJA:

1. Vain **5,5 milj.** kuluttajaa.
2. **72%** kuluttajista ostaa hinnan perusteella.
3. Elintarvikekauppa on keskittynyttä.
4. On **supistunut** pitkään joidenkin tuoteryhmien kohdalla (esim. sianliha).

Kuluttajasegmentit:

X = ostopäätös hinnan perusteella, **nyt 72%**

Y = ostopäätös suomalaisuuden/laadun perusteella

Z = ostopäätös jonkin muun asian perusteella, esim. kestävyys

Kriittinen kysymys: mikä on Y:n määrä ja ostovoima? Riittääkö se?



Huom.: Jos kaikki tuotettu ja prosessoitu ruoka myydään Suomeen, X% tuotannosta on myytävä riittävän halvalla



Kotimarkkina - analyysi

- Onko kotimarkkinan tilanne ongelma?
- Jos on, millä tavalla se ratkaistaan?
- Maatalous on Suomessa voimakkaasti riippuvainen kotimaisen teollisuuden markkina-avalinnoista.
- Kotimainen teollisuus on voimakkaasti riippuvainen kotimarkkinasta.
 - Usein koko tuotanto perustuu kotimarkkinan kysyntään.
 - Usein koko tuotanto on sopimuksilla kiinnitetty kotimarkkinaan pitkäksi ajaksi (6-12kk).
 - Nykytrendillä riippuvuus kotimarkkinasta johtaa tuotannon supistumiseen.
- Riippuvuuksia markkinoista tulee arvioida ja hallita markkinariskeinä.



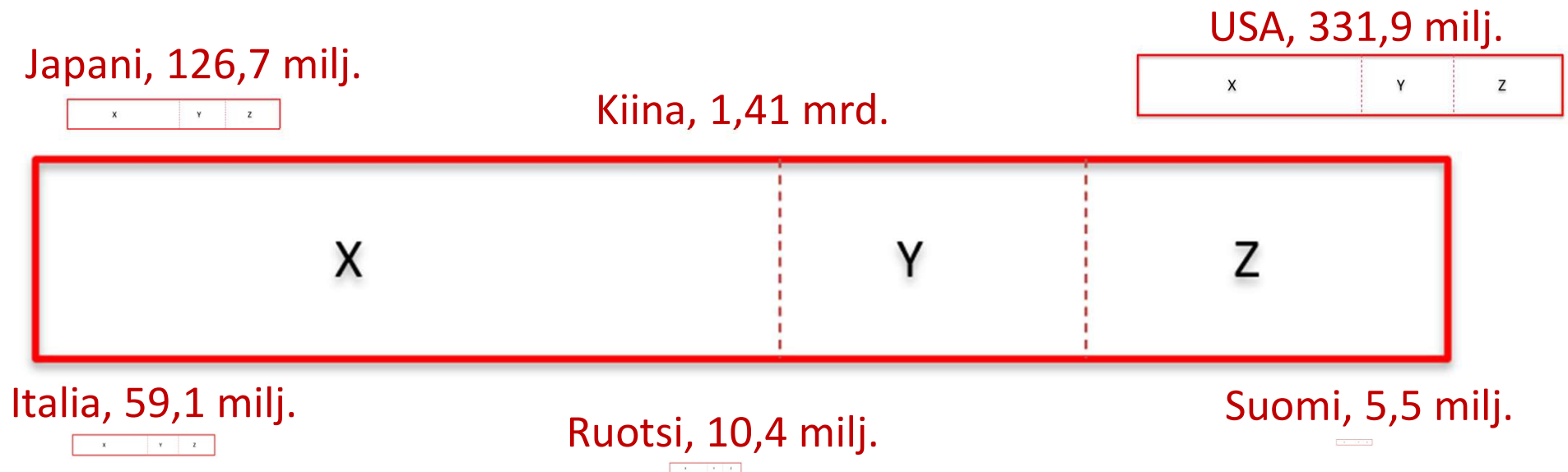
Markkinariskit

(Markkina)riskien analyysi:

1. Tunnistaminen
 2. Arviointi
 3. Hallinta tai vähentäminen
- Onko kotimarkkina tunnistettu, arvioitu ja hallittu riskinä (maataloudessa & teollisuudessa)?
 - Mitkä ovat kotimarkkinariskin hallintakeinot?
 - Tuotannon supistaminen, tukipolitiikka ja elintarvikemarkkinalaki ovat huonoja vastauksia pitkällä ajalla.

Markkinariskien hallinta

- Markkinariskit tulee hajauttaa (riski vähenee tai tulee hallituksi).
- Myyntikanavien monipuolistaminen (mm. vienti) on markkinariskien hallintaa!
- Riskienhallinnassa tulee huomioida markkinoiden ja suomalaisista lisäarvoista kiinnostuneen segmentin (Y) kokoluokka, esim.:





Lisää haasteita

Vihreä siirtymä

- Aiheuttaa kustannuksia ja vaikuttaa kilpailukykyyn kotimaassa ja kansainvälisesti.
- Suuria vaikutuksia sekä markkinoihin että tukipolitiikkaan.

Ukrainan jäsenyys

- Suuria vaikutuksia sisämarkkinaan.
- Mullistavia vaikutuksia tukipolitiikkaan.

Muuttuva kuluttajakäyttäytyminen

- Suomalaisen kuluttajan käyttäytyminen on muuttunut merkittävästi.
- Mullistavia vaikutuksia kotimarkkinaan.

Kulutuksen supistuminen (esim. sianliha)

- Kulutuksen vähenemiseen on vastattu tuotannon supistamisella.
- Suuri tai jopa mullistava vaikutus kotimaiseen tuotantoon.

Teollisen tehokkuuden heikentyminen

- Kun volyymi laskee, saman prosessin kautta ajetaan vähemmän; yksilöhinnat nousee.
- Suuri vaikutus teolliseen kilpailukykyyn.

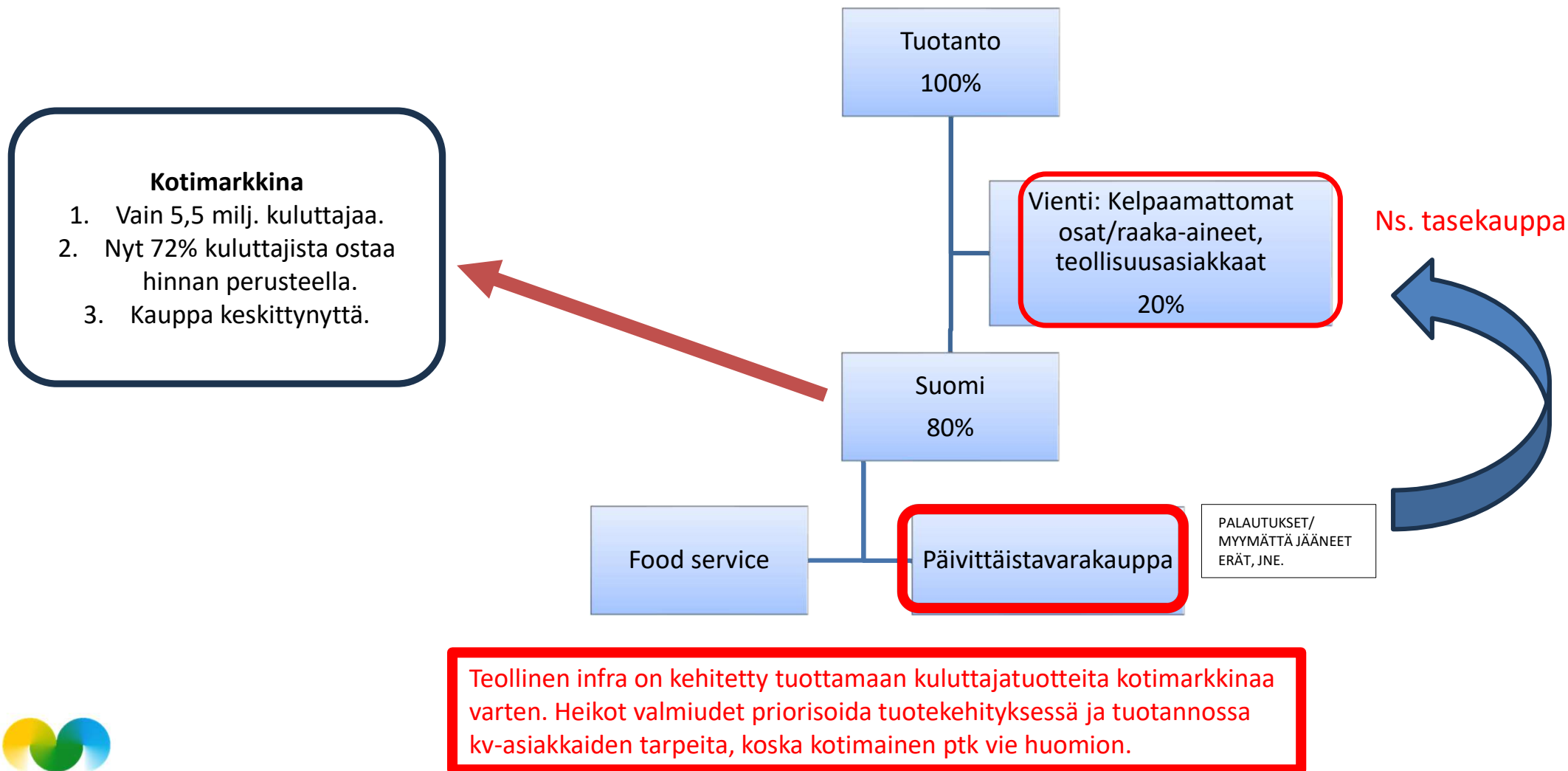
Onko yrityksissä tunnistettu, arvioitu ja hallittu näitä riskejä?
Vastauksella suora vaikutus tuottajan toimeentuloon.



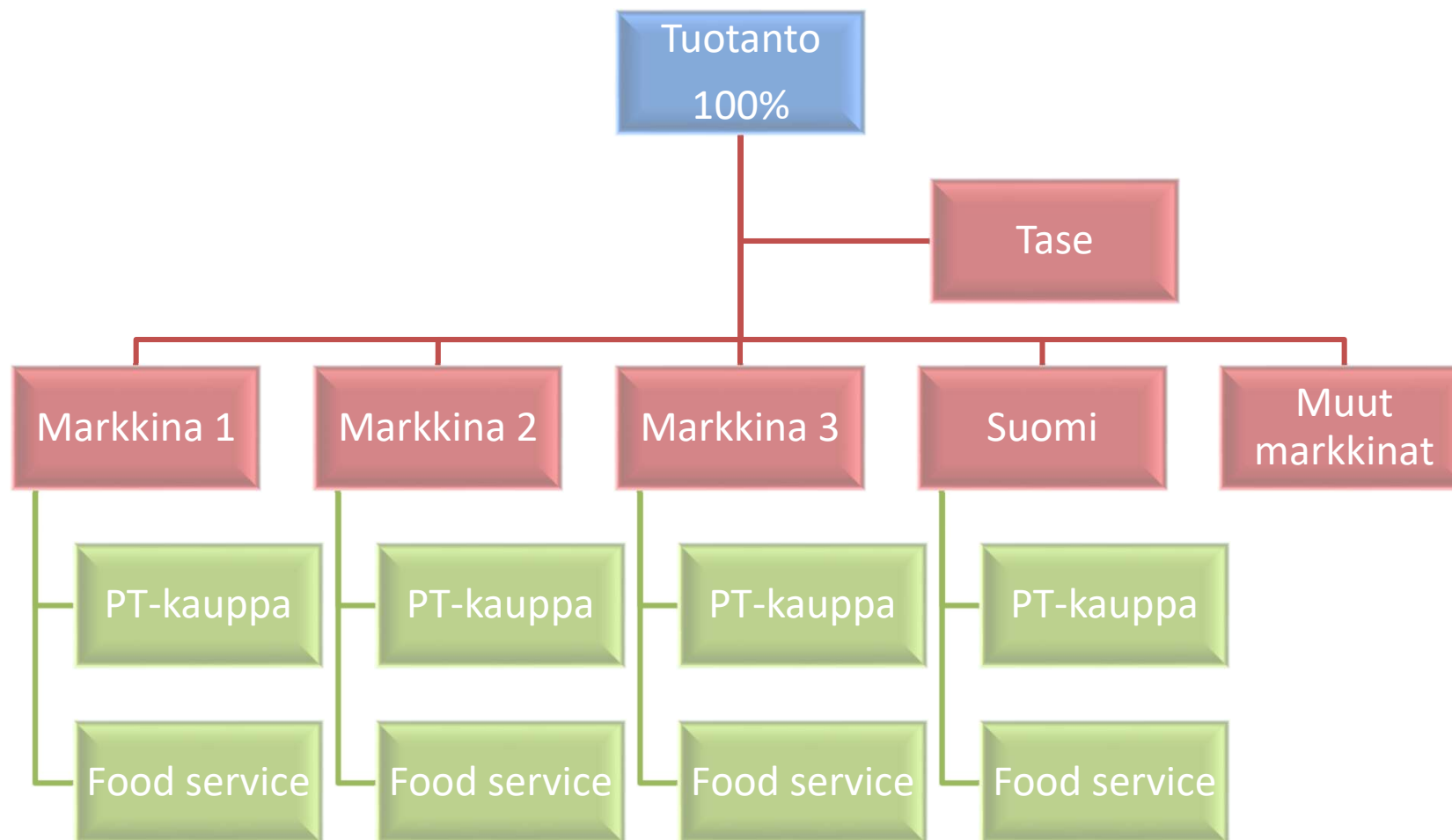
Viennin rooli

- Viennillä hajautetaan ja hallitaan markkinariskejä.
- Viennillä monipuolistetaan myyntikanavavalikoimaa.
 - Riippuvuus esim. kotimaan kaupasta vähenee.
 - Tuotanto (+ alkutuotanto) ei ole kiinni vain muutamassa asiakkuudessa.
- Viennillä haetaan parempaa hintaa koko tuotannolle.
- Vienti vai myynti?
 - Myynti kertoo paremmin, mitä menestys edellyttää (markkinointi, myynti, tuotekehitys, brändäys, pakkaus, logistiikka, ym.).
 - Vienti on lähinnä ns. tasekauppaa, varastot tyhjäksi –periaatteella.
 - Suomalainen teollisuus on tehnyt hyvin tasekauppaa, mutta heikosti myyntiä.
 - Myynti edellyttää omistajien, hallintoneuvostojen ja hallitusten ymmärrystä ja strategian johtamista siihen, että kansainvälistä myyntiä resursoidaan samalla tavalla tai paremmin kuin kotimaan myyntiä.

Nykytila: tuotantolähtöinen myynti – tase- ja markkinaoptimointi 1/2



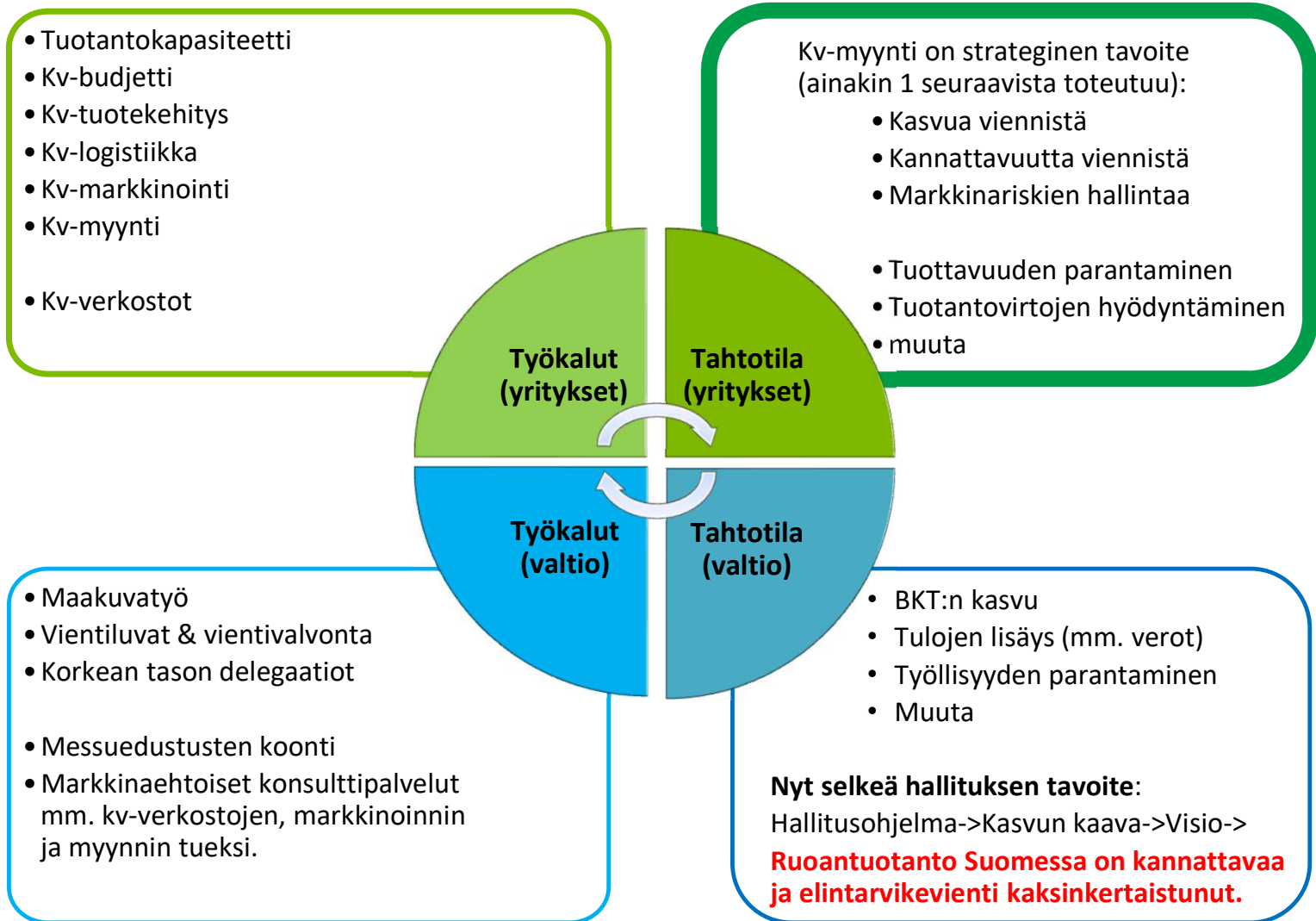
Tavoitetilä: myyntilähtöinen tuotanto – haetaan parasta hintaa – markkinariski on hajautettu



Potentiaalin hyödyntäminen

Mistä yritysten tahtotila muodostuu?

- Omistajien tahtotila ja riskinottokyky.
- Toimintakyky ja tuotantokapasiteetti.
- Toimintaympäristö ja sen muutokset.
- Usko tulevaisuuteen.
- Julkiset kannustimet.
- Muuta...





MMM: ”Kestävä ja kannattava ruokajärjestelmä”

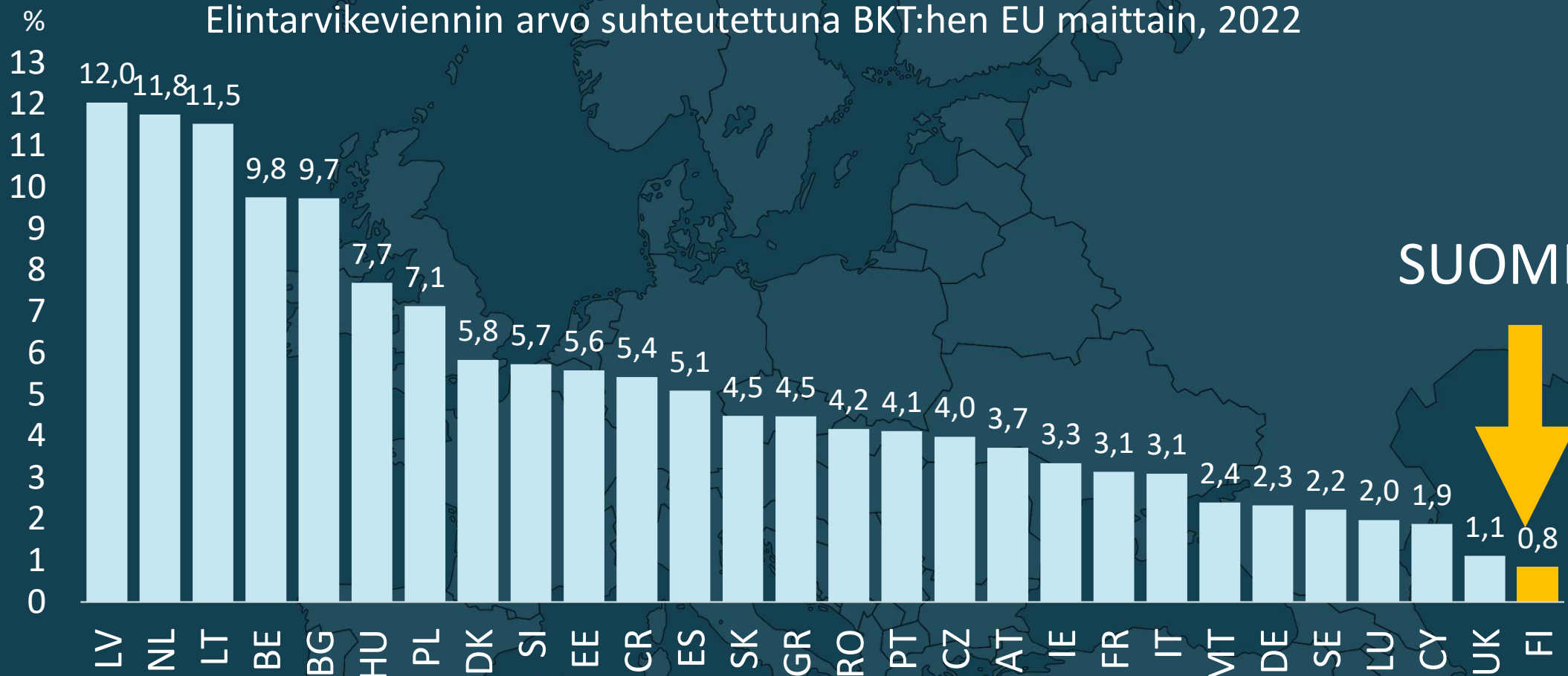
Hallitusohjelman kokonaisuus:

1. Suomalaisen ruuantuotannon pitkän aikavälin strategia.
2. Ruoka-alan kasvuohjelma.
3. Maka -raportissa tunnistettujen toimien toteutus.

Ruokajärjestelmän uudistamiseen tarvitaan yritysten sitoutumista ja yhteistyötä (*Päivi Nerg*).

Voiko ruoka-ala kasvaa?

Elintarvikeviennin arvo suhteutettuna BKT:hen EU maittain, 2022

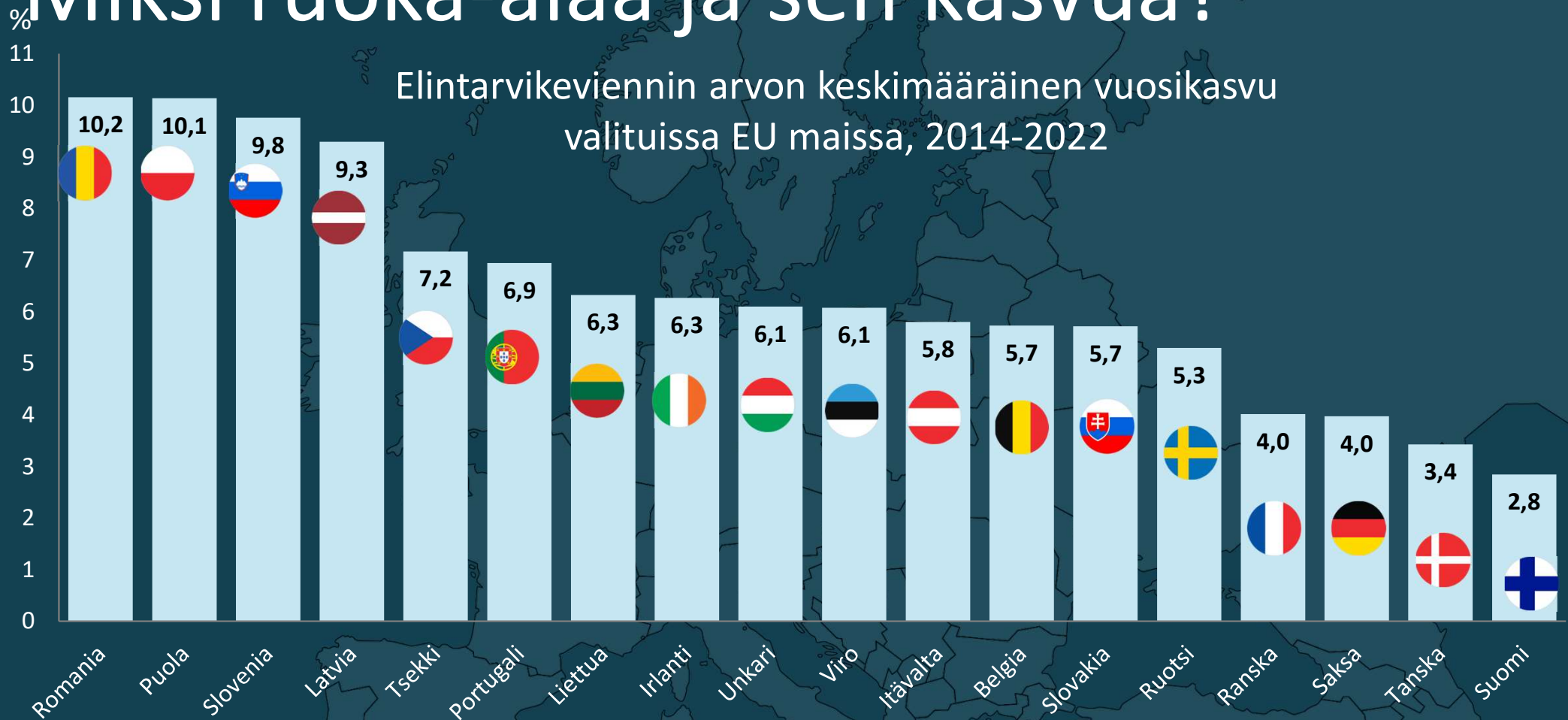


Lähde: omat laskelmat, Eurostat Comext ja [nama_10_gdp] tietokantoja käyttäen. Huom: BKT on otettu huomioon markkinahinnoin. Vientiluvut sisältävät seuraavia CN-luokkia: 01-04, 07-12, 15-24.

*Ison-Britannian luvut vuodelta 2019.

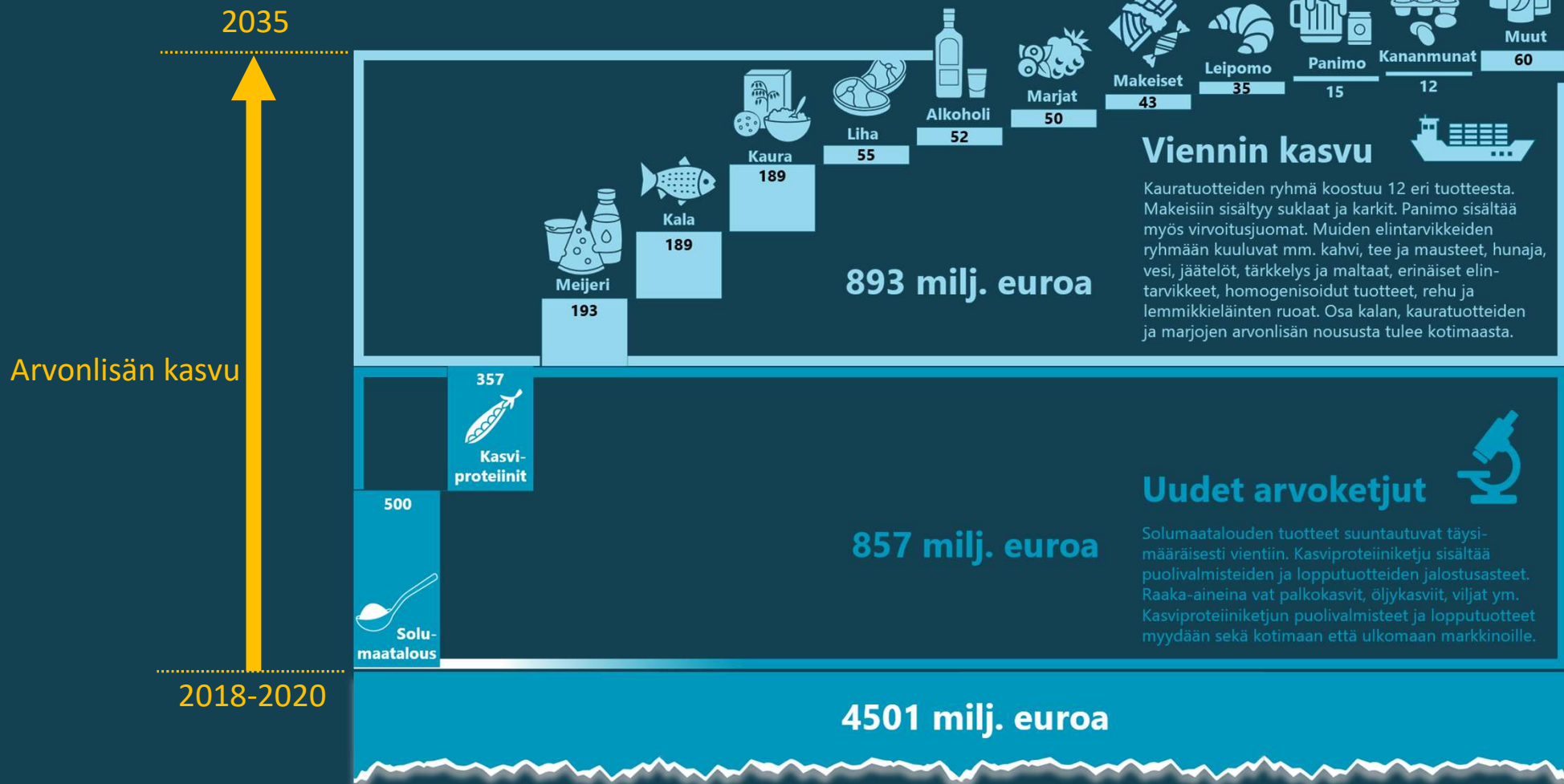
Miksi ruoka-alaa ja sen kasvua?

Elintarvikeviennin arvon keskimääräinen vuosikasvu
valituissa EU maissa, 2014-2022



Lähde: omat laskelmat, Eurostat Comext tietokantaa käyttäen. Vientiluvut sisältävät seuraavia CN luokkia: 01-04, 07-12, 15-24.

Millä tuotteilla?





Pohdittavaa

Riippuvuus kotimarkkinasta oli oma valinta silloin, kun kotimarkkina oli luotettava.

Tuotannon kiinnittäminen kotimarkkinaan on riski, joka nyt toteutuu.

Mahdollisuuksien Suomessa
riippuvuutta kotimarkkinasta ei ole haastettu.

Kriisiytyneen kotimarkkinan Suomessa
riippuvuus kotimarkkinasta johtaa supistumiseen.

Kasvu edellyttää jokaiselta meistä vahvaa markkinalähtöistä ajattelua.

thimjos.ninios@mtk.fi

045 264 7131



04 264 7131

23