

Keskusteluaiheita - Discussion papers

No. 501

Kalle Laaksonen - Raija Volk

ELINTARVIKEKLUSTERIN KILPAILUKYKY

- Väli raportti

Kansallinen kilpailukyky ja teollinen tulevaisuus -projektissa tutkitaan, millaista teollista toimintaa voidaan harjoittaa Suomessa menestyksekkäimmin. Siinä tutkitaan menestyneitä vientiyrityksiämme ja pohditaan, miten niiden toimintaympäristöä tulisi kehittää, jotta ne pystyisivät saavuttamaan kilpailuetuja kansainvälisiin kilpailijoihin verrattuna.

Projektin päärahoittajina ovat Suomen itsenäisyyden juhlarahasto (SITRA), Elinkeinoelämän Tutkimuslaitos (ETLA), kauppa- ja teollisuusministeriö (KTM) sekä eri alojen tärkeimmät yritykset.

"The Competitive Advantage of Finland" research project evaluates the competitiveness of Finnish export industries and crucial elements behind their performance. The project focuses on what kind of industrial activities have the best possibilities for success in Finland.

The project is organised by Etlatieto Ltd and financed mainly by the Finnish national Fund for Research and Development (SITRA), The Research Institute of the Finnish Economy (ETLA), Ministry of Trade and Industry (KTM) as well as major companies in various fields.



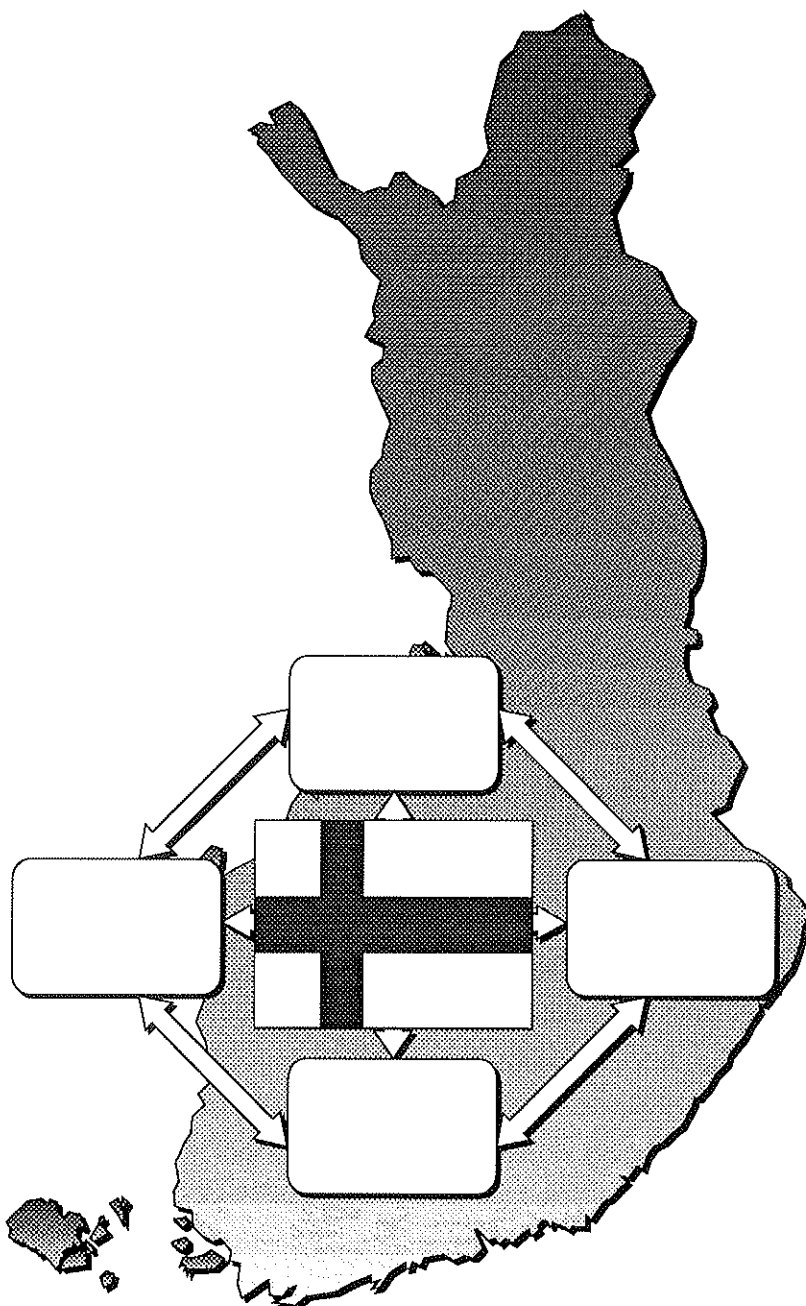
(ETLAn projektitutkimus- ja tietopalvelusikkö)
Lönnrotinkatu 4 b 00120 Helsinki Finland
90 - 609 901 fax: 90 - 601 753

Kalle Laaksonen - Raija Volk

Kansallinen kilpailukyky ja teollinen tulevaisuus

The Competitive Advantage of Finland

ELINTARVIKEKLUSTERIN KILPAILUKYKY - Väliraportti



Laaksonen, Kalle ja Volk, Raija, ELINTARVIKEKLUSTERIN KILPAILUKYKY - Väliraportti. Helsinki: ETLA, Elinkeinoelämän Tutkimuslaitos, The Research Institute of the Finnish Economy, 1994, 59 s. (Keskusteluaiheita, Discussion papers, ISSN 0781-6847; No. 501)

TIIVISTELMÄ: Tämä raportti on osa Etlatieto Oy:n koordinoima *Kansallinen kilpailukyky ja teollinen tulevaisuus* -projektia. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, mitkä tekijät ovat vaikuttaneet elintarvikeklusterin rakenteisiin ja arvioida tulevaisuuden menestystekijöitä.

Elintarvikeklusterin toimintaolosuhteet ovat poikenneet voimakkaasti muista aloista maatalouspoliittisiin tavoitteisiin nojaavan sääntelyn vuoksi. Osa klusterin tuotteista on kuitenkin ollut vapaakauppasopimusten vuoksi avoinna kansainväliselle kilpailulle. Kilpailuolosuhteiden erilaisuus klusterin eri osissa sekä tuotteiden heterogeenisuus tekee elintarvikeklusterista hajanaisen. Klusterirakenteet ovat osittain heikosti kehittyneet. Vain muutama yritys on kansainvälistynyt. Mahdollinen EU-jäsenyys muuttaa klusterin toimintaolosuhteita. Sääntelymekanismi säilyy, mutta kilpailu avautuu. Yritykset joutuvat asemoitumaan markkinoilla uudelleen. Hyvä teknologinen osaaminen on yksi klusterin kilpailukyvyn perustekijöistä. Hintakilpailukykyä on parannettava. Kotimaan markkinoilla sekä lähialueilla kilpailukykyä luo läheisyys ja toimiva jakelujärjestelmä.

AVAINSANAT: Elintarviketeollisuus, klusteri, kilpailukyky

Laaksonen, Kalle ja Volk, Raija, COMPETITIVENESS OF FOOD CLUSTER - Preliminary results. Helsinki: ETLA, Elinkeinoelämän Tutkimuslaitos, The Research Institute of the Finnish Economy, 1994, 59 p. (Keskusteluaiheita, Discussion papers, ISSN 0781-6847; No. 501)

ABSTRACT: This research on the Finnish food cluster is part of the *Competitive Advantage of Finland* project carried out by the Etlatieto Ltd. The aim of the study is to describe the factors which have influenced the development of the cluster and evaluate its future competitiveness. Until now the targets of domestic agricultural policy have been dominating the industrial environment of the food cluster. Because of the free trade agreements, part of the industry has been exposed to keen competition. However, only few firms envisage a highly international orientation. The elements of the cluster are heterogeneously developed. Cluster structures exist, but the interaction within the cluster is weak. Possible membership in the European Union changes the regulation mechanisms and increases competition. The success of the food industry will be determined more than before by market forces and firms have to choose their position within the industry. The firms have to improve their price competitiveness. On the domestic and Eastern markets the edge of competitive advantage is based on the ability to adapt new technology, geographical proximity to the customers and on having a good logistic system.

KEY WORDS: Food industry, industrial cluster, competitiveness

SISÄLLYS

1. JOHDANTO	4
1.1 Tutkimuksen tausta ja tavoitteet	4
1.2 Teoreettiset lähtökohdat	5
1.2.1 Klusterin hahmotus	5
1.2.2 Porterin timanttimali	6
2. ELINTARVIKEKLUSTERI	9
2.1 Klusterin rakenne	9
2.1.1 Avaintuotteet	10
2.1.2 Erikoispanokset	12
2.1.3 Koneet ja laitteet	12
2.1.4 Liitännäistuotanto	12
2.1.5 Ostajat	13
2.1.6 Liitännäispalvelut	15
2.2 Elintarvikeklusterin merkitys suomalaisessa taloudessa	15
2.3 Klusterin sidonnaisuudet	16
3. KANSAINVÄLINEN MENESTYS	18
3.1 Elintarvikemarkkinoiden luonne	18
3.2 Viennin tukimuodot	19
3.3 Vientimenestys	20
4. YRITYSKENTTÄ	26
4.1 Merkittävimmät yritykset	26
4.2 Yritysten hintakilpailukyky	27
4.3 Kansainvälistyminen	29
5. KLUSTERIN KILPAILUETUUN VAIKUTTANEET TEKIJÄT	31
5.1 Julkisen vallan vaikutus	31
5.1.1 Maatalouspolitiikka	31
5.1.2 Ulkomaankauppapolitiikka	33
5.1.3 Kilpailupolitiikka	35
5.1.4 Verotus	35
5.1.5 Julkisen vallan vaikutus klusterin nykytilaan	36
5.2 Tuotannontekijäolot	37
5.3 Kysyntäolot	38
5.4 Liitännäistuotanto ja -palvelut	41
6. TULEVAISUUDEN HAASTEET	43
6.1 Alan yleiset megatrendit	43
6.2 Murrosvaiheesta eteenpäin	45
6.2.1 Muutosvaiheen haasteet	45
6.2.2 Mahdollisuudet	50
7. JOHTOPÄÄTÖKSET	52
LÄHTEET	53
LIITTEET	54

Esipuhe

Elintarvikkeiden teollinen valmistus alkoi Suomessa laajamittaisesti 1800-luvun lopussa, vaikka ensimmäiset sokeritehtaat perustettiin jo 1700-luvulla. Siirtyminen omavaraistaloudesta teollisesti valmistettujen elintarvikkeiden käyttöön tapahtui vähitellen. Nykyisin syömme lähes yksinomaan teollisesti käsiteltyjä tuotteita. Tuotannon monipuolistuessa, teknologian kehittyessä ja osaamisen kohotessa alan kilpailukyvyyn kehitys riippuu yhä enemmän sektorin kokonaisuudesta ja sen sisäisistä ja ulkoisista kytkennöistä.

Tässä raportissa tarkasteltu elintarvikeklusteri liittyy laajaan Etlatieto Oy:n koordinoimaan klusterianalyysiin, jossa arvioidaan Suomen kansallista kilpailukykyä ja tulevaa teollista kehitystä. Raportti on tehty yhteistyössä Etlatieto Oy:n ja Pellervon taloudellisen tutkimuslaitoksen kanssa. Elintarvikeklusteri poikkeaa useimmista muista teollisista klustereista siinä, että tähän mennessä ala on pääosin toiminut kotimarkkinoilla ulkomaiselta kilpailulta suojatuissa markkinaolosuhteissa. Elintarvikealalla kilpailu on kiristymässä kansainvälisten markkinoiden integroitumisen ulottuessa yhä voimakkaammin myös tälle sektorille. Mahdollinen Suomen jäsenyys Euroopan unionissa merkitsee huomattavaa muutosta juuri tässä suhteessa. Käsillä olevassa elintarvikeklusterin väliraportissa tarkastellaan sekä alan nykytilaan vaikuttaneita tekijöitä että niitä tekijöitä, jotka vahvistavat suomalaisen elintarvikesektorin kilpailukykyä myös markkinoiden avautuessa.

Raportti on nimetty tässä vaiheessa väliraportiksi, koska käytettävissä olleena aikana ei ollut mahdollista riittävän perusteellisesti käydä läpi elintarvikesektorin monitahoista kirjoa. Väliraportti selkeyttää myös kysymyksenasettelua mahdollista jatkotutkimusta varten. Väliraporttiin liittyy myös seitsemän erillistä case-selvitystä, joissa arvioidaan eräiden vientimenestystä tai muuta kilpailukykyä osoittanutta elintarvikesektorin alatoimialaa tai tuoteryhmää. Lisäksi tekeillä on kolme osaraporttia. Valmistuneet osatutkimukset ovat:

Heikki Isosaari: Kilpailuedut makeuttajateollisuudessa,
Inari Kettula: Suomalaisten lastenruokien kilpailuedut,
Pasi Kohmo: Suomalaisen lihateollisuuden kilpailuedut lähimarkkinoilla,
Kalle Laaksonen: Suomen kilpailuedut lähimarkkinoilla,
Hennamari Mikkola: Meijeriteknologinen osaaminen Suomessa,
Hennamari Mikkola ja Raija Volk: Makeisteollisuuden kilpailuedut Suomessa,
Anne af Ursin: Näkkileivän kilpailuedut.

Kauppa- ja teollisuusministeriö on rahoittanut elintarvikeklusterin tutkimusta. Väliraportin tekijät kiittävät rahoittajaa sekä Kansallinen kilpailukyky -projektin johtoa, toimitusjohtaja Pekka Ylä-Anttilaa ja tutkimusjohtaja Hannu Hernesniemeä saadusta tuesta ja kommentteista. Lisäksi työllä on taustaryhmä, joka on kommentteillaan ja kritiikillään vienyt työtä eteenpäin. Haluamme kiittää ryhmän jäseniä arvokkaasta yhteistyöstä. Työhön ovat osallistuneet: Neuvotteleva virkamies Matti Pietarinen (KTM), erikoistutkija Gunnar Niemi (KTM), tutkimusjohtaja Sampsa Haarasilta (Cultor Oy), johtaja Antti Keränen, (Oy Alko Ab), toimitusjohtaja Samuli Skurnik (Pellervo-Seura), ylitarkastaja Matti Jalkanen, (työministeriö), johtaja Seppo Heiskanen (ETL), taloustutkimuspäällikkö Jukka Ala-Peijari (ETL). Lisäksi haluaisimme kiittää vt. professori Sirpa Tuomi-Nurmea ja vt. prof. Saara Hyvöstä Helsingin yliopiston maa- ja metsätaloustieteellisen tiedekunnan taloustieteen laitokselta yhteistyöstä osaraporttien laadinnassa. Projektin kuluessa on lisäksi haastateltu joukko yritysten edustajia, jotka ilmenevät osatutkimusten yhteydessä. Heille kaikille kiitokset.

1. JOHDANTO

1.1 Tutkimuksen tausta ja tavoitteet

Työn tarkoituksena on muodostaa yleiskuva Kansallinen kilpailukyky -projektin elintarvikeklusterista. Tavoitteena on selvittää

- a) mitkä tekijät ovat vaikuttaneet klusterirakenteeseen ja klusterin kilpailumenestykseen Suomessa,
- b) missä tilassa klusterin osat ovat kansainvälisen kilpailun ja kilpailukyvyn suhteen,
- c) arvioida tulevaisuuden menestystekijöitä.

Tarkastelun näkökulmana on Michael E. Porterin klustereita tai yritysryppäitä kuvaava kehikko, jossa korostetaan kilpailuetujen syntyvän nimenomaan toisiinsa sidoksissa olevien yritysten vuorovaikutuksen kautta. Elintarviketeollisuus on myös yksi perinteisellä tavalla määritellyistä toimialoista. Klusterianalyyysissa painotetaan perinteistä toimialatarkastelua enemmän eri toimintojen vuorovaikutusta.

Porterilainen tarkastelutapa lähtee klusterikuvauksessa avaintuotteista edeten tuotannossa käytettyihin laitteisiin, liitännäis- ja lähialoihin sekä tuotteiden käyttäjiin. Avaintuotteet ovat yleensä hyvin menestyneitä tuotteita ja menestyksen mittarina on nimenomaan vientimenestys. Tarkasteltaessa elintarviketeollisuuden saavutettuja kilpailuetuja tällaista klusterihahmotusta ei voida suoraan käyttää, koska ulkomaankauppa on suuressa osaa elintarvikealaa ollut joko hallinnollisesti estetty tai sen laajuutta on voimakkaasti säädelty maatalouspoliittisten tavoitteiden saavuttamiseksi. Osaa viennistä on lisäksi tuettu valtion varoista, jolloin vienti ei anna todellista kuvaa saavutetuista kilpailueduista. Laajamittainen sääntely yhdistyneenä pieneen markkina-alueeseen on epäilemättä heijastunut kilpailuetua synnyttävien osatekijöiden vuorovaikutukseen. Jo tästä institutionaalisesta ympäristöstä johtuen elintarvikeklusteri on porterilaisessa mielessä ns. piilevä tai kehittyvä klusteri, jonka kilpailukykyä on vasta rajoitettua näyttöä.

Nimenomaan tarkasteltaessa saavutettuja kilpailuetuja ei alkuperäisiä porterilaisia mittareita tai parametreja voida käyttää hahmotettaessa klusterin rakennetta. Kuitenkaan sääntely ei ole estänyt klusterirakenteiden syntymistä, vaan pikemminkin vaikuttanut klusterin sisäiseen vuorovaikutukseen ja sitä kautta muovannut rakennetta toisenlaiseksi kuin useimmissa muissa klustereissa. Porterilainen kehikko antaa tästä huolimatta hyvän pohjan nimenomaan vertaillaessa elintarvikealaa muihin selviää klusterirakenteita muodostaviin kokonaisuuksiin. Sen avulla voidaan myös hahmottaa niitä tekijöitä, jotka yleensä vaikuttavat kilpailuedun syntyyn. Johtuen elintarvikealan

toimintaympäristön erityispiirteistä klusterin määrittelyssä on poikettu porterilaisesta tavasta lähinnä avaintuotteita määriteltäessä.

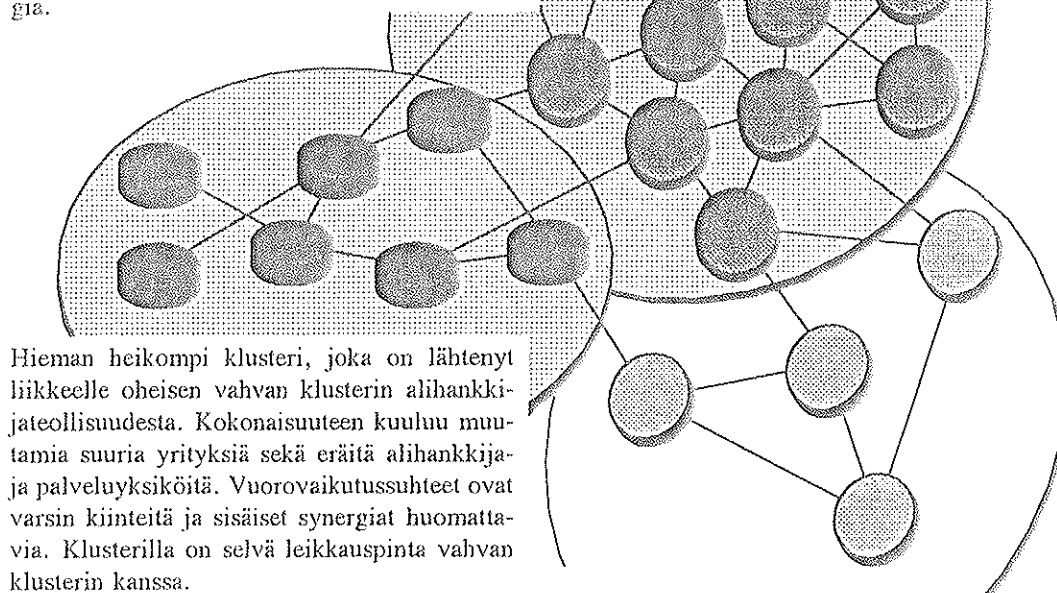
1.2 Teoreettiset lähtökohdat

1.2.1 Klusterin hahmotus

Kansallinen kilpailukyky -projektissa käytetty lähestymistapa perustuu Porterin (1990) esittämään ns. timanttimalliin. Klusteri on yritysryväs, jonka sisäinen vuorovaikutus luo osoitettavissa olevia hyötyjä. Klusterin sisäinen vuorovaikutus syntyy yritysten välisestä kilpailusta, asiakkaiden vaativuudesta, klusterin tarvitsemista tuotannontekijöistä sekä lähi- ja liitännäisaloista. Ulkopuolisina klusterin osiin vaikuttavat julkisen vallan toimenpiteet, kansainvälinen talous ja sattuman mukanaan tuomat mahdollisuudet.

Klusterin tarkastelussa hahmotetaan yritysrypään verkostosuhteita, joita voivat olla tuottajan ja tuotannontekijöiden tarjoajien väliset suhteet, tuottajan ja asiakkaan väliset suhteet, yritysten väliset kilpailusuhteet tai yhteistyökuviot. Klusteri on vahva, jos siitä löytyy erityisen tiiviitä vuorovaikutussuhteita. Yleensä klusteritutkimus on keskittynyt tällaisiin erityisen tiiviisiin keskittymiin. Piilevässä tai kehittyvässä klusterissa sisäiset vuorovaikutussuhteet ja synergia ovat heikkoja ja keskittyvät ehkä vain muutamaa yritykseen. Klusterin kaikkien verkostosuhteiden kartoitus onnistuu harvoin. Käytännössä verkostoa lähdetään yleensä hahmottamaan avaintuotteista käsin, joita valmistavat yritykset muodostavat klusterin ytimen. Kuitenkin klusterin rajaukset ovat aina harkinnan varaisia.

Hyvin voimakas klusteri, jonka ydin muodostuu suuresta joukosta tiettyä avaintuotetta valmistavia ja keskenään kilpailevista yrityksistä. Ympäri on vähitellen syntynyt suuri joukko kone- ja laitevalmistajia, alihankkijoita sekä oheispalveluja tarjoavia yrityksiä. Kokonaisuudelle on tyypillistä hyvin voimakkaat keskinäiset riippuvuussuhteet ja vahva sisäinen synergia.



Hieman heikompi klusteri, joka on lähtenyt liikkeelle oheisen vahvan klusterin alihankkijateollisuudesta. Kokonaisuuteen kuuluu muutamia suuria yrityksiä sekä eräitä alihankkijajapalveluyksiköitä. Vuorovaikutussuhteet ovat varsin kiinteitä ja sisäiset synergiat huomattavia. Klusterilla on selvä leikkauspinta vahvan klusterin kanssa.

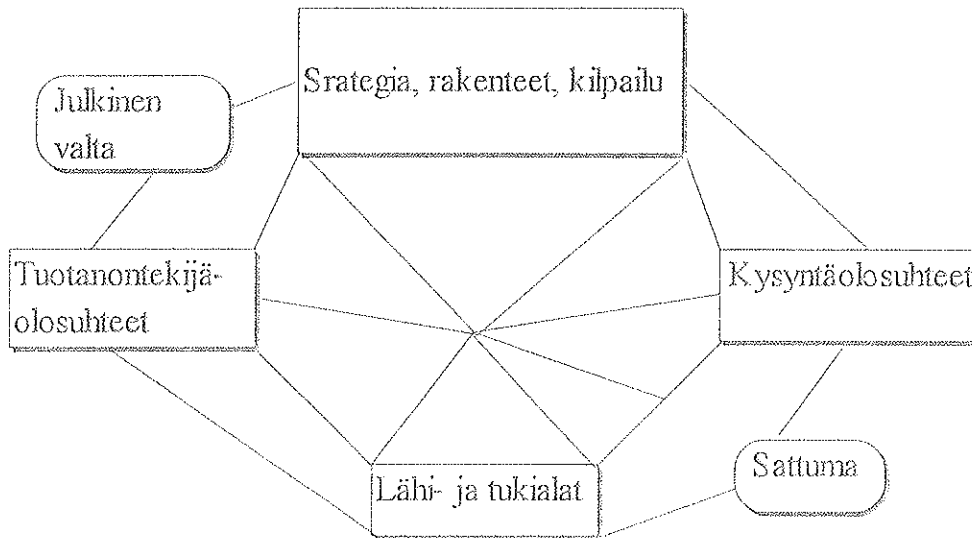
Kehittyvä klusteri, jossa keskinäiset vuorovaikutussuhteet ja sisäiset synergiat ovat vielä verrattain heikkoja. Laaja leikkauspinta olemassaoleviin klustereihin, joista nykyinen liiketoiminta on vahvasti riippuvainen.

Kuvio 1. Yritysten vuorovaikutussuhteet

Lähde: Rouvinen (1994)

1.2.2 Porterin timanttimalli

Klusterin hahmottamisen jälkeen siinä toimivia yrityksiä kuvataan Porterin esittämällä timanttimallilla. Malli muodostuu eräänlaisesta toimiala-areenasta, jossa yritysten kilpailukyky muovautuu. Sen muodostavat neljä perusosaa: tuotannontekijäolot, kysyntäolot, lähi- ja tukialat sekä kilpailuolosuhteet. Lisäksi vaikuttavat kentän ulkopuolisina voimina: julkinen valta ja sattuma. Parhaillaan kentän eri osat vahvistavat toisiaan ja klusteriin kytkeytynyt yritys saa vahvuuksia, joita ei ulkopuolella toimien syntyisi.



Kuvio 2. Porterin toimiala-areena.

Lähde: Porter (1990) s. 127

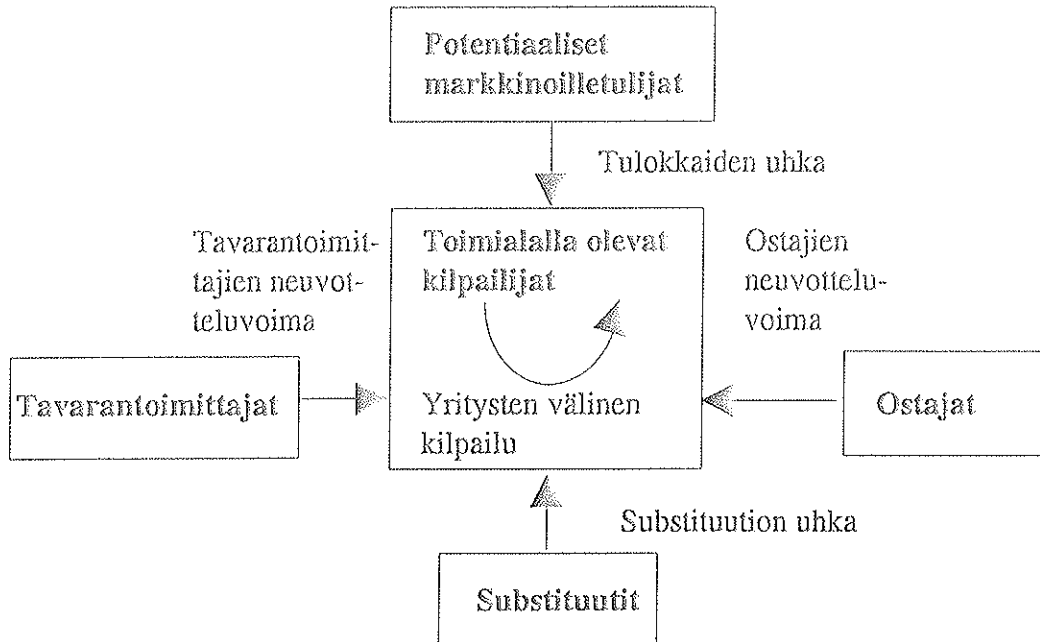
Tuotannontekijöiden hinnalla ja laadulla on tärkeä merkitys kilpailukyvyyn luomisessa. Osa tuotannontekijöistä, kuten ilmasto ja luonnonolot, ovat sellaisia, ettei niihin voida vaikuttaa. Toisia voidaan luoda panostamalla niihin tieto-taitoa ja pääomaa. Esimerkiksi korkeatasoinen tutkimus ja koulutettu työvoima tai tietoliikenneyhteydet ovat luotuja tuotannontekijöitä. Tuotannontekijöiden kehittyminen tapahtuu vuorovaikutussuhteessa timantin sisällä. Mitä erikoistuneempien ja vaikeammin luotavien tuotannontekijöiden käyttöön tuotanto perustuu, sitä enemmän ne luovat kilpailuetua.

Porter korostaa vaateliaan kotimarkkinakysynnän merkitystä kilpailuetua luovana tekijänä. Mitä vaativampaa kysyntä on, sitä enemmän sen tyydyttäminen edellyttää kehitystyötä ja uudistumista. Parhaimmillaan tällainen vaativa kotimainen kysyntä ennakoii ulkomaista kysyntää.

Kolmas osatekijä kilpailukyvyyn luonnissa on liitännäistuotannolla ja palveluilla. Lähialojen tuotannon ja palveluiden on paitsi oltava tehokasta, myös pystyttävä toimimaan sellaisessa vuorovaikutussuhteessa, joka tukee uudistumista. Kansalliset lopputuotteiden valmistajat hyötyvät, jos liitännäisaloilla on maailmanlaajuinen kilpailu. Liitännäisalat voivat olla monenlaisia riippuen toimialasta. Tyypillisen liitännäisalan muodostaa esimerkiksi välituotteiden tuotanto.

Kovalla kilpailulla on tärkeä osa kilpailukyvyyn luonnissa, koska se pakottaa yritykset jatkuvaan kehitystyöhön. Kilpailun luonne riippuu viidestä tekijästä: uusien tulokkai-

den uhkasta, korvaavien hyödykkeiden uhkasta, asiakkaiden neuvotteluasemasta, tavarantoimittajien neuvotteluasemasta ja alalla olevien yritysten välisestä kilpailusta. Kunkin kilpailutekijän merkitys riippuu alan taloudellisista ja teknisistä ominaisuuksista. Esimerkiksi uusien tulokkaiden uhka riippuu alalle tulon esteistä eli esimerkiksi jakelukanavien moninaisuudesta, merkkivuskollisuudesta ja mittakaavaeduista.



Kuvio 3. Porterin kilpailumalli.

Lähde: Porter (1983), s. 26

Julkisella vallalla on myös oma rooli kilpailukyvyyn luomisessa. Viranomaiset vaikuttavat esimerkiksi normien ja standardien asettamisen kautta, erilaisilla sääntelytoimenpiteillä ja yleensä kilpailupolitiikan kautta. Porter korostaa julkisen vallan roolia toimintaedellytysten luojana.

Usein myös sattuma vaikuttaa yritysten toimintaan. Ennalta arvaamattomat muutokset tuovat uusia mahdollisuuksia, jos yritys pystyy nopeasti ja joustavasti reagoimaan.

Porterin kehikossa kansainväliset liiketoimet ja monikansalliset yhtiöt voidaan katsoa timantin laajentumaksi. Porterin mukaan kansainvälisen yrityksen koostumus on toisarvoinen tekijä kilpailuetua luotaessa. Toimialasta ja markkinoiden koosta riippuen kansainvälistymisen merkitys voidaan nähdä myös muista näkökulmista. Kuitenkin pitää paikkansa, että useimmilla yrityksillä on tai on ainakin ollut kotipesä, josta käsin kilpailukyvyyn ydin on luotu.

2. ELINTARVIKEKLUSTERI

2.1 Klusterin rakenne

Klusteri voidaan mieltää yritysryppäiden ympärille muodostuneeksi osaamiskeskittymäksi. Vaikka yritykset ovat klusterissa toimijoita ja muodostavat sen ytimen, on helpompi lähteä etsimään klusterirakennetta avaintuotteiden avulla. Elintarvikeklusterin avaintuotteiden määrittelyn pohjaksi on otettu vientimenestyksen sijasta sellaiset prosessoidut lopputuoteryhmät, jotka ovat käytettävissä ihmisravinnoksi. Avaintuotteet on ryhmitelty kahteen pääryhmään: vapaakauppatuotteisiin ja sääntelyn piiriin kuuluviin tuotteisiin. Vapaakauppatuotteissa on edelleen pyritty muodostamaan jo viennissä menestyneitä tai potentiaalisesti menestyviä ja ilman vientimenestystä olevia tuoteryhmiä. Vastaavasti voidaan sääntelyn piirissä olleet tuotteet ainakin pyrkiä jaottelemaan selviin kotimarkkinatuotteisiin ja potentiaalsiin vientituotteisiin.¹

Klusteri muodostuu useasta toimialasta (porterilaisessa mielessä). Osalla klusterin toimialoista on keskenään klusterimaisia kytkentöjä, osassa niitä ei erilaisista syistä johtuen ole muodostunut. Kokonaisuutena elintarvikeklusteria luonnehtii neljä piirrettä.

1) Ensinnäkin sen avaintuotteet ovat syötäviä *kulutustavaroita*, joissa korostuu usein käyttäjä-tuottaja -suhteiden merkitys menestystekijänä.

2) Toiseksi mm. varsin laajasta avaintuotteiden joukosta johtuen *klusterirakenteissa on aukollisuutta*. Osa klusterin alkioista muodostaa keskenään "miniklustereita". Jotkut miniklustereista ovat kiinteitä pystyen hyödyntämään synergiaetuja, osa taas on löysiä. Alaklustereilla on eri tasoisia kytkentöjä keskenään. Kuitenkin on vaikea jakaa koko elintarvikeklusteria kattavasti miksikään alaklusterien verkostoksi.

3) Kolmanneksi elintarvikeklusteri on metsäklusterin tavoin *raaka-ainelähtöinen*. Ensi silmäyksellä raaka-aineita on suuri joukko, mutta kaikkia keskeisimpiä yhdistää se, että ne ovat joko suoraan kasviperäisiä tai niillä aikaansaatuja (ks. kuvio 5). Suuri osa klusterin keskinäistä vuorovaikutusta syntyy raaka-aine- ja puolivalmistevirtojen kautta. Jalostusasteen kohotessa kuitenkin muiden kytkentöjen merkitys lisääntyy koko ajan.

¹ Projektin tässä vaiheessa tähän kuitenkin ei ole ollut mahdollisuuksia.

4) Neljänneksi, vaikka Porter lähtee kilpailukyvyn määrittelyssä taidosta menestyä kansainvälisillä markkinoilla, elintarvikeklusterissa tämän rinnalle näyttää nousevan ainakin *klusterin latentissa vaiheessa tarve ottaa menestyskriteeriksi myös menestyminen kotimarkkinoilla avoimessa kilpailutilanteessa*.

2.1.1 Avaintuotteet

Avaintuotteiden jaottaminen vapaakauppatuotteisiin ja vientisäänneltyihin tuotteisiin luo pohjan tarkastella institutionaaliselta ympäristöltään täysin erilaisten tuoteryhmien kehitykseen vaikuttaneita syitä. Näkökulma on tässä mielessä historiallinen, mutta perusteltavissa sillä, että institutionaalinen ympäristö ja sen muutos edelleen vaikuttavat myös näköpiirissä olevan ajan kehitykseen. Institutionaalinen ympäristö on vaikuttanut klusterin dynamiikkaan eri tavalla näissä kahdessa ryhmässä. Toisaalta kuitenkin vapaakauppatuotteiksi valikoitui aikoinaan klusterikytke⁶ntöjen kannalta satunnaisia tuotteita. Näin ollen avaintuotteiden välillä on sidonnaisuuksia vapaakaupparyhmien ja kotimarkkinaryhmien välillä. Ei siis ole varsinaisesti olemassa alaklusteria, joka voitaisiin nimetä 'vapaakauppaklusteriksi' ja toista, joka kantaisi nimeä 'säädelty klusteri'. Kuitenkin myöhemmin havaitaan myös klusterin yrityksissä selvää jakautumista kilpailun alaisina toimineisiin ja säännellyissä oloissa eläviin.

Avaintuotteet on määritelty prosessoiduiksi tuotteiksi. Rajan vetäminen raaka-aineen ja jalostetun tuotteen välille ei ole elintarvikkeissa yksiselitteistä, koska osa tuotteista kulutetaan varsin vähän jalostetussa muodossa. Kuitenkin samaa tuotetta voidaan prosessoida hyvinkin pitkälle. Avaintuotteiden määrittely prosessoiduiksi tuotteiksi sijoittaa kuitenkin valtaosan varsinaisista maataloustuotteista panosten joukkoon.

Kuvio 4. ELINTARVIKEKLUSTERI

ERITYISPANOKSET	AVAINTUOTTEET	OSTAJAT
Maatalousraaka-aineet Entsyymit	<i>Viennissä vakiintunutta asemaa saavuttaneet va- paakauppatuotteet:</i> -makeiset ja suklaa -näkkileipä ja keksit -lastenruuat -vodka -sokerikemia (osittain)	<i>Kotimainen tukku- ja vähittäiskauppa</i> -yksityiset kuluttajat -suurkeittiöt -ravintolat -henkilöstöravintolat -laitosruokalait
KONEET		
Kylmäkuljetusketjun lait- teet Prosessisosaaminen Valmistuslaitteet -sekoittaminen -kypsennys -kuljetushinnat -pesu ym.	<i>Potentiaalisia vapaa- kauppatuotteita:</i> -liköörit, katkerot -olut -jäätelö	<i>Teollisuus välituote- käyttöön</i> <i>Länsimarkkinat</i> -agentit -kauppaketjut -teollisuus väli- tuotekäyttöön
LIITÄNNÄIS- TUOTANTO	<i>Latentit vapaakauppa- tuotteet:</i> -kalavalmisteet -kahvi- ja ruokaleivät -makaronit	<i>Itämarkkinat</i> -agentit -kaupat
<i>Vähän säädellyt tai sääte- lemättömät</i> -lemmikkieläinruoka- teollisuus -paperikemia (tärkkelys) -kemian teollisuus (liimat) -lääketeollisuus (kliiniset ravintovalmis- teet ym.) -pakkausteollisuus -prosessiautomaatio	<i>Säädellyt tuotteet</i> <i>Potentiaaliset vienti- tuotteet:</i> -juusto -maltaat -mehut -marjavalmistet	LIITÄNNÄIS- PALVELUT Varastointi- ja kylmäkuljetus Konsultointi/proses- sien hallinta Tutkimus -perustutkimus -biotekninen T&K Catering
<i>Säädellyt:</i> -rehuteollisuus	<i>Kotimarkkinatuotteet</i> -maito, voi, muut maitovalmistet -vihannesvalmistet -sokeri -lihavalmistet -munavalmistet <i>Trading-tuotteet</i> - kahvi, tee - trooppiset hedelmät	

2.1.2 Erikoispanokset

Kilpailuedun muodostumisen kannalta on olennaista, että maalla on alhaiset kustannukset tai sellaisia ainutkertaiseen osaamiseen perustuvia tuotannontekijöitä, jotka ovat tärkeitä juuri kyseisen alan kilpailukyvyyn muodostumisen kannalta. Elintarvikeklusterille on tyypillistä vahva sidonnaisuus biologisiin raaka-aineisiin. Näistä erilaiset viljakasvit ovat tärkeimpiä siksi, että ne joko jalostetaan suoraan syötävään muotoon tai niitä käytetään eläinten ruokintaan (kuvio 5). Pelkästään nautojen ruokintaan käytetään nurmikasveja. Viljakasvien rinnalla ovat sokerijuurikkaan, öljykasvien ja perunan kaltaiset erikoiskasvit, joita voidaan jalostaa edelleen. Varsinaisia puutarhakasveja joko säilötään tai käytetään valmisruokiin. Valtaosassa biologisten raaka-aineiden tuotantoa perustuotannontekijät kuten maa, maantieteellinen sijainti ja ilmasto ovat olleet ratkaisevan tärkeitä. Nämä vaikuttavat sekä raaka-aineen laatu- että hintakilpailukykyyn. Ilmasto on Suomelle pikemminkin kilpailukykyä haittaavaa kuin edistävä tekijä. Teknisen kehityksen edistyessä ja kulutuksen siirtyessä pitkälle jalostettuihin tuotteisiin luodut tuotannontekijät tulevat yhä tärkeimmiksi. Esimerkiksi entsyymien merkitys on koko ajan kasvanut. Myös maitohappobakteerit ovat käytössä varsinaisen maidonjalostuksen ulkopuolella esimerkiksi liha- ja leipomoteollisuudessa.

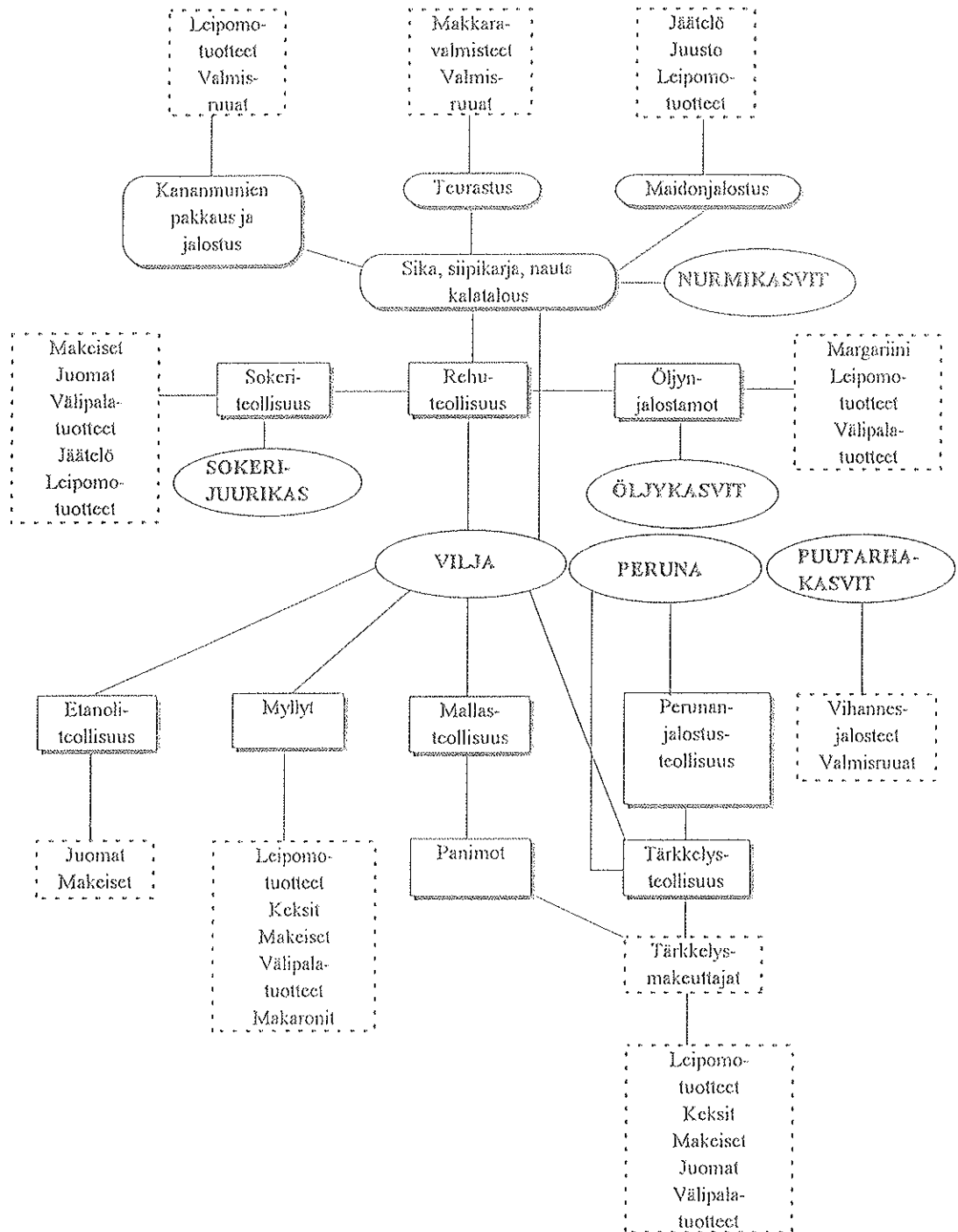
2.1.3 Koneet ja laitteet

Elintarviketeollisuus on pääosin prosessiteollisuutta, jossa usein samalla tuotelinjalla voidaan valmistaa pienin muutoksin useita toisiaan lähellä olevia tuotteita. Valmistamiseen kytkeytyy tuotteen jäähdytys, ehkä pakastaminen, pakkaaminen, varastointi ja kuljetus sekä niihin liittyvät koneet ja laitteet. Valmistusprosessin hienosäätö sellaiseksi, että tuotteella on vaaditut ominaisuudet, näyttää usein olevan käyttäjän vastuulla. Suomalaisten käyttämä teknologia on keskimäärin uudenaikaista, mutta suomalaista laitevalmistusta on satunnaisesti.

2.1.4 Liitännäistuotanto

Liitännäistuotannosta valtaosa perustuu maatalousraaka-aineita syötävään muotoon prosessoitaessa syntyviin sivutuotteisiin. Esimerkiksi viljaa jauhettaessa ja öljyä puristettaessa saadaan kuoriosista rouhetta, teurastettaessa vuotia ja sisäelimiä sekä maitoa jalostettaessa heraa. Elintarviketeollisuuden liitännäistuotannosta valtaosa perustuu näiden ravitsemuksellisesti arvokkaiden sivutuotteiden hyväksikäyttöön. Esimerkiksi rehu- ja eläinruokateollisuus perustuu avaintuotteita valmistettaessa saataviin sivutuotteisiin, joskin varsinkin lemmikkieläinruoka on alkanut kehittyä

Kuvio 5. Elintarvikeklusterin yhteys raaka-aineperustaansa



pitkälle jalostetun kulutustavarateollisuuden suuntaan segmentoituen esimerkiksi eri hintaryhmiin.

Toisen ryhmän liitännäisteollisuutta muodostavat sivutuotteiden jatkojalostus muuhun kuin syötävään muotoon ja maatalousraaka-aineen jalostus suoraan muuhun kuin elintarvikekäyttöön. Tärkkelyksen kautta elintarviketeollisuudelle syntyy kytkentä paperikemian teollisuuteen. Tärkkelystä käytetään mm. paperin ja kartongin päällystys- ja lujitusaineena. Esimerkiksi tärkkelyspohjaisilla pintaliimoilla parannetaan kopio- ja hienopapereiden painojälkeä. Toinen esimerkki on maidosta saatava kaseini, jota käytetään paperi-, lääke- ja makeisteollisuudessa. Kytkeä syntyy myös panoskäytön kautta. Varsinkin maatalous, mutta myös teollisuus, ostaa merkittävästi panoksia kemianteollisuudelta. Kytkeä lääketieteelliseen perustuvat osittain myös sivutuotteiden pitkälle vietyyn jatkojalostukseen ja osittain esimerkiksi bakteerologiseen tai entsyymeihin perustuvaan osaamiseen.

Tärkeä liitännäisala on pakkausteollisuus. Elintarvikkeiden pakkauksilta edellytetään mm. terveydellisistä syistä monia erityisominaisuuksia, jolloin pakkausteollisuuden kytkentä elintarviketeollisuuteen on läheinen. Jakelun helpottamiseksi ja säilyvyyden parantamiseksi on kehitetty esimerkiksi suojakaasu- ja tyhjiöpakkauksia. Edelleen esimerkiksi mikroaaltouunin kestävät pakkaukset tarvitsevat erikoismateriaaleja. Paperipohjaiset pakkausmateriaalit ovat arvoltaan tärkein ryhmä (ks. kuvio 7). Myös muovi- ja metallimateriaaleja käytetään. Kulutustavarateollisuudessa pakkaukset ovat myös osa tuotteen erilaistamista. Elintarvikkeiden teollinen valmistaminen on usein prosessiteollisuutta. Koneiden ja laitteiden räätälöiminen kuhunkin käyttötarkoitukseen sekä niihin liittyvä prosessien hallinta on olennainen osa valmistusosaamista.

2.1.5 Ostajat

Elintarvikeklusterin tuotteiden asiakassuhteita luonnehtii kolme peruspiirrettä. Ensimmäinen valtaosa elintarvikeklusterin tuotteista on kulutustavaroita, jotka jaetaan kuluttajille tukku- ja vähittäiskaupan kautta. Myös suuri osa puolivalmisteista kulkee tukku-kaupan kautta. Kauppa ja sen strategiat kuluttajan ja teollisuuden välisenä linkkinä ovat tärkeä osa klusterin dynamiikkaa. Toiseksi klusterin liitännäistuotannossa ja -palveluissa tyypilliset asiakassuhteet perustuvat teollisen puolivalmisteen myyntiin valmistajalta asiakasyritykselle. Kolmanneksi, varsinkin klusterin tämän hetkistä tilaa tarkasteltaessa, korostuu kotimaisen asiakkaan merkitys. Tähän on institutionaalisten rajoitteiden ohella syynä se, että mm. tuoreusvaatimusten ja ruokakulttuurin vaiku-

tuksesta suuri osa ruuasta tuotetaan kulutusta lähellä². Toisaalta kuitenkin muuttuva institutionaalinen ympäristö johtaa siihen, että tulevaisuudessa sekä läntisten että itäisten markkinoiden painoarvo kasvaa. Näyttää siltä, että kolmijaolla kotimaisiin, itäisiin ja läntisiin ostajiin on erityistä merkitystä.

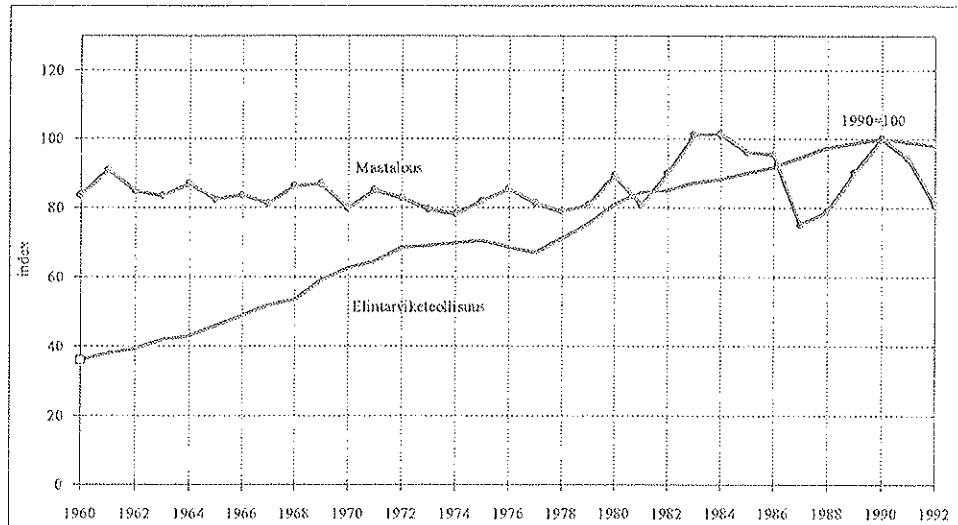
2.1.6 Liitännäispalvelut

Valtaosa klusterin liitännäispalveluista liittyy tuotteiden saamiseen kuluttajan ulottuville nautittavassa muodossa. Helposti pilaantuvien tuoretuotteiden varastointi ja logistiikka muodostavat ehkä keskeisimmän liitännäispalvelujen ryhmän. Panos-tuotos-taulukoiden mukaan (kuvio 7) teollisuus ostaa maatalousraaka-aineiden jälkeen panoksina eniten kuljetus- ja varastointipalveluita. Erityisesti Suomessa catering-palveluiden osuus on vahva. Tähän on syynä mm. se, että työpaikka-ateriat ovat yleisiä mm. naisten työssä käynnin ja veroetujen vuoksi. Myös lento- ja laivamatkustajien muonitus on usein catering-yritysten alaa. Kilpailuetuja haettaessa sekä tutkimus- että prosessien hallintaan ja markkinointiin liittyvä konsultointi ovat tärkeitä alueita. Elintarvikealan tutkimuksen keskeisiä tutkimusalueita ovat biologisten raaka-aineiden ja niiden pääkomponenttien tutkimus sekä valmistusprosessien tutkimus.

2.2 Elintarvikeklusterin merkitys suomalaisessa taloudessa

Suomalaiset kotitaloudet käyttivät (kansantalouden tilinpidon mukaan) elintarvikkeisiin ja alkoholittomiin juomiin vuonna 1992 43,8 mrd markkaa. Kun tähän lisätään laitospuokailu, elintarvikemarkkinoiden voidaan arvioida olevan ainakin noin 45 mrd markkaa. Vuonna 1992 elintarviketeollisuuden arvonlisäys oli 12,3 mrd markkaa (ml. tupakkateollisuus). Liitännäisaloista rehujen tuotanto sisältyy edellä mainittuun lukuun. Muista liitännäisaloista on merkittävin maatalous, jonka arvonlisäys oli vuonna 1992 myös 12,3 mrd markkaa. Karkeasti arvioiden kaupassa ja ravitsemustoiminnassa syntyvä arvonlisäys on jonkin verran itse teollisuutta suurempi. Talouden kokonaisaktiiviteetin kannalta elintarvikeklusteri on merkittävä. Tämä näkyy myös siinä, että teollisuudessa oli vuonna 1992 töissä noin 46 000 ihmistä ja maataloudessa 155 000.

² Ääriesimerkki tuotannon paikallisuudesta ovat ehkä maitotuotteet, joiden maailman kokonaistuotannosta vain alle 5 % kuuluu yli rajojen menevän kaupan piiriin (Crocombe, Enright ja Porter, 1991 s. 63).



Kuvio 6. Elintarviketeollisuuden ja maatalouden tuotannon volyymi-indeksi vuosina 1960-1993.

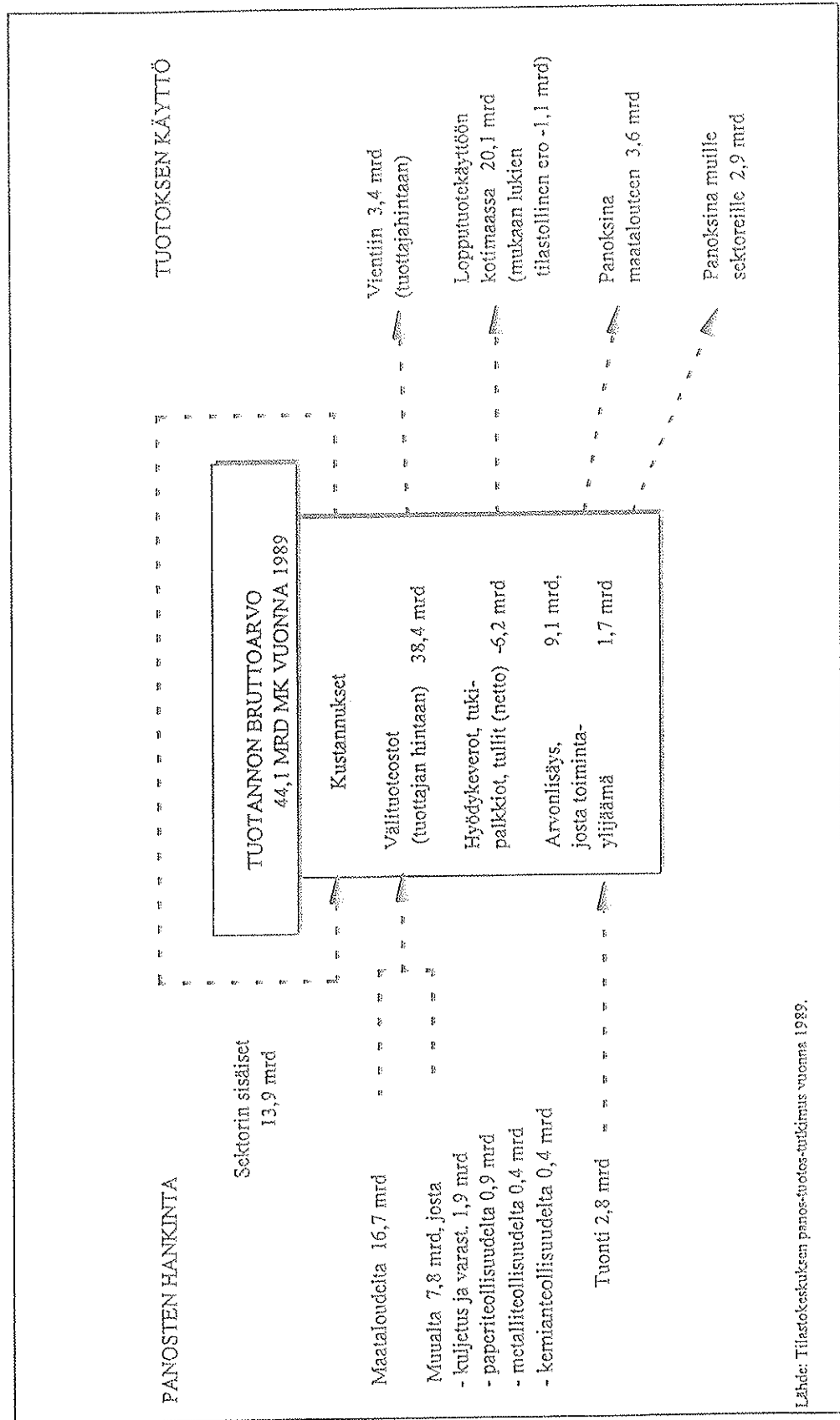
Elintarvikkeiden valmistus kuuluu ns. kypsiin toimialoihin, koska kulutus kasvaa hitaasti. Elintarviketeollisuuden tuotannon volyymi on kuitenkin kasvanut, koska jalostusarvo nousee.

2.3 Klusterin sidonnaisuudet

Elintarvikeklusterin raaka-ainelähtöisyys johtaa siihen, että kytkentä maatalouteen on myös kilpailuetujen muodostumisen kannalta kiinteä. Tätä on korostanut hallinnollinen sääätely, joka on rajoittanut ulkomaisten korvaavien raaka-aineiden tuontia. Kun useimmissa maissa on hallinnollisesti ohjattu pääasiassa kotimaisten raaka-aineiden käyttöön, mm. teollisuuden sijainti on määräytynyt sen mukaisesti.

Teollisuuden panoksista suurin osa tulee maataloussektorilta, panos-tuotostaulujen mukaan esimerkiksi vuonna 1989 lähes 17 mrd markan arvosta tuotannon bruttoarvon ollessa 44 mrd mk (kuvio 7). Kuitenkin myös sektorin sisäinen panosten käyttö oli 14 mrd. mk. Sektorin sisäisen panoskäytön laajuus tietyllä tavalla havainnollistaa myös sisäisten klusterikytkentöjen laajuutta. Kuljetus ja varastointi ovat olennainen osa klusteria. Kytkennät kemian teollisuuteen ovat merkittävät myös maatalouden kautta, joka käytti kemian teollisuudesta panoksia 1,4 mrd markan arvosta. Kaupan merkittävä rooli ei näy panos-tuotos -tarkastelun perusteella, koska vain sen marginaalit näkyvät panoksina. Klusterin vahva raaka-ainekytkentä ja kaupan muodostama linkki kuluttajaan tekevät klusterista putkimaisen.

Kuvio 7. Elintarviketeollisuuden sidonnaisuudet
(pl. juomateollisuus)



Lähde: Tilastokeskuksen panos-tuotos-tutkimus vuonna 1989.

3. KANSAINVÄLINEN MENESTYS

3.1 Elintarvikemarkkinoiden luonne

Ruuan kulutus ei kehittyneissä maissa juuri kasva. Sen sijaan kulutus siirtyy tuotteista toisiin, yleensä pidemmälle jalostettuihin, osittain myös uusiin ennen eksoottisina pidettyihin yhdistelmiin. Innovaatioiden merkitys korostuu sen vuoksi koko ajan. Perinteisesti eurooppalaisia ruokamarkkinoita pidetään maittain eriytyneinä. Yleiseurooppalaisia tavaramerkkejä ei ole juuri kehittynyt paikallisista makutottumuksista johtuen. Elintarvikemarkkinoiden yleissuuntauksena on mukavuuden ja terveellisuuden korostuminen. Mukavuuden halu ei näy vain pikaruuan yleisyytenä, vaan myös valmiiksi kehitetyt aterian osat tai ateriat saavuttavat suosiota.

Kulutuksen trendit näkyvät myös uutuustuotteiden kehittämisessä. USA:ssa siihen on sanottu vaikuttavan yhdeksän F:n listan eli: *Fitness, Fat, Fast, Fresh, Friendly* (ympäristöä kohtaan), *Fancy, Foreign, Famous, Fun*. - Jules Rose, Sloan's Supermarket, New York.

Pohjoiseurooppalaista teollisuutta voi luonnehtia mittakaavaetuja tavoittelevaksi, kun taas Etelä-Euroopassa pienet yritykset ovat yleisiä. Tämä selittyy pitkälle ruuanlaittokulttuurien eroilla. Yhteistä eurooppalaiselle yritysrakenteelle näyttää olevan se, että peruselintarvikkeiden vähän jalostetuissa osissa suurilla osuustoiminnallisilla yrityksillä on vahva asema.

Kaupan esteiden aleneminen Euroopan markkina-alueen syntyessä on saanut elintarviketeollisuuden nopeaan muutosprosessiin, joka ilmenee mm. yritysostojen vilkkauteena. Myös elintarvikkeiden paikallaan polkeva kysyntä, vähittäiskaupan kasvava markkinavoima ja uusien teknologisten ratkaisujen kehittäminen ohjaavat muutosta. Uutena yli koko teollisuuden menevänä vaatimuksena on tullut pakkausajattelun täydellinen muutos kierrätettävyyden ja pakkausmateriaalin säästämisen suuntaan. Monet ennustavat eurooppalaisten elintarvikemarkkinoiden olevan kehittymässä amerikkalaiseen polarisoituneeseen suuntaan. USA:ssa useaa alaa hallitsevat suuryritykset, joilla on varoja tuotekehitykseen ja voimakkaiden tuotemerkkien luontiin. Pienet joustavat yritykset toimivat kapeilla niche-aloilla.

3.2 Viennin tukimuodot

Elintarvikkeiden viennistä suuri osa on ylijäämätuotteiden kauppaa. Maataloustuotteiden kotimainen tuotanto on ylittänyt kulutuksen. Koska maailmanmarkkinahinnat ovat huomattavasti suomalaisia alhaisempia, vientiä on tuettu on kolmen kanavan avulla: suora vientituki, hinnanaerokorvaukset ja liikevaihtoverotuki. Vientitukeen rinnastetaan usein maailmanmarkkinahintainen käyttö Suomessa. Liikevaihtoverotuki syntyy siitä, että kotimaisen hintatason alentamista varten alkutuotevähennyksen avulla saatua liikevaihtoveroetua ei ole tarvinnut palauttaa valtiolle silloin, kun tuotteet on viety ulkomaille.

VIENNIN TUKIMUODOT VUONNA 1993			
Maataloustuotteet ja ensi asteen jalosteet		Vapaakauppatuotteet	
1. Vientituki	2,0 mrd. mk	3. Hinnanerokorvaukset	0,6 mrd. mk
2. Liikevaihtoverotuki	0,7 mrd. mk		

Viime vuosina maatalous on kollektiivisesti erilaisten maksujen kautta (esimerkiksi vientikustannusmaksut ja lannoitevero) vastannut itse osasta vientituen rahoitusta. Vuonna 1993 maataloustuotteiden vientitukeen (ml. lihajalosteet ja maailmanmarkkinahintainen kotimaan käyttö) käytettiin 2,7 mrd. markkaa, josta maatalouden oma rahoitusosuus oli 1,4 mrd. markkaa. Yksikkökohtainen tuen tarve riippuu maailmanmarkkinoiden tilanteesta. Esimerkiksi voi on ylijäämätuote ja valtio tuki sen vientiä 17 markalla kiloa kohden. Voikilon maailmanmarkkinahinta on liikkunut vain noin 7 markan tuntumassa. Sianlihasta puolestaan maksettiin vientitukea 13,5 mk/kg saadun hinnan ollessa noin 11 mk/kg.

VIENTI- JA LIKEVAIHTO- VEROTUEN RAHOITUS	
	milj. mk
Tuontimaksut	69
Maatalous	1353
Valtio	1242

Institutionaalisen ympäristön vuoksi klusterin tuotteiden *vienti jakaantuu kolmeen ryhmään*. Maatalouspohjaisten jalostamattomien tai vähän jalostettujen *panosten vienniksi* voidaan lukea vaikkapa viljan vienti. Esimerkiksi kauraa on viety suuria määriä. Vienti on luvanvaraista ja perustuu kotimaan markkinatilanteeseen. Vientiä tuetaan maksamalla maailmanmarkkinahinnan ja kotimaanmarkkinahinnan erotus *vientitukena*. Viennin kehitys on heijastanut lähes puhtaasti ylituotantotilannetta kotimaassa. Näiden tuotteiden tuonti Suomeen puolestaan on yleensä ollut luvanvaraista.

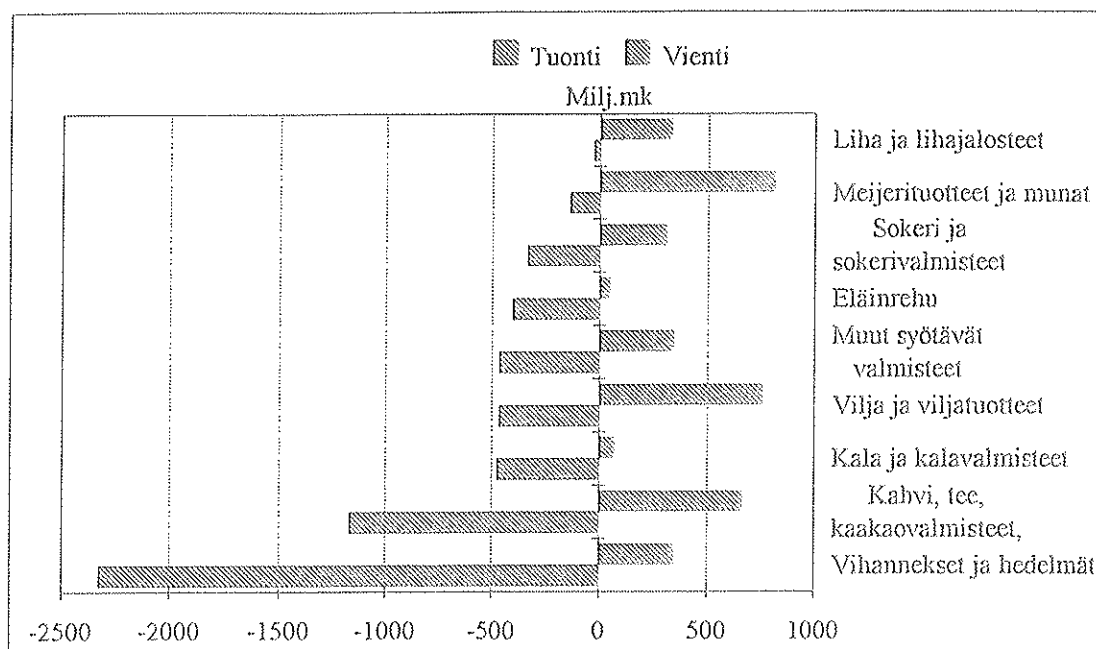
Toisen suuren ryhmän vientituotteita muodostavat *teollisesti valmistetut vapaakauppatuotteet*, joista on sovittu EFTA- ja EC-sopimuksissa. Elintarvikkeiden viennin arvosta vapaakauppatuotteet muodostivat aikaisemmin noin kolmanneksen, mutta Venäjän ja Baltian viennin ansiosta osuus on noussut ollen vuonna 1992 45 % viennistä. Tuonnista vastaava osuus oli 32 %. Vapaakauppatuotteiden viennissä useista maatalouspohjaisista raaka-aineista maksetaan *hinnanerokorvausta*. Aiemmin vapaakauppatuotteiden hinnanerokorvauksiin on käytetty varoja alle 0,5 mrd. markkaa vuodessa, mutta vuonna 1993 nopeasti kohonneen Venäjän ja Baltian viennin vuoksi hinnanerokorvaukset nousivat 594 miljoonaan markkaan.

Kolmannen ryhmän muodostavat *tuotteet, joihin ei mahdollisia tulleej lukuunottamatta liity sääteilyä eikä hinnanerokorvauksia tms.* Tällaisia ovat esimerkiksi monet hedelmät ja nautintoaineet kuten kahvi ja tee. Nämä perinteiset tuontituotteet ovat Venäjän ja Baltian kaupan vuoksi alkaneet muodostua myös vientituotteiksi. Vuonna 1993 esimerkiksi hedelmien vienti kuusinkertaistui ja kahvin vienti kahdeksankertaistui. Elintarvikkeihin on tätä kautta syntynyt *trading-kauppaa*.

3.3 Vientimenestys

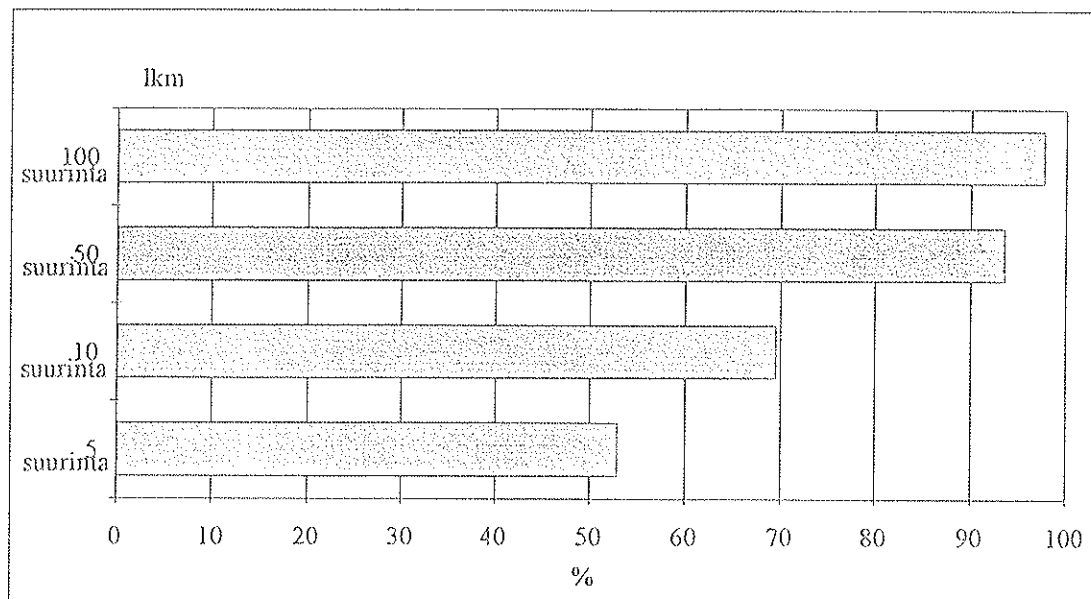
Suomen elintarvikkeiden ulkomaankaupan kehitys on ollut tarkoin säänneltyjen pelisääntöjen vuoksi vuosia vakaata. Tuonnin arvo on rajalla mitatuin hinnoin vajaat 6 mrd. ja viennin vajaat 4 mrd. markkaa. Vihannesten, hedelmien sekä trooppisten nautintoaineiden osuus tuonnista on noin 60 prosenttia (ks. liitekuviot 1 ja 2). Ne ovat tuotteita, joita ei voi Suomessa tuottaa ainakaan koko vuoden kulutusta vastaavasti. Tuonnin osuus elintarvikkeisiin käytettävistä kokonaismenoista on noin 10 %.

Vuonna 1992 elintarviketeollisuuden kokonaistoimituksista vientiin meni vajaat 9 % (teollisuustilaston mukaan laskettu kotimarkkinahintainen vienti). Viennissä korostuu meijerituotteiden ja viljan vienti, mikä heijastelee kotimaisen maatalouden ylituotantotilanteesta johtuvaa vientitarvetta (kuvio 8).



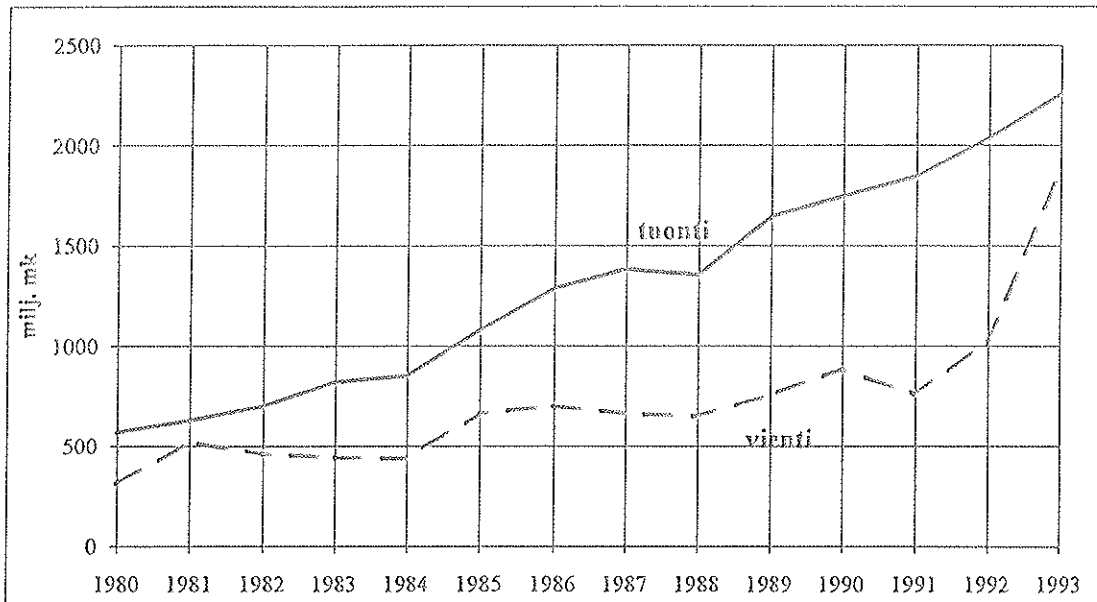
Kuvio 8. Elintarvikkeiden tuonti ja vienti pääryhmittäin vuonna 1993.

Elintarvikkeiden vienti on muun ulkomaankaupan tavoin keskittynyttä. Viisi suurinta elintarvikeviejää vei yli puolet elintarvikkeiden kokonaisviennistä vuonna 1992. Kymmenen suurimman yhteinen osuus oli noin 70 prosenttia (kuvio 9).



Kuvio 9. Elintarvike-, juoma- ja tupakkateollisuuden viennin keskittyneisyys v. 1992.

Vapaakauppasopimukset ovat selvästi muuttaneet markkinoiden käyttäytymistä. Sekä tuonti että vienti ovat lisääntyneet. Tämä merkitsee sitä, että kapeissakin tuoteryhmissä kuten suklaassa on työnjako muuttunut eriytyneemmäksi ja kilpailevien tuotteiden valikoimaan on tullut lisää ulkomaisia tuotteita. Kokonaisuutena vapaakauppatuotteiden tuonnin arvo nousi 1980- ja 1990-luvuilla vientiä nopeammin (kuvio 10). Vuonna 1992 vienti alkoi kuitenkin kasvaa nopeasti markan devalvoitumisen ja entisten sosialististen maiden kasvavan kysynnän ansiosta.



Kuvio 10. Vapaakauppatuotteiden tuonnin ja viennin kehitys vuosina 1980-1993.

Vapaakauppatuotteissa kilpailu on toteutunut myös rajojen yli. Joissakin yksittäisissä tuotteissa hinnanerokorvausjärjestelmä on kuitenkin voinut antaa sekä meillä että muualla suojamuuria teollisuudelle. Kuitenkin keskimäärin kilpailukyvyyn muovaamisessa ulkomaisella kilpailulla on vapaakauppatuotteissa ollut keskeinen merkitys. Kilpailun avautuminen vapaakauppasopimusten myötä lisäsi selvästi vientiponnisteluja. Mitattaessa menestystä nimenomaan viennin kehityksellä vapaakauppatuotteissa erottuu muutama kilpailukykyinen ryhmä. Vienti on tuontia suurempi suklaassa, näkkileivässä, lastenruuassa, mallasjuomia ja osassa alkoholijuomia sekä sokerikemian tuotteissa (taulukko 1).

Taulukko 1. Vapaakauppatuotteiden tuonnin ja viennin arvo vuonna 1993.

	Vienti milj. mk	Tuonti milj. mk
Kalapakasteet	43,8	117,3
Muut kalavalmisteet	24,7	302,6
Makeiset	99,6	191,9
Suklaa	501,0	133,6
Muut kaakaotuotteet	11,6	45,2
Ruokaleipä	1,3	13,8
Kahvileipä	2,9	23,0
Näkkileipä	36,6	7,2
Makaroni	2,8	25,4
Keksit, vohvelit, pikkuleivät	110,9	80,1
Tomaattisose	13,6	40,4
Lastenruoka	100,6	2,9
Virvoitusjuomat	20,9	32,1
Mallasjuomat	47,5	31,9
Viinit ja vermutit	358,0	204,0
Liköörit ja katkerot	56,4	8,5
Muut alkoholijuomat	272,6	143,9
Sokerikemian tuotteet	122,3	6,4
Modifioitu tärkkelys	4,8	297,8
Muut	393,9	549,0

Lähde: Haarukkapaloja elintarviketeollisuudesta.

Vaikka vienti on Porterin ajattelussa keskeinen menestyksen kriteeri, ei viennin tuontia pienempää osuutta voida varmuudella tulkita menestyksettömyydeksi. Jos keskeisten yritysten strategian kulmakivenä on menestys kotimarkkinoilla, voi

kotimaisen tuotannon suuri osuus kulutuksesta avoimessa kilpailutilanteessa yhtä hyvin olla merkki menestyksestä³.

Viime vuosien mielenkiintoisimpia ilmiöitä on ollut elintarvikekaupan voimakas laajeneminen entisen Neuvostoliiton alueelle. Vuonna 1993 vietiin Venäjälle elintarvikkeita yli miljardin arvosta. Koko Suomen elintarvikeviennistä Venäjälle suuntautui neljännes (taulukko 2).

Suomen elintarvikeviennin kuva on muuttunut nopeasti ja Venäjä on noussut ylivoimaisesti suurimmaksi vientimaaksi. Samalla elintarvikkeiden osuus Venäjän viennistämme on kohonnut 17 prosenttiin.

Taulukko 2. Tärkeimmät elintarvikkeiden viennin kohdemaat vuonna 1993.

	Elintarvikkeiden viennin arvo, milj. mk	Ko. maan osuus Suomen koko elintarvikeviennistä, %	Elintarvikkeiden osuus Suomen kokonaisviennistä ko. maahan, %
Kaikki maat yht.	4091	100	3,1
Venäjä	1008	24,6	16,7
Ruotsi	485	11,9	3,3
USA	429	10,5	4,1
Viro	241	5,9	12,8
Belgia	176	4,3	5,9
Tanska	134	3,3	3,0
Iso-Britannia	121	2,9	0,9
Japani	118	2,9	5,4
Saksa	112	2,7	0,6
Norja	87	2,1	2,0

Lähde: Tullihallitus.

Suklaatuotteet ovat viennin arvolla mitattuna suurin yksittäinen vapaakauppatuoteryhmä sekä viennissä Venäjälle ja Viroon että muille markkinoille. Uuden itäviennin ansiosta Suomen vientitilastojen kärjen tuntumaan on noussut perinteisten alkutuotan-

³ Taulukkoa 1 ei voida kuitenkaan tulkita myöskään siten, että kotimainen tuote on kilpailukyinen, jos tuonti on pysynyt pienenä. Jokaisen tuotteen kohdalla olisi käytävä läpi se, antaako hinnanerokorvausjärjestelmä implisiittistä teollisuussuojaa tehden ulkomaisen tuotteen kalliimmaksi kuin kotimaisen.

non tuotteiden ja vapaakauppatuotteiden rinnalle aivan uudenlaisia tuotteita. Tällaisten tuotteiden vienti on osittain puhdasta *trading-kauppaa*. Hedelmiä ja kasviksia, esimerkiksi banaaneja ja appelsiineja vietiin runsaasti. Myös hillojen ja mehujen vienti on kasvanut nopeasti. Trading-kauppaa ovat harjoittaneet ennen kaikkea kaupan keskusliikkeet, joilla on Suomessa varastointi- ja kypsytämökapasiteettia, ja jotka ovat etabloituneet myös Venäjälle tai Viroon. Kaupan pysyvyys riippuu olennaisesti siitä, pystyvätkä maat itse organisoimaan tukku- ja vähittäiskaupan niin tehokkaasti, että suomalaisten kilpailuetu häviää.

Toisen vientituotteiksi nousseen ryhmän muodostavat erilaiset nautintoaineet kuten kahvi ja tee. Perinteisistä vientituotteista on entisen Neuvostoliiton alueelle viety yhä enemmän esimerkiksi juomia, suklaata ja lihajalosteita.

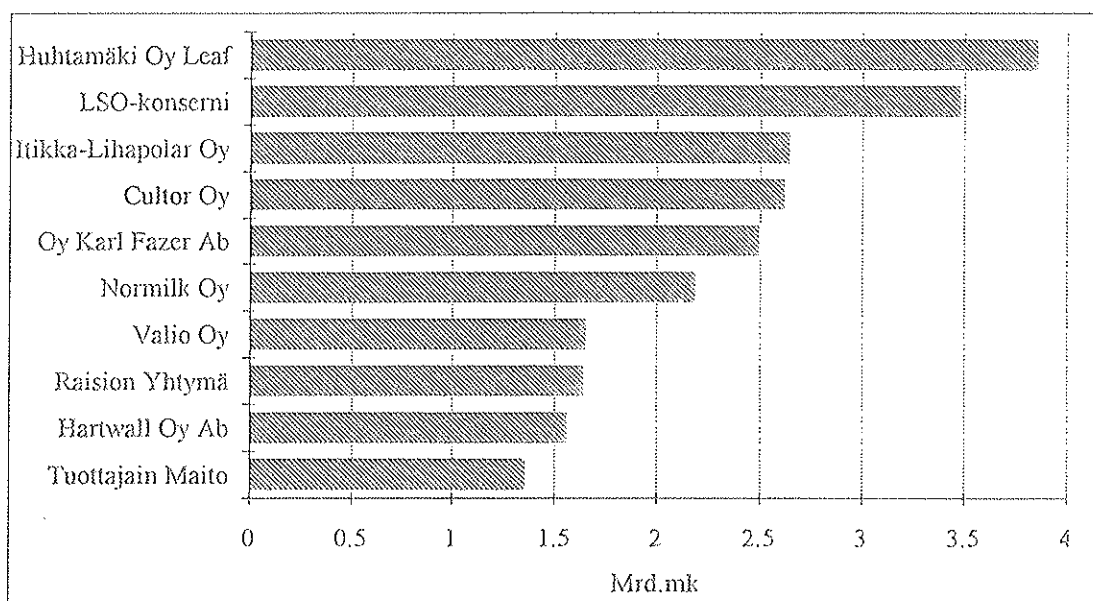
4. YRITYSKENTTÄ

4.1 Merkittävimmät yritykset

Suomalaisilla elintarvikealan yrityksillä on kahdenlaisia juuria. Ensimmäiset yksityisyritykset saapuivat Keski-Euroopasta. Esimerkiksi Gustav Paulig oli alkujaan lyypekkiläinen ja Fazerin suku on lähtöisin Sveitsistä. Myös monet muut sittemmin perheyrittäjästään irtaantuneet yritykset on alkujaan perustettu ulkomailta saapuneiden toimesta. Historialliselta taustaltaan toinen selvä ryhmä ovat osuustoiminnalliset, raaka-aineiden tuottajien omistamat yritykset, jotka yhäkin ovat merkittävimpiä lihan- ja maidonjalostuksen aloilla.

Suomessa oli vuonna 1991 kaikkiaan 1696 elintarvikkeita valmistavaa yritystä ja toimipaikkoja 1836. Hajaantunein rakenne on leipomoteollisuudessa, jossa oli 937 yritystä. Toisaalta taas esimerkiksi mylly- ja sokeriteollisuus ja rasvojen valmistus on erittäin keskittynyttä.

Suurimpien suomalaisten yritysten joukossa on sekä maataloustuotteiden ensiasteen jalostusta harjoittavia yrityksiä että pääasiassa vapaakauppatuotteita valmistavia yrityksiä.



Kuvio 11. Elintarvikealan liikevaihdoltaan suurimmat suomalaiset yritykset v. 1992.

Lähde: Haarukkapaloja elintarviketeollisuudesta 1993, LSO-konsernin oma ilmoitus.

4.2 Yritysten hintakilpailukyky

Suomen elintarviketeollisuuden hintakilpailukyky on kilpailijamaihin nähden heikko, joskin se on viime vuosina parantunut. Kattavia teollisuuden valmistuskustannusvertailuja on tehty vain säädellyn osan yrityksistä. 1980-luvulla yleinen hinta- ja kustannustaso oli Suomessa korkea. Raaka-ainekustannukset ovat kilpailijamaita kalliimpia sekä maatalouspoliittisista päätöksistä että luonnonolosuhteista johtuen. Esimerkiksi vehnässä ja sianlihassa tuottajahinnat ovat olleet noin kaksinkertaiset Saksaan ja Tanskaan verrattuna (taulukko 3). Raaka-ainekustannusten osuus kokonaiskustannuksista on alalla korkea vaihdellen noin kolmanneksesta 70 prosenttiin. Teollisuuden näkökulmasta raaka-aineiden hinnoista johtuva kilpailuhaitta on eliminoitu melko pitkälle joko hinnanerokorvausjärjestelmän, vientituen tai alkutuotevähennyksen avulla.

Taulukko 3. Sianlihan ja vehnän tuottajahinnat, mk/kg.

	Tanska	Saksa	Suomi*
Sianliha			
1992	7,99	8,29	16,23
1993	7,35	7,19	16,18
Vehnä			
1992	0,95	0,97	2,19
1993	1,03	1,01	2,19

* Ilman tuotantoavustuksia, ei sisällä sianlihan ja vehnän vientikustannusmaksua

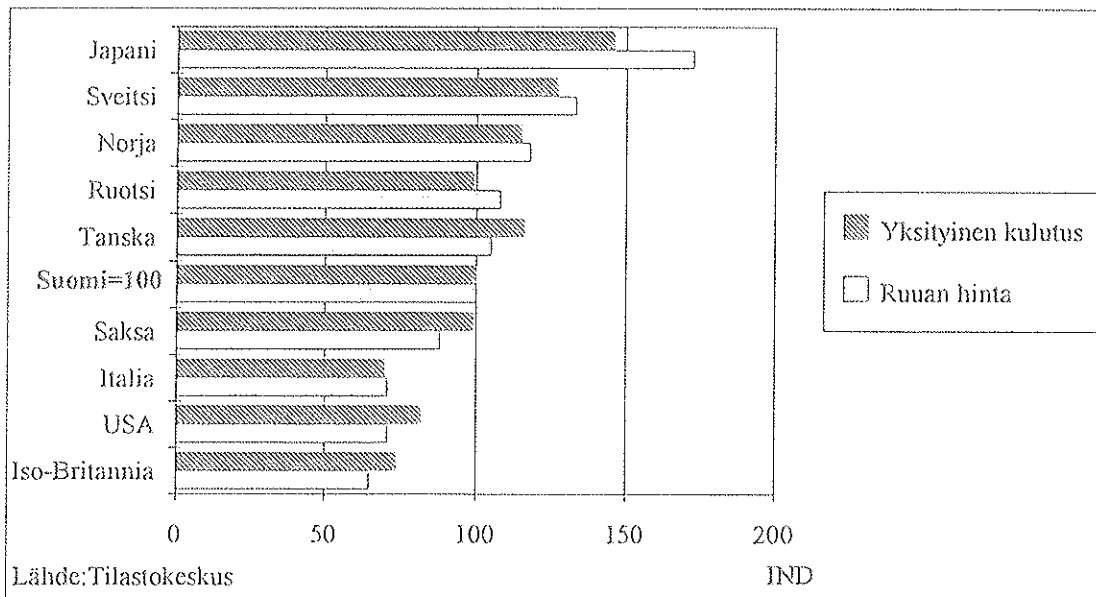
Lähteet: Maataloustilastollinen kuukausikatsaus 1, 2 /1994 ja EUROSTAT, Agricultural prices 2/1994.

Elintarviketeollisuus on investoinut melko paljon ja pääomavaltaisuus on kasvanut. Kapasiteetin vajaasta käytöstä johtuen sekä työvoima- että pääomakustannukset ovat korkeammat kuin kilpailijamaissa. Myös markkinointi ja jakelu vaativat Suomessa muita maita enemmän varoja (KPMG Management Consulting, 1992). Mainonta ja kaupalle maksettava markkinointituki nostavat Suomessa muita maita enemmän. KPMG Widerin mukaan mylly-, leipomo-, meijeri- ja lihajalostusteollisuudessa sekä rasvojen valmistuksessa kustannuskilpailukyky on selvästi kilpailijamaita heikompi. Kuitenkin joissakin yksittäisissä vertailutuotteissa (esimerkiksi pizzassa ja mansikkahillossa) valuuttakurssimuutosten jälkeen kustannukset ovat kilpailijamaiden

tasoa. On kuitenkin myös vertailutuotteita kuten ranskanperunat, joissa kustannukset pienistä tuotantomääristä johtuen ovat selvästi korkeammat kuin kilpailijoilla.

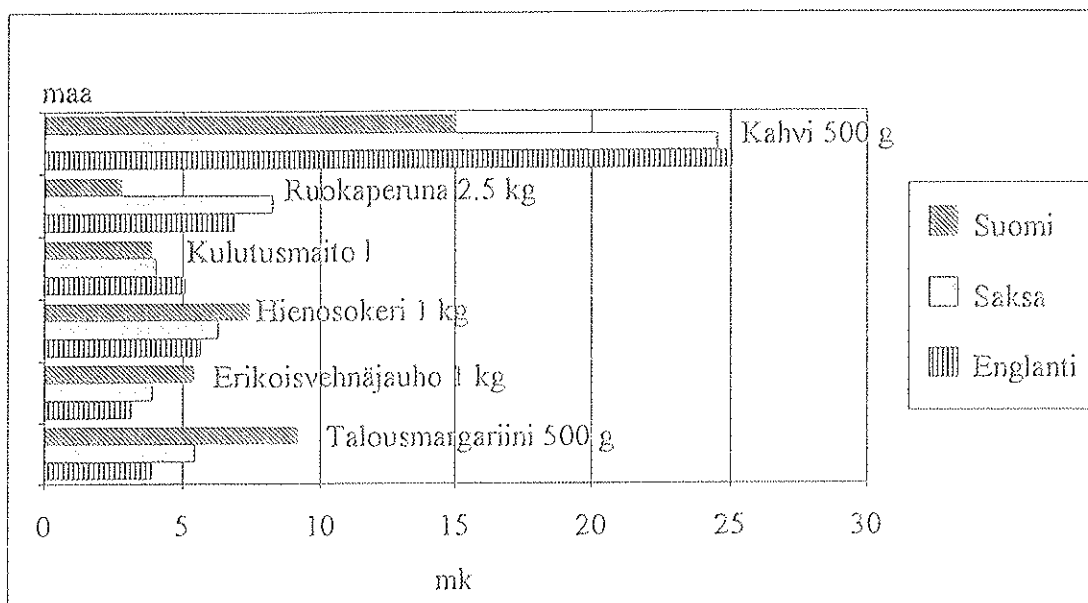
Työn tuottavuus on Suomen elintarviketeollisuudessa vielä kilpailijoita heikompi. Malirannan (1994) laskelmien mukaan vuonna 1990 työn tuottavuus oli Suomessa jonkin verran Ruotsia heikompi vaihdellen kuitenkin alatoimialoittain paljon. Suhteellisesti muita vahvempia aloja olivat teurastus ja lihanjalostus, kahvin paahto, öljyjen ja rasvojen valmistus, joissa tuottavuus oli Suomessa Ruotsia parempi. Sen sijaan myllytuotteiden, leipomotuotteiden, sokerin sekä suklaan ja makeisten valmistuksessa tuottavuus oli Suomessa heikompi. Tutkimusvuoden jälkeen on useilla aloilla tapahtunut merkittäviä rationalisointeja ja erot voineet sen vuoksi supistua. Suhteessa Yhdysvaltoihin työn tuottavuus oli Suomessa selvästi heikompi.

Elintarvikkeiden hintaerot Suomen ja muiden maiden välillä ovat markan devalvoitumisen jälkeen hävinneet. Vuoden 1993 lopussa ruoka oli Suomessa muita Pohjoismaita halvempaa, mutta useimpia Keski-Euroopan maita kalliimpaa (kuvio 12). Tilanne on osittain heijastusta yleisestä hintatasosta ja osittain harjoitetusta maatalouspolitiikasta⁴. Vahvasti maatalouspolitiikkaa säädelleissä maissa ruuan hinta on yleistä hintatasoa korkeampi. Tuotteittain saattaa eri maiden välillä olla hyvinkin suuria eroja (kuvio 13). Nämä johtuvat usein verotuksesta, mutta myös teollisuuden hinnoittelulla on merkitystä.



Kuvio 12. Ruuan ja yksityisen kulutuksen hintataso eräissä maissa vuoden 1993 lopussa.

⁴ Kuviossa 12 yksityinen kulutus sisältää myös menot elintarvikkeisiin. Niiden osuus koko yksityisestä kulutuksesta vaihtelee noin 15 - 30 %:n välillä. Kuvion hintatasot siis korreloivat myös tämän vuoksi.



Kuvio 13. Eräiden elintarvikkeiden hintoja eri maissa.

4.3 Kansainvälistyminen

Tuotannon kansainvälistyminen alkoi Suomessa merkittävästi vasta 1980-luvun alkupuolella, elintarviketeollisuudessa 1980-luvun puolivälissä. Kiinnostus kansainvälistymiseen on ollut selvin vapaakauppatuotteita valmistavilla yrityksillä. Huhtamäkeä voi pitää ensimmäisenä määrätietoisesti kansainvälistyneenä yrityksenä. Myös Fazer viime vuosina on tietoisesti pyrkinyt laajenemaan rajojen ulkopuolelle. Toisen ryhmän muodostavat suuret elintarvikkeita tukijalkanaan pitävät monialayritykset kuten Cultor ja viime aikoina myös Raisio Yhtymä.

Maito- ja liha-alan kansainvälistyminen on jäänyt yksittäisiä toimintoja koskevien yhteistyösopimusten kokeiluun. Kuva myötäilee yleiseurooppalaista kehitystä. Eurooppalaiset maidon ja lihanjalostus ovat alkaneet kansainvälistyä laajemmalla mittakaavassa vasta, kun vuoteen 1992 tähtäävä Euroopan yhteismarkkinoiden luominen varmistui eli 1980-luvun loppupuolella. Poikkeuksena tästä ovat monikansalliset yritykset, joiden synty ajoittuu jo vuosikymmenten taakse. Osa näistä kuten, esimerkiksi Unilever, toimii kapeilla meijeriteollisuuden sektoreilla. Maito- ja liha-alan yritysten vähäinen kiinnostus kansainvälistymiseen johtuu myös siitä, että yleensä kansainvälistyminen saa alkunsa viennistä. Maito- ja lihatuotteiden vienti puolestaan on ollut niin paljon säädeltyä, että samanlainen vientitoiminta tai esimerkiksi yhteis-

yritysten omistajatausta. Lihan- tai maidontuottajajäsenten omistamien osuuskuntamuotoisten yritysten tavoitteena on varmistaa omien jäsenten raaka-aineen jalostus ja markkinointi. Tällöin kansainvälistymisestä saatu hyöty ei ole suljetuissa oloissa omistajan näkökulmasta ollut merkittävää.

5. KLUSTERIN KILPAILUETUUN VAIKUTTANEET TEKIJÄT

5.1. Julkisen vallan vaikutus

Julkinen valta on lähes kaikissa teollisuusmaissa puuttunut syvällisemmin elintarvikesektoriin kuin mihinkään muuhun tuotannonalaan. Koska julkisen vallan vaikutus on yltänyt lähes läpi kaikkien Porterin kehikon osien, tarkastellaan sitä ensimmäiseksi.

Kotimaista maataloustuotantoa ja siten myös elintarvikkeiden valmistusta on haluttu suojata, mikä on käytännössä merkinnyt kansainvälisten markkinoiden vaikutuksen säätelyä maiden rajalla. Kuitenkaan säätely ei ole pysähtynyt tähän, vaan etenkin maatalouspolitiikan puolella on pyritty aikakaudesta riippuen moneen muuhunkin tavoitteeseen. Tyypillinen esimerkki lienee tulonjakopolitiikka. Maatalouspoliittisiin tavoitteisiin perustuva säätely on heijastunut myös klusterin muihin osiin. Julkinen valta on kuitenkin vaikuttanut myös suoraan klusterin eri osiin. Pienellä markkina-alueella säätelyn välilliset vaikutukset kotimaiseen kilpailuun saattavat olla voimakkaampia kuin suurilla alueilla, joissa ulkomaankaupan säätelystä huolimatta kotimainen kilpailu muodostuu kovemmaksi.

Julkisen vallan toimenpiteet voidaan luokitella kuuteen ryhmään: 1) maatalouspolitiikka, 2) ulkomaankauppapolitiikka 3) teollisuuspolitiikkaan liittyvä tukipolitiikka, 4) kilpailupolitiikka ml. hintasäännöstely ja 5) verotus sekä 6) muut kuten työehtolainsäädäntö, alkoholilainsäädäntö, terveys- ja pakkausmääräykset jne. Luonnollisesti myös koko talouspoliittinen linja on vaikuttanut mm. sitä kautta minkälaiseksi tuotannontekijöiden hintasuhteet ja yleinen hintataso ovat muodostuneet.

5.1.1 Maatalouspolitiikka

Julkisen vallan toimenpiteistä maatalouspolitiikalla on epäilemättä ollut syvälle käyvin vaikutus. Sen tavoitteiden toteuttamiseksi on säädelty elintarviketeollisuuden keskeisten raaka-aineiden saatavuutta, määriä, hintatasoa ja raaka-aineiden välisiä hintasuhteita. Myös muita julkisen vallan politiikan lohkoja kuin maatalouspolitiikkaa on käytetty tavoitteiden saavuttamiseksi. Ulkomaankaupan säätely on ollut keskeisin väline maatalouspoliittisten päämäärien saavuttamisessa.

TUONNIN SÄÄTELYMEKANISMIT	
A. Määrälliset rajoitukset ja epäsuorat esteet	
Suorat esteet 1. Määrälliset rajoitukset - katottomat lisenssit - kiintiöivät lisenssit - tuontikielto	Epäsuorat esteet 2. Valtion kauppamonopolit - Alko - Valtion viljavarasto 3. Tuotekohtaiset määräykset - pakkausmääräykset - terveysmääräykset
Tariffityyppiset tuonnin esteet	
4. Tuontimaksut 5. Tullit 6. Tasausvero (määrä on vastannut kotimaisiin tuotteisiin kohdistuvaa ns. piilevää liikevaihtoveroa) 7. Valmisteverot 8. Liikevaihtoveronpalautus	

Suomessa on käytetty pitkään säätelymenetelmänä määrällisiä rajoituksia, jotka ovat olleet tehokkaita, mutta periaatteessa esimerkiksi GATT-järjestelmä ei niitä ole hyväksynyt. Tuonnin ja viennin lisensioinnilla on suojattu kotimaisia maatalousraaka-aineita. Lisensioinnilla on ollut myös epäsuoria vaikutuksia. Koska luvat on yleensä myönnetty aikaisempaan aktiviteettiin perustuen, valtio on jähmettänyt markkinaosuuksien muutoksia. Esimerkiksi sokerinjalostuksessa voitaneen jopa sanoa julkisen vallan omilla toimenpiteillään usean vuosikymmenen aikana edistäneen jalostuksen keskittymistä. Lisensioinnista on siirrytty kansainvälisten sopimusten vuoksi vähitellen tullien ja tuontimaksujen käyttöön.

Maatalouspolitiikan tavoite kotimaiseen omavaraisuuteen on luonnollisesti johtanut järjestelmään, joka ei kannusta myöskään jalostavaa teollisuutta viemään ulkomaille. Ulkomaankauppa on ollut väline maataloustuloneuvotteluissa sovittujen tavoitehintojen saavuttamisessa. Vapaakauppatuotteita lukuunottamatta vienti on ollut sen vuoksi kotimaisten tavoitteiden säätelmää.

Omavaraisuuden ohella maatalouspolitiikan tavoitteena on ollut maanviljelijöiden tulotason turvaaminen. Tavoitteen saavuttaminen on pyritty varmistamaan erilaisten tukien avulla. Koska samaan aikaan on haluttu myös hillitä tuotannon kasvua, tukipolitiikka on muodostunut monimutkaiseksi. Ylijäämätuotteiden vientiä on tuettu valtion varoista. Kun tuotanto on hinta- ja tukipolitiikan tuloksena kasvanut, on resursseja jouduttu käyttämään myös tuotannon rajoittamiseen. Poliitiikan luomat kannustinjärjestelmät ovat toimineet mikrotasolla ristiin estäen myös tilatason tuotannon tehokkuuden noston maksimaaliseksi.

5.1.2 Ulkomaankauppapolitiikka

ULKOMAANKAUPPASOPIMUKSET	
	Vuosi
EFTA-sopimus astui voimaan	1961
EEC-sopimus astui voimaan	1973
Kevsos-sopimukset solmittiin	1973-1978
Clearing-kauppa NL:n kanssa päättyi	1991
GATT: Uruguayn neuvottelukierros päättyi	1994
ETA-sopimus astui voimaan	1994
EU-jäsenyys	?

Ulkomaankauppasopimuksista GATT-sopimus on vaikuttanut elintarvikemarkkinoihin menneisyydessä melko vähän. Maatalouskaupan vapauttaminen tuli neuvotteluihin mukaan vasta viimeksi käydyllä ns. Uruguayn kierroksella. Sopimuksessa sovitut tavoitteet alentaa tuontisuoja, maatalouden sisäistä tukea ja myös vientitukea vaikuttavat voimakkaammin vasta tulevaisuudessa.

EFTA- ja EEC-sopimuksilla oli sen sijaan olennainen vaikutus eräiden elintarviketeollisuuden osien toimintaan. Teollisesti valmistetut elintarvikkeet saivat ns. vapaakauppakohtelun. Toisaalta, koska elintarviketeollisuuden tärkeimmät raaka-aineet, maataloustuotteet, eivät kuuluneet vapaakauppasäännösten piiriin, sovittiin maatalousperäisten raaka-aineiden hinnanerojen tasausjärjestelmästä.

Vuoden 1994 alussa tuli voimaan Euroopan Yhteisöjen ja neljän EFTA-maan Suomen, Ruotsin, Norjan ja Itävallan kesken sopimus Euroopan talousalueesta ETasta. Sopimus ei olennaisella tavalla vaikuta Suomen elintarvikeklusterin kilpai-

luetuihin, sillä vapaakaupan piiriin tuli lähinnä tuotteita, jotka eivät ole Suomelle tärkeitä.

Suomen ja pienten sosialististen maiden välillä EC-sopimuksen jälkeen solmittuihin ns. Kevsos-sopimukseen liittyi maataloustuotteiden ja elintarvikkeiden kauppaa koskevien esteiden vähentämistä. Kevsos-sopimukset eivät kuitenkaan kokonaisuutena ole merkittävästi vaikuttaneet elintarvikkeiden kauppaan. Kilpailuetua muihin maihin nähden on alkanut syntyä joissakin tapauksissa sosialismin purkautumisen jälkeen kevsos-maiden alkaessa kohottaa tullitasojaan. Tosin edut ovat vähitellen häviämässä, koska myös muut EFTA-maat ja EU ovat sopineet vapaakauppasopimuksista näiden maiden kanssa.

Clearing-kaupalla Neuvostoliiton kanssa oli aikanaan tärkeä merkitys Suomen elintarviketeollisuudelle. Samalla tavoin kuin muissakin tuotteissa, clearing-kauden elintarvikkeikaupan toimintaperiaatteet poikkesivat markkinatalouden vastaavista. Kaupan pelisääntöjen kilpailukykyä latistava vaikutus on todennäköisesti vaihdellut tuoteryhmittäin. Vientisääntelyn alaisissa tuotteissa kansainväliset markkinat ovat joka tapauksessa 'epäaidot'. Vienti on ollut ylijäämien vientiä. Koska hinnan ero maailmanmarkkinahintaan on korvattu, kannustin etsiä mahdollisimman kannattavia markkinoita on heikentynyt. Tätä on korostanut se, että riippuen muiden maiden ylijäämien tulosta markkinoille, perustuotteiden markkinat ovat olleet ajoittain tukkoiset. Entisen Neuvostoliiton alueen kanssa käyty kauppa ei tässä suhteessa poikennut muusta ulkomaankaupasta.

Neuvostoliittoon vietiin myös vapaakauppatuotteita, esimerkiksi lastenruokia. Kauppaa varten ei tehty omia tuotevariaatioita, vaan kauppaa käytiin tavanomaisilla tuotteilla. Tosin tuotteiden koostumus on saattanut vaihdella markkina-alueittain, mutta vaihtelu ei ole perustunut tuotekehitykseen. Kauppa oli jossain määrin satunnaista. Markkinointitoimenpiteiden ja asiakassuhteiden hoito eivät noudattaneet tavanomaisia markkinatalouden mekanismeja, koska loppukäyttäjään ei oltu suorassa yhteydessä. Tästä tuskin kuitenkaan lienee elintarvikkeiden kohdalla muuta kilpailuhaittaa kuin se että joissakin harvoissa tuoteryhmissä mielenkiinto länsimarkkinoille tunkeutumiseen heikentyi, kun Neuvostoliiton markkinat olivat käytettävissä. Tällöin jäi saavuttamatta se harjaannus, mikä voisi olla tarpeen tulevaisuudessa markkina-alueen laajentuessa. Yritysten kyky korvata Neuvostoliiton aikaisen kaupan loppuminen uudella kaupalla Venäjän ja Baltian maiden kanssa osoittaa, että ympäristön muutokseen pystytään reagoimaan. Joissakin tapauksissa uudet kauppasuhteet jopa perustuvat entisiin kontakteihin.

5.1.3 Kilpailupolitiikka

Kilpailupoliittinen ajattelu on Suomessa varsin tuore asia. Vielä 1970- ja 1980-luvuilla yhteiskuntapoliittisessa ajattelussa painotettiin hintavalvonnan ja -säännöstelyn vaikutusta kilpailun edistämisen rinnalla. Keskeiset elintarvikkeet kuuluivat kotimaan markkinoilla hintasäännöstelyn piiriin. Hintavalvonnalla pyrittiin kustannuspohjaiseen hinnoitteluun, mutta esimerkiksi öljyn hintashokkien aikaan havaittiin, että hintavalvonnan kiristymisen johtikin päin vastaiseen tulokseen eli yritykset varmuuden vuoksi "ulosmittasivat kaikki hintavalvonta-asetuksen sallimat korotusmahdollisuudet" (Huuho-Saariaho, 1982). Suuri osa elintarvikealan yrityksistä on ollut hintavalvonnan ulkopuolella vasta vuodesta 1989 lähtien. Koska hinnat ovat olleet edelleenkin kilpailuviranomaisten tarkkailun alla, yritykset ovat varsin hitaasti siirtyneet kaava- maisesta hintavalvonnan aikaisesta hinnoittelumenettelystä kysynnän ja kilpailun muovaamaan hinnoitteluun. Hintavalvonnan samoin kuin peruspanosten hintoja ohjaavan maataloustulojärjestelmän kannustinvaikutus on tehokkuuden näkökulmasta ollut heikko. Koska molemmat ovat mahdollistaneet eräänlaisen hinta-automaatin, ulkomaiselta kilpailulta suojatuilla aloilla on pääpaino kilpailukyvyyn etsinnässä nojannut muuhun kuin hintaan. Toisaalta tällaiset olosuhteet voivat olla suotuisia esimerkiksi teknologiaan ja tuotekehitykseen perustuvan kilpailukyvyyn kehittämisen näkökulmasta, koska yrityksen rahoitusasema voi muodostua hyväksi.

5.1.4 Verotus

Elintarvikkeiden verotus on monilta kohdin kytkeytynyt maatalouspoliittisiin päämääriin⁵. Valmisteverojärjestelmällä on toisaalta rahoitettu maatalousjärjestelmää⁶ ja vaikutettu kulutuksen jakaumaan tuotteiden välillä esimerkiksi rasvoissa. Maatalouspe- räisten raaka-aineiden hintaa teollisuudelle on alennettu ns. alkutuotevähennyksellä. Alkutuotevähennys on eri suuruinen eri raaka-aineille. Maidolla ja lihalla on ollut korotettu alkutuotevähennys. Aikoinaan tätä on perusteltu näiden tuotteiden keskeisyy- dellä kuluttajan ruokakorissa. Kun alkutuotevähennysjärjestelmän lisäksi joidenkin

⁵ Maatalouspolitiikan keskeisinä päämäärinä ovat olleet: 1) omavaraisuus, 2) viljelijöiden tulotason ylläpitäminen ja 3) maaseudun asuttuna pitäminen (Kola, 1993).

⁶ Esimerkiksi Öljykasvilain mukaan tietty siemennäärä tuotetaan Suomessa ja siitä taataan viljelijöille tietty hintataso. Ulkomaankauppasopimuksista johtuen teollisuus saa öljyn siemenet maailmanmarkkinahintaan, mikä tapahtuu siten, että valtio maksaa öljynpuristamoille kotimarkkinahintaisista siemenistä hinnanalennuskorvausta. Tähän käytettävät varat puolestaan kerätään ravintorasvaverona siinä vaiheessa, kun raffinoitu rasva siirtyy raffinointilaitoksesta eteenpäin. Ravintorasvaveron taso on määritelty siten, että kannettavan veron suuruus vastaa kasviöljyyn käytettävän siemenen kotimarkkinahinnan ja maailmanmarkkinahinnan välistä eroa.

tuotteiden hinnan muodostukseen on voimakkaasti vaikuttanut valmistevero, julkisen vallan toimenpiteet ovat muovanneet hintasuhteita niin paljon, että sillä on todennäköisesti ollut vaikutusta kulutusrakenteisiin. Samalla mahdollisesti EU-ympäristöön siirryttäessä joissakin tuotteissa hintasuhteiden muutokset ovat huomattavia. Esimerkiksi margariinin ja voin hintasuhteet poikkeaa Suomessa melkoisesti EU:n vastaavasta.

5.1.5 Julkisen vallan vaikutus klusterin nykytilaan

Julkisen valta on sekä Suomessa että kilpailijamaissa puuttunut niin syvästi elintarvikemarkkinoihin, että ei liene realistista verrata nykytilannetta täysin vapaiden markkinoiden tilanteeseen. Kuitenkin voidaan hahmotella karkeasti minkä tekijöiden kautta julkisen vallan politiikka on vaikuttanut. Päävaikutuskanava on ulkomaisen kilpailun rajoittaminen yhdistyneenä Suomen pieneen markkina-alueeseen. Suurimmat vaikutukset kohdistuvat hintakilpailukykyyn. Tämä ei johdu pelkästään raaka-aineiden hinnoista, vaan pitkälle myös rakenteellisista syistä. Teollisuus on siinä mielessä sopeutunut hyvin institutionaaliseen ympäristöön, että se toimittaa pienelle markkina-alueelle laadukkaat ja monipuoliset tavaravalikoimat. Pienet volyymit aiheuttavat kuitenkin sekä tuotekehityksessä, valmistuksessa että markkinoinnissa korkeita yksikkökustannuksia sellaisten tuotteiden valmistuksessa, joissa on selkeät mittakaava-edut. Markkina-alueen laajentaminen ulkomaille ei puolestaan suljetulla sektorilla ole juuri ollut mahdollista. Toimialan sulkeutuneisuus on vaikuttanut yritysten kilpailukenttään mm. investointien kautta. Yritykset ovat sopeuttaneet strategiansa kotimarkkinoilla menestymiseen. Näin ne ovat esimerkiksi investoineet tuotteisiin, joita ei kilpailuolosuhteissa täällä todennäköisesti tuotettaisi. Koko elintarvikeklusterin toiminta on aikaisemmin toiminut voimakkaasti alkutuotannon ehdoin. Koska kotimainen teollisuus on mitoittanut kapasiteettinsa sesonkihuippujen mukaan, kapasiteetin käyttöaste on keskimäärin alhainen. Myös työehtosopimuspolitiikka (esimerkiksi sallitut vuorotyöjärjestelyt) on ollut sellaista, että siirtyminen kapasiteetin teknisesti optimaaliseen käyttöön on ollut vaikeaa. Esimerkiksi liha-alalla kaksivuorotyöhön on siirrytty vasta vuonna 1994.

Toisaalta monet yritykset ovat pystyneet näissä olosuhteissa luomaan vahvan aseman kotimarkkinoilla, investoimaan uuteen teknologiaan ja ajanmukaiseen tuotantokoneistoon. Elintarvikkeet ovat heterogeeninen ryhmä tuotteita, eikä pelkästään hinta ole tärkeä kilpailutekijä. Mm. laatu ja tuotteiden erilaistaminen ovat myös tärkeitä. Uudenaikainen teknologia ja verrattain hyvä tieto-taitotaso antavat lähtökohdat muiden kilpailuetujen etsinnässä.

5.2 Tuotannontekijäolot

Tuotannontekijäolot ovat muovautuneet kolmesta lähtökohdasta. Elintarvikkeiden valmistuksessa maatalousraaka-aineen osuus on yleensä erittäin suuri. Niinpä ilmasto ja maatalouspolitiikka ovat asettaneet omat raaminsa tuotannontekijälohkolle. Ilmasto luo perusehdot raaka-aineiden saatavuudelle ja laadulle. Lyhyt valoisa kasvukausi tuottaa aromikkaita tuotteita. Kylmyys rajoittaa satotasoa, mutta vähentää kasvinsuojeluaineiden tarvetta. Laadullisesti suomalaiset raaka-aineet ovat keskimäärin hyviä. Erikoiskäytössä raaka-aineiden laadullisten ominaisuuksien merkitys korostuu ja keskimääräinen laatu voi yksittäistapauksissa olla liian heikko. Joskus ilmaston tai pitkien etäisyyksien kaltaiset selektiiviset tuotannontekijähaitat voivat olla innovaatioiden lähteinä. Elintarviketeollisuudessa näin on ehkä harvoissa yksittäistapauksissa. Esimerkiksi raaka-aineen kalleuden tähden sitä on pyrittävä hyödyntämään tehokkaasti. Kokonaisuutena tuotannontekijähaitat eivät ole kuitenkaan merkittävästi innoittaneet suuriin keksintöihin. Raaka-aineiden laadulliset tekijät ovat toistaiseksi vielä potentiaallisia kilpailutekijöitä.

Osa elintarvikkeista on luonnostaan sellaisia, että ne kulutetaan tuotantopaikan lähellä. Niinpä esimerkiksi tuoretta maitoa käyttävä teollisuus lepää kotimaisen raaka-aineen varassa myös avoimessa kilpailutilanteessa. Osassa, esimerkiksi lihassa ja vihanneksissa puolestaan pitkä kuljetus ja säilytys heikentää laatua. Näillä aloilla kotimaisuus voi laadun ohella olla kilpailuetua luova tekijä varsinkin yhdistyneenä suomalaiseen kylmäketjuosaamiseen tuotannosta kuluttajalle saakka. Sen sijaan esimerkiksi makeisissa ei ainakaan toistaiseksi ole korostettu enempää raaka-aineiden puhtauden kuin kotimaisuudenkaan merkitystä. Yleensäkin puhtaus tai luonnonmukaisuus ovat vastanousevia trendejä, joilla ei ole ollut kovin paljon merkitystä kilpailutekijänä, koska institutionaalisista syistä johtuen tuotannossa on käytetty pääosin kotimaista raaka-ainetta.

Luodut tuotannontekijät perustuvat elintarviketeollisuudessa lähinnä tutkimus- ja tuotekehitysosaamiseen. Perusosaaminen on Suomessa työvoimaresursseihin perustuvassa toiminnassa hyvä sekä jalostuksessa että tutkimuksessa. Suomalainen tutkimus näyttää kuitenkin tähtäävän melko löysästi määriteltyihin kaupallisiin päämääriin. Tuotekehitys- ja tutkimusmenot ovat suomalaisissa yrityksissä kansainvälisesti ottaen jopa korkeahkot.

5.3 Kysyntäolot

Kotimainen kysyntä

Yleensä kotimarkkinoiden koolla ei ole ratkaisevaa merkitystä yrityksen menestykselle. Elintarvikealalla on sekä alan paikallisesta luonteesta että institutionaalisista rajoitteista johtuen kotimaisella kysynnällä tärkeä rooli. Suomalainen kysyntä on osittain vaativaa. Kodin työpaikka- ja kouluruokailu on yleistä ja työvoima kallista, minkä vuoksi sekä valmisruoilla että suurkeittiötuotteilla on kysyntää. Toisaalta muutamat erikoistekijät, kuten verovapaa myynti ovat edistäneet herkuttelutuotteiden kysyntää. Kuitenkin elintarvikkeiden kulutuksessa muutostrendit tulevat Suomeen muualta. Usein muutokset näkyvät ensimmäisinä amerikkalaisten ruokatottumuksissa. Yksittäisinä esimerkkeinä ovat esimerkiksi 'punaisen' ts. naudan ja sianlihan menekin pieneneminen ja 'vaalean' eli siipikarjan lihan kulutuksen kasvaminen tai etnisen ruuan kysynnän kasvu.

Kotimainen kysyntä on siinä mielessä vaateliasta, että kuluttajan mielestä hyvä elintarvike on ennen kaikkea tuore, mutta myös maukas, laadukas, puhdas ja terveellinen. Näitä pidetään itsestään selvyytenä. Kuluttajan ostopäätökseen vaikuttaa silloin edelleen ratkaisevasti hinta.

Kuluttajat voidaan tehdyn tutkimuksen perusteella ryhmitellä viiteen eri ryhmään, jotka suhtautuvat ja käyttäytyvät eri tavoin kotimaisuuden arvostuksessaan ja kotimaisten ja ulkomaisten elintarvikkeiden ostoissa. Ryhmät nimettiin seuraavasti: kotimaista vaativat (19 %), kotimaista suosivat (29 %), kotimaista arvostavat (25 %), kotimaisuuteen sitoutumattomat (13 %) ja alkuperästä piittaamattomat (13 %). Arvostus säätelee ostotapahtumaa selvästi vain kotimaista vaativilla ja kotimaista suosivilla, joten todellisessa ostotilanteessa tuotteen kotimaisuudella on merkittävää vaikutusta vain 48 %:lle kuluttajista (Hyvää Suomesta-projekti).

Suomessa päivittäin syödyistä aterioista yli puolet on suurkeittiöiden valmistamia. Suurkeittiöillä on yleensä vuosittaiset toimitussopimukset valmistajien ja kaupan kanssa. Varsinkin päiväkodeissa ja kouluissa toimitussopimus on tärkeä. Tuotteen laatu ja hinta nousevat toimitussopimuksen jälkeen merkittävimiksi valintakriteereiksi. Hinta on keskimääräistä tärkeämpi valintaperuste ravintoloille, laatu taas erityisesti kahviloille ja baareille.

Suurkeittiöt ovat yksi syy siihen, miksi einesruoka on saavuttanut Suomessa poikkeuksellisen vahvan jalansijan. Saarioinen Oy palkkasi 1950- ja 1960-luvuilla ravitse-

musalan asiantuntijoita kehittämään puutarhaviljelyn tuottamien elintarvikkeiden jatkojalostusta. Tuloksena oli mm. perinteisen laatikoruokakulttuurin kehittäminen einessuokavaihtoehtoiksi.

Venäjä ja Baltia

Uuden ulottuvuuden päivittäistavaroiden kysyntään ovat tuoneet Venäjän ja Baltian maiden avautuneet markkinat. Markkinat ovat yhteyksien ja logistiikan puolesta verrattavissa kotimaisiin. Lisäksi suomalainen kysyntä on ennakoanut hyvin näiden markkinoiden kysyntää, minkä vuoksi tuotteet käyvät sellaisinaan markkinoille. Porterin kehikossa avautuneita idän markkinoita voidaan pitää myös sattuman tuomana mahdollisuutena, jota suomalaiset ovat pystyneet käyttämään hyväkseen.

Clearing-kauppa loppui keväällä 1991, mikä merkitsi koko kauppavaihdon romahdusta ja myös elintarvikkeiden viennin jyrkkää supistumista. Neuvostoliiton perilliset Suomen lähialueilla Venäjä ja Viro ovat pikavauhtia siirtymässä markkinatalouteen, mikä näkyy yllättävän nopeasti elpyneenä kauppavaihtona Suomen ja näiden maiden välillä. Erityisesti elintarvikekauppa kasvoi vuonna 1993 nopeasti (taulukko 4).

Taulukko 4. Elintarvikkeiden vienti Venäjälle vuosina 1992 ja 1993.

Tuoteryhmä	Vienti 1992		Vienti 1993	
	milj.mk	%-osuus	milj.mk	%-osuus
Lihavalmisteet	21,5	6,3	127,8	14,3
Maitotuotteet	12,4	3,6	97,3	10,9
Kala ja kalavalmisteet	3,8	1,1	12,6	1,4
Vilja- ja viljatuott.	185,9	54,6	67,6	7,6
Vihann. ja hedelmät	32,4	9,5	191,2	21,4
Sokeri, sokerivalm.	14,3	4,2	55,7	6,2
Kahvi, tee, kaakao	34,9	10,2	158,2	17,7
Rehut	8,9	2,6	16,2	1,8
Erinäiset elint.	26,6	7,8	167,2	18,7
Yhteensä	340,7	100,0	893,8	100,0

Lähde: Tullihallitus.

Elintarvikevienti siten kaksi ja puolikertaistui vuodessa. Vielä merkittävämpää oli viennin rakenteen muutos. Vuonna 1992 yli puolet viennistä oli viljaa. Seuraavana vuonna markkamääräisesti suurimpia ryhmiä olivat vihannekset ja hedelmät (kasvua 700 %), kahvi, tee ja kaakao (kasvua 550 %) sekä liha- ja lihavalmisteet, jossa ryhmässä kasvua oli myös noin 700 %. Viennissä korostuivat pidemmälle jalostetut tuotteet sekä eksoottiset tuotteet kuten hedelmät. Itäviennin määrät kasvoivat moninkertaisiksi ja rakenne muuttui täysin aikaisemmasta. Tämä heijastaa sitä, että alueen kysyntä muuttuu yhä vaateliaammaksi.

Venäjän eikä myöskään Baltian maiden kaupassa viranomaisten rooli ole enää samanlainen kuin aikaisemmin. Valtioiden välisillä sopimuksilla voidaan hoitaa kaupan yleisiä ehtoja. Mahdollisen EU-jäsenyyden alkaessa tulee tässä suhteessa mukaan vielä kolmas osapuoli, eli EU:n ulkomaankauppajärjestelmä, joka määrittää kaupan pelisäännöt myös kolmansiin maihin. Suomen viranomaisille jää EU-jäsenyyden aikanakin mahdollisuus helpottaa niitä vaikeuksia, joita Venäjän kanssa käytävään kauppaan erilaisista järjestelmänmuutoksista jää. Tähän tehtävään viranomaiset ovat valmistautumassa esimerkiksi erityisen Pietari-strategian turvin.

Vähittäiskauppa

Elintarvikkeista valtaosa myydään kuluttajille vähittäiskaupan kautta. Kauppa tekee esivalinnan tuotteen pääsystä markkinoille. Kaupan voimakas keskittyminen ja lisääntyvä ketjuuntuminen sekä kustannustietoisuus ovat lisänneet paineita tuotevalikoiman keskittämiseen. Suuri ja keskittynyt kauppa arvostaa valmistajaa, joka pystyy toimittamaan laajan tuotevalikoiman. Tämä voi suosia suuria valmistajia. Kauppa pyrkii myös oman tuotevalikoiman karsimiseen. Suuntana on pitää hyllyillä pari kolme johtavaa tuotetta ja mahdollinen kaupan oma merkkituote. Myös tekninen kehitys, kuten EAN-koodin käyttöönotto tai tietokonepohjainen varastojen seuranta ja tilausjärjestelmä, antaa kilpailuetua suurtoimittajille.

Kauppa ja teollisuus eivät ole vain yhteistyökumppaneita, vaan ne myös kilpailevat. Tämä on tullut esiin kuljetusten järjestämisessä ja kaupan omien merkkituotteiden kautta. Elintarvikkeiden kuljetusta vähittäiskauppaan hoitavat sekä kaupan keskusliikkeet että teollisuus itse. Teollisuuden oma jakelu on yleistä tuoretuotteissa. Teollisuus pitää omaa jakelua strategisesti tärkeänä, koska sen avulla saadaan suora kontakti kauppaan.

Kaupan omat merkit ovat nopeasti nousseet teollisuuden merkkituotteiden kilpailijoiksi. Esimerkiksi Pirkka-tuotteet ovat usein ryhmässään kolmen eniten myydyin joukos-

sa. Alunperin halpatuotteista alkanut idea on kehittynyt selväksi merkkituoteajatteluksi. Kauppa kilpailuttaa teollisuutta valmistuksesta säännöllisin väliajoin. Teollisuuden sisällä on rahtityötä tehty aina jonkin verran rationalisointietujen saavuttamiseksi, mutta yleensä sopimukset ovat kaupan sopimuksia pitkäaikaisempia.

Uutena piirteenä on viime vuosina noussut kaupan yli rajojen menevä ostoyhteistyö. Yhteistyöllä kauppa pyrkii saamaan neuvotteluasemansa entistä vahvemmaksi. Samalla kuitenkin kapasiteetiltaan pienet valmistajat putoavat tarjouskilpailusta automaattisesti pois.

Kaupan neuvotteluvoima on kasvanut sekä kaupan keskittymisen ja myymäläkoon suurenemisen että kaupan omien merkkien myötä.

5.4 Liitännäistuotanto ja -palvelut

Liitännäistuotanto muodostaa elintarvikeklusterissa moninaisen verkon alkaen tutkimuksesta ja päätyen sivuainetuotteiden hyväksikäytön kautta non-food aloihin. Suomessa on esimerkkejä siitä, että sekä perustutkimukseen että puhtaasti kaupalliseen tuotteeseen tähtäävä kehitystyöllä voidaan saada kilpailuetuja. AIV-rehujen valmistukseen aikoinaan johtanut työ vaikutti läpi koko ketjun aina juustonvalmistukseen saakka⁷. Suoraan kaupalliseen valmistukseen tähtäsi aikoinaan äidinmaidonkorvikkeen valmistus. Pitkäaikainen panostus ksylitolin kehittämiseen näyttää olevan siinä vaiheessa, että siitä saadaan myös kaupallista hyötyä. Biotekniseltä tutkimukselta odotetaan paljon. Toistaiseksi useimmat alat ovat vielä perustutkimuksen asteella.

Tuotantoprosessin sivutuotteiden hyödyntämisen eteen ponnistelevat kaikki elintarvikevalmistajat. Rehu- ja pitkään myös lemmikkieläinruokatuotanto ovat olleet institutionaalisten olojen raamittamia. Viime vuosina on noussut uudeksi kiinnostuksen kohteeksi non-food tuotanto. Suomalaisista yrityksistä Raisio on voimakkaasti panostanut tärkkelyksen hyödyntämiseen valmistamalla siitä paperikemikaaleja.

Liitännäispalvelut ovat ehkä vahvin lenkki koti- ja lähimarkkinoilla kilpailuedun luoja. Suomessa on prosessien ohjaamiseen liittyvää osaamista, joka heijastuu myös elintarviketeollisuuteen. Yleensä prosessien hionta tuotteen haluttujen ominaisuuksien saamiseksi tehdään itse. Tätä tietämystä ei muutamia poikkeustapauksia lukuunotta-

⁷ Maidon ominaisuudet saatiin sellaisiksi, että juustojen valmistuksessa ei tarvittu nitraatteja. Juustot eivät saa sisältää nitraatteja. Jos niitä valmistusprosessi joudutaan käyttämään, ne on poistettava myöhemässä valmistusvaiheessa.

matta ole myyty itsenäisenä palveluna, koska se yleensä mielletään osaksi omaa kilpailuetua. Suomessa hallitaan aukoton kylmäketju tuoretuotteissa hyvin. Myös siihen liittyvää laitevalmistusta on jonkin verran. Logistiikan kustannuksissa sen sijaan lienee mahdollisuuksia tehostamiseen.

6. TULEVAISUUDEN HAASTEET

6.1 Alan yleiset megatrendit

Elintarvikeklusterin suurin haaste on epäilemättä vastata kilpailun avautumiseen. Sopeutuminen uusiin institutionaalisiin oloihin tapahtuu aikana, jolloin koko ala on lähihistoriansa nopeimmassa muutosvaiheessa. Kilpailuetuja muovaavat tekijät muuttuvat siten koko ajan monilta osin.

Kauppa vapautuu

Välittömämmin Suomeen vaikuttaa mahdollinen EU-jäsenyys. Yleistrendi on muutenkin kaupan esteiden poistaminen teollisilta jalosteilta. Suomen näkökulmasta säätelystä eurooppalaistuu ja markkina-alue laajenee. Elintarvikealan yleisiin olosuhteisiin vaikuttavat myös GATT-neuvotteluissa sovitut tavoitteet tukitason alentamiseksi. Kuitenkaan maataloustuotteiden vapaakauppa ei ole vielä näköpiirissä.

Tuotannontekijäolot kansainvälistyvät

EU-jäsenyys vie suomalaiset maatalousraaka-ainemarkkinat murrosvaiheeseen. Hintataso yhtenäistyy eurooppalaiseen tasoon. Raaka-aineen määrä voi muuttua ajoittain, jolloin teollisuus miettii hankintalähteensä uudelleen. Hallinnolliset hinnat säilyvät, mutta heiluvat nykyistä enemmän jalostavan portaan maksukyvyyn mukaan.

Kysyntä kansainvälistyy

Ruokakulttuuri on yhä kansallista, mutta muuttuu entistä nopeammin. Kuluttajien keskuuteen muodostuu läpi maiden ja jopa maanosien samanlaisia ryhmiä. Esimerkiksi nuoret, pienet perheet arvostavat mukavuutta. Toisaalta kuluttaja käyttäytyy eri tilanteissa eritavalla, esimerkiksi viikonloppuna syödään eri tavalla kuin arkipäivinä. Vaativa kysyntä segmentoituu. Terveys, ravitsevyys ja ympäristönäkökohdat korostuvat vähitellen.

Tavaramerkkien merkitys korostuu kysynnän houkuttimena, mutta toisaalta kuluttajien kriittisyys laatu-hintasuhteeseen kasvaa.

Itä-Euroopan markkinat avautuneet

Itä-Eurooppa on tullut mukaan markkinoille. Kysyntä siellä ei kohdistu pelkästään valmiisiin tuotteisiin, vaan myös valmistusteknologiaan, panostuotannon ja pakkaus-teknoologiaan. Markkina-alueena Itä-Eurooppa on EU:n kokoinen. Kysyntä kasvaa siellä nopeasti. Pitkällä aikavälillä näillä mailla on kuitenkin potentiaalia kohottaa omaa tuotantoa. Alue soveltuu suurelta osin luonnonolosuhteiltaan viljelyyn ja siellä on perinteisesti tuotettu elintarvikkeita. Suomalaiset joutuvat tämän vuoksi ottamaan kantaa myös paikan päälle sijoittumiseen.

Ympäristötekijät korostuvat

Vaikka hinta pysynee aina keskeisenä kysyntää ohjaavana tekijänä, ravinnon tuottamisessa korostuvat eettiset ja ympäristölliset näkökohdat. Yhä useammat kuluttajat kysyvät, miten ruoka on tuotettu, miten se saastuttaa ympäristöä ja miten eläimiä kohdellaan.

Kilpailukenttä uusiutuu

Yhteismarkkinoiden syntyminen merkitsee mm. tuotteiden sisältöä ja pakkauksia koskevien määräysten yhtenäistämistä ja kuljetusten nopeutumista. Tuotannon mitta-kaavaetuja voidaan hyödyntää entistä paremmin. Yritykset ovat Euroopassa asemoitumassa uudelleen. Teollisuus pyrkii keskittymään ja hankkimaan sekä markkinavoimaa että kustannusetuja yritysostoin. Toisaalta suurten katvealueeseen jää paljon alueita, joita joustavat yritykset pystyvät täyttämään.

Yli maiden segmentoituva kuluttajarakenne ja kaupan esteiden pieneneminen tekevät entistä helpommaksi viedä yhdessä maassa kehitetty tuote sellaisenaan uusille markkinoille. Helppoa se ei elintarvikkeissa kuitenkaan vielä ole. Kilpailu globalisoituu, vaikkakin vielä hitaasti.

Eurooppalainen vähittäiskauppa keskittyy. Kauppa pyrkii edelleen lisäämään neuvotteluvoimaansa. Kaupparyhmittymien yhteistyö yli rajojen kasvaa. Kauppojen lukumäärä kuitenkin pienenee ja koko kasvaa. Kaupat pyrkivät lisäämään osuuttaan tuotteen jalostusarvosta. Omat segmentoituneet merkit, pakkaus- ja ostoyhteistyö yli rajojen ja jopa yleiseurooppalaiset kaupan merkit ovat välineitä tavoitteen saavuttamisessa. Suomalainen kauppa joutuu miettimään asenteensa eurooppalaiseen yhteistyöhön ja omiin merkkeihin. Valmistajan ja kaupan väliset suhteet kehittyvät teknisesti. Tavara

kulkee suoraan valmistajalta kauppaan, tilausjärjestelmä saatetaan tietokoneilla ajantasajärjestelmäksi, kaupan ostotoiminta ketjuistuu; ostosta päättää ketjun johto.

Kilpailu alkaa globalisoitua

Verrattuna useimpiin muihin aloihin mahdollisuudet globaaleihin markkinoihin ovat elintarvikkeissa pienet. Kuitenkin kapeilla alueilla, joissa makutottumukset eivät ole riippuvaisia perinteistä, tähän on entistä paremmat mahdollisuudet, koska kaupanesteet vähenevät mm. tuotteiden sisältö- ja pakkausmääräysten yhtenäistyessä. Globaalit markkinat ovat mahdolliset myös muutamilla liitännäisaloilla, esimerkiksi non-food -tuotannossa ja rehuteollisuudessa.

6.2 Murrosvaiheesta eteenpäin

6.2.1 Muutosvaiheen haasteet

Elintarvikealan suurin haaste on tähän saakka puhtaasti kotimarkkinoilla toimineen osan avautuminen kilpailulle. Integraatoratkaisusta riippuen avautuminen voi olla nopea EU-jäsenyyden tapauksessa tai hitaampi, jos EU-jäsenyys ei toteudu. Nykyinen tilanne tuskin jatkuu muuttumattomana ainakaan pitkiä aikoja. Ala ei vapaudu institutionaalisista kahleistaan, mutta EU-tapauksessa markkina-alueen 5 miljoonan kuluttajan markkinoista yli 300 miljoonan ihmisen ja arviolta noin 5000 mrd. markan laajuiseksi potentiaalisesti markkina-alueeksi luo aivan uudet kilpailuolosuhteet.

Klusterin ytimen kannalta merkittävin muutos on se, että tähän saakka maatalouspoliittiset päämäärät ovat ohjanneet voimakkaasti koko klusterin toimintaolosuhteita. Tämä lähtökohta ei muutu sikäli, että EU-jäsenyyden tapauksessa kansallisen maatalouspolitiikan tilalle tulee EU:n yhteinen maatalouspolitiikka. Kuitenkin markkina-alueen laajeneminen korostaa teollisuuden strategioissa kuluttajien huomioon ottamista nykyistä voimakkaammin. Klusterin teollinen ydin alkaa ohjata aikaisempaa enemmän koko klusterin dynamiikkaa. Viime kädessä kuluttaja tekee valinnan, mutta kauppa ohjaa osaltaan kuluttajan valinnanmahdollisuuksia. Kauppa on nouseva voima, mutta samanlainen nouseva voima ovat myös kuluttajien pyrkimys mahdollisimman laajaan valinnan mahdollisuuteen.

Maatalouden tehokkuus

Elintarvikkeiden valmistus on aina sidoksissa biologisiin raaka-aineisiin. Osassa teollisuutta raaka-aineen tuotantopaikalla ei ole paljonkaan merkitystä. Esimerkiksi valkosokeri on tasalaatuinen, massakuljetuksiin sopiva tuote. Mentäessä munia, lihaa ja maitoa kohden raaka-aineen tuotannon läheisyys tulee paljon tärkeämmäksi esimerkiksi laadullisista syistä. Kuitenkin myös teollisuudessa, jolle ulkomainen raaka-aine on kotimaisen täydellinen korvike, ulkomaisen raaka-aineen kuljetuskustannukset saattavat nousta epäoptimaalisen sijainnin takia.

Maatalousraaka-aineiden hinnat asettuvat EU-hintahaarukkaan heti jäsenyyden alkaessa. Teollisuuden näkökulmasta haaste on raaka-aineen saanti. Tuotantokoneisto on viritetty kotimaisen raaka-aineen varaan. Kilpailukykyinen maatalous turvaa parhaiten raaka-aineen saannin.

Hintakilpailukyky

Ensimmäinen vakava haaste on hintakilpailukyvyn parantaminen. Työvoimakustannusten ero ei ole ratkaiseva eurooppalaisiin kilpailijoihin. Työn tuottavuutta voidaan vielä kuitenkin kasvattaa. Kustannusrasitteita tuo kapasiteetin rakentaminen yksivuorotyöjärjestelmän varaan. Useammassa vuorossa käyttäen kapasiteetti riittäisi huomattavasti suurempaan tuotantoon. Pääomakustannukset muodostuvat tämän vuoksi korkeiksi. Pääomakustannukset ovat raskaat sekä yrityksissä, jotka ovat investoineet (esimerkiksi lihateollisuus) että sellaisissa, jotka joutuvat vielä saneeraamaan (meijerteollisuus). Lihateollisuudessa on selvää ylikapasiteettia nykyisiin markkinoihin nähden. Sopeutumisajan haasteena on joko ajaa kapasiteettia alas tai hyödyntää sitä kasvattamalla tuotantoa.

Tuotannon tehokkuutta voidaan nostaa monissa yrityksissä myös artikkelivalikoimaa supistamalla. Vapaakauppatuotteita valmistavissa yrityksissä on viime vuosina selvästi havaittavissa tällainen kehitys.⁸

Sopeutuminen avautuviin tilanteisiin vaatii uudet strategiat ja yritysten uudelleen asemoitumisen markkinoille sekä tuotevalikoiman että markkina-alueiden suhteen. Myynti-, markkinointi ja muut yleiskustannukset on todettu useissa yrityksissä

⁸ Ks. esimerkiksi oheisraportti makeisteollisuudesta (Mikkola ja Volk, 1994). Case-yrityksistä sekä Panda että Fazer ovat karsineet valmistamiensa artikkeleiden lukumäärää rajusti.

kilpailijoita korkeammaksi. Uudelleen asemoituminen vaatii kuitenkin ponnisteluja juuri näillä lohkoilla.

Hintakilpailukyky ei muodostu pelkästään valmistavan yrityksen kilpailukyvyistä, vaan myös muiden panostoimittajien kuin maatalousraaka-aineen kilpailukyvyistä. Elintarvikepakkauksista osa on kansainväliselle kilpailulle alttiina. Kuitenkin esimerkiksi lasi- ja metallipakkauksia on kallista kuljettaa ja niiden tuotanto on hyvin keskittynyttä.

Ulkomaiseen kilpailuun vastaaminen ja kansainvälistyminen

Suomalaiset elintarvikeyritykset ovat kansainvälistyneet vain muutaman yrityksen voimin. Pääasiassa vapaakauppatuotteita tuottavien yritysten kansainvälistymisstrategioiden uudelleenharkinta liittyy tarpeeseen vastata alan yleisiin megatrendeihin. Alan kulutuksen kasvu perustuu kulutuksen siirtymiin innovatiivisten tuotteiden suuntaan. Kun samalla tuotemerkkien voima edelleen näyttää kasvavan, ala on uudelleen organisoitumassa yritysjärjestelyjen kautta. Kypsillä markkinoilla yritysostot ovat useimmiten ainut mahdollisuus kansainvälistyä.

Kilpailulta suojelluissa yrityksissä puolestaan on löydettävä uudet markkinat ulkomaisien kilpailijoiden Suomessa itselleen lohkaisemalle osalle. Näiden yritysten toimintaympäristö muuttuu nopeasti. Yritykset joutuvat hakemaan sekä yritys- että tuotetasolla asemoitumaan uudelleen. Kysymyksessä on siis nopea kokonaisstrategian harkinta nopeasti muuttuvassa ympäristössä. Yritysten strategiat oli aikaisemmin sopeutettu kotimaiseen sääntely-ympäristöön. Nyt siirrytään kilpailulliseen ympäristöön. Kansainvälistymisen toinen puoli on ratkaisu siitä, millä painolla tavoitellaan pelkästään markkina-aseman ylläpitoa kotimarkkinoilla supistuvan kokonaisvolyymin uhallakin. Supistuvan tuotannon kilpailukyvyyn ylläpitäminen on kova haaste teollisuuden rakenteelle ja teknologian sekä uudistumiskyvyn ylläpitämiselle.

Strategioiden sovittaminen avautuviin markkinoihin

Suomalaisten elintarvikeyritysten lyhyen aikavälin haasteena on ensiksi sopeutua nopeaan siirtymiseen EU-ympäristöön siten, että alan kilpailukyinen ydin vahvistuisi. Pitkällä aikavälillä perusongelmana on yrityskoko. Suomalaiset yritykset ovat verrattain pieniä eikä nopea laajeneminen hitaasti kasvavilla markkinoilla ole mahdollista ilman mittavaa riskinottoa. Kun markkinoille tunkeutuminen vaatii jopa satoja miljoonia markkoja, strategiavaihtoehdot pienenevät. Kansainvälistymisen vaihtoeh-

na pidetään usein liittoutumista muiden valmistajien kanssa. Liittoutumiseen liittyy myös runsaasti ongelmia ja usein allianssi johtaa myöhemmin yritysostoon.

Oman haasteensa tuo myös uuden hallinnollisen ympäristön opettelu. Uudet instituutiot tuovat uudet rajoitteet ja uudet mahdollisuudet. EU:n sääätelyjärjestelmä on laaja ja paineet sen muuttamiseen ovat koko ajan suuria. Yritysten tuleva toimintaympäristö ei siis ole ainakaan yksityiskohdiltaan pitkäksi aikaa annettu, vaikka Suomi liittyisi EU:n jäseneksi.

Kaupan ja teollisuuden strategiapeli

Kaupan neuvotteluvoima kasvaa, vaikka tukkukauppa on jo hyvin keskittynyttä. Kaupparyhmät kokeilevat yhä laajemmin omien merkkien kehittämistä. Kiinnostus kaupan eurooppalaiseen yhteistyöhön on lisääntynyt koko ajan ja kokeiluja yleiseurooppalaisista kaupan merkeistä on alkamassa. Pieninä valmistajina suomalaisilla voi olla vaikeuksia vastata tähän kehitykseen. Kilpailu tuotetuotteiden kuljetuksista kiristyy kaupan ja teollisuuden välillä.

Julkisen vallan haasteet

Julkinen valta on vuosikymmeniä voimakkaasti vaikuttanut elintarvikeklusterin olosuhteisiin. Puuttumisen muodot ovat määräytyneet poliittisten valintojen kautta. Vaikka käytännössä poliittiset valinnat edelleen määräävät raamit, on markkina-alueen laajetessa entistä tärkeämpää kysyä miten julkinen valta voi omalla politiikallaan luoda klusterin kilpailukykyä edistävät olosuhteet.

Klusterikokonaisuuden kannalta on maatalouspolitiikalla edelleen olennainen merkitys. Myös maataloudelle klusterin teollisen ytimen kilpailukykyisyys on entistä tärkeämpää, koska maataloustuotteista maksettava hinta riippuu aikaisempaa enemmän teollisuuden maksukyvyistä. EU-sopeutumisvaiheessa tällä hetkellä viljelyä harjoittavien etuna on saada tulotaso turvatuksi ainakin siirtymävaiheessa. Tulevien viljelijöiden näkökulmasta kannattaa panostaa tulevaisuuden kilpailukykyyn kehittämiseen.

Maatalouspolitiikassa EU-säännökset asettavat raamit, jotka ovat kuitenkin kovienkin muospaineiden alaiset. Suomi yhtenä jäsenmaana joutuu ottamaan kantaa mihin suuntaan niitä kehitetään. Ruotsissa valittiin aikoinaan rohkea tukien poistamislinja, josta nyt EU-jäsenyyteen valmistautuessa ollaan valmiit perääntymään.

Teollisuuspoliittisessa ajattelussa on otettu entisen tuki- ja suunnittelupoliitiikan sijalle näkemys, jonka mukaan on keskityttävä rakennemuutoksen ja markkinoiden toiminnan edistämiseen tukemalla teknologista perusrakennetta, varmistamalla rahoitus ja kilpailu sekä investoimalla koulutukseen (Teollisuuspoliittinen strategia, s. 117). Koska elintarviketeollisuus joutuu kilpailun avautuessa asemoitumaan markkinoilla uudelleen, julkinen valta joutuu ottamaan kantaa siihen tuetaanko teollisuuden rakennemuutosta. Kun teollisuuspoliitikassa edelleenkin jaettaneen myös konkreettista tukea, voidaan kysyä olisiko pääpaino laitettava kansainvälistymistukeen vai elintarviketeollisuuden monipuolisuutta lisäävän pienjalostuksen lisäämiseen ja ehkä jopa sen viennin tukemiseen. Kärjistäen voidaan kysyä kannattaisiko tukea kansainvälisiä yritysostoja vai tilateurastamoja. Myöskään ei ole olemassa kuvaa siitä, onko elintarviketeollisuudessa eri toimintojen välillä sellaisia synergiaetuja, että teollisuuspoliittisia toimenpiteitä kannattaa suunnata tietyille valituille osille klusteria.

Aina, jos teollisuuspoliittikkaan liittyy rahallista tukea, joudutaan ottamaan kantaa siihen, onko määriteltävissä painopistealoja, joihin kannattaa erityisesti panostaa. EU-jäsenyyden tapauksessa olisi painopistealueet valittava heti jäsenyyden alkaessa. Mutta voidaan kysyä miten hyvin pystytään ennakoimaan se, mitkä alat ovat taantuvia elintarvikeklusterin sisällä. Kilpailukyky muodostuu aina yritysten toimien summana, vaikka ulkoisten olosuhteiden muutos saattaa siihen vaikuttaa.

Pienyritystoiminnassa verkostoituminen on nähtynä yhtenä kilpailukyvyn lisääjänä. Verkostoituminen ei yleensä synny ilman alkupanostusta.

Tutkimus- ja tuotekehitystuen nähdään vahventavan kilpailukykyä. Suomalainen elintarviketeollisuus käyttää keskimäärin melko paljon varoja tutkimukseen. Kilpailun avautuminen tehostaa varojen käytön seurantaa, mutta ongelma ei näytä olevan pelkästään elintarviketeollisuuden sisäinen. Teollisuuden ja julkisen vallan haasteena on tutkimuksen kaupallisen hyödynnettävyyden lisääminen. Tutkimuksen kohdentaminen oikein on myös yksi haasteista. Toinen heikko lenkki suomalaisessa teollisuudessa näyttää olevan markkinointi. Markkinointiin käytetään paljon varoja, mutta yrityksillä on vielä vähän kokemusta esimerkiksi tuotemerkkien luomisesta. Markkinoinnin osaaminen alkaa jo koulutuksesta. Voidaanko teollisuuspoliittisin toimin tehostaa markkinointiosaamista? Esimerkiksi itämarkkinoiden avaaminen on moninkertaistanut venäjänkielisten markkinointi-ihmisten tarpeen.

Kilpailupoliitiikan tarkoituksena on edistää hyvinvoinnin syntymistä edistämällä toimivaa kilpailua. Uusia kysymyksiä nousee esiin kansainvälistymisen kautta. Esimerkiksi kaupan ostoyhteistyö yli rajojen on vahva neuvotteluase, joka muuttaa kaupan ja teollisuuden keskinäistä neuvotteluasemaa.

Kilpailun avautuminen johtaa todennäköisesti joidenkin klusterin osien supistumiseen. Yritykset sopeutuvat supistuviin markkinoihin vaikeasti. Uusien liikeideoiden ja innovaatioiden kehittäminen vaatii usein pitkän ajan ja on riskialtista. Julkisen vallan päätettäväksi jää, missä määrin arvioidaan pystyttävän tukemaan teollisuuden edellytyksiä riskirahoituksen lisäämisen kautta.

6.2.2 Mahdollisuudet

EU-markkinat

Suuret ulkoiset muutokset koetaan useimmiten pikemminkin uhkana kuin mahdollisuutena. Kuitenkin markkinoiden kaupan esteiden poistuminen on myös suuri mahdollisuus ainakin osalle elintarvikeklusteria. Tyypillinen vientiyritys on suuri. Tuontirajoitusten poistumisesta hyötyvät välittömimmin todennäköisesti pienet markkinarakoja etsivät toimialat. Rajallisillakin resursseilla on saavutettavissa kilpailukykyä yksittäisissä tuotteissa. Yksittäisten tuotteiden summa muodostaa tärkeän osan kilpailuetua. Biologisten raaka-aineiden non-food käyttö on korkean tieto-taidon ala, jossa suomalaisilla on edellytyksiä kehittää kilpailukykyään.

Puhtaus

Puhtaus ja luonnollisuus ovat potentiaalisia kilpailuetuja, joiden hyödyntäminen on vasta alkamassa. Suurin mahdollisuus tästä avautuu epäilemättä kotimarkkinoilla kilpailtaessa ulkomaisia tuottajia vastaan. Kaupalliseksi menestystekijäksi puhtaus tulee vasta, kun sille on normit ja puhtaus on osoitettu ja valvottu. Mielikuvat tukevat kotimaisen tuotteen mahdollisuuksia. Puhtauteen perustuva kilpailuetu on kuitenkin erittäin haavoittuvainen. Yksikin kömmähdys muuttaa kilpailuedun heti kilpailuhaitaksi, joka saattaa kestää vuosia.

Laatutuotteet

Kansantalouden kilpailukyky lähtee yritysten kilpailukykyvystä. Yksi olennainen osa yritysten kilpailukykyä on tuotteiden kilpailukyky. Kotimarkkinoilla korkealaatuiset, suomalaisen makuun kehitetyt tuotteet antavat pohjan ponnistaa. Tuoreus ja siihen liittyvän logistiikan hallinta (esimerkiksi jakelun nopeus) antavat laatueta suomalaisil-

le tuotteille. Vaateliaalle kuluttajalle tosin laatu on itsestään selvyys, jonka lisäksi kilpailuedun luomiseksi tarvitaan tuotteelle muita ominaisuuksia.

Kotimaisuus kilpailuvalttina

Monille kuluttajille kotimaisuus on positiivinen asia erityisesti jokapäiväisissä peruselintarvikkeissa. Kotimaisuuteen liittyvät mielikuvat ovat myönteisiä. Osa kuluttajista on jopa valmiita maksamaan kotimaisista tuotteista enemmän kuin ulkomaisista. Kuluttajan arvostus on pystyttävä muuttamaan tuotteiden ominaisuuksien avulla ostopäätökseksi. Kotimaisten tuotteiden kilpailuasemaa tukee tuoretuotteissa logistisen järjestelmän hallinta.

Niche-tuotteet

Suuri osa elintarviketeollisuudesta on prosessiteollisuutta, joka tuottaa perusruokaa. Kysynnän segmentoitua ja heterogenisoitua nousee itsenäisinä aloina esiin esimerkiksi funktionaaliset elintarvikkeet ts. tuotteet, joilla on osoitettu oleva terveysvaikutuksia. Haasteena on nousta kapealla segmentillä niin suureksi tekijäksi, että vaativa tuotekehitys kannattaa taloudellisesti. Kuluttaja on joka tapauksessa vaihtelun haluinen. Kysyntä ulottuu sammakonreisistä ja villisioista maidon ja sianlihan kautta dieetti- ja terveystuotteisiin.

Venäjän ja Baltian markkinat

Uusien mahdollisuuksien avautuminen entisten sosialististen maiden siirtyessä markkinatalouteen luo lupaavimmat mahdollisuudet suomalaisille tunkeutua ulkomaisille markkinoille. Kilpailu näillä markkinoilla on kova ja kiristyneenä tulevaisuudessa. Suomen kannalta markkinat ovat kuitenkin tärkeät ja mielenkiintoiset siksi, että markkinoita voi verrata yhteyksien ja logistiikan suhteen kotimarkkinoihin. Mistään muusta länsimaasta ei voi luoda yhtä nopeita ja toimivia kuljetusyhteyksiä esimerkiksi Pietarin tai jopa Moskovan markkinoille kuin Suomesta. Nopeat ja varmat yhteydet luovat kilpailuedun erityisesti tuoretuotteissa. Suomalaiset yritykset ja kauppa ovatkin luomassa infrastruktuuria, joka pystyy tämän mahdollisuuden hyödyntämään. Suurimmat kaupat ja keskusliikkeet ovat perustamassa noutotukkuja Tallinnaan ja Pietariin ja yrityksillä on jo päivittäiset jakeluyhteydet alueiden kauppoihin.

7. JOHTOPÄÄTÖKSET

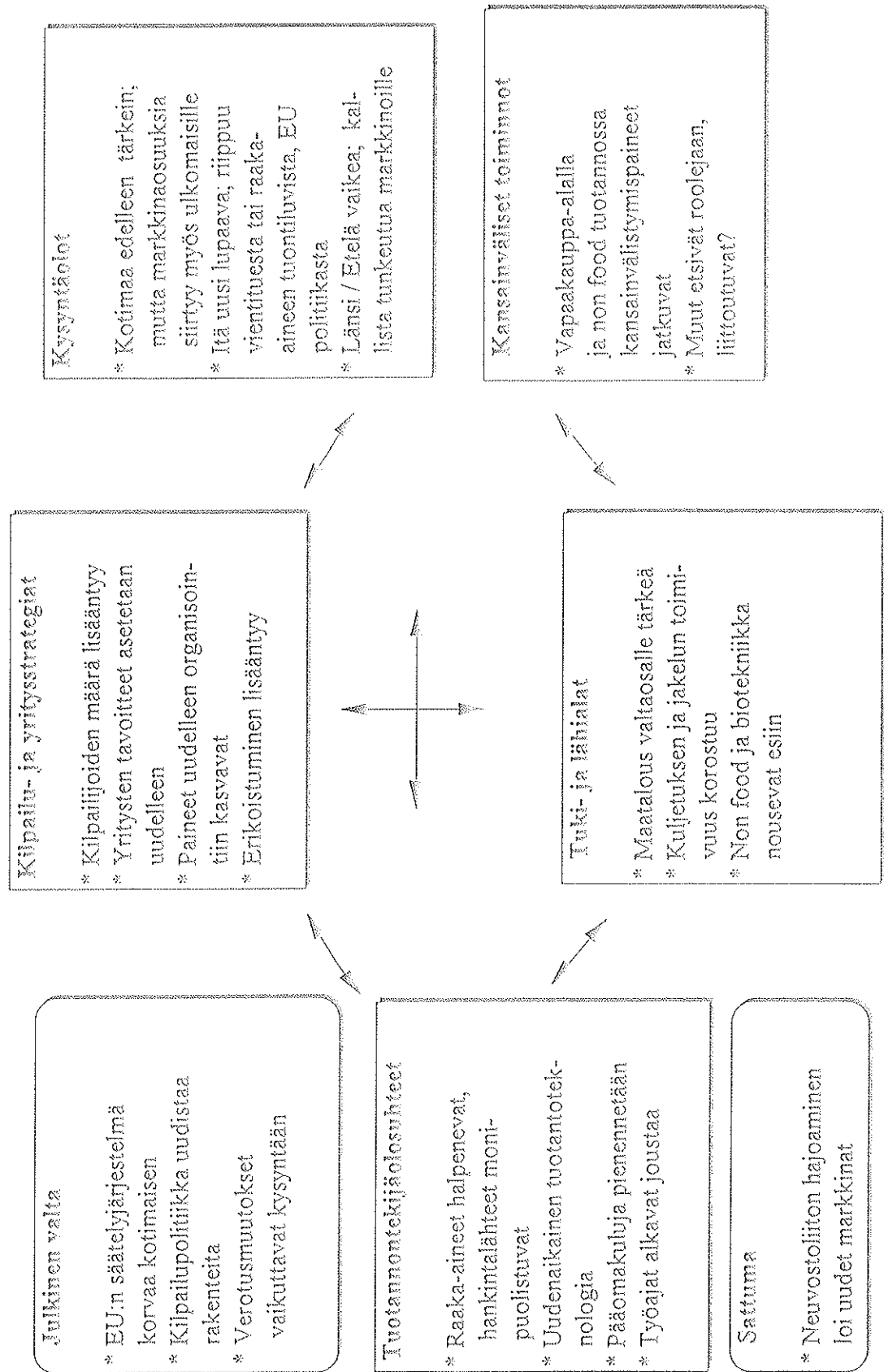
Elintarvikeklusterin dynamiikka poikkeaa ratkaisevasti muiden klustereiden vastaavasta. Institutionaaliset rajoitteet ovat vaikuttaneet voimakkaasti klusterissa toimivien osapuolien kannustimiin. Muissa klustereissa vastaavasti kannustinjärjestelmä rakentuu selkeästi kilpailun varaan. Hallinnollisen säätelyn voimakkain lenkki on perustunut maatalouspoliittisiin päämääriin. Kun markkina-alue on ollut suljettu ja pieni, kilpailun dynamiikka ei ole vaikuttanut täydellä voimallaan. Elintarvikeklusterin eri osat ovat kuitenkin pystyneet sopeutumaan varsin hyvin annettuihin olosuhteisiin. Tästä on osoituksena teknologialtaan ja laadultaan kilpailukykyiset tuotteet.

Euroopan yhdentyminen suurentaa markkina-aluetta. Vaikka hallinnollinen säätely on edelleen yhtä voimakasta kuin aikaisemmin, avautuminen ulkomaiselle kilpailulle luo uudet haasteet. Klusterin kilpailuareena muuttuu kaikilta osiltaan (kuvio 14).

Teollisuuden kyvyt vastata kilpailun avautumiseen perustuvat aikaisemmissa olosuhteissa luotuun kilpailukykyyn. Heikkoudet liittyvät hintakilpailukykyyn ja pienuuden tuomiin rasitteisiin kuten resurssien vähäisyyteen tuotemerkkien luomisessa (kuvio 15). Kustannustehokkuuden ja puutteellisten markkinointitaitojen kaltaiset heikkoudet ovat määrätietoisella työllä poistettavissa. Esimerkiksi kaukaisuutta eurooppalaisista markkinoista ei muuttaa, mutta sitä voi pitkällä aikavälillä kiertää keskittymällä tiettyihin sektoreihin, kasvattamalla yrityskokoa ja etabloitumalla. Osa teollisuutta puolestaan luonnostaan sopii lähelle kuluttajaa. Vahvuudet liittyvät tekniseen osaamiseen sekä koti- ja lähimarkkinoiden hallintaan (kuvio 16).

Murrosaika aina sekä tuhoaa että luo uusia mahdollisuuksia. Elintarvikeklusterin osien tulevaisuutta saattaa uhata noidankehä, mutta myös hyvän kehän mahdollisuus on olemassa (kuviot 17 ja 18).

KUVIO 14. ELINTARVIKEKLUSTERIN KILPAILUAREENAN MUUTOS



KUVIO 15. ELINTARVIKEKLUSTERIN HEIKKOUEDET

Yleisesti

- raaka-aineet kalliita, joskin osittain halpenemassa
- työvoiman ja pääoman alhainen tuottavuus
- liian laajat tuotevalikoimat → mm. korkeat kustannukset
- kilpailun puuttuminen joillakin aloilla
- taidot kaupallistaa tutkimusta ja tuotekehitystä puutteelliset
- markkinointitaidot osittain hioutumattomia
- vähän tunnettuja tuotemerkkejä
- pienet voimavarat vahvojen tuotemerkkien rakentamiseen
- työlainsäädäntö rajoittanut pitkään työaikajärjestelyjä
- lainsäädäntö määrittelee tuotesisältöjä (esim. rasvapitoisuus)
- joillakin aloilla nykyolosuhteisiin nähden ylikapasiteettia
- tuonnin rajoittaminen ja pienet kotimarkkinat muovanneet yritysrakenteita
- markkinointi ja jakelu kallista

Kotimarkkinat

- keskittytty tuottamaan kaikkea mahdollista
- ei tunneta kansainvälisiä kilpailijoita
- pienimuotoinen tuotanto lyöty laimin

Vienti

- vienti riippuvainen säätelystä ja hinnanerokorvauksista
- pienet volyymit → markkinointikustannukset volyymiin nähden suuret
- kaukainen sijainti Keski-Euroopasta
- muutamaa poikkeusta lukuunottamatta ei kokemusta viennistä eikä kansainvälistymisestä

KUVIO 16. ELINTARVIKEKLUSTERIN VAHVUUDET

Yleisesti

- hyvä tuotantoteknologinen osaaminen
- tuotantokoneisto teknisesti uuden aikaista
- fyysinen läheisyys suomalaisiin kauppaketjuihin
- logistinen osaaminen, jonka kustannuksia voidaan vielä alentaa
- myös kansainvälistä kokemusta alkaa olla
- liitännäistuotantoon (mm. non-food) ollaan panostamassa
- suomalaisten hyvät erityispiirteet; organisointikyky, ahkeruus, osaaminen

Kotimarkkinat

- läheisyys, makutottumukset, tuoreus, puhtaus, perinteet
- kuluttajien tuntemus

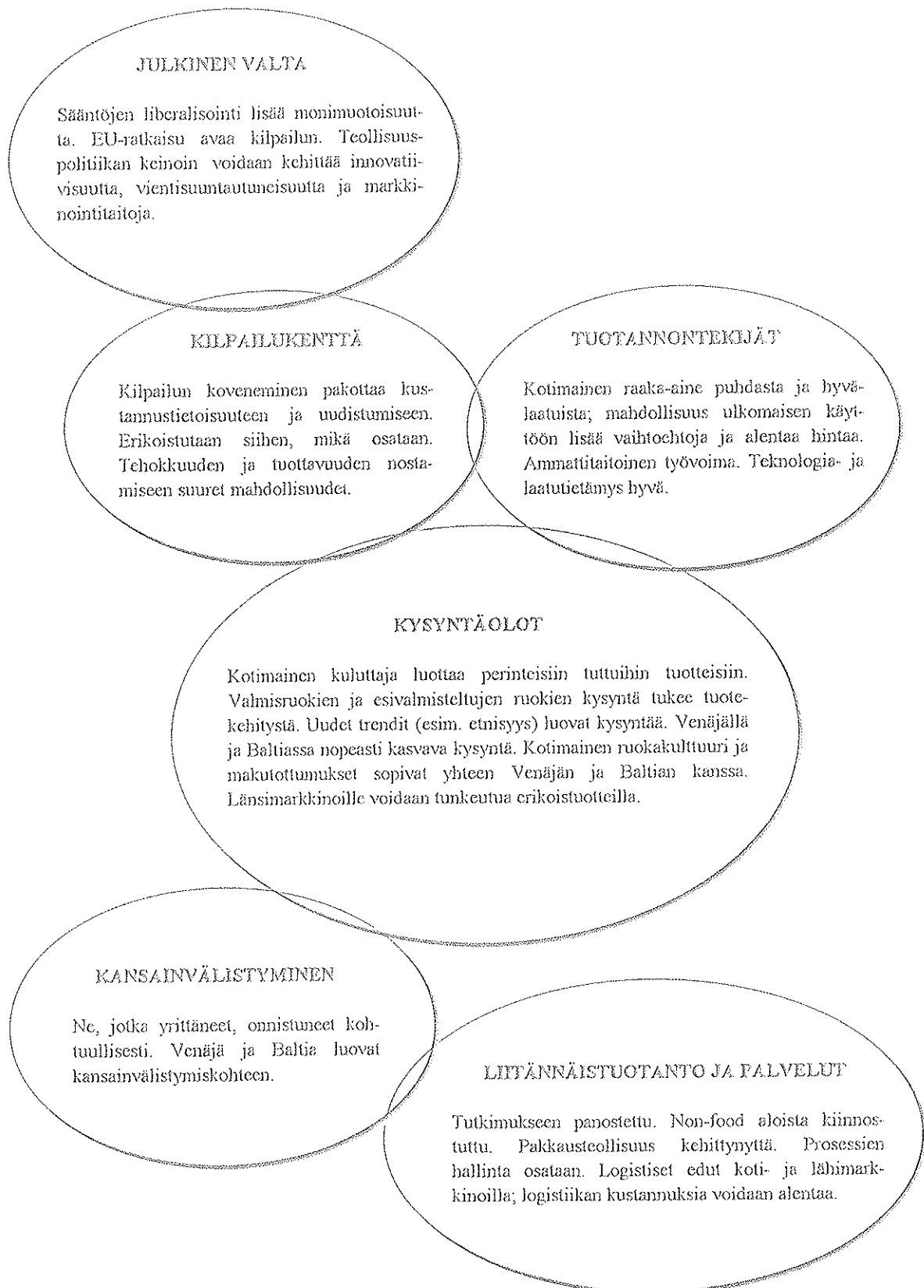
Vienti

- Venäjä ja Baltia:
 - * läheisyys
 - * markkinoiden tuntemus
 - * trading-kauppa
- hyvä asema verovapaassa myynnissä (laivat)

KUVIO 17. TULEVAISUUDEN NOIDANKEHÄT



KUVIO 18. TULEVAISUUDEN MYÖNTEISET KEHÄT

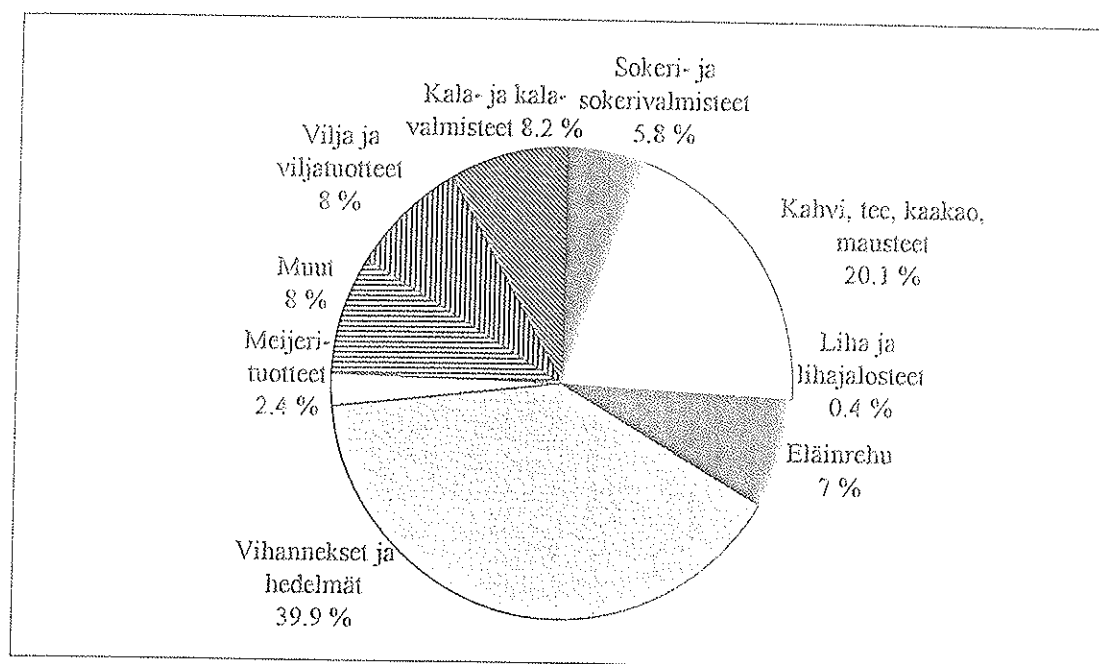


LÄHTEET

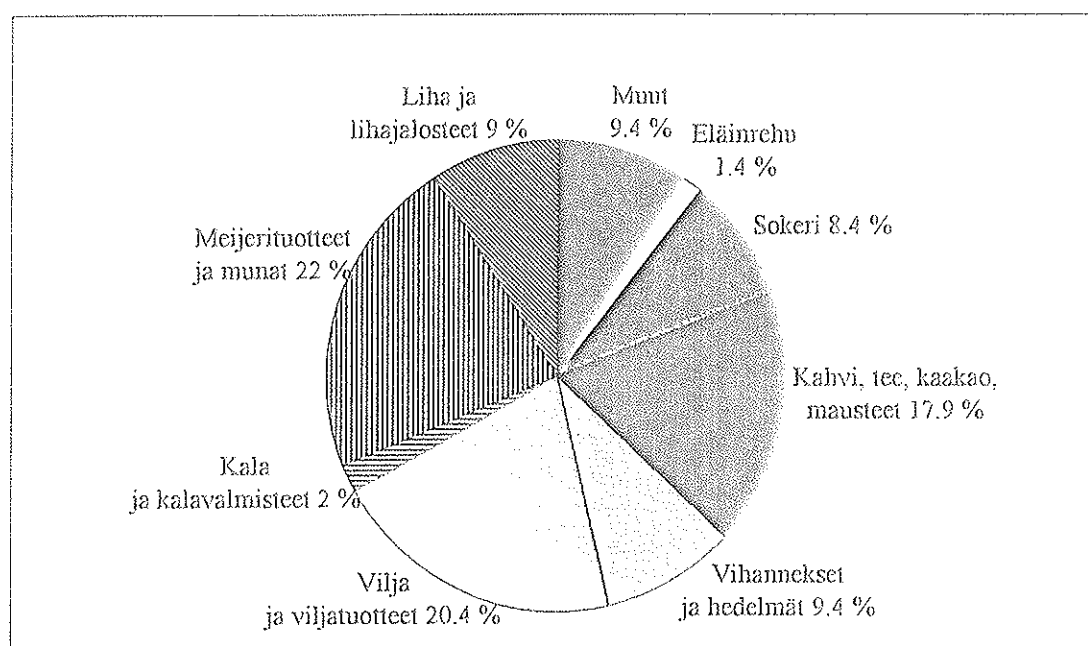
- CROCOMBE, Graham T., ENRIGHT, Michael J., PORTER, Michael E. (1991). *Upgrading New Zealand's Competitive Advantage*.
- HAARUKKAPALOJA ELINTARVIKETEOLLISUUDESTA, useita.
- HUUHO, SAARIAHO (1982). *Hintakehitys ja hintavalvonta vuosina 1974-1981, Elinkeinohallituksen selvityksiä 3/1982*.
- HYVÄÄ SUOMESTA -PROJEKTI (1993). *Elintarvikkeiden arvotus, valintakriteerit ja ruoan kotimaisuuden merkitys*. Elintarviketieto Oy.
- KANSALLINEN TEOLLISUUSSTRATEGIA (1993). *Kauppa- ja teollisuusministeriön julkaisuja 1/1993*.
- KANSANTALOUDEN TILINPITO 1960-1992.
- KPMG WIDERI Financial Management Consulting Oy. *Selvitys Suomen elintarviketeollisuuden kansainvälisestä kilpailukykyvyydestä. Päivitysraportti 1992*.
- KOLA, Jukka (1993). *Principles of agricultural policy in Finland in relation to the CAP of the EC*, teoksessa *Finnish Agriculture and European Integration*, MTTL 71/1993.
- MALIRANTA, Mika (1994). *Suomen työn tuottavuus kansainvälinen taso ruoan, juomien ja tupakkatuotteiden valmistuksessa; kahdenvälinen vertailu Ruotsiin ja Yhdysvaltoihin*.
- MIKKOLA, Hennamari ja VOLK, Raija. (1994) *Maaseutuelinkeinon kilpailuedut Suomessa*. Tulossa julkaistavaksi Pellervon taloudellisen tutkimuslaitoksen sarjassa.
- PORTER, Michael E. (1985). *Competitive Advantage, Creating and Sustaining Superior Performance*.
- PORTER, Michael E. (1990). *The Competitive advantage of nations*.
- ROUVINEN, Petri (1994). *Energian niukkuudesta teknologian vientiin, Energia-klusterin kilpailukyky*. ETLA, Sarja B 93.
- TULLIHALLITUKSEN TILASTOJA, useita.

LIITE 1

Kuvio 1. Elintarviketuonnin ryhmittäinen jakauma vuonna 1993.



Kuvio 2. Elintarvikeviennin ryhmittäinen jakauma vuonna 1993.



ELINKEINOELÄMÄN TUTKIMUSLAITOS (ETLA)
THE RESEARCH INSTITUTE OF THE FINNISH ECONOMY
LÖNNROTINKATU 4 B, SF-00120 HELSINKI

Pub./Tel. (90) 609 900
Int. 358-0-609 900

Telefax (90) 601 753
Int. 358-0-601 753

KESKUSTELUAIHEITA - DISCUSSION PAPERS ISSN 0781-6847

- No 473 JUHAPEKKA SUUTARINEN, Työn hinta, Autoalan työvoimakustannukset 1992-1994. 27.01.1994. 46 s.
- No 474 JUHAPEKKA SUUTARINEN, Työn hinta, Majoitus- ja ravitsemisalalan työvoimakustannukset 1992-1994. 27.01.1994. 44 s.
- No 475 SONJA SAASTAMOINEN, Kotimaisen sähkömoottoriteollisuuden kilpailukyky. 26.01.1994. 42 s.
- No 476 PASI AHDE, ETLAn ennustejärjestelmän panos-tuotoskehikko. 31.01.1994. 60 s.
- No 477 SYNNOVE VUORI, Yritysten ja toimialojen väliset teknologiakytkennät Suomen teollisuudessa. 31.01.1994. 41 s.
- No 478 OLLI TAHVONEN, CO₂ Taxation and Dynamics of Fossil Fuel Prices. 31.01.1994. 31 p.
- No 479 TEPPO I. KYHERÖINEN, Teletoinnin kansallinen kilpailukyky. 04.02.1994. 91 s.
- No 480 KATI KORHONEN, Advantage Finland - Metals Production Technology. 15.02.1994. 34 p.
- No 481 PASI KUOKKANEN, Energian tuotannon koneet ja laitteet. 15.02.1994. 46 s.
- No 482 GEORG ANGENENDT, Identification and Discussion of Parameters that can be used to Analyze Industries with Michael E. Porter's System of Determinants that Influence the Competitive Position of Nations' Industries.
- No 483 MIKA WIDGRÉN, Voting Rule Reforms in the EU Council: Needs, Means and Consequences. 10.03.1994. 40 p.
- No 484 RITA ASPLUND, Teollisuuden työntekijöiden palkat ja inhimillinen pääoma. 06.04.1994. 75 s.
- No 485 JARMO VEHMAS, Massa- ja paperiteollisuuden elinkaariarviointi ja metsäteollisuuden ympäristöhaasteet. 06.04.1994. 57 s.
- No 486 JUHANA A.A. HEIKKILÄ, Corporate Venture Capital mallina suuryritysten ja pk-yritysten yhteistyölle. 07.04.1994. 63 s.
- No 487 SUVI HINTSANEN, Energia-alan tietämyspohjainen vienti. 07.04.1994. 49 s.

- No 488 JULIANNA BORSOS, Foreign Companies in Estonia - Industrial Environment and Experiences. 30.03.1994. 82 s.
- No 489 ANTTI PUTUS, Matkapuhelinteollisuuden kotimainen kehitys ja kilpailukyky. 11.04.1994. 41 s.
- No 490 JARI ILKKA, Kirjapainojen kansallinen kilpailukyky ja teollinen tulevaisuus. 14.04.1994. 54 s.
- No 491 PASI KUOPPAMÄKI, European Markets for Corporate Control: A Study of Takeovers' Influence on Corporate Behavior and Implications on EC Competition Policy. 25.04.1994. 131 p.
- No 492 TOMI TORRI, The World Economy of Metals: A Finnish Perspective. 02.05.1994. 49 p.
- No 493 PIIA KAIPIAINEN, Competitive Advantage of Finnish Steel Industry. 02.05.1994. 76 p.
- No 494 ERKKA HOPPONEN, Itsenäisen voimantuotannon rahoitus ja kilpailukyky. 16.05.1994. 75 s.
- No 495 JOUNI P. MÄKELÄ, Teleklusterin tutkimus- ja kehitystoiminta sekä koulutus ja konsultointi. 16.05.1994. 67 s.
- No 496 JYRKI RUUTU, Tuntipalkkojen ja työmäärän jousto teollisuudessa laman aikana. 18.05.1994. 68 s.
- No 497 MIKA MALIRANTA, Suomen työn tuottavuuden kansainvälinen taso ruoan, juomien ja tupakkatuotteiden valmistuksessa. Kahdenvälinen vertailu Ruotsiin ja Yhdysvaltoihin. 24.05.1994. 23 s.
- No 498 MAARIT SÄYNEVIRTA - PEKKA YLÄ-ANTTILA, Teknologiaintensiivisten yritysten kansainvälistyminen. 06.06.1994. 54 s.
- No 499 PETTERI KAUPPALA, Matkustajaliikenteen kansallinen kilpailukyky. 06.06.1994. 65 s.
- No 500 KAAREL KILVITS, Current State of Estonian Industry. The basic material prepared in autumn 1993 for the joint Estonian-Finnish study project on "the Future of Estonian industry". 10.06.1996. 74 p.
- No 501 KALLE LAAKSONEN - RAIJA VOLK, Elintarvikeklusterin kilpailukyky - Väliraportti. 20.06.1994. 59 s.

Elinkeinoelämän Tutkimuslaitoksen julkaisemat "Keskusteluaiheet" ovat raportteja alustavista tutkimustuloksista ja väliraportteja tekeillä olevista tutkimuksista. Tässä sarjassa julkaistuja monisteita on mahdollista ostaa Taloustieto Oy:stä kopiointi- ja toimituskuluja vastaavaan hintaan.

Papers in this series are reports on preliminary research results and on studies in progress. They are sold by Taloustieto Oy for a nominal fee covering copying and postage costs.

