

Elintarviketalous on murroksessa

Elintarviketalous edustaa taloudellista ja biologista ekosysteemiä, jonka osat ovat päästä päähän näkyviä. Taloudelliset osa-alueet alkutuotanto, jatkojalostus ja jakelu ovat tässä ekosysteemissä eriytyneet toiminnallisesti siten, että pelolta pöytään ketju muistuttaa viestijuoksua.

Arvoketjun valtasuhteissa on viime vuosina kuitenkin tapahtunut muutos jakelun hyväksi. Yli 80 prosenttia elintarviketuotteiden jakelusta hoitavat K- ja S-ryhmät.

Jakelu toimii imuperiaatella siten, että ryhmien ostotointa asiakastuntemukseensa nojautuen pitkälti määrittelee tuotepaletin ja hinnoittelun avulla arvon jakaantumisen taloudellisessa ekosysteemissä. Ryhmät ovat kuunnelleet asiakkaitaan, jotka ovat halunneet hinnaltaan mahdollisimman edullisia ja siten kustannustehokkaasti tuotettuja elintarvikkeita.

Kuluttajien ostopäätöksiin on viime aikoina alkanut enenevässä määrin vaikuttaa muutkin tekijät kuin edullinen hinta.

Ympäristövaikutukset, eläinten hyvinvointi, erikoistuotteiden lisääntyvä kysyntä ja lähiruokahankinnat ovat tulevaisuudessa merkittäviä ostopäätöstekijöitä. Näiden painoarvon lisääntyminen kuluttajien päätöksenteossa aiheuttaa syvälle käyvän muutoksen elintarviketalouden ekosysteemissä.

Suuruuden ekonomialla, kustannustehokkuudella tuotetut elintarvikkeet, jatkavat kehittymistään elintarviketalouden pääpilarina, mutta sen rinnalle on nousemassa uusi pilari, pienen laatu- ja ympäristöekonomian teknologialla tuotetut erikoistuotteet.

Erikoistuotteiden teknologia tarvitsee työpanosta paljon verrattuna kustannustehokkuudella tuotettuihin massaelintarvikkeisiin elintarvikeketjun kaikissa osissa alkutuotannossa, jatkojalostuksessa ja jakelussa. Erikoistuotteiden pilari tarvitsee myös yrittäjyyden ja markkinoiden tuntemisen lisääntymistä elintarvikeketjun kaikissa osissa huomattavasti nykyistä enemmän.

Tarvitaan myös toimijoiden yhteistyötä ja koulutuksen ja neuvonnan uusintamista pilarin menestymisen takamiseksi.

Tuotteet ja tuotantotavat

Hintakilpailu on johtanut elintarvikeketjun virtaviivaistamiseen kustannustehokkaaksi; tuottajat, jatkojalostajat ja logistiikka ovat vetureina toimivien kaupparyhmien toimesta saatu toimimaan saumattomasti ja kustannustehokkaasti.

Kaupan ryhmittymistä johdetaan ammattijohtajien toimesta. Jatkojalostus on myös keskittynyt ja ammattijohtajien hallinnoimaa. Alkutuotannossa tuotantoyksikkö koko on koko ajan kasvanut pyrittäessä

Lähiruoka on tavanomaista tuotantoa, joka tuotetaan ja kulutetaan paikallisesti.

kustannustehokkuuteen ketjun vetureiden ja tukitasojen vähenemisen pakottamina.

Myös tuotantotilan johtamisessa alkaa ammattimainen johtaminen olla pakon sanelemaa investointien mittavuuden ja taloudellisten riskien välttämisen takia.

Kustannustehokkuus merkitsee korkean työkuormituksen maassa jatkuvaa työpäntöksen pienentämistä kautta koko ketjun.

Ketjun alkupäässä eli maaseudun väestömäärän ja siihen läheisesti liittyvän maaseudun elinvoimaisuuden kannalta tämä merkitsee väijäämättä vähenemistä. Tälle kehityskululle ei näy loppua ellei kuluttajien arvot ja ostopäätöskriteerit ala suosimaan erikoistuotantoa ja lähiruokaa niiden laatuominaisuuksien takia.

Hinnoilla eivät nämä tuotteet, kuten ei myöskään luomuteknologian avulla tuotetut tuotteet voi kilpailla. Luomuteknologia ei edusta sinänsä pienen laatu- ja ympäristöekonomiaa, mutta kylläkin laatua biologisessa ja eläinten hyvinvoinnin mielessä.

Luomua ja lähiruokaa

Elintarviketalouden murros merkitsee luomutuotantokasvun ja -eläinten osalta osittain teknologian muutosta, mutta ei suurituotannon eduista luopumista. Kasvinviljelyssä satotasot laskevat keskimäärin kolmanneksen. Se merkitsee yksikkökustannusten nousua vaikkakaan ei kolmanneksella muun muassa lannoitteiden ja torjunta-aineiden poistumisen vuoksi.

Ympäristötietoisuus tukee voimakkaasti luomutuotannon lisääntymistä nykyisestäään.

Lähiruoka on tavanomaista tuotantoa, joka tuotetaan ja kulutetaan paikallisesti. Sen kilpailuetuna on tuoreus ja paikallistalouden edistäminen.

Lähiruuan ympärille on muodostunut hyvin sekava käsitteiden käytäntö. Lähiruokaa on joidenkin mielestä kaikki Suomessa tuotettu ruoka. Joidenkin mielestä alle 500 kilometrin säteellä tuotetut elintarvikkeet ovat lähiruokaa. Lähiruuan paikallistaloutta edistävä, tuoreutta lisäävä ja hiilijalanjälkeä pienentävä vaikutus antanee sille joka tapauksessa tulevaisuudessa kasvun mahdollisuuden.

Erikoistuotteet ovat liiketaloudellisesti haastavin osa-alue elintarviketalouden murroksessa. Tämän pilarin kehittyminen ja kasvu vaatii pienyrittäjyyden, markkinoinnin osaamisen, logistiikan ja

pakkausteknologian ratkaisujen siirtämistä alueelle, jota siellä on ollut vain muutamilla toimijoilla.

Liiketoimintaosaamisen alueilla on ratkaisuja, jotka perustuvat tuotanto-osuuskuntiin, ruokapiireihin, tilatoreihin ja verkkokauppoihin.

Tämän pilari kehittyä asiakasvetoisesti yrityksen ja erehdyksen kautta. Maaseudun elinvoimaisuuden edistämiseksi tälle pilarille tulisi kuitenkin antaa erityisasema ja start up -vaiheessa tukiresursseja. Näin on tehtyjohtajien erilaisten lähiruoka projektien nimillä. Projektien tulosten vaikutavuus on kuitenkin jäänyt vaatimattomalle tasolle.

Kaikkein tärkeimpiä kehittämiskohteita ovat pienlogistiikka ja pakkausteknologia, erikoiselintarvike yrittäjien hinnoittelu- ja markkinointiosaaminen, lähiruokakilpailuttamisen osaaminen ja luomutuotannon osalta tuotantoprosessien lisääminen jatkojalostajien kanssa.

Murroksen dynamiikkaa on kuvattu tarkemmin oheisessa linkissä, jossa on myös esimerkki yhdestä luomu- ja lähiruuan verkkokaupasta pääkaupunkiseudulla: www.makumaku.fi/webshop/index.php/elintarviketalous-murroksessa.

PEKKA LEHTONEN

Kirjoittaja on dosentti ja Maaseudun elinvoimaisuus ry:n toiminnanjohtaja.