

JULKAISUJA

1 • 2010

Elintarvikkeiden alv-alennus ja hintakehitys

Hintaseurannan tulokset ja katsaus kuluttajahintaa
määrittäviin tekijöihin

Ari Peltoniemi
Johanna Varjonen



KULUTTAJATUTKIMUSKESKUS

JULKAISUJA 1 • 2010

Elintarvikkeiden alv-alennus ja hintakehitys

**Hintaseurannan tulokset ja katsaus kuluttajahintaa
määrittäviin tekijöihin**

Ari Peltoniemi • Johanna Varjonen

Kuluttajatutkimuskeskus, julkaisuja 1 • 2010

Elintarvikkeiden alv-alennus ja hintakehitys. Hintaseurannan tulokset ja katsaus kuluttajahintaa määrittäviin tekijöihin

Ari Peltoniemi, Johanna Varjonen

Konsumentforskningscentralen, publikationer 1 • 2010

Livsmedlens momssänkning och prisutveckling. Resultaten från prisuppföljningen och en granskning av de faktorer som bestämmer konsumentpriset

Ari Peltoniemi, Johanna Varjonen

National Consumer Research Centre, publications 1 • 2010

The VAT reduction and the price development of foodstuffs. Price monitoring results and an overview of factors determining consumer prices

Ari Peltoniemi, Johanna Varjonen

Julkaisija / Utgivare / Publisher
Kuluttajatutkimuskeskus
Kaikukatu 3, 00530 Helsinki
PL 5, 00531 Helsinki
Puh. 010 605 9000
Faksi (09) 876 4374
www.kuluttajatutkimuskeskus.fi

ISSN 0788-5415
ISBN 978-951-698-220-8 (pdf-julkaisu)

TIIVISTELMÄ

Ari Peltoniemi, Johanna Varjonen

Elintarvikkeiden alv-alennus ja hintakehitys. Hintaseurannan tulokset ja katsaus kuluttajahintaa määrittäviin tekijöihin

Elintarvikkeiden arvonlisävero aleni Suomessa vuoden 2009 lokakuussa 17 prosentista 12 prosenttiin. Tutkimus selvittää arvonlisäveron alennuksen vaikutuksia kuluttajahintoihin. Vaikutuksia tutkittiin eri puolilta maata kootun hintaseuranta-aineiston avulla sekä tarkastelemalla elintarvikkeiden hintakehitystä pidemmällä aikavälillä eri tilastotietojen avulla. Tutkimuksessa tarkastellaan arvonlisäveron lisäksi myös muita elintarvikkeiden hintaan Suomessa vaikuttavia tekijöitä, jotka ovat peräisin sekä koti- että maailmanmarkkinoilta.

Hintaseurannan tulokset osoittavat arvonlisäveron alennuksen siirtyneen elintarvikkeiden hintoihin täysimääräisenä. Vuoden 2009 lokakuussa elintarvikkeet olivat keskimäärin 5,7 prosenttia edullisempia kuin edellisvuonna ja vuositasolla keskimäärin 5,6 prosenttia edullisempia. Hieman arvonlisäveron alennuksen laskennallista vaikutusta (-4,3 %) suurempi hintojen alennus johtui osaksi sesonkituotteiden, kuten vihannesten ja hedelmien alhaisista hinnoista. Mikäli elintarvikkeiden hintakehitystä tarkastellaan ilman tuoreita vihanneksia, elintarvikkeet olivat lokakuussa 2009 keskimäärin 5,2 prosenttia halvempia kuin syyskuussa 2009. Verrokkiryhmänä toimineiden non-food-tuotteiden hinnoissa ei syksyllä 2009 tapahtunut muutosta. Arvonlisäveron alentamista seuranneina kuukausina elintarvikkeiden hinnat nousivat hieman. Vuoden 2010 tammikuussa elintarvikkeet maksoivat keskimäärin 1,7 prosenttia enemmän kuin vuoden 2009 lokakuussa.

Hintavertailussa olleissa elintarvikkeissa brändituotteet olivat keskimäärin selvästi kalliimpia kuin private label -tuotteet. Hintaseurannan aikana valmisruokien hinnat laskivat huomattavasti puolivalmisteita ja raaka-aineita lievemmin ja hitaammin.

Kansainvälisen hintavertailun mukaan elintarvikkeiden hinnat nousivat Suomessa pitkään hitaammin kuin EU:n alueella keskimäärin. Suomen EU-jäsenyyden aikana ruoan reaalihintaa ylitti ensimmäisen kerran vuoden 1995 tason vasta vuonna 2008. Vuoden 2008 aikana elintarvikkeiden kuluttajahinnat nousivatkin Suomessa poikkeuksellisen paljon suhteessa unionin keskimääräiseen tasoon. Useimpiin unionin maihin nähden elintarvikkeiden hintojen nousu alkoi Suomessa viiveellä ja myös hintojen nousu pysähtyi viiveellä.

Öljyllä ja muilla energialähteillä on tärkeä merkitys suomalaisen ruoan tuotannossa ja jakelussa. Niiden hintojen selvä nousu vuodesta 2007 vuoteen 2008 osuu yhteen elintarvikkeiden hintojen nousun kanssa Suomessa. Voidaan arvioida, että energian hinta on yksi selittäjä ruoan hinnan nousulle.

Asiasanat

Elintarvikkeet, arvonlisävero, hinnat, kuluttajat, hintakehitys, elintarvikkeet, markkinat

REFERAT

Ari Peltoniemi, Johanna Varjonen

Livsmedlens momssänkning och prisutveckling. Resultaten från prisuppföljningen och en granskning av de faktorer som bestämmer konsumentpriset

Momsen på livsmedel sänktes i Finland i oktober 2009 från 17 procent till 12 procent. Undersökningen utreder momssänkningens effekt på konsumentpriserna. Effekten undersöktes med hjälp av prisuppföljningsmaterial som insamlats i olika delar av landet samt genom att granska livsmedlens prisutveckling under en längre period med hjälp av olika statistiska data. I undersökningen granskas utöver momsen också andra faktorer, både på hemma- och världsmarknaden, som påverkar livsmedelspriserna i Finland.

Resultaten från prisuppföljningen visar att momssänkningen i sin helhet överförts på livsmedelspriserna. I oktober 2009 var livsmedlen i genomsnitt 5,7 procent billigare än föregående månad och på årsnivå i genomsnitt 5,6 procent billigare. Prissänkningen som var något större än momssänkningens beräknade effekt (-4,3 %) berodde delvis på låga priser på säsongprodukter, såsom grönsaker och frukt. Om färska grönsaker lämnas utanför när livsmedlens prisutveckling granskas, var livsmedlen i oktober 2009 i genomsnitt 5,2 procent lägre än i september 2009. Priserna på de nonfood-produkter som valts som kontrollgrupp ändrades inte hösten 2009. Under de månader som följde på momssänkningen steg livsmedelspriserna något. I januari 2010 kostade livsmedlen i genomsnitt 1,7 procent mer än i oktober 2009.

De märkesvaror som var med i prisjämförelsen var i genomsnitt ganska märkbart dyrare än private label-produkterna. Under tiden för prisjämförelsen sjönk priserna på färdig mat märkbart mindre och långsammare än på halvfabrikat och råvaror.

Enligt den internationella prisjämförelsen steg livsmedelspriserna i Finland under en lång tid långsammare än i EU-området i genomsnitt. Under den tid som Finland har varit medlem av EU steg realpriset på maten först år 2008 första gången över 1995 års nivå.

Under 2008 steg konsumentpriserna på livsmedel i Finland exceptionellt mycket i förhållande till unionens genomsnittliga nivå. Livsmedelspriserna började stiga i Finland med en fördröjning i jämförelse med de flesta andra av unionens länder och prishöjningen avstannade också med en fördröjning.

Oljan och andra energikällor har en stor betydelse vid produktionen och distributionen av den finska maten. Den märkbara prishöjningen på energin från 2007 till 2008 sammanträffar med prishöjningen på livsmedel i Finland. Man kan anta att energipriset är en förklaring till prishöjningen på maten.

Ämnesord

Livsmedel, moms, priser, konsumenter, prisutveckling, marknad.

ABSTRACT

Ari Peltoniemi, Johanna Varjonen

The VAT reduction and the price development of foodstuffs. Price monitoring results and an overview of factors determining consumer prices

In October 2009, VAT on foodstuffs was lowered in Finland from 17 to 12 per cent. This study examines the impact of the VAT reduction on consumer prices by using price monitoring figures collected across the country and various statistical data to analyse the price development of foodstuffs in the long term. In addition to VAT, the study analyses other factors that influence food prices in Finland, originating from both local and global markets.

The price monitoring results show that the VAT decrease was fully passed on to food prices. On average, in October 2009, food was 5.7 per cent cheaper than in the previous month, and year on year prices fell by an average of 5.6 per cent. A price decrease slightly larger than the calculated impact of the VAT reduction (-4.3%) is partly explained by the low prices of seasonal products, such as vegetables and fruits. If fresh vegetables are left out of the food price development equation, in October 2009 food was, on average, 5.2 per cent cheaper than in September 2009. For non-food products, which served as a control group, there was no change in prices in autumn 2009. In the months following the VAT reduction, food prices rose slightly, as in January 2010 foodstuffs cost 1.7 per cent more on average than in October 2009.

On average, the name-brand products included in the price comparison were quite clearly more expensive than private-label food products. During the price comparison survey period, the prices of ready meals fell considerably less and more slowly than did prices of semi-processed food products and raw food ingredients.

According to an international price comparison, for a long time food prices in Finland rose more slowly than the EU average. In Finland's EU membership to date, it was only in 2008 that the real price of food rose above the 1995 level. In 2008, then, the increase in consumer prices for foodstuffs in Finland was significantly high in relation to the EU average. Therefore, in comparison with most EU countries, the rise of food prices in Finland was delayed, and it also took longer to halt.

Oil and other sources of energy play an important role in the production and distribution of food in Finland, and a clear rise in energy prices in 2007–2008 coincides with the increase of food prices in Finland. Therefore, it can be concluded that the price of energy is one factor explaining the food price increase.

Key words

Foodstuffs, value added tax, prices, consumers, price development, markets

ESIPUHE

Elintarvikkeiden korkeasta hintatasosta on keskusteltu Suomessa vilkkaasti monien poliittisen päätöksen yhteydessä, kuten sisämarkkinoihin ja euroalueeseen liityttäessä. Elintarvikkeiden arvonlisäverosta on myös käyty kiivasta keskustelua EU:hun liittymispäätöksestä alkaen. Välillisten verojen vaikutuksista hintatasoon on tutkimuksissakin esitetty erilaisia näkemyksiä. Kun elintarvikkeiden arvonlisäveron alennukseen lokakuussa 2009 valmistauduttiin, käytiin jälleen vilkasta väittelyä siitä, siirtyykö alennus kuluttajahintoihin vai vetäkö joku taho elintarvikkeiden arvoketjussa välistä.

Kuluttajatutkimuskeskus (KTK) teki työ- ja elinkeinoministeriölle (TEM) sekä valtiovarainministeriölle (VM) aloitteen ALV-muutoksen seuranta tutkimuksen käynnistämisestä. KTK toteutti aiemmin kuluttajahintamuutoksia koskevat seuranta tutkimukset sekä EU- että europäätösten yhteydessä. KTK pitää tärkeänä seurata isojen ja periaatteellisten poliittisten päätösten välittömiä kuluttajavaikutuksia sekä heijastumista laajemmin markkinoiden toimintaan. ALV-tutkimuksen toteutuksen teki mahdolliseksi TEM:n ja VM:n hankkeelle myöntämä osarahoitus. KTK kiittää lämpimästi molempia ministeriöitä hankkeeseen osoitetusta kiinnostuksesta ja tuesta.

Tutkimuksen keskeinen tehtävä on arvioida poliittisten päätösten vaikuttavuutta yhteiskunnassa. Elintarvikkeiden ALV-muutokseen kohdistetut epäilyt edellyttivät systemaattista paneutumista seurantaan markkinoiden läpinäkyvyyden edistämiseksi sekä kuluttajien luottamuksen varmistamiseksi. Tutkimuksessa seurattiinkin markkinoiden valmistautumista ALV-muutokseen lokakuusta 2008 lähtien sekä edelleen ALV-päätösten astuttua voimaan aina tammikuulle 2010.

Tutkimusta ohjasi Antti Riivarin (TEM) johdolla työskennellyt ohjausryhmä, jossa muina jäseninä olivat TEM:stä Kristian Tammivuori, Martti Tolvanen ja Ulla Karhu; VM:stä Markku Puurula sekä VATT:sta Timo Rauhanen ja Tuomas Kosonen. Hintakeräysten suunnittelu- ja ohjausvaiheessa Kuluttajaviraston asiantuntijana toimi Marja Nygren. Empiirisen aineiston eli hintatietojen keräyksessä tekivät mittavan työn lääninhallitusten hintatarkastajat sekä edelleen vuoden 2010 tammikuussa aluehallintovirastot.

Kuluttajatutkimuskeskuksessa hankkeesta vastasivat Ari Peltoniemi ja Johanna Varjonen. Hanketta oli suunnittelemassa ja käynnistämässä myös Marita Nikkilä. KTK on voinut myös tukeutua sekä Tilastokeskuksen että toimialajärjestöjen asiantuntemukseen. Kuluttajatutkimuskeskus haluaa lämpimästi kiittää kaikkia hankkeeseen osallistuneita tahoja ja asiantuntijoita.

Helsingissä 25. maaliskuuta 2010

Eila Kilpiö
johtaja, professori
Kuluttajatutkimuskeskus

SISÄLLYS

YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET	1
1 JOHDANTO	5
1.1 Arvonlisävero	6
2 HINTASEURANTA	8
2.1 Aineisto- ja menetelmäkuvaus	8
2.2 Elintarvikkeiden ja alkoholittomien juomien hintakehitys.....	12
2.3 Jalostusasteeltaan erilaisten tuotteiden hintakehitys	21
2.4 Kaupan omien merkkituotteiden (private label) ja brändituotteiden hintakehitys	23
2.5 Kaupparyhmittäinen hintakehitys	30
2.6 Myymälätyypeittäinen hintakehitys.....	34
2.7 Alueellinen hintakehitys.....	35
2.8 Luotettavuusarviointi	38
3 ELINTARVIKKEIDEN KULUTTAJAHINNAN MÄÄRÄYTYMINEN.....	41
3.1 Elintarvikkeiden kulutussuuntaukset	42
3.2 Elintarvikkeiden kuluttajahintojen kehitys EU:n alueella.....	46
3.3 Arvonlisäverollisten ja arvonlisäverottomien hintojen vertailu	55
3.4 Maataloustuotteiden hintakehitys maailmanmarkkinoilla	60
3.5 Maataloustuotteiden hintakehitys Suomessa	66
4 ELINTARVIKEMARKKINAT	73
4.1 Päivittäistavarakauppa	75
4.2 Elintarviketeollisuus.....	79
4.3 Ulkomaankauppa	82
LÄHTEET	86
LIITE 1	

TAULUKKOLUETTELO

TAULUKKO 1.	
Hintaseurannan elintarvikkeiden tuoteryhmäjako (31 kpl) ja niille annettujen painojen prosentuaaliset osuudet elintarvikkeiden ja alkoholittomien juomien hyödykeryhmästä.	11
TAULUKKO 2.	
Eräiden keskeisten tuoteryhmien hintamuutoksia, kun perusajankohtana on lokakuu 2008 .	16
TAULUKKO 3.	
Elintarvikkeiden, non-food-tuotteiden ja eräiden keskeisten tuoteryhmien hintamuutoksia, kun perusajankohtana on lokakuu 2009.	17
TAULUKKO 4.	
Hintaseurannan myymälät kaupparyhmittäin ja niiden markkinaosuudet vuonna 2008.....	30
TAULUKKO 5.	
Ruokakoriin kuuluvat 30 elintarviketta tuoteryhmiin lajiteltuna.	32
TAULUKKO 6.	
Hintakeräyksissä mukana olleiden myymälöiden lukumäärät eri aluehallintovirastojen/ valtionviraston (lääniä) alueella ja eri kaupungeissa.	36
TAULUKKO 7.	
Private label -tuotteiden osuuksia (%) vuoden 2008 myynnin määrästä.	45
TAULUKKO 8.	
Elintarvikkeiden kuluttajahintojen (harmonised indices of consumer prices, food and non-alcoholic beverages, annual rate of change) neljännesvuosittainen muutos vuoden takaiseen tasoon verrattuna eräissä EU-maissa vuosina 12/2006–12/2009).	48
TAULUKKO 9.	
Elintarvikkeiden kuluttajahintojen (harmonised indices of consumer prices, food and non-alcoholic beverages, average rate of change) keskimääräinen vuotuinen kehitys EU-27-alueella vuosina 2000–2008.	50
TAULUKKO 10.	
Eräiden elintarvikkeiden keskihinnat Suomessa kunkin vuoden syyskuussa ja vuosien 1994–2009 sekä 2000–2009 yleisen hintakehityksen mukaisesti indeksoitu hinta vuodelta 2009	54
TAULUKKO 11.	
Elintarvikkeiden (ilman alkoholittomia juomia) ja eräiden tuoteryhmien ostovoimakorjattu hintatasoindeksi osassa EU-maita vuonna 2008, kun arvonlisävero on poistettu ja Suomi = 100	58
TAULUKKO 12.	
Sähkön, kevyen ja raskaan polttoöljyn sekä dieselöljyn keskihinnat Suomessa 2002–2009.	62
TAULUKKO 13.	
Yhdistyneiden kansakuntien elintarvike- ja maatalousjärjestön (FAO) ruoan raaka-ainehintaindeksi (Food Price Index, FPI), 2002–2004 = 100.	64
TAULUKKO 14.	
Päivittäistavarakaupan liikevaihdon ja kannattavuuden kehitys 2006–2008.	76
TAULUKKO 15.	
Elintarviketeollisuuden liikevaihdon ja kannattavuuden kehitys 2006-2008.	81

KUVALUETTELO

KUVA 1.	
Elintarvikkeiden ja non-food-tuotteiden hintojen kehitys vuoden 2008 lokakuun ja 2010 tammikuun välisenä aikana.	14
KUVA 2.	
Kotimaisen ja ulkomaisen tomaatin keskimääräinen hinta, euroa/kilo, suomalaisissa kaupparyhmittymissä ja Lidlissä. Lokakuu 2008–2010 Tammikuu.	19
KUVA 3.	
Kotimaisen ja ulkomaisen kurkun keskimääräinen hinta, euroa/kilo, suomalaisissa kaupparyhmittymissä ja Lidlissä. Lokakuu 2008–2010 Tammikuu.	20
KUVA 4.	
Raaka-aineiden, puolivalmisteiden ja valmisaterioiden hintakehitys vuoden 2008 lokakuusta vuoden 2010 tammikuuhun.	22
KUVA 5.	
Brändituotteiden ja kaupan omien merkkien hintakehitysten keskiarvot tarkasteltavissa tuotteissa, kun perusajankohta on lokakuu 2008, 2008 = 100.	24
KUVA 6.	
Kahden pitkäjyväisen brändiriisin ja kolmen pitkäjyväisen private label -riisin keskimääräisiä hintatasoja (eur/kilo) lokakuun 2008 ja tammikuun 2010 välisenä aikana.	26
KUVA 7.	
Yhden brändihernekeiton ja kahden private label -hernekeiton keskimääräisiä hintatasoja (eur/0,435 kg) lokakuun 2008 ja tammikuun 2010 välisenä aikana.	27
KUVA 8.	
Brändimaksalaatikon ja private label -maksalaatikon keskimääräisiä hintatasoja (eur/0,4 kg) lokakuun 2008 ja tammikuun 2010 välisenä aikana.	28
KUVA 9.	
Brändikeittojuuresten ja private label -keittojuuresten keskimääräisiä hintatasoja (eur/0,2 kg) lokakuun 2008 ja tammikuun 2010 välisenä aikana.	29
KUVA 10.	
Elintarvikkeiden hintaindeksit eri seurantakuukausina, kun perusajankohta on kunkin kaupan lokakuu 2008 (lokakuu 2008 = 100).	31
KUVA 11.	
Ruokakorin (30 tuotetta) keskimääräiset hinnat eri kaupparyhmittymissä sekä kaikkien kaupparyhmittymien keskihintainen ruokakori vuosien 2008 ja 2009 lokakuussa.	33
KUVA 12.	
Hintakehitys eri tyyppisissä myymälöissä, kun perusajankohta on lokakuu 2008 (lokakuu 2008 = 100).	35
KUVA 13.	
Hintakehitys eri läänien alueilla, kun perusajankohta on lokakuu 2008 kussakin läänissä (lokakuu 2008 =100).	37
KUVA 14.	
Ruokakorin tuotteen keskiarvohinta eri kaupparyhmittymissä ja luottamusvälit vuoden 2008 lokakuussa.	40
KUVA 15.	
Ruokakorin tuotteen keskiarvohinta eri kaupparyhmittymissä ja luottamusvälit vuoden 2009 lokakuussa.	40

KUVA 16.	
Käsitekartta elintarvikkeiden kuluttajahintahintaa Suomessa määrittelevistä sisä- ja ulkosyntyisistä tekijöistä.	42
KUVA 17.	
Elintarvikkeiden ja yleisten yhdenmukaistettujen kuluttajahintojen (harmonised index of consumer prices) neljännesvuosittainen kehitys vuoden takaiseen tasoon verrattuna Suomessa, Ruotsissa ja EU-27-alueella aikavälillä 12/2006–12/2009.	49
KUVA 18.	
Elintarvikkeiden kuluttajahintojen ja valmistajahintojen kehitys suhteessa yleiseen kuluttajahintojen ja ansiotason muutokseen, 1995 = 100.	52
KUVA 19.	
Elintarvikkeiden ja alkoholittomien juomien ostovoimakorjattu hintatasoindeksi, EU-27 = 100.	56
KUVA 20.	
Elintarvikkeiden (ilman alkoholittomia juomia) ostovoimakorjattu hintatasoindeksi eräissä EU-maissa vuosina 2008, 2007 ja 1999.	57
KUVA 21.	
Eeräiden tuoteryhmien ostovoimakorjattu hintatasoindeksi Virossa, Ranskassa, Tanskassa ja Ruotsissa vuonna 2008, kun arvonlisävero on poistettu ja Suomi = 100	59
KUVA 22.	
Raakaöljyn maailmanmarkkinahinnan (Yhdysvaltojen dollaria barreilta) kehitys 2000-luvulla kunkin vuoden heinäkuussa.	61
KUVA 23.	
Suomen maatalouden tuottajahintaindeksi (sisältää hedelmät ja vihannekset), 2000 = 100. .	67
KUVA 24.	
Keskipitoisen maidon keskimääräinen tuottajahinta, senttiä per litra, (ilman tuotantotukia ja jälkitiliä) vuosina 1996–2009.....	68
KUVA 25.	
Keskipitoisen maidon keskimääräinen tuottajahinta, senttiä per litra, (ilman tuotantotukia ja jälkitiliä). Kuukausikehitys vuosina 2007–2009.	69
KUVA 26.	
Naudan-, sian- ja siipikarjanlihan tuottajahintojen kehitys vuosina 1996–2009, eur/kg	70
KUVA 27.	
Naudan-, sian- ja siipikarjanlihan tuottajahintojen kuukausittainen kehitys vuosina 2007–2009, euro/kg.....	71
KUVA 28.	
Tuottajahinta maataloudessa ja elintarviketeollisuudessa sekä elintarvikkeiden kuluttajahinta Suomessa vuosina 2005–2009, kun 2005 = 100.....	72
KUVA 29.	
Elintarvikeketjun ja alv:n osuus Emmental-juuston kuluttajahinnasta Ranskassa 2008–2009. Lähde: FranceAgriMer (2009) Observatoire des prix et marges. Filière laitière. 28/7/2009.	74
KUVA 30.	
Elintarvikeketjun bruttomarginaalien ja alv:n osuus maustamattoman jogurtin kuluttajahinnasta Ranskassa 2005–2009. Lähde: FranceAgriMer (2009) Observatoire des prix et marges. Filière laitière. 28/7/2009.	75

KUVA 31.	
Elintarviketeollisuuden tuotannon brutto- ja jalostusarvo* (milj. euroa) perushintaan 1995–2008, TOL-2002 luokitus.	80
KUVA 32.	
Elintarvike-, juoma- ja tupakkateollisuuden työlliset (palkansaajat ja yrittäjät), henkeä 1995–2008, TOL-2002.	81
KUVA 33.	
Elintarvikkeiden (CN 01-24) vienti ja tuonti vuosina 2002–2009, milj. euroa	83
KUVA 34.	
Suomen elintarvikeviennin arvo vuonna 2009 jaettuna tärkeimpiin tuoteryhmiin.....	84

YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää elintarvikkeiden arvonlisäveron alennuksen vaikutuksia kuluttajahintoihin. Arvonlisäveroa alennettiin lokakuun alusta 2009 viidellä prosenttiyksiköllä. Hintavaikutuksia selvitettiin toisaalta toteuttamalla hintaseuranta myymälöissä eri puolilla Suomea ja toisaalta tarkastelemalla elintarvikkeiden hintakehitystä tilastotietojen avulla pidemmällä aikavälillä Suomessa ja muualla Euroopan unionin (EU) alueella. Lisäksi tarkastellaan arvonlisäveron ohella myös muita elintarvikkeiden hintaan vaikuttavia tekijöitä, jotka ovat peräisin sekä koti- että maailmanmarkkinoilta.

Elintarvikkeiden hintaseuranta

Hintaseurantatutkimus analysoi elintarvikkeiden hintakehitystä Suomessa havaintoaineiston avulla, joka on koottu 81 myymälästä vuoden 2008 lokakuun ja vuoden 2010 tammikuun välisenä ajanjaksona. Hintakeräyksiä tehtiin yhteensä seitsemän: neljä ennen arvonlisäveron alennusta ja kolme sen jälkeen. Kotimaisten kaupparyhmittymien hintaseurannassa oli mukana 171 elintarviketta (sisältää alkoholittomat juomat) ja 22 non-food-tuotetta. Lidlin hintoja seurattiin ketjun tuotevalikoimasta johtuen määrällisesti ja sisällöllisesti hieman erilaisilla tuotteilla.

Hintaseurantaan valitut tuotteet ja tuotemerkit ovat yleisesti tunnettuja ja ne kuuluvat eniten myytyjen elintarvikkeiden ja non-food-tuotteiden joukkoon. Hintoja kerättiin kaikista merkittävistä elintarvikkeiden tuoteryhmistä, kuten maitotuotteet, viljatuotteet, liha, vihannekset, sekä kotimaisista että tuontielintarvikkeista. Vihannesten kaltaisissa kausituotteissa hintakehitystä seurattiin siten, että esimerkiksi kotimaisen ja ulkomaisen kurkun hintakehityksen tarkastelu tehtiin erikseen. Tämän hintaseurantatutkimuksen päätavoitteena oli tarkastella elintarvikkeiden hintojen muutosta, joten oli tärkeää, että tuotteet pysyivät mahdollisimman samoina koko keräilyjakson ajan, mutta kaikkien seurattavien tuotteiden ei tarvinnut olla täsmälleen samoja kaikissa seurantamyymälöissä.

Hintaseurannan tulosten mukaan elintarvikkeiden hinta laski veronalennuksen tultua voimaan keskimäärin 5,7 prosenttia (syyskuusta lokakuuhun 2009). Tämä hieman arvonlisäveron alennuksen laskennallista vaikutusta (-4,3%) suurempi hintojen alennus johtui osaksi sesonkituotteiden kuten vihannesten ja hedelmien alhaisista hinnoista. Samoin voin ja margariinin hinnat olivat huomattavasti edullisempia lokakuussa kuin syyskuussa. Mikäli elintarvikkeiden hintakehitystä tarkastellaan ilman tuoreita vihanneksia, elintarvikkeet olivat lokakuussa 2009 enää 5,2 prosenttia halvempia kuin syyskuussa 2009.

Arvonlisäveron alennuksen ohella tuotteiden hintoihin voi aiheuttaa muutoksia esimerkiksi kuljetus- ja lämmityskustannusten nousu tai lasku. Näiden muiden tekijöiden hintavaikutusten eli trendin kontrolloimiseksi tässä tutkimuksessa seurattiin myös non-food-tuotteiden hintoja. Näitä tuotteita oli mukana 22 suomalaisten kaupparyhmittymien ja 14 Lidlin myymälöistä. Non-food-tuotteiden hinnat eivät juurikaan muuttuneet vuoden 2009 lokakuussa, joten elintarvikkeiden hintakehitykseen vaikutti arvonlisäveron alennuksen lisäksi muut, nimenomaan elintarvikkeisiin liittyvät tekijät. Yksi tällainen tekijä on vihannesten kausittaiset hintavaihtelut. Tuoreiden vihannesten poistaminen hintakehityksen tarkastelusta niukentaa elintarvikkeiden hintojen laskua puoli prosenttiyksikköä.

Vuositasolla lokakuusta 2008 lokakuuhun 2009 elintarvikkeiden hinnat laskivat 5,6 prosenttia. Hinnat kuitenkin nousivat vielä lokakuun 2008 jälkeen. Tammikuussa 2009 non-food-tuotteet olivat 2,8 prosenttia ja lokakuussa 3,7 prosenttia kalliimpia kuin vuoden 2008 lokakuussa. Arvonlisäveron alentamista seuranneina kuukausina elintarvikkeiden hinnat nousivat hieman. Vuoden 2010 tammikuussa elintarvikkeet maksoivat keskimäärin 1,7 prosenttia enemmän kuin vuoden 2009 lokakuussa.

Vihannekset ovat merkittävä tuoteryhmä elintarvikkeiden sisällä. Erityisesti eräiden salaattilajien, tomaattien ja kurkkujen kaltaisten tuonnista välillä suurestikin riippuvaisten sesonkituotteiden hintavaihtelut voivat olla kahden peräkkäisen kuukauden välillä useita kymmeniä tai jopa satoja prosentteja. Tuontituotteiden osuus vihannesten myynnistä vaihtelee voimakkaasti eri vuodenaikoina. Ulkomailta tuotu tomaatti ja kurkku näyttävät säätelevän erityisesti kesäsesongin ulkopuolella kotimaisten tuotteiden hintaa. Keskimääräiset hintaerot kotimaisten ja ulkomaisten tomaattien ja kurkkujen välillä näyttivät olevan vakiosuuruiset riippumatta hintatasosta.

Mikroruokien ja eineslaatikoiden kaltaisten pitkälle jalostettujen valmisaterioiden hinnat nousivat aina arvonlisäveron alentamisen ajankohtaan saakka. Sitä vastoin puolivalmisteiden ja raaka-aineiden hinnat olivat selkeässä laskusuunnassa jo aiemmin. Valmisaterioiden hinnat olivat arvonlisäveron alennuttuakin keskimäärin 2,7 prosenttia korkeampia kuin hintaseurannan lähtötilanteessa (lokakuu 2008), vaikka raaka-aineiden hinnat olivat keskimäärin 6,7 prosenttia halvempia. Arvonlisäveron alentamisen jälkeen raaka-aineiden hinnat ovat hieman nousseet, ja vastaavasti puolivalmisteiden ja valmisruokien hinnat ovat hieman laskeneet.

Hintavertailuun kuuluneissa brändi- ja private label -elintarvikkeissa (riisi, hernekeitto, maksalaatikko ja keittojuurekset) brändit olivat kalliimpia. Hintaseurannan aikana esimerkiksi brändiriisistä sai maksaa keskimäärin 39 prosenttia enemmän. Pienin ero oli maksalaatikolla, jossa brändituotteen ja kaupan oman merkin hintaero oli keskimäärin 13 prosenttia.

Elintarvikkeiden hintamuutosten tarkastelu kuuden kaupparyhmittymän osalta osoitti, että Stockmann pudotti eniten hintojaan. Vuositasolla Stockmann laski elintarvikkeiden hintoja seurantajakson alusta vuoden 2009 lokakuuhun keskimäärin 9,4 prosentilla. K- ja S-ryhmien hinnat laskivat samaan aikaan vajaat 6 prosenttia ja Lidl:n hinnat laskivat 6,4 prosenttia. Hintojen lasku oli vähäisintä ryhmässä Muut (-4,3%) ja Suomen Lähikaupan myymälöissä (-4,1 %). Arvioitaessa elintarvikkeiden hintakehitystä arvonlisäveron alentamisen jälkeen, kaupparyhmittymien toiminnassa on selviä eroja. Ne kaupparyhmittymät, jotka laskivat eniten elintarvikkeiden hintoja vuoden 2008 lokakuusta vuoden 2009 lokakuuhun, nostivat eniten hintojaan arvonlisäverokannan alentamisen jälkeen. Vuoden 2009 lokakuusta vuoden 2010 tammikuuhun K-ryhmä, Lidl ja Stockmann nostivat hintojaan vajaalla kolmella prosentilla. Vastaavasti Suomen Lähikauppa ja Muut -ryhmä nostivat elintarvikkeiden hintoja reilulla prosentilla ja S-ryhmä noin puolella prosentilla.

Kaupparyhmittymien lähtöhintatason selvittämiseksi tutkimuksessa muodostettiin kolmekymmentä elintarviketta sisältävä ruokakori. Ruokakori maksoi vähiten Lidl:n kaupoissa ja kotimaisista kaupparyhmittymistä ruokakorin sai mukaansa edullisimmin S-ryhmän kaupoista. Vuoden aikana eniten alentui Stockmannin ruokakorin hinta. Erot kaupparyhmittymien välillä ruokakorien keskihinnoina eivät olleet tilastollisesti merkitseviä.

Erityyppisten myymälöiden välillä erot elintarvikkeiden hintakehityksissä ovat suhteellisen pieniä. Isojen ja keskikokoisten myymälöiden hinnat ovat keskimäärin laskeneet hieman enemmän kuin pienten myymälöiden. Alueelliset erot hintojen muutoksissa eivät

myöskään ole kovin suuria. Ahvenanmaalla ja Lapissa elintarvikkeiden hinnat ovat laske-
neet keskimäärin hieman muita läänejä vähemmän.

Elintarvikkeiden kuluttajahintaa määrittäviä tekijöitä

Elintarvikkeiden hintaseurannan lisäksi tämä tutkimus tarkastelee niitä elintarvikkeiden kuluttajahintaan erikseen tai yhdessä vaikuttavia tekijöitä, jotka ovat peräisin joko koti- tai maailmanmarkkinoilta. Näiden tekijöiden yhteisvaikutuksena määräytyy kuluttajan elintarvikkeesta maksama lopullinen hinta Suomessa.

Kansainvälinen hintakehitys osoittaa, että elintarvikkeiden hinnat nousivat Suomessa pitkään hitaammin kuin EU:n alueella keskimäärin. Suomen EU-jäsenyyden aikana ruoan reaalihintaa ylitti ensimmäisen kerran vuoden 1995 tason vasta vuonna 2008. Vuoden 2008 aikana elintarvikkeiden kuluttajahinnat nousivat Suomessa kuitenkin poikkeuksellisen paljon suhteessa unionin keskimääräiseen tasoon. Useimpiin unionin maihin nähden elintarvikkeiden hintojen nousu alkoi Suomessa viiveellä ja myös hintojen nousu pysähtyi viiveellä.

Suurempia johtopäätöksiä ruoan hintakehityksestä tehtäessä tulisi huomioida pidemmän aikavälin hintakehitys. Lisäksi tulisi ottaa huomioon hintaheilahtelujen taustavaikuttajat. Tällaisia ovat Suomessa viime vuosina olleet muun muassa arvonlisäverokannan lasku, työvoimakustannusten nousu, raaka-aineiden ja energian hinnan vaihtelut sekä sesonki-
tuotteiden hintakehitys.

Kansainvälisissä elintarvikkeiden hintavertailuissa tuloksiin vaikuttaa arvonlisäveron suuruus. EU:n jäsenmaiden elintarvikkeiden arvonlisäverokannat vaihtelevat nollassa ja 25 prosentin välillä. Suomessa elintarvikkeiden alv-kanta on alennuksen jälkeenkin selvästi EU:n keskimääräisen tason yläpuolella. Vuoden 2009 lokakuussa EU:n keskimääräinen asukasluvulla painotettu elintarvikkeiden alv-kanta on yleisimmän elintarvikkeiden arvonlisäverokannan mukaan laskettuna noin 7 prosenttia.

Tämän raportin laskelmat eräiden unionin jäsenmaiden elintarvikkeiden arvonlisäverottomista vuoden 2008 hintatasoista suhteessa Suomen arvonlisäverottomaan hintatasoon osoittavat, että Suomi on Tanskan ja Irlannin lisäksi Italiaa edullisempi elintarvikkeiden ostomaa. Ruotsiin verrattuna ruoan hinta Suomessa on vain niukasti kalliimpaa. Tuoteryhmittäin tarkasteltuna liha on Suomessa melko edullista, mutta erityisesti leipä, virvoitusjuomat ja maitotaloustuotteet ovat Suomessa keskimäärin suhteellisen kalliita.

Öljyllä ja muulla energialla on tärkeä merkitys suomalaisen ruoan tuotannossa ja jakelussa. Niiden hintojen selvä nousu vuodesta 2007 vuoteen 2008 osuu yhteen elintarvikkeiden hintojen nousun kanssa Suomessa. Voidaan arvioida, että energian hinta on yksi selittäjä ruoan hinnan nousulle.

Suomessa päivittäistavarakaupan ja elintarviketeollisuuden rakennetta leimaa suuri keskittyneisyys. Esimerkiksi Suomen päivittäistavarakauppaa hallitsevat kaksi suurinta kauppaketjua noin 76 prosentin markkinaosuudella, kun Ruotsissa kahdella suurimmalla kaupparyhmittymällä on noin 70 prosentin osuus. Tämä ei kuitenkaan välttämättä tarkoita, että Suomen päivittäistavaramarkkinoilla tai elintarviketeollisuudessa ei olisi kilpailua. Kilpailu on kuitenkin yleensä toimialasta riippumatta sitä terveemmällä ja kuluttajaystävällisemmällä pohjalla, mitä enemmän toimijoita markkinoilla on.

Ulkomaankauppa on myös eräs kotimaan kuluttajahintoihin vaikuttava tekijä. Maitotuotteiden vienti Suomesta oli vuonna 2009 vaikeuksissa, koska maailmanmarkkinoiden kriisin lisäksi Venäjän ja Ruotsin kaltaisten tärkeiden vientikohdemaiden valuuttojen heikentyminen vähensi maitotuotteista saatavia vientituloja. Maitovalmisteiden viennin arvo Suomesta laski yli 7 prosenttia, kun vielä vuonna 2008 niiden arvo kasvoi niukasti. Aiemmin ylitarjonta laski kotimaan hintoja, nyt kotimaan hinnalla kompensoidaan alhaisia vientihintoja.

Lopuksi on vielä otettava huomioon, että vaikka veronalennuksen tavoitteena oli alentaa kuluttajien ruokamenoja, niihin vaikuttavat myös heidän tekemänsä tuotevalinnat. Kuluttajille tarjotaan teollisuuden toimesta yhä pidemmälle jalostettuja tuotteita, koska niistä saadaan lisäarvoa elintarvikeketjuun ja niillä ”helpotetaan kuluttajan arkea”. Aterioiden ja muiden valmisruokien kulutus onkin kasvanut voimakkaasti. Erityisen paljon on lisääntynyt kokonaisen aterian muodostavien valmisruokien kulutus, millä tarkoitetaan laatikoita, keittoja, kasvisruokia ynnä muita mikroaterioita sekä lasten soseita ja purkkiruokia. Myös raaka-aineita tarjotaan kuluttajille yhä käyttövalmiimmassa muodossa. Nämä kaikki ovat kalliimpia kuin ne raaka-aineet, joita ei ole lainkaan teollisesti käsitelty. Kuluttajat myös ottavat huomioon ruoan tuotannon eettisyyttä aiempaa enemmän ja ovat valmiita maksamaan siitä korkeampaa hintaa. Tämä näkyy reilun kaupan tuotteiden kulutuksen kasvussa.

Tutkimuksen johtopäätöksenä voidaan sanoa, että elintarvikkeiden arvonlisäveron alennus siirtyi kuluttajahintoihin. Tutkimuksen tulokset hintaseurannan ajalta eivät tue sitä väitettä, että kauppa olisi nostanut hintoja ennen alennusta ja korvannut tämän hintojen nostamisen veron alennuksella. Hinnat lähtivät laskuun jo ennen veron alennusta.

On vaikea arvioida, kuinka suuri vaikutus tämän tutkimuksen hintaseurannalla oli siihen, että kauppa siirsi arvonlisäveron alennuksen täysimääräisenä elintarvikkeiden hintoihin. On kuitenkin mahdollista, että elintarvikkeiden hintojen seuraaminen monellakin tavalla kannusti kauppoja pitämään kiinni hintojen alennuslupauksesta. Tämän tutkimuksen lisäksi hintojen kehitystä seurasivat monet viestimet sekä aktiiviset kuluttajat.

Vuoden 2009 aikana tuli voimaan uusia verolakeja ja lisäksi tehtiin uusia päätöksiä tulevista verolaeista, joilla on välitön vaikutus Suomen elintarvikemarkkinoiden toimintaan. Lokakuun alusta alkaen elintarvikkeiden arvonlisäverokantaa laskettiin 17 prosentista 12 prosenttiin. Hieman aiemmin, elokuussa, hallitus päätti kuitenkin vuoden 2010 heinäkuusta alkaen voimaan tulevasta yleisen arvonlisäverokannan nostamisesta yhdellä prosenttiyksiköllä. Siten elintarvikkeiden arvonlisäverokanta nousee tuolloin 13 prosenttiin. Ravintolapalveluiden arvonlisäverokantaa puolestaan lasketaan samanaikaisesti 22 prosentista 13 prosenttiin. Lisäksi Suomen hallitus päätti ottaa käyttöön vuoden 2010 lopulla makeisveron ja laajennetun virvoitusjuomaveron.

Tämän tutkimuksen elintarvikkeiden hintaseuranta ulottui vuoden 2010 tammikuuhun saakka. Elintarvikkeiden arvonlisäveron alennuksen pidemmän aikavälin vaikutuksesta hintojen kehitykseen ei siten voida tehdä johtopäätöksiä. Elintarvikkeiden hintakehityksen seuraamisen jatkaminen olisi perusteltua paitsi pidemmän aikavälin vaikutusten arvioimiseksi, mutta myös sen vuoksi, että ensi kesänä arvonlisävero nousee yhdellä prosenttiyksiköllä. Lisäksi ravintolapalveluiden arvonlisäverokannan lasku samalle tasolle elintarvikkeiden arvonlisäveron kanssa tuo oman mielenkiintoisen lisän hintojen tarkasteluun.

1 JOHDANTO

Suomen hallitus teki vuoden 2008 syksyllä maamme oloihimme nähden merkittävän veromuutosesityksen elintarvikkeiden arvonlisäveron laskemisesta viidellä prosenttiyksiköllä (Hallituksen Esitys 114/2008). Asiasta oli maininta jo keväällä 2007 julkistetussa hallitusohjelmassa. Elintarvikkeiden arvonlisäverokanta oli Suomessa selvästi useimpia unionin jäsenmaita korkeampi, ja alennuksen tarkoituksena olikin saada elintarvikkeiden kuluttajahintoja lähemmäksi EU:n keskimääräistä tasoa.

Julkisessa keskustelussa esitettiin useita näkemyksiä sen puolesta, että arvonlisäveron alennuksen vaikutukset eivät tulisi siirtymään täysimääräisenä kuluttajahintoihin ja siten ostovoiman kasvuun. Moni arvioi, että osa veronalennuksesta jäisi kaupan katteisiin. Kaupan edustajat antoivat kuitenkin julkisen lupauksen siitä, että arvonlisäveron alennus siirretään täysimääräisenä kuluttajahintoihin.

Elintarvikkeiden arvonlisäveron muutoksella nähtiin olevan suuret kansantaloudelliset vaikutukset, sillä veron alennuksen arvioitiin laskevan valtion verotuloja vuositasolla noin 500 miljoonaa euroa. Sen vuoksi oli tärkeää, että veropäätöksen vaikutuksia kuluttajahintoihin tutkittaisiin. Kuluttajatutkimuskeskus laati jo vuoden 2008 keväällä suunnitelman yhteistyössä Kuluttajaviraston kanssa elintarvikkeiden hintaseurannasta, jossa hintojen keräyksen suorittaisivat lääninhallitusten tarkastajat. Suunnitelmaa tarkennettiin vielä tutkimuksen johtoryhmään kuuluvien työ- ja elinkeinoministeriön ja valtiovarainministeriön edustajien sekä Valtion taloudellisen tutkimuskeskuksen tutkijoiden kanssa. Tässä yhteydessä hintakeräysten lukumäärää lisättiin viidestä seitsemään ja ajoitusta täsmennettiin lähemmäksi veromuutoksen ajankohtaa. Ensimmäinen hintakeräys suoritettiin lokakuussa 2008 eli vuosi ennen arvonlisäveron alennuksen voimaantuloa ja viimeisin tammikuussa 2010. Hintaseurannan tavoitteena oli selvittää, missä laajuudessa veron alennus näkyi kuluttajahinnoissa keskimäärin ja millaisia eroja mahdollisesti esiintyi eri tyyppisten elintarvikkeiden, myymälätyyppien, kaupparyhmiä tai maan eri alueiden välillä.

Elintarvikkeiden hinnat nousivat maailman laajuisesti poikkeuksellisen voimakkaasti vuonna 2008. Tästä syystä oli tärkeää, että hintakehitystä tarkasteltaisiin myös pidemmällä aikavälillä Suomessa ja muissa EU-maissa tilastojen avulla. Näin saataisiin vertailuaineistoa maista, joissa veromuutoksia ei tehty. Arvonlisäveron alennuksen vaikutusten erottaminen muista samanaikaisista hintamuutoksista ei ole yksiselitteistä. Sen vuoksi tässä tutkimuksessa tarkastellaan myös erilaisia kotimaisten ja ulkomaisten kustannustekijöiden hintamuutoksia, kuten tuottajahintojen kehitystä, raaka-aineiden kotimaan ja maailmanmarkkinahintoja sekä energia- ja palkkakustannusten muutoksia.

Aluksi, osana johdantoa, raportissa käsitellään lyhyesti arvonlisäveroa ja sen muutoksia EU maissa. Sen jälkeen raportti jakaantuu kahteen osaan. Ensimmäisessä osassa esitellään hintaseurantatutkimuksen menetelmä, aineistot ja tulokset (luku 2). Raportin toisen osan muodostaa elintarvikkeiden kuluttajahinnan määräytymiseen liittyvien tekijöiden ja niissä tapahtuneiden muutosten kuvaaminen. Kokonaiskuvan hahmottaminen on tärkeää, koska osatekijöiden tunnistaminen ja vaikutusten arviointi voivat auttaa ymmärtämään kuluttajahintojen taustalla olevia monenlaisia vaikutusketjuja ja kuluttajien omien valintojenkin vaikutuksia niihin. Tässä osassa hyödynnetään kotimaista ja kansainvälistä tutkimuskirjallisuutta ja tilastoja erityisesti elintarvikkeketjuun sisältyvien tuotantopanosten hintojen muutosten tarkastelussa. Näitä kuluttajahintaa määrittäviä tekijöitä on käsitelty luvuissa 3–5. Kaikkia tekijöitä ei ollut mahdollista tarkastella yhtä yksityiskohtai-

sella tasolla. Kunkin luvun loppuun on koottu yhteen keskeisimmät huomiot ja johtopäätökset käsitellyistä aiheista.

1.1 Arvonlisävero

Arvonlisävero on yleinen kulutusvero, joka maksetaan prosenttiosuutena tuotteen verotomasta hinnasta. Sen suorittamisvelvollisuus jakautuu hyödykkeen koko tuotanto- ja jakeluketjulle, mutta sen maksaa loppuvaiheessa kuluttaja, jonka jälkeen yritykset tilittävät veron valtiolle. Veroa suoritetaan kussakin tuotantoportaassa tuotteelle kertyneestä arvonlisästä. Verovelvolliset saavat vähentää verotuksessaan tuotantopanoksistaan maksamansa veron, joten vero ei kertaannu tuotantoportaassa. Kuluttajalta peritty vero on sama kuin veroviranomaiselle tuotanto- ja jakeluvaiheessa maksetun veron yhteismäärä (liite 1).

Elintarvikkeiden arvonlisäveroa alennettiin hallitusohjelman mukaisesti vuoden 2009 lokakuussa 17 prosentista 12 prosenttiin. Ilman veroja yhden euron maksavan elintarvikkeen aiempi arvonlisäverollinen hinta oli 1,17 euroa, joten arvonlisäveron alennuksen jälkeen sen uusi hinta on 1,12 euroa. Veron alennuksen laskennallinen vaikutus elintarvikkeiden kuluttajahintoihin oli siten noin 4,3 prosenttia¹. Elintarvikkeiden arvonlisäveron alennus koski paitsi ruokaa, myös apteekkeissa, luontaistuotekaupoissa ja päivittäistavara-kaupoissakin myytäviä elintarvikkeiksi luokiteltavia tuotteita. Tällaisia ovat muun muassa vitamiini- ja hivenainevalmisteet, lisäravinteet, urheilujuomat ja painonhallintatuotteet.

Suomen lokakuussa 2009 toteutettua arvonlisäveron alennusta perusteltiin nimenomaan sen kuluttajahintoja alentavalla vaikutuksella. Se alentaisi ruokamenoja erityisesti pientuloisilla kotitalouksilla, joiden kulutusmenoista elintarvikkeet vievät suhteellisesti suuremman osan kuin hyvätuloisilla kotitalouksilla. Veron alennuksen arvioitiin myös lisäävän jonkin verran kulutusta ja työpaikkoja (Holm, Kiander, Rauhanen ja Viren 2007).

Elintarvikkeiden arvonlisäverokannan lasku 12 prosenttiin jää kuitenkin tilapäiseksi ratkaisuksi, sillä Suomen hallitus päätti vuoden 2009 elokuussa uusista vuotta 2010 koskevista veromuutoksista. Niiden mukaan kaikki arvonlisäverokannat nousevat yhdellä prosenttiyksiköllä vuoden 2010 heinäkuun alussa: ruoan ja rehuaineen alv-kanta nousee 12 prosentista 13 prosenttiin, lääkkeiden, kirjojen, henkilökuljetusten, majoituksen ja kulttuuritilaisuuksien alv-kanta 8 prosentista 9 prosenttiin.

Lisäksi ravintoloiden yleinen alv-kanta laskee 22 prosentista 13 prosenttiin. Siten laskennallisesti ravintolaruoan hinnan pitäisi laskea noin 7,4 prosenttia, mikäli arvonlisäverokannan alennus siirtyy täysimääräisesti ravintolaruoan hintoihin. Ravintolaruoan arvonlisäverokannan laskeminen ei olisi aiemmin ollut mahdollista, mutta EU:n kesäkuussa 2009 voimaan astuneen direktiivin mukaan ravintolapalveluiden arvonlisävero voidaan jäsenmaan niin halutessa laskea vaikkapa 5 prosenttiin. Uusi direktiivi antaa mahdollisuuden sisällyttää myös alkoholijuomat alennettavan verokannan piiriin.

Euroopan unionin arvonlisäverodirektiivin mukaan elintarvikkeiden ja eräiden muiden tuotteiden ja palvelujen myyntiin, yhteisöhankeintaan ja maahantuontiin voidaan jäsenmaissa soveltaa vakiokantaa alemmaa alv-kantaa. Alennettuja verokantoja voi olla

¹ $((1,12-1,17)/1,17)*100 = -4,2735 \%$

korkeintaan kaksi ja niiden on oltava vähintään 5 prosenttia. Kuitenkin joissakin jäsenmaissa elintarvikkeisiin voidaan soveltaa liittymissopimuksen nojalla erityisalennettua alle 5 prosentin verokantaa tai nollaverokantaa. Tämä kirjava käytäntö johtuu siitä, että EU:n eri jäsenmaat ovat saaneet hyväksytyiksi omat vaatimuksensa verokantojen soveltamisesta kovin erilaisissa olosuhteissa. Lisäksi yleiskuvaa sotkevat monenlaiset siirtymäsäännökset, joita on myönnetty vanhoille jäsenmaille (Rauhanen & Peltoniemi 2006).

EU:n jäsenmaiden elintarvikkeiden arvonlisäverokannat vaihtelevat nollan ja 25 prosentin välillä. Elintarvikkeiden nollaverokanta on käytössä Isossa-Britanniassa, Irlannissa, Kyproksessa ja Maltalla. EU-27-alueella Tanskassa, Latviassa, Bulgariassa, Slovakiassa, Romaniassa, Liettuassa, Virossa ja Unkarissa elintarvikkeiden alv-kanta on korkeampi kuin Suomessa. Ruotsissa elintarvikkeisiin sovelletaan samaa 12 prosentin verokantaa kuin Suomessa (liite 1).

Vuoden 2009 lokakuussa keskimääräinen elintarvikkeiden alv-kanta EU-27-alueella on yleisimmän elintarvikkeiden arvonlisäverokannan mukaan laskettuna 9,8 prosenttia. Asukasluvulla painotettu verokanta on noin 6,6 prosenttia. Elintarvikkeiden alv-kanta unionin alueella on ollut nousussa viime aikoina, sillä vuonna 2007 keskimääräinen elintarvikkeiden arvonlisävero oli 9 prosenttia ja asukasluvulla painotettu vastaavasti 6,4 prosenttia.

Vuodesta 2008 lähtien Suomen lisäksi neljässä EU:n valtiossa on toteutettu jonkinasteinen elintarvikkeiden arvonlisäverokannan muutos. Suomea lukuun ottamatta kaikki elintarvikkeiden arvonlisäverokantaa muuttaneet valtiot, Latvia, Liettua, Viro, Tsekki ja Unkari ovat tehneet muutoksen ylöspäin. Huomattavaa on, että nämä elintarvikkeiden arvonlisäverokantaa nostaneet maat kuuluvat EU:n uusiin jäsenvaltioihin.

2 HINTASEURANTA

2.1 Aineisto- ja menetelmäkuvaus

Tutkimuksen hinta-aineisto muodostuu lääninhallitusten (vuoden 2010 alusta aluehallintovirastot) eri puolilta maata keräämästä laajasta myymäläkohtaisesta hinta-aineistosta. Hintatietoja kerättiin yhteensä 171 elintarvikkeesta ja 22 non-food-tuotteesta. Tämän hintaseurannan elintarvikkeisiin ei sisälly sellaisia elintarvikkeiksi luokiteltavia tuotteita kuten vitamiini- ja hivenainevalmisteet, lisäravinteet, urheilujuomat ja painonhallintatuotteet. Keräyksiä tehtiin seitsemänä ajankohtana:

Hintakeräysten ajankohdat olivat:

- lokakuu 2008
- tammikuu 2009
- elokuu 2009
- syyskuu 2009
- lokakuu 2009
- marraskuu 2009
- tammikuu 2010

Elo- ja syyskuun hintatiedot antavat kuvan hintatasosta välittömästi ennen lokakuun 2009 veronalennusta ja lokakuun hintatiedot kertovat veron alennuksen vaikutuksesta kuluttajahintatasoon heti alennuksen toteuduttua. Marraskuussa ja tammikuussa 2010 toteutetun hintakeräilyn avulla voidaan analysoida veromuutoksen lyhyen aikavälin pysyvyyttä.

Hintakeräyksen myymälät

Hintakeräyksen alussa myymälöitä oli yhteensä 81, ja niistä 79 oli mukana kaikissa hintakeräyksissä. Yksi keräyksessä mukana ollut myymälä lopetti toimintansa keväällä 2009, joten sen osalta mukana ovat kahden ensimmäisen keräyksen tiedot. Toinen myymälä lopetti toimintansa loppuvuodesta 2009, ja sen osalta puuttuvat vain viimeisen hintakeräyksen tiedot. Hintakeräykset suoritettiin kattavasti eri puolella Suomea. Pääosa hintakeräysten myymälöistä sijaitsee kuitenkin Etelä- ja Länsi-Suomen alueella. Kaikki tutkimuksessa mukana olleet myymälät sijaitsivat kaupungeissa.

Analyysia varten myymälät jaettiin kolmeen kokoluokkaan. Isot (36 kpl) koostuvat hyper- eli automarketeista (Citymarketit, Prisma, Euromarketit) ja tavarataloista (Stockmann). Keskisuuriin (30 kpl) kuuluvat isot supermarketit (päivittäistavaroiden myyntipinta-ala yli 1 000 m²). Pienet (15 kpl) ovat pieniä supermarketteja ja valintamyymälöitä. Myymälöiden valinnassa painotettiin tietoisesti suurten myymälöiden osuutta suhteessa pieniin myymälöihin. Tällä tavoin hintakeräilyihin valitut tuotteet löytyvät mahdollisimman monesta keräilyyn valitusta myymälästä.

Yhtenä myymälöiden valintakriteerinä käytettiin eri kaupparyhmittymien markkinaosuuksia päivittäistavaramyynnistä. Kaupparyhmittymät on tässä tutkimuksessa jaoteltu 6 ryhmään: S-ryhmä, K-ryhmä, Suomen Lähikauppa, Lidl, Stockmann ja Muut. Lidl ulkomaisena toimijana ja Stockmann tavaratalokonseptin edustajana on käsitelty omina

ryhmittyminä, vaikka niitä ei ole mukana tässä tutkimuksessa lukumääräisesti kuin muutama. Tämä lähinnä siksi, että niiden tuotevalikoima poikkeaa muista ryhmittymistä. Ryhmä Muut pitää sisällään suurimpiin kaupparyhmittymiin kuulumattomia ”villejä” myymälöitä.

Hintakeräyksen elintarvikkeet ja non-food-tuotteet

Kotimaisista kaupparyhmittymistä hintatiedot kerättiin yhteensä 171 elintarviketuotteesta ja 22 non-food-tuotteesta. Tuotteet ja tuotemerkit valittiin eniten myytyjen tuotteiden joukosta yhteistyössä Kuluttajaviraston kanssa. Mukana oli elintarvikkeita kaikista merkittävistä tuoteryhmistä, kuten maitotuotteet, viljatuotteet, liha, vihannekset. Hintaseuranta tehtiin sekä kotimaisista että tuontielintarvikkeista. Vihannesten kaltaisissa kausituotteissa hintakehitystä seurattiin erikseen siten, että esimerkiksi kotimaisen ja ulkomaisen kurkun hintakehityksen tarkastelu tehtiin erikseen.

Lidlin kerätyt hintatiedot poikkeavat sekä määrällisesti että sisällöllisesti hiukan kotimaisista kaupparyhmittymistä. Lidlistä kerätyissä on mukana 153 elintarviketta ja 14 non-food -tuotetta. Lidlin seurannassa olleista elintarvikkeista noin 40 prosenttia kuuluu Lidlin omiin merkkeihin, kun kotimaisissa kaupparyhmittymissä keskimäärin vain noin 5 prosenttia seurannassa olleista elintarvikkeista kuuluu kauppojen omiin merkkeihin. Nämä eroavaisuudet kotimaisten kaupparyhmittymien ja Lidlin tuoteluetteloiden välillä tekevät sen, että hintakehityksen vertailu niiden välillä ei ole täysin harhaton. Molemmilla tuoteluetteloissa olevat elintarvikkeet on jaoteltu kuitenkin täysin samanlaisiin tuoteryhmiin ja niille on annettu samat painot, jotta hintakehitys elintarvikkeiden ja alkoholittomien juomien pääryhmälle on voitu laskea.

Jokainen hintakeräys käsitti keskimäärin noin 12 500 hintahavaintoa. Aineiston suuri koko mahdollisti sen, että keskimääräisten hintamuutosten lisäksi voitiin tarkastella veron alennuksen vaikutuksia eri elintarvikkeiden ja kaupparyhmien hintoihin yksityiskohtaisemmin. Aineiston kerääminen, käsittely ja analysointi oli aikaa vievää, koska aineisto jouduttiin keräämään ja tallentamaan manuaalisesti.

Menetelmä

Tämän hintaseurantatutkimuksen päätavoitteena on elintarvikkeiden hintojen muutosten seuranta, mistä syystä oli tärkeää, että tuotteet pysyivät mahdollisimman samoina koko keräilyjakson ajan. Hintakerääjille lähetettiin tuotelista, jossa oli kuvaus kustakin hintaseurannassa olevasta tuotteesta. Joissakin tapauksissa oli mainittu tuotemerkki, valmistaja ja pakkauskoko, joissakin tapauksissa vain tuotekuvaus, esimerkiksi nautanjauheliha, rasva-% ja pakkauskoko. Erityistä huomiota kiinnitettiin siihen, että eri ajankohtina hintatiedot kerättiin täysin samanlaatuisesta ja samanmerkkisestä elintarvikkeesta. Jos myymälästä ei löytynyt tuotelistassa ollutta tuotetta, kerääjä sai valita keräykseen mahdollisimman lähellä alkuperäistä tuotetta olevan korvaavan elintarvikkeen ja seurata sen hintaa. Tällaisia korvaavia tuotteita oli myymälää kohden keskimäärin 5 kappaletta. Kahden ensimmäisen hintakeräyksen jälkeen uusia korvaavia tuotteita ei enää otettu seurantaan mukaan.

Jokaisesta hintakeräyksestä poistettiin jonkin verran sellaisia elintarvikkeita, jotka eivät täyttäneet vertailun mahdollistavia kriteereitä. Myymälää kohden tällaisia poistettavia elintarvikkeita oli keskimäärin yksi kappale. Tämän lisäksi osa tuotelistan tuotteista ei

kuulunut pienimpien myymälöiden valikoimaan tai ne olivat mukana valikoimassa vain joinakin keräysajankohtina.

Seurannassa olleiden tuotteiden hinnat on pyritty keräämään normaalihintaisina. Siten kerättyihin hintatietoihin ei sisälly kanta-asiakashintoja. Jotkut yksittäiset hintahavainnot saattavat kuitenkin olla normaalihintojen sijasta tarjoushintoja, koska normaalihintoja ja tarjoushintoja ei ole aina myymälöissä eroteltu. Esimerkiksi myymälässä saattaa olla esillä vain yksi hinta, joka kuitenkin voi osoittautua rajallisen ajan voimassa olevaksi tarjoushinnaksi.

Muutamien tuotteiden kohdalla pakkauskoot muuttuivat hintaseurannan aikana. Nämä muutokset on huomioitu hintaseurannassa, joten hintojen vertailukelpoisuus on säilynyt pakkauskoon muuttumisen jälkeenkin.

Varsinaisen hintaseurannan lisäksi nähtiin tärkeäksi saada käsitys siitä, mikä oli kaupparyhmittymien lähtöhintataso seurannan alussa ja mikä oli hintataso vuoden 2009 lokakuussa tapahtuneen arvonlisäverokannan alentamisen jälkeen. Sen vuoksi koottiin 30 elintarvikkeen muodostama kori, jossa mukana olevat tuotteet olivat mahdollisimman samanlaisia sekä myymälöiden välillä että eri kaupparyhmissä. Kaikille kuudelle kaupparyhmittymälle on laskettu näiden tuotteiden muodostaman painottamattoman ruokakorin hinta vuosien 2008 ja 2009 lokakuussa (luvussa 2.5). Tässä tarkastelussa ei ole mukana lainkaan kauppojen omia merkkejä, vaan kaikki tuotteet myydään täysin samanlaisina kaikissa kaupoissa.

Hintaseurannan elintarvikkeille määritettiin tuoteryhmittäiset painot Tilastokeskuksen kuluttajahintaindeksin (2005 = 100) painorakennetta ja luokittelua soveltaen (31 ryhmää, taulukko 1). Tällöin on voitu laskea koko elintarvikeryhmän painotettu keskiarvo hintamuutoksista eri keräysajankohtina. Joidenkin tuoteryhmien hintamuutosta tarkastellaan myös erikseen; esimerkiksi sellaisten, joissa hinta on noussut tai laskenut eniten.

TAULUKKO 1.

Hintaseurannan elintarvikkeiden tuoteryhmäjako (31 kpl) ja niille annettujen painojen prosentuaaliset osuudet elintarvikkeiden ja alkoholittomien juomien hyödykeryhmästä (Tilastokeskus 2008, omat laskelmat).

TUOTERYHMÄ	PAINO, %
Riisi	0,42
Jauhot ja suurimot	0,91
Leivät	7,52
Muut leipomotuotteet	9,59
Pitsat ja muut suolaiset piirakat	0,46
Pastatuotteet	0,35
Naudanliha	4,57
Sianliha	3,35
Siipikarjanliha	1,93
Leikkeleet	2,69
Ruokamakkarat	4,09
Jauhelihavalmisteet	1,15
Maito	6,54
Jogurtti	2,15
Juustot ja rahkat	8,61
Muut maitotaloustuotteet	3,69
Kananmunat	1,00
Sitruhedelmät ja omenat	2,88
Vihannekset*	7,49
Pakastevihannekset ja vihannessäilykkeet	2,60
Snacksit ja perunapakasteet	1,38
Muut kalatuotteet	0,96
Voi	0,62
Margariini ja muut rasvaseokset	1,87
Kahvi	2,84
Virvoitusjuomat ja kivennäisvedet	5,76
Hedelmämeheit	2,22
Maustekastikkeet	0,57
Valmisateriat	1,81
Sokeri	0,96
Suklaa, makeiset ja jäätelö	9,01
Elintarvikkeet ja alkoholittomat juomat yhteensä	100,00

* Vihannekset = tuoreet vihannekset: tomaatti, kurkku, ruukkulehtisalaatti, porkkana, sipuli, peruna ja paprika

Arvonlisäveron alennuksen erottamiseksi muusta hintakehityksestä otettiin hintaseurantaan mukaan vertailutuotteina non-food-tuotteita, joita arvonlisäveromuutos ei koskenut. Näitä tuotteita olivat muun muassa pesuaineet, hammastahnat, shampoot, paperituotteet. Tällaisia non-food-tuotteita oli keräilyissä mukana kotimaisissa kaupoissa 22 kappaletta ja Lidlin kaupoissa 14 kappaletta.

Vertailuja haluttiin tehdä myös erilaisen hintarakenteen omaavien tuotteiden välillä. Sen vuoksi hintaseurantaan otettiin mukaan brändituotteita ja kaupan omia merkkituotteita sekä pitkälle jalostettuja ja vähän jalostettuja tuotteita. Brändituotteiden ohella hintakeräilyissä mukana olevia kaupan omia merkkejä eli ns. private label -tuotteita olivat K-ryhmän Pirkka ja Euro Shopper, S-ryhmän Rainbow ja X-tra, Suomen Lähikaupan Eldorado ja First Price sekä Stockmannin ja Muiden myymälöiden valikoimassa oleva Eldorado. Kaupparyhmittymillä on myös muita omia merkkejä, mutta edellä mainitut olivat tässä hintaseurannassa mukana. Lidlin tuotteista noin 40 prosenttia kuuluu kaupan omiin merkkeihin. Kaupan omien merkkien ja brändituotteiden välisessä hintakehityksen vertailussa ei ole otettu mukaan Lidlin tuotteiden hintatietoja.

Jalostusasteen mukaan elintarvikkeet jaoteltiin raaka-aineisiin, puolivalmisteisiin ja valmisaterioihin (ks. luku 2.3). Analyysit elintarvikkeiden hintamuutoksista eri jalostusasteisten tuotteiden välillä sekä brändituotteiden ja kaupan omien merkkituotteiden välillä tehdään ilman kulutusosuuksien mukaisia painoja, koska näissä tarkasteluissa tuoteryhmien jaotteluperusteet eivät noudata kuluttajahintaindeksissä käytettyä muotoa.

2.2 Elintarvikkeiden ja alkoholittomien juomien hintakehitys

Prologi

Ennen varsinaisten hintaseurannan tulosten tarkastelua on syytä käydä lyhyesti läpi muutamia kenttähavaintoja elintarvikeketjun toiminnasta seurantajakson aikana. Nämä kenttähavainnot perustuvat lääninhallitusten hintakerääjien ja Kuluttajatutkimuskeskuksen tutkijoiden tekemiin huomioihin.

Päivittäistavarakaupat hyödynsivät odotetusti elintarvikkeiden arvonlisäveron alenemista omilla markkinointitoimissaan. Osa kaupoista ilmoitti laskeneensa elintarvikkeiden hintoja arvonlisäveron laskennallisen alennuksen (4,3 %) verran jo ennen veron alennuksen ajankohtaa eli vuoden 2009 lokakuun alkua. Enemmistö kaupoista, varsinkin suuret kaupat, merkitsi alennuksen jälkeen noin parin kuukauden ajaksi elintarvikkeet kaksilla hinnoilla. Tämä tarkoitti sitä, että kaupassa oli näkyvissä sekä tuotteen vanhan veroprosentin mukainen hinta että uusi, alemman veroprosentin mukainen hinta.

Väliaikaisen kaksoishintakäytännön kautta kaupat halusivat osoittaa, että arvonlisäveron alennus on viety mahdollisimman täysimääräisenä elintarvikkeiden kuluttajahintoihin. Kaupoille tuotteiden hintalappujen uusiminen aiheutti arvioiden mukaan muutaman miljoonan euron lisäkustannukset. Toimenpiteestä kertyi kuitenkin myös hyötyä kaupalle, kun kuluttajien luottamus sitä kohtaan parani hintojen läpinäkyvyyden parantumisen kautta.

Hintaseurannan aikana elintarvikevalmistajat muuttivat muutamien tuotteiden pakkauskojoja. Pakkauskojojen muutokset on huomioitu hintaseurannassa, joten hinnat ovat

olleet vertailukelpoisia pakkauskoon muuttumisen jälkeenkin. Hintaseurantaan kuuluneissa elintarvikkeissa pakkauskoon muutoksia esiintyi muutamissa leivissä, lihapyöryköissä, leikkeleissä, perunalastuissa ja jogurteissa. Yleensä elintarvikkeiden pakkauskoon muutoksissa oli kysymys pakkauskoon pienentämisestä. Non-food-tuotteissa pakkauskoon muutoksia esiintyi muun muassa vaipoissa, shampoossa ja pyykinpesuaineessa.

Yleisessä keskustelussa on esitetty arvioita siitä, että valmistajat nostaisivat tuotteidensa hintoja pakkauskoon pienentämisen myötä. Tämän tutkimuksen hintaseurannan tulokset eivät täysin tue tällaista käyttäytymismallia. Tuotteiden yksikköhinnat pysyivät pääosin ennallaan pakkauskoon muuttuessa, vain joissakin tapauksissa hintaan tuli pieniä korotuksia. Valmistajat ovat perustelleet pakkauskojen muuttamista muun muassa kotitalouksien koon pienentymisellä ja pakkauslinjan muutoksilla.

Erilaisia tarjouskampanjoita oli näkyvissä normaalia enemmän arvonlisäveron alentamisen aikoihin. Eräs hintaseurannan ulkopuolella oleva suuri kauppa käytti markkinoinnissaan muista poikkeavia veron alennuslukuja. Tämän kaupan nettisivuilla mainostettiin, että elintarvikkeiden arvonlisäveron vaikutus ruoan kuluttajahintoihin on 4,3 prosentin sijasta 30 prosenttia. Tällaiseen arvioon on mahdollista päästä, kun viiden prosenttiyksikön veron alennusta on verrattu vanhaan 17 prosentin arvonlisäverokantaan.

Tarjoushintojen ja normaalihintojen erojen hämärtyminen tuo haasteita hintavertailuihin. Hintaseuranta osoitti, että kaupoissa saattaa olla esillä vain yksi hinta, joka on merkitty normaalihinnan lailla. Tämä hinta saattaa kuitenkin osoittautua rajallisen ajan voimassa olevaksi tarjoushinnaksi. Tällaisia tapauksia on raportoitu hintakeräysten yhteydessä ja se johtaa siihen, että normaalihintaa verrataan joissakin tapauksissa tarjoushintoihin. Tämä aiheuttaa pieniä heilahduksia suuntaan taikka toiseen. Vuoden 2009 lokakuussa oli normaalia enemmän erilaisia tarjoushintoja ja sisäänvetohintoja, kun kaupat ymmärrettävästi hyödynsivät arvonlisäveroalennuksen tuomaa julkisuutta panostamalla erikoishintoihin ja markkinointiin.

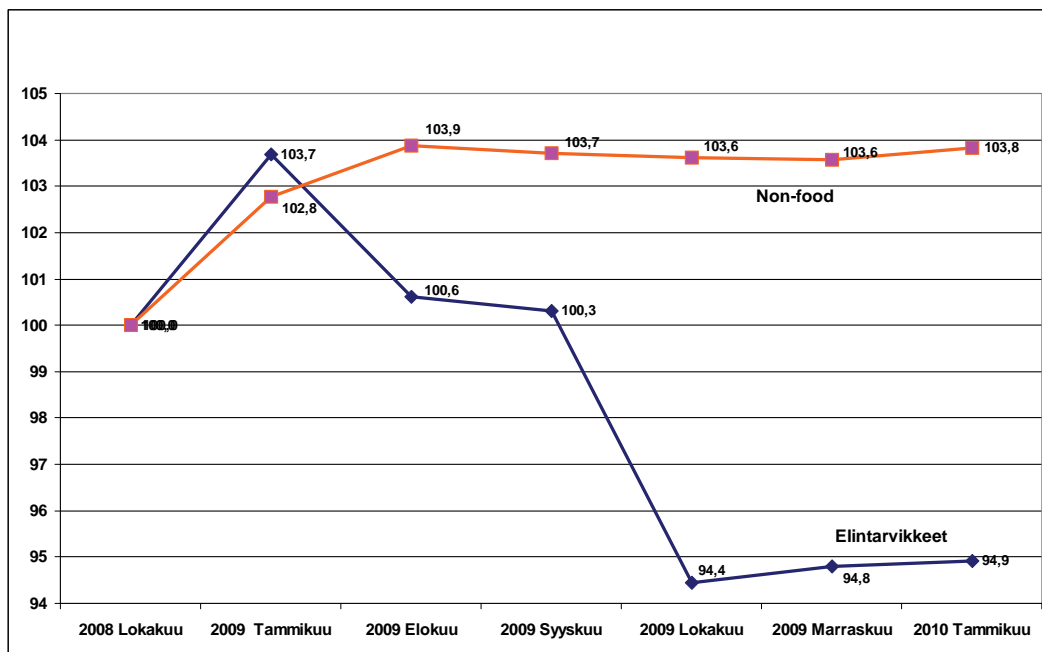
Kaupan muutoin melko kiitettävää arvosanaa arvonlisäveron alennuksen siirrossa ruoan hintaan himmentää hieman hintakerääjien raportoima epäily siitä, että jonkin asteista hintakeinottelua oli ainakin yhden kaupan toimesta harjoitettu. Eräs vikkeliäliikkeinen kauppias oli ehtinyt nostaa syyskuun viimeisellä viikolla lukuisien elintarvikkeiden hintoja sen jälkeen, kun hintakerääjät olivat käyneet paikalla. Lokakuun hintakeräyksessä kaksoishintalappuihin merkitty alentamaton hinta oli siten useassa tapauksessa korkeampi kuin mitä syyskuun hintakeräys osoitti. Tämä oli toivottavasti vain yksittäinen tapaus, mutta osoittaa vain sen, että doping on laajalle levinnyt ilmiö toimialasta riippumatta.

Elintarvikkeiden hintakehitys seurantajakson aikana hintakeräyksiin kuuluneissa myymälöissä

Suurimmassa osassa Euroopan unionin maita elintarvikkeiden hinnat kääntyivät laskuun vuoden 2008 kesän jälkeen, mutta Suomessa elintarvikkeiden hinnat nousivat selvästi vielä vuoden 2008 lopulla ja vuoden 2009 alussakin. Tämän tutkimuksen hintaseurantaan kuuluneissa myymälöissäkin elintarvikkeiden hinnat nousivat 3,7 prosenttia lokakuusta 2008 tammikuuhun 2009. Kuitenkin vuositasolla lokakuusta 2008 lokakuuhun 2009 elintarvikkeiden hinnat laskivat 5,6 prosenttia.

Non-food-tuotteet olivat vuoden 2009 tammikuussa 2,8 prosenttia ja lokakuussa 3,7 prosenttia kalliimpia kuin vuoden 2008 lokakuussa (kuva 1).

Arvonlisäveron alennuttua lokakuussa 2009 elintarvikkeet olivat 5,7 prosenttia edullisempia kuin kuukautta aiemmin. Tämä hieman odotettua suurempi hintojen alennus johtui osaksi sesonkituotteiden kuten vihannesten ja hedelmien alhaisista hinnoista. Samoin voin ja margariinin hinnat olivat huomattavasti edullisempia lokakuussa kuin syyskuussa. Jos elintarvikkeiden hintakehitystä tarkastellaan ilman tuoreita vihanneksia (tomaatti, kurkku ym.), elintarvikkeet olivat lokakuussa 2009 enää 5,2 prosenttia halvempia kuin syyskuussa 2009. Verrokkiryhmänä toimineiden non-food -tuotteiden hinnoissa ei syksyllä 2009 tapahtunut muutosta. Siten arvonlisäverokannan laskusta johtuvan elintarvikkeiden hinnan laskun lisäksi tapahtunutta muuta hinnan pudotusta selittää noin puolen prosenttiyksikön verran vihannesten hintakehitys.



KUVA 1.

Elintarvikkeiden ja non-food-tuotteiden hintojen kehitys vuoden 2008 lokakuun ja 2010 tammikuun välisenä aikana (2008 lokakuu = 100).

Vuoden 2009 tammikuun ja syyskuun välisenä aikana ruuan hinta halpeni noin 2 prosenttia, joten elintarvikkeiden hinnat olivat laskussa jo ennen vuoden 2009 lokakuuta. Siten elintarvikkeiden hinnat olisivat laskeneet jonkin verran ilman arvonlisäveron alennustakin. Lokakuussa 2009 elintarvikkeet olivat 7,7 prosenttia edullisempia kuin saman vuoden tammikuussa. Non-food-tuotteiden hinnat ovat pysyneet hyvin vakaina. Niiden hinta on ollut koko syksyn 2009 ja tammikuun 2010 noin prosentin kalliimmalla tasolla kuin vuoden 2009 alussa.

Heti arvonlisäveron alentamista seuranneina kuukausina elintarvikkeiden hinnat nousivat hieman. Vuoden 2009 marraskuussa elintarvikkeet maksoivat keskimäärin 1,2 prosenttia enemmän kuin lokakuussa ja vastaavasti vuoden 2010 tammikuussa keskimäärin 1,7 prosenttia enemmän kuin vuoden 2009 lokakuussa. Vastaavasti non-food-tuotteiden hinnat pysyivät täysin ennallaan.

Tilastokeskuksen ruoan kuluttajahintaindeksin kehitys on ollut samansuuntainen tämän tutkimuksen tulosten kanssa. Kuukausittaiset erot Tilastokeskuksen prosenttilukuihin eri

mittausajankohtien välillä olivat keskimäärin $-0,4$ prosenttiyksikköä. Siten tämän hintaseurannan tuottamat tulokset osoittavat elintarvikkeiden hintojen laskeneen keskimäärin hiukan enemmän kuin Tilastokeskuksen luvut osoittavat. Esimerkiksi lokakuussa 2009 arvonlisäveron laskemisen jälkeen tämän tutkimuksen mukaan elintarvikkeiden hinnat olivat $5,7$ prosenttia edullisempia kuin edelliskuussa ja $5,6$ prosenttia edullisempia kuin vuotta aiemmin. Vastaavasti Tilastokeskuksen (2010) mukaan elintarvikkeet olivat $5,6$ prosenttia halvempia syyskuuhun nähden ja 5 prosenttia halvempia kuin vuotta aiemmin.

Tämän hintaseurannan tulosten ja Tilastokeskuksen tulosten eroja selittää muun muassa seuraavat tekijät:

1. Hintakeräyspäivät seurantakuukauden sisällä eivät täysin samoja
2. Eri hintakerääjät
3. Hintakeräyksissä mukana ainakin osittain eri myymälät
4. Hintakeräystekniikoissa on eroja

Tilastokeskuksen hintakeräyksissä ei tehdä eroa esimerkiksi kotimaisen kurkun ja ulkomaisen kurkun välillä, vaan hintakerääjä ottaa aina eniten myydyin tuotteen hinnan (Tilastokeskus 2008). Tämän tutkimuksen hintaseurannassa kotimaiset ja ulkomaiset kurkut ja tomaatit on käsitelty omina ryhminään.

Tuoteryhmittäiset hintakehitykset

Hintojen kehityksessä on tuoteryhmäkohtaisia eroja. Vuoden 2009 lokakuussa arvonlisäveron alennuttua vihannesten hinnat halpenivat noin 12 prosenttia edelliskuukauden tasosta. Myös muun muassa voin (-12%), hedelmien (-9%), pastatuotteiden (-7%) ja margariinin (-6%) hinnat laskivat arvonlisäveron laskennallista vaikutusta enemmän.

Hintaseurannan lähtötilanteeseen (lokakuu 2008 = 100) verrattuna suurimmat hintavaihtelut ovat koskettaneet vihanneksia, voita, hedelmiä, leipiä ja siipikarjanlihaa. Vuoden 2009 lokakuussa esimerkiksi voin ja vihannesten hinnat olivat noin 30 prosenttia edullisempia kuin vuotta aiemmin. Maitotuotteista erityisesti voin hintaa on Suomessa laskenut maailmanmarkkinoiden ongelmat. Voin vähentynyt vienti Suomesta Venäjälle on kasvattanut valmistajien varastoja. Kuluttaja pystyi siten täydentämään vuoden 2009 tammikuussa voirasvavarastojaan viidenneksen edullisemmilla hinnoilla ja vastaavasti vuoden 2010 tammikuussa jo kolmanneksen edullisemmilla hinnoilla kuin lokakuussa 2008 (taulukko 2). Myös kansainvälisillä markkinoilla maitotuotteista on ollut ylitarjontaa, joten halpaa maitoa ja juustoa on tuotu Suomen markkinoille normaalia enemmän.

Kaikkein vähiten ovat muuttuneet valmisaterioiden hinnat. Ainoana tuoteryhmänä valmisaterioiden hinnat ovat pysyneet kaikkina seurantakuukausina lokakuun 2008 tason yläpuolella (taulukko 2). Eräs syy tähän on se, että näissä pitkälle jalostetuissa elintarvikkeissa raaka-aineen osuus hinnoissa näyttelee pientä roolia. Raaka-aineiden hinnan selvään lasku ei siten välity kovin nopeasti eikä voimakkaasti valmisaterioihin. Tässä tutkimuksessa valmisaterioihin kuuluvat lähinnä mikrossa lämmitettävät einesruoat kuten lihapullat muusilla ja maksalaatikko.

TAULUKKO 2.

Eräiden keskeisten tuoteryhmien hintamuutoksia, kun perusajankohtana on lokakuu 2008 (lokakuu 2008 = 100).

	2009 Tammikuu	2009 Elokuu	2009 Syyskuu	2009 Lokakuu	2009 Marraskuu	2010 Tammikuu
Vehnäjauho ja kaurahiutaleet	104,8	103,9	105,0	100,2	93,1	97,8
Leivät	100,7	95,6	95,2	89,7	89,6	88,3
Naudanliha	103,8	103,9	104,1	99,1	98,8	95,2
Sianliha	104,9	106,2	104,0	96,6	97,4	97,6
Siipikarjanliha	100,3	105,6	105,2	98,9	90,8	88,2
Leikkeleet	105,4	104,7	103,5	99,0	98,6	97,8
Maito	100,3	99,4	99,8	95,0	95,1	94,7
Juusto	102,3	101,2	101,1	96,6	96,3	96,3
Voi	80,5	78,4	78,1	69,0	68,2	67,0
Margariini ja muut rasvaseokset	100,5	101,5	101,2	94,6	94,1	93,6
Appelsiini, satsuma ja omena	99,4	98,4	93,8	84,4	89,9	89,0
Vihannekset	120,3	84,9	83,8	72,1	79,2	88,9
Valmisateriat	107,2	109,4	109,4	103,9	103,7	101,9

Heti arvonnäköalän alentamista seuranneena kuukautena (marraskuu 2009) elintarvikkeiden hinnat nousivat reilun prosentin, kun vastaavasti non-food-tuotteiden hinnat pysyivät täysin ennallaan. Taulukko 3 osoittaa, että vuoden 2009 lokakuun jälkeen elintarvikkeiden hinnat eri tuoteryhmissä pysyivät pääosin muuttumattomina. Vehnäjauhojen ja kaurahiutaleiden sekä siipikarjanlihan hinnat kuitenkin laskivat 6–7 prosenttia. Siipikarjanlihan hinnan alentumisesta lienee vauhdittanut pakastetun valkoisen lihan varastojen purku keväällä 2010 voimaan tulevan EU-direktiivin johdosta, jonka mukaan pakastettua lihaa ei enää saa myydä sulatuksen jälkeen tuoreena.

Vuoden 2009 lokakuusta marraskuuhun eniten nousivat hedelmien ja vihannesten hinnat. Sitruhedelmien ja omenan hinnat nousivat keskimäärin 9 prosenttia ja vihannesten yli 15 prosenttia. Vihanneksista kotimaisen tomaatin hinta nousi lähes 60 prosenttia ja kotimaisen kurkunkin vajaat 50 prosenttia edelliskuukaudesta. Ulkomaisen tomaatin hinta sitä vastoin pysyi lähes ennallaan ja ulkomaisen kurkun hinta nousi kotimaista vähemmän (taulukko 3).

Vuoden 2009 lokakuusta vuoden 2010 tammikuuhun elintarvikkeiden hinnat olivat edelleen lievässä nousussa. Nyt elintarvikkeet kallistuivat vajaat kaksi prosenttia ja non-foodin hintoihinkin tuli puolen prosentin nousu. Hedelmien ja vihannesten hinnat kallistuivat edelleen. Hedelmät maksoivat 10 prosenttia ja vihannekset yli 27 prosenttia enemmän kuin vuoden 2009 lokakuussa. Sen sijaan siipikarjanlihan lisäksi myös naudanlihan hinta oli vuoden 2010 alussa laskusuunnassa.

TAULUKKO 3.

Elintarvikkeiden, non-food-tuotteiden ja eräiden keskeisten tuoteryhmien hintamuutoksia, kun perusajankohtana on lokakuu 2009 (lokakuu 2009 = 100).

	2009 Marraskuu	2010 Tammikuu
Elintarvikkeet	101,2	101,7
Non-food	100,0	100,4
Vehnäjauho ja kaurahiutaleet	93,9	97,8
Leivät	100,0	98,4
Naudanliha	100,2	96,7
Sianliha	100,1	100,7
Siipikarjanliha	92,4	90,7
Leikkeleet	99,6	99,0
Maito	100,1	99,7
Juusto	99,8	99,7
Voi	99,6	98,9
Margariini ja muut rasvaseokset	99,6	99,3
Appelsiini, satsuma ja omena	109,1	109,9
Vihannekset	115,2	127,3
Valmisateriat	100,0	98,0

Vihannekset ovat merkittävä tuoteryhmä elintarvikkeiden sisällä. Erityisesti eräiden salaattilajien, tomaattien ja kurkkujen kaltaisten tuonnista välillä suurestikin riippuvaisten sesonkituotteiden hintavaihtelut voivat olla kahden peräkkäisen kuukauden välillä useita kymmeniä tai jopa satoja prosentteja. Siten on selvää, että tällaiset suuret hintaheilahtelut vihanneksissa selittävät osan elintarvikkeiden hintakehityksestä. Lisäksi tuontituotteiden osuus vihannesten mynnistä vaihtelee voimakkaasti eri vuodenaikoina. Kesä on luonnollisesti kotimaisten vihannesten valta-aikaa, jonka vahvistaa myös tämän tutkimuksen tulokset kuvassa 3: hintaseurannassa olleissa myymälöissä ei ollut lainkaan ulkomaista kurkkua myynnissä vuoden 2009 elokuussa.

Kauppapuutarhaliiton vihannesasiantuntijan Tom Murmannin mukaan tuotantokustannusten vaihtelut vaikuttavat vihannesten hinnan määräytymiseen varsin rajallisesti. Tietenkin Suomessa kasvihuonevihannesten hinnoissa on mukana sähkön ja polttoaineiden hinnan vaikutusta. Suomen kovat pakkasetkaan eivät kovin paljon nosta esimerkiksi kurkun tuotantokustannuksia, sillä kurkun kasvatuksen vaatima valaistus tuottaa samalla myös lämpöä. Kurkun hintaa säätelevätkin kesäsesongin ulkopuolella lähinnä tuontikurkun hinta ja vähittäiskaupan marginaalit. Varsinkin talvisaikaan tuontivihannekset säätelevät hintoja, sillä tuolloin ulkomailta tuotavan tomaatin ja kurkun osuus kotimaan markkinoista on noin puolet. Kesäaikaan erityisesti kotimaisten kurkkujen markkinaosuus saattaa nousta lähelle sataa prosenttia. Tuoteryhmittäiset erot kotimaisten tuotteiden markkinaosuuksissa ovat suuret. Esimerkiksi ruukkusalaatti on lähes täysin kotimaista alkuperää vuoden ympäri ja rapealehtisestä keräsalaatista suurin osa tulee ulkomailta (Murmman, haastattelu 25.2.2010).

Talvisin suuri osa tuotavista vihanneksista on peräisin Espanjasta. Vuoden 2008 lopulla ja vuoden 2009 alussa Espanjan sato kärsi poikkeuksellisen kylmistä sääoloista. Tämä näkyi Suomessa vihannesten korkeina hintoina. Vuoden 2009 lopulla sadot Espanjassa olivat tavanomaisella tasolla, joten tämä on näkynyt Suomessa hintojen putoamisella edellisvuoden tasoon nähden. Hintaseurannan mukaan vihannekset olivat Suomessa vuoden

2010 tammikuussa noin neljänneksen edullisempia kuin vuotta aiemmin. Jos katsotaan lähikuukausien hintavaihteluita, vihannesten hinnat ovat nousseet selvästi vuoden 2009 syksyn tasosta. Vuoden 2009 lokakuusta vuoden 2010 tammikuuhun vihannesten hinnat nousivat noin 27 prosenttia.

Tomaatti ja kurkku erityistarkastelussa

Tomaatti ja kurkku ovat vihannesten tuoteryhmään kuuluvia kausituotteita, joille on ominaista erityisen suuret hintavaihtelut eri vuodenaikojen ja peräkkäisten kuukausienkin välillä. Koska vihannesten suurilla hintavaihteluilla on vaikutusta koko elintarvikeryhmän hintakehitykseen ja niitä kulutetaan paljon, on tässä tutkimuksessa haluttu ottaa tomaatin ja kurkun hintatasot eri hintakeräysajankohtina yksityiskohtaisempaan käsittelyyn. Sekä tomaatin että kurkun hintoja tarkastellaan erikseen ulkomaisten ja kotimaisten tuotteiden osalta. Lisäksi tarkastellaan erikseen kotimaisten kaupparyhmittymien ja Lidl:n hintoja.

Tomaatti

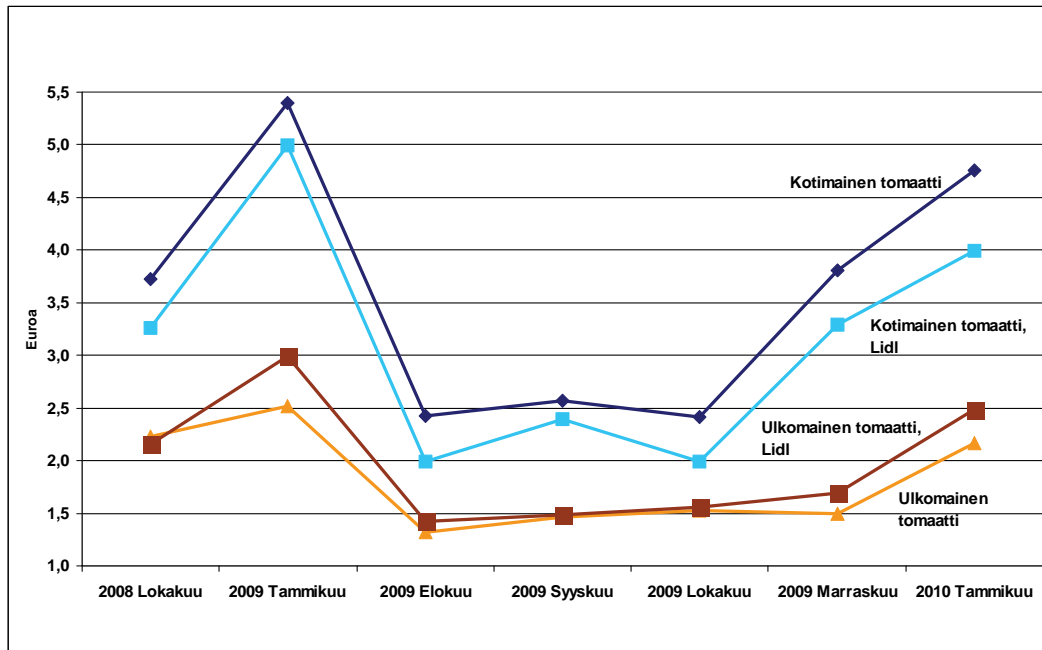
Hintaseurannan aikana kotimaisen tomaattikilon sai suomalaisista kaupparyhmittymistä edullisimmin vuoden 2009 elo- ja lokakuussa, jolloin se maksoi keskimäärin noin 2,41 euroa. Seurantajakson aikana tomaatin hinta oli kalleimmillaan vuoden 2009 tammikuussa. Tuolloin kotimaisesta tomaatista joutui maksamaan keskimäärin 5,40 euroa kilolta eli 3 euroa enemmän kuin syksyllä.

Ulkomaisen tomaatin hintahuiput ja hintakuopat ajoittuivat suunnilleen samoihin ajankohtiin kotimaisen tomaatin kanssa. Hintaero kotimaisen ja ulkomaisen tomaatin välillä oli kuitenkin erittäin suuri kaikkina keräysajankohtina. Pienimmillään hintaero oli lokakuussa 2009 arvonlisäveron alentamisen jälkeen, jolloin kotimainen tomaatti oli silloinkin 59 prosenttia ulkomaista lajitoveriaan kalliimpi. Suurimmaksi hintaero venähti marraskuussa 2009, jolloin kotimaisesta tomaatista sai maksaa 155 prosenttia enemmän kuin tuontitomaatista (kuva 2).

Lidlissä kotimainen tomaatti maksoi halvimmillaan keskimäärin 2 euroa kilolta ja kalliimmillaan 5 euroa kilolta. Kotimaisen ja ulkomaisen tomaatin hinnanerot olivat Lidlissä keskimäärin kotimaisia toimijoita pienemmät. Hintaero vaihteli 28 prosentin ja 95 prosentin välillä. Keskimäärin eri seurantakuukausina kotimainen tomaatti oli 0,45 euroa kilolta edullisempi Lidlissä kuin kotimaisissa kaupparyhmittymissä, mutta vastavasti ulkomainen tomaatti oli keskimäärin 0,16 euroa kalliimpi Lidlissä (kuva 2).

Tomaatin ja kurkun kaltaisten sesonkituotteiden kohdalla luotettavimman tiedon tuotteiden hintakehityksestä saa, kun verrataan eri vuosien samojen kuukausien hintatasoja. Tämän tutkimuksen hintaseuranta mahdollisti vuosien 2008 ja 2009 lokakuun sekä vuosien 2009 ja 2010 tammikuun hintojen vertailun keskenään.

Vuoden 2009 lokakuussa suomalaisissa kauppaketjuissa kotimainen tomaatti oli noin 35 prosenttia (Lidlissä 38 %) ja ulkomainen tomaatti noin 32 prosenttia (Lidlissä 29 %) halvempaa kuin vuotta aiemmin. Vuoden 2010 tammikuussa kotimainen tomaatti oli 12 prosenttia (Lidlissä 20 %) ja tuontitomaatti 14 prosenttia (Lidlissä 17 %) edullisempaa kuin edellisvuoden tammikuussa. Kurkun ja tomaatin tärkeässä tuojamaassa, Espanjassa, oli vuoden 2008 lopulla ja vuoden 2009 alussa huono sato kylmien olosuhteiden vuoksi. Ainakin osittain tästä syystä vihannesten hinnat olivat Suomessa tuolloin hyvin korkealla tasolla.



KUVA 2.

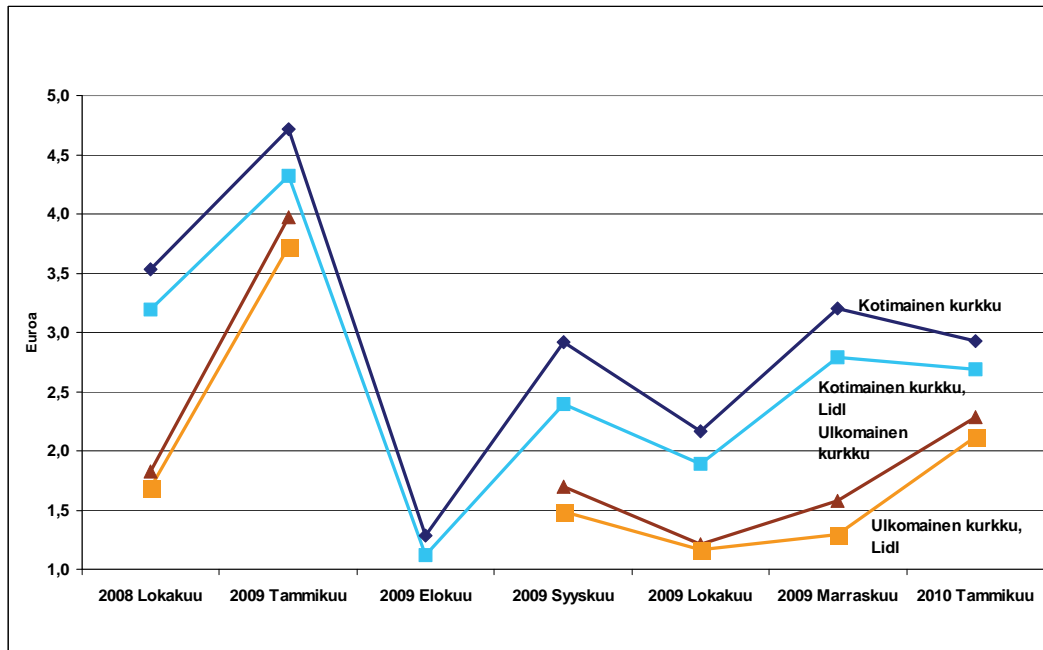
Kotimaisen ja ulkomaisen tomaatin keskimääräinen hinta, euroa/kilo, suomalaisissa kaupparyhmittymissä ja Lidlissä. Lokakuu 2008–2010 Tammikuu.

Kurkku

Kotimainen kurkku oli edullisinta elokuussa 2009, jolloin suomalaisissa kauppaketjuissa kilo maksoi keskimäärin 1,29 euroa. Kesä on kotimaisen kurkun valta-aikaa, joten elokuussa 2009 hintaseurantaan kuuluneiden kauppojen valikoimaan ei kuulunut ollenkaan ulkomaista kurkkua. Tammikuussa 2009 kotimaisen kurkun hinta (4,71 €/kilo) oli huipussaan. Kuten tomaatissa, myös kurkussa kuluttaja maksaa kotimaisesta tuotteesta selvästi enemmän kuin ulkomailta tuodusta. Hintaero kotimaisen ja ulkomaisen välillä vaihteli tammikuun 2009 noin 19 prosentista 103 prosenttiin marraskuussa 2009 (kuva 3).

Lidlissä kotimainen kurkku maksoi halvimmillaan keskimäärin 1,12 euroa kilolta ja kalliimmillaan 4,32 euroa kilolta. Hintaero kotimaisen ja ulkomaisen välillä vaihteli 16 prosentista 116 prosenttiin. Kotimainen kurkku oli keskimäärin eri hintakeräysajankohdina 0,33 euroa kilolta edullisempi Lidlissä kuin kotimaisissa kaupparyhmittymissä ja ulkomainen kurkku oli 0,19 euroa edullisempi Lidlissä (kuva 3).

Vuosien 2008 ja 2009 lokakuun sekä vuosien 2009 ja 2010 tammikuun hintojen vertailussa oli kurkun kohdalla erittäin suuria hintavaihteluita. Vuoden 2009 lokakuussa suomalaisissa kauppaketjuissa kotimainen kurkku oli noin 39 prosenttia (Lidlissä 41 %) ja tuontikurkku noin 33 prosenttia (Lidlissä 31 %) halvempaa kuin vuotta aiemmin. Vastaavasti vuoden 2010 tammikuussa kotimainen kurkku oli 38 prosenttia (Lidlissä 38 %) ja tuontikurkku 42 prosenttia (Lidlissä 43 %) edullisempää kuin edellisvuoden tammikuussa.



KUVA 3.

Kotimaisen ja ulkomaisen kurkun keskimääräinen hinta, euroa/kilo, suomalaisissa kaupparyhmittymissä ja Lidlissä. Lokakuu 2008–2010 Tammikuu.

Lopuksi tarkastellaan erästä sekä tomaatin että kurkun hintatasojen (kotimaiset kauppa-
ketjut) tarkastelussa esiin tullutta yhteistä piirrettä. Vuoden 2009 lokakuussa sekä
tomaatti että kurkku olivat huomattavasti edullisempia kuin vuotta aiemmin. Samoin
vuoden 2010 tammikuussa tomaatti ja kurkku olivat selvästi edullisempia kuin vuotta
aiemmin. Kotimaisten ja ulkomaisten tuotteiden hintaerot eri vuosien samoina kuu-
kausina olivat kuitenkin yllättävän tasaisia huolimatta siitä, että tuotanto-olosuhteissa on
eroja.

Lähinnä Espanjasta talvisaikaan Suomeen tuotujen tomaattien ja kurkkujen hintatasoa
heiluttaa se, että niiden sadot ovat alttiita sääolosuhteiden vaihteluille, vaikka meille sieltä
tuotavat tomaatit ja kurkut ovat kasvihuoneissa kasvatettuja. Espanjassa ollaan riippu-
vaisia ulkoa tulevasta lämmöstä ja valosta, sillä siellä kasvihuoneiden puutteellinen
varustetaso ei mahdollista tomaattien ja kurkkujen kasvattamista tasaista lämpöä ja valoa
tuottavissa kasvuolosuhteissa (Murmman 2010).

Suomessa kasvihuoneiden hyvä varustetaso takaa tomaateille ja kurkuille hyvät kasvu-
olosuhteet sisätiloissa, joten talven sääolosuhteilla ei ole vaikutusta satoihin. Kotimaisten
kuin ulkomaisten kurkkujen ja tomaattien hintatasojen suuri vaihtelu yhdessä melko
muuttumattomien hintaerojen kanssa saattaa merkitä sitä, että ulkomailta tuotujen vihan-
nesten hinnat säätelevät kotimaisista vihanneksista saatua hintaa ainakin kesäsesongin
ulkopuolella.

Jos esimerkiksi jonakin talvena ulkomailta tuotavan kurkun hinta on huonojen sää-
olosuhteiden myötä korkealla tasolla, on suomalaisen kurkun hinta kaupoissa kuitenkin
tietyn prosentin korkeammalla tasolla. Mikäli sitten toisena talvena ulkomaisen kurkun
hinta on hyvien sääolosuhteiden myötä alhaisella tasolla, on kotimaisen kurkun hinta
edelleen suunnilleen saman prosentin verran korkeammalla tasolla kuin tuontikurkun

ollessa kallista. Kesällä tuontivihannesten oletettu vaikutus Suomen markkinoiden hintatasoon vähenee, koska esimerkiksi kotimaiset kurkut hallitsevat markkinoita lähes sataprosenttisesti.

Kotimaisen tomaatin ja tuontitomaatin hintaero vuoden 2008 lokakuussa oli noin 67 prosenttia ja vuoden 2009 lokakuussa vajaat 59 prosenttia. Vastaavasti vuoden 2009 tammikuussa hintaero oli vajaat 115 prosenttia ja vuoden 2010 tammikuussa noin 120 prosenttia. Kotimaisen kurkun ja tuontikurkun hintaero oli vuoden 2008 lokakuussa vajaat 94 prosenttia ja vuoden 2009 lokakuussa noin 79 prosenttia. Vastaavasti vuoden 2009 tammikuussa hintaero oli noin 19 prosenttia ja vuoden 2010 tammikuussa 28 prosenttia.

Edellä tehdyn analyysin perusteella voidaan nostaa esiin seuraavia johtopäätöksiä ja huomioita:

1. Elintarvikkeiden arvonlisäverokannan alentaminen 17 prosentista 12 prosenttiin lokakuussa 2009 laskee elintarvikkeiden hintoja vuositasolla 5,6 prosenttia ja edelliskuukauteen (syyskuu 2009) verrattuna 5,7 prosenttia. Non-food-tuotteiden hinnat pysyivät samaan aikaan lähes ennallaan.
2. Tuoreiden vihannesten poistaminen hintakehityksen tarkastelusta niukentaa elintarvikkeiden hintojen laskua 0,5 prosenttiyksikköä. Ilman vihanneksia elintarvikkeet halpenivat 5,2 prosenttia vuoden 2009 syyskuusta lokakuuhun.
3. Hintaseurannan lähtötilanteeseen (lokakuu 2008 = 100) verrattuna eniten ovat vuositasolla laskeneet vihannesten, voin, hedelmien ja leivän hinnat.
4. Arvonlisäveron alentamista seuranneina kuukausina elintarvikkeiden hinnat nousivat hieman. Vuoden 2010 tammikuussa ruoka oli keskimäärin 1,7 prosenttia kalliimpaa kuin edellisvuoden lokakuussa.
5. Kurkun hinta laskee lokakuussa 2009 vuositasolla kotimaisen osalta lähes 40 prosenttia ja tuontikurkun osalta noin kolmanneksen. Vastaavasti kotimaisen tomaatin hinta laskee reilun kolmanneksen ja tuontitomaatin hinta laskee vajaan kolmanneksen.
6. Kotimaisten tomaattien ja kurkkujen keskimääräiset hinnat olivat reilusti ulkomaisten vastaavien yläpuolella kaikkina seuranta-ajankohtina.
7. Riippumatta siitä mikä tomaatin ja kurkun hintataso kotimaisissa kauppaketjuissa oli vuosien 2008 ja 2009 lokakuussa sekä 2009 ja 2010 tammikuussa, hintaero kotimaisen ja ulkomaisen tuotteen välillä oli melko samansuuruinen. Ulkomailta tuotu tomaatti ja kurkku näyttävät säätelevän varsinkin kesäsesongin ulkopuolella kotimaisesta lajiverista saatavaa hintaa.

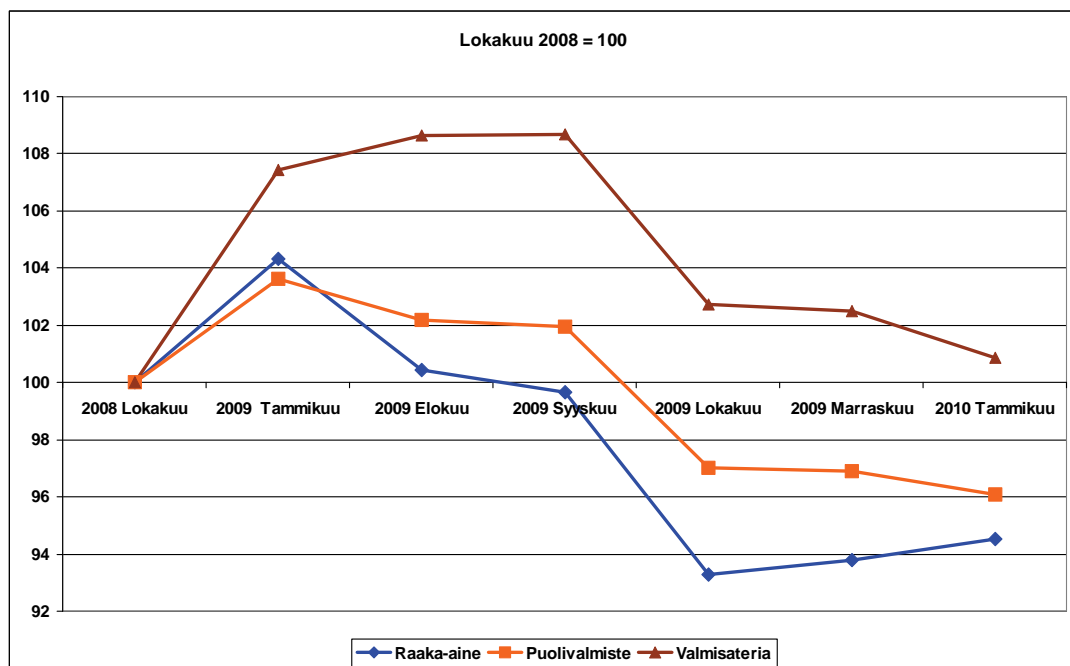
2.3 Jalostusasteeltaan erilaisten tuotteiden hintakehitys

Elintarvikkeiden hintarakenteeseen vaikuttaa suuresti se, miten pitkälle jalostetusta tuotteesta on kysymys. Esimerkkinä on usein käytetty leipää, jonka hinnasta vain noin 6 prosenttia tulee viljaraaka-aineesta. Muut kustannukset, kuten työ ja energia jalostusvaiheessa ja jakelukustannukset muodostavat suurimman osan hinnasta. Tässä hintaseurantatutkimuksessa haluttiin tarkastella jalostusasteen merkitystä hintakehityksessä. Yhtä virallista jalostusasteen mukaista elintarvikeluokitusta ei ole olemassa. Siksi luokit-

telumme on karkea ja tuotteet olisi voitu jakaa toisinkin. Luokittelun tarkoitus on kuitenkin antaa suuntaa eroista hintakehityksessä eri jalostusasteen tuotteissa. Hinta-seurannassa mukana olleet elintarvikkeet luokiteltiin jalostusasteen mukaan kolmeen ryhmään:

1. Raaka-aineet: riisi, pasta, vehnä jauho, kaurahiutale, tuore sian-, naudan-, ja broilerinliha, jauheliha, maito, kerma, piimä, viilit, jogurtit, juusto, kananmunat, hedelmät, vihannekset, pakastevihannekset, peruna, silli, tonnikala, voi, margariinit, kahvi, virvoitusjuomat, tuoremehut, sokeri
2. Puolivalmisteet: näkkileivät, pehmeät leivät, keksit, pullat, lihaleikkeleet, makkarat, lihapyörykät, vanukkaat, perunalastut, ranskalaiset perunat, makeiset, jäätelöt
3. Valmisateriat: pizzat, pakastekakut, hernekeitto, maksalaatikko, mikroateriat, punajuurisalaatti.

Raaka-aineiksi luokiteltiin tuotteet, joissa on vain yksi pääraaka-aine, vaikka sitä olisikin jalostettu (esim. juusto). Puolivalmisteiksi luokiteltiin leipomotuotteet ja muut tuotteet, joissa edelleen on yksi pääraaka-aine. Valmisruokien luokitus on yksiselitteisin: useita raaka-aineita yhdistäen on valmistettu yhden tai useamman ruokalajin sisältämä ateria.



KUVA 4.

Raaka-aineiden, puolivalmisteiden ja valmisaterioiden hintakehitys vuoden 2008 lokakuusta vuoden 2010 tammikuuhun.

Tarkasteltaessa elintarvikkeiden hintakehitystä (kuva 4) eri jalostusasteiden mukaan, on havaittavissa selkeitä eroja hintavaihteluiden jyrkkyydessä ja myös hintamuutosten suunnissa. Vuoden 2009 alussa kaikkien eri jalostusasteisten tuotteiden hinnat nousivat vuoden 2008 lokakuusta, mutta valmisaterioiden hintoihin kohdistui suurimmat hinnankorotuspaineet. Mikroruokien ja eineslaatikoiden kaltaisten pitkälle jalostettujen valmisaterioiden hinnat nousivat kolmen kuukauden aikana vuoden 2008 lokakuusta

vuoden 2009 tammikuuhun 7,4 prosenttia, kun raaka-aineiden hinnat kohosivat reilut 4 prosenttia ja puolivalmisteiden vajaat 4 prosenttia.

Vuoden 2009 elo- ja syyskuussa valmisaterioiden hinnat olivat vuoden 2009 tammikuuta kalliimpia, mutta raaka-aineiden ja puolivalmisteiden hinnat olivat kääntyneet jo selkeään laskuun. Vasta lokakuussa arvonlisäveron alennuksen myötä valmisaterioiden hinnat laskivat selvästi. Valmisaterioiden hinta on kuitenkin pysytellyt kuvassa 4 yli lähtötason (lokakuu 2008) kaikkina seuranta-ajankohtina. Siten toisin kuin raaka-aineiden ja puolivalmisteiden kohdalla, niiden hinnat eivät laskeneet arvolisäverokannan alennuksen jälkeenkään alle lokakuun 2008 hintatason. Raaka-aineiden hinnat olivat vuoden 2009 lokakuussa 6,7 prosenttia edullisempia kuin vuotta aiemmin, mutta valmisaterioiden hinnat olivat vastaavasti 2,7 prosenttia kalliimpia (kuva 4).

Raaka-aineiden, muun muassa vihannesten, hinnat kääntyivät nousuun vuoden 2009 lokakuun jälkeen. Puolivalmisteiden ja varsinkin valmisaterioiden hinnat sitä vastoin ovat olleet laskusuunnassa vuoden 2009 lopulla ja vuoden 2010 alussa.

Valmisaterioiden suuria hintojen nousuja vuoden 2009 alussa ja vastaavasti melko lieviä hintojen laskuja arvolisäveron alennuksen yhteydessä selittää ainakin osaltaan työvoima- ja energiakustannukset. Pidemmälle jalostetuissa tuotteissa työvoima- ja energiakustannusten suuruudella on merkittävämpi vaikutus tuotteen loppuhintaan kuin vähemmän jalostetuissa tuotteissa.

Yhteenvetona eri jalostusasteisten elintarvikkeiden hintakehityksistä voidaan todeta, että

1. Hintaseurannan aikana valmisaterioiden hinnat nousivat aina arvonlisäveron alentamisen ajankohtaan saakka. Sitä vastoin puolivalmisteiden ja raaka-aineiden hinnat olivat selkeässä laskusuunnassa jo vuoden 2009 elokuussa. Valmisaterioiden hinnat olivat arvonlisäveron alennuttuakin keskimäärin 2,7 prosenttia kalliimpia kuin hintaseurannan lähtötilanteessa (lokakuu 2008), kun esimerkiksi raaka-aineiden hinnat olivat keskimäärin 6,7 prosenttia halvempia.

2. Arvolisäveron alentamisen jälkeen (2009 lokakuu–2010 tammikuu) raaka-aineiden hinnat ovat nousseet, mutta puolivalmisteiden ja valmisruokien hinnat ovat laskeneet.

2.4 Kaupan omien merkkituotteiden (private label) ja brändituotteiden hintakehitys

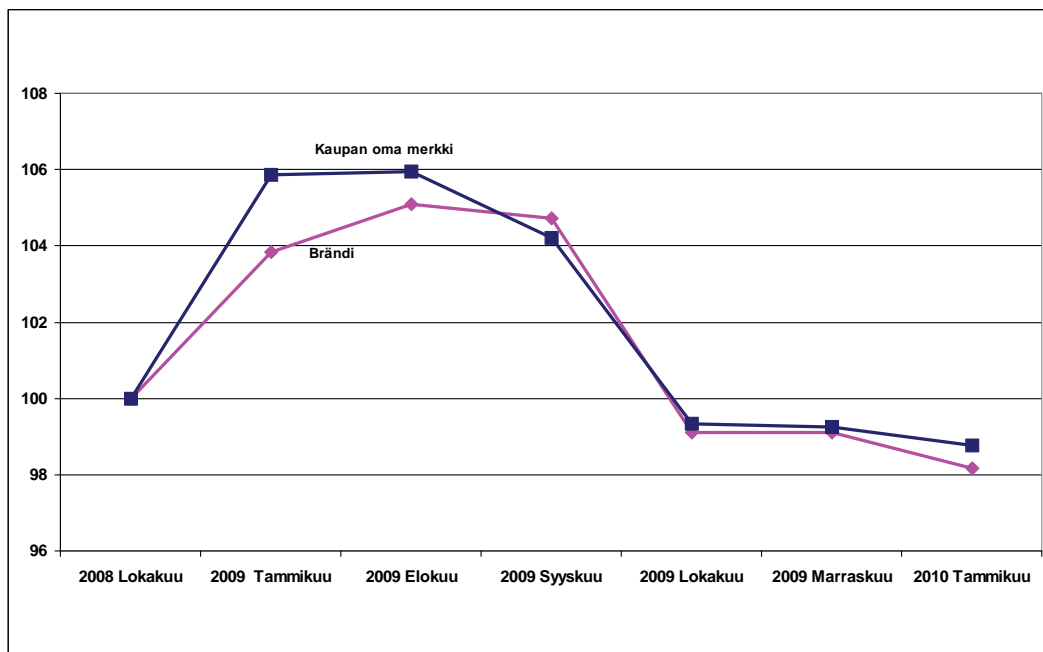
Kaupan omien merkkien tarjonta on lisääntynyt ja niin myös niiden osuus päivittäistavarakaupan myynnistä on noussut voimakkaasti varsinkin vuosien 2008 ja 2009 aikana niin Suomessa kuin muualla maailmassa. Suuntaukseen ovat vaikuttaneet kuluttajien käyttäytymisen muutokset, sillä eri arvioiden mukaan kuluttajat suosivat taloudellisesti vaikeina aikoina kaupan omia merkkejä brändituotteiden sijasta (Nielsen 2008a). Tämä johtuu lähinnä siitä, että yleensä kaupan omat merkit mielletään edullisemmiksi kuin vastaavat brändituotteet.

Kansainvälisten osto-organisaatioiden kautta tehdyt suuret ostot private label -tuotteissa tuovat mittakaava-etuja kaupalle. Kaupat hakevat myös säästöjä markkinointikuluissa omien merkkien avulla. Kaupan kansainvälisen etujärjestön Eurocommercen arvion

mukaan kaupan omien merkkien kustannuksista vain prosentti kuluu markkinointiin, kun teollisuuden brändin markkinointiin menee 13 prosenttia kustannuksista. Private label -tuotteet ovat keskimäärin 20–30 prosenttia teollisuuden merkkituotteita edullisempia (Kauppalehti 2009b).

Tässä tutkimuksessa kaupan omien merkkien ja brändituotteiden välisen hintakehityksen vertailuun on otettu vain sellaisia elintarvikkeita, joita löytyy sekä omien merkkien että brändituotteiden joukosta. Mukana tarkastelussa ovat siten seuraavien yhdenoista elintarvikkeen hintakehitykset: riisi, näkkileipä, keksit, jauheliha, lihapyörökät, maksa-laatikko, hernekeitto, margariini/kasvisrasva, pakastevihannekset, suklaa ja jäätelö. Tässä vertailussa on mukana vain kotimaisten kaupparyhmittymien elintarvikkeita. Lidlin tuotteet eivät sisälly tähän tarkasteluun, koska sen tuotevalikoiman erilaisuudesta johtuen täysin vastaavien brändituotteiden ja kaupan omien merkkien löytäminen on vaikeaa.

Kaupan omien merkkielintarvikkeiden hinnat nousivat lokakuusta 2008 tammikuuhun 2009 noin 5,8 prosenttia ja vastaavien brändituotteiden hinnat nousivat 3,8 prosenttia. Brändituotteiden hinnat alkoivat kuitenkin laskea hiukan hitaammin kuin private label -tuotteiden hinnat. Siten kuukautta ennen arvonlisäverokannan laskua, vuoden 2009 syyskuussa, brändituotteiden hinnat olivat vielä 4,7 prosenttia kalliimmat kuin seurantajakson alussa. Vastaavasti private label -tuotteiden hinnat olivat 4,2 prosenttia kalliimpia kuin vuoden 2008 lokakuussa. Arvonlisäverokannan laskun jälkeinen hintakehitys on ollut melko tasaista molemmissa vertailuryhmissä. Vuoden 2010 tammikuussa brändielintarvikkeet olivat 1,8 prosenttia halvempia kuin vuoden 2008 lokakuussa. Vastaavasti kaupan omien merkkien alla valmistetut elintarvikkeet olivat 1,2 prosenttia edullisempia kuin seurantajakson alussa (kuva 5).



KUVA 5.

Brändituotteiden ja kaupan omien merkkien hintakehitysten keskiarvot tarkasteltavissa tuotteissa, kun perusajankohta on lokakuu 2008, 2008 = 100.

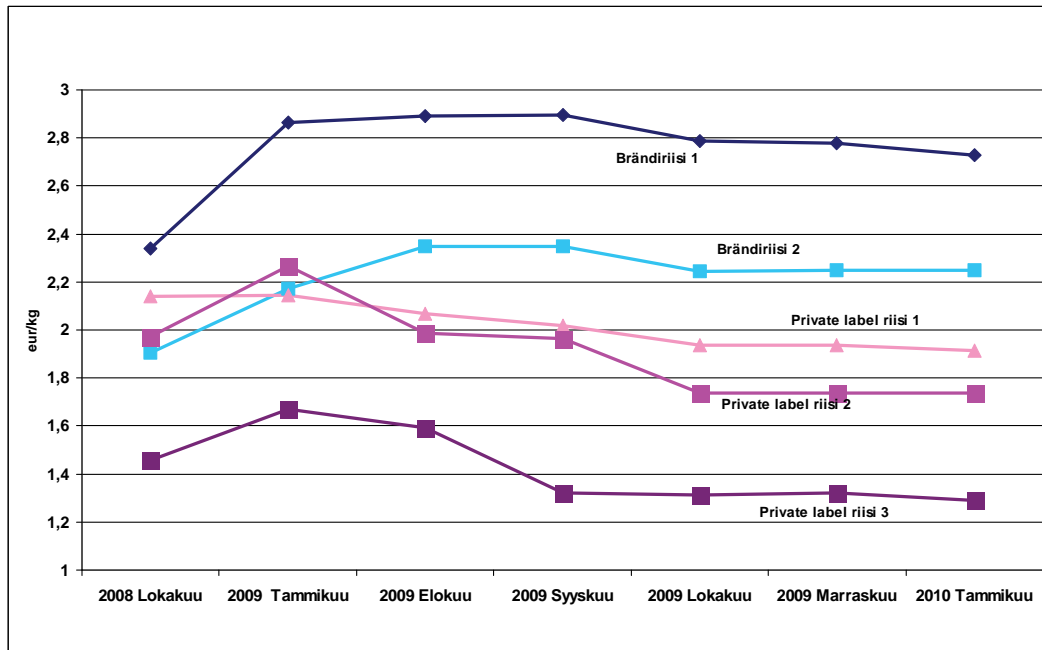
Eräiden elintarvikkeiden hinnat seurantajakson aikana sekä brändituotteissa että private label -tuotteissa

Brändituotteiden ja kaupan omien merkkituotteiden välisessä vertailussa on mielenkiintoista katsoa muutaman yksittäisen elintarvikkeen hintatasoja eri seuranta-ajan-kohtina. Kuvissa 6–9 on tarkasteltu pitkäjyväisen riisin, maksalaatikon, hernekeiton ja keittojuurespakasteen hintoja seurantajakson eri kuukausina. Nämä kyseiset tuotteet on valittu yksityiskohtaisempaan vertailuun siksi, että ne ovat tuotesisällöltään täysin tai lähes täysin vastaavia tuotteita sekä brändituotteiden että kaupan omien merkkien tuote-ryhmissä.

Pitkäjyväisen riisin hinnoissa ja hintatasojen muutoksissa on suuria eroja sekä brändiriisien että private label -riisien välillä, mutta myös brändiriisien ja private label -riisien sisällä. Vuoden 2008 lokakuussa kilo kalleinta brändiriisiä maksoi 60 prosenttia enemmän kuin edullisin kaupan oman merkin riisi ja noin 23 prosenttia enemmän kuin edullisempi brändiriisi.

Brändiriisien hinnat ovat nousseet seurantajakson aikana selvästi enemmän kuin private label -riisien. Niiden hinnat olivat siten arvonlisäveron alennuksen jälkeenkin selvästi vuoden 2008 lokakuun hintoja korkeammalla tasolla. Sitä vastoin private label -riisien kilohinnat olivat keskimäärin noin 20 senttiä alhaisemmalla tasolla kuin vuoden 2008 lokakuussa.

Arvonlisäveron alennuksen välitön vaikutus näkyi riisissä hyvin vaihtelevasti. Brändituotteissa hinta laski vuoden 2009 lokakuussa edelliskuukauteen nähden hinnakkaamassa brändiriisissä 3,8 prosenttia ja edullisemmassa brändiriisissä 4,4 prosenttia. Private label -tuotteissa halvimman riisin hinta laski vain alle prosentin ja kalleimman private label -riisin hinta laski 11,5 prosenttia. Tosin halvimman private label -riisin hintaa laskettiin jo vuoden 2009 syyskuussa, sillä tuolloin se maksoi peräti 17 prosenttia vähemmän kuin vuoden 2009 elokuussa (kuva 6).

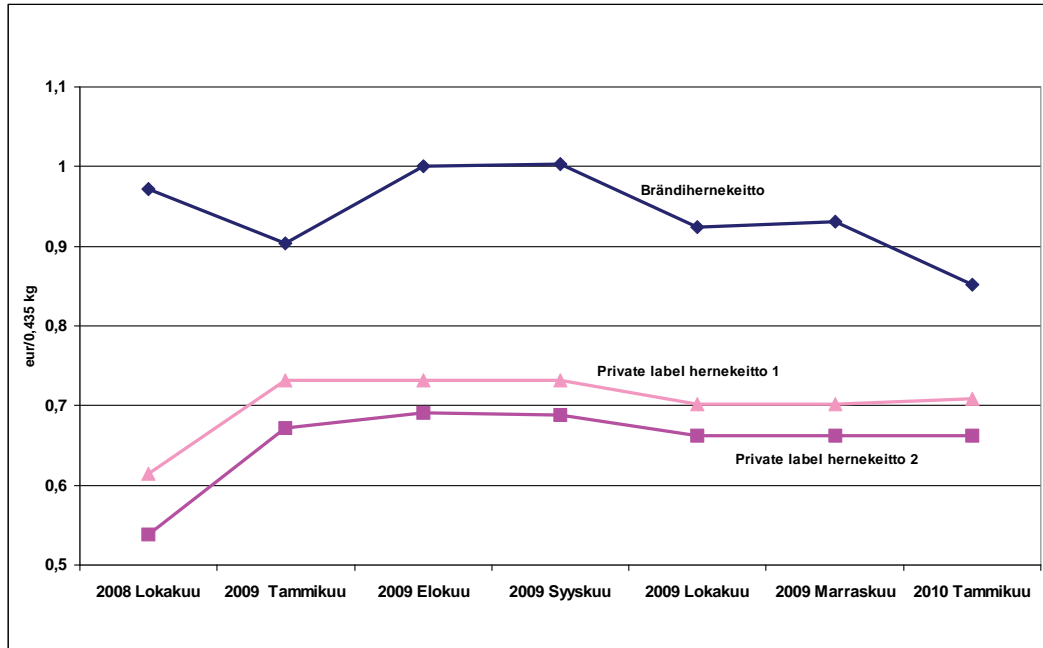


KUVA 6.

Kahden pitkäjyväsien brändiriisin ja kolmen pitkäjyväsien private label -riisin keskimääräisiä hintatasoja (eur/kilo) lokakuun 2008 ja tammikuun 2010 välisenä aikana.

Brändihernekeiton ja private label -hernekeiton hintatasoissa on selkeät erot. Purkillinen brändihernekeittoa maksoi seurantakuukausien aikana keskimäärin 0,90 euroa, kun vastaavasti private label -hernekeitot maksoivat keskimäärin 0,70 euroa ja 0,64 euroa. Siten brändihernekeitosta joutui maksamaan keskimäärin vähintään kolmanneksen enemmän kuin kaupan omiin merkkeihin kuuluvasta hernerokasta. Arvonlisäveron alennuksen yhteydessä brändihernekeiton hinta laski kuitenkin selvästi enemmän kuin private label -hernekeittojen. Brändituotteen hinta laski vuoden 2009 syyskuusta lokakuuhun noin 8 prosenttia, kun kaupan merkkituotteiden hinnat laskivat keskimäärin noin 4 prosenttia (kuva 7).

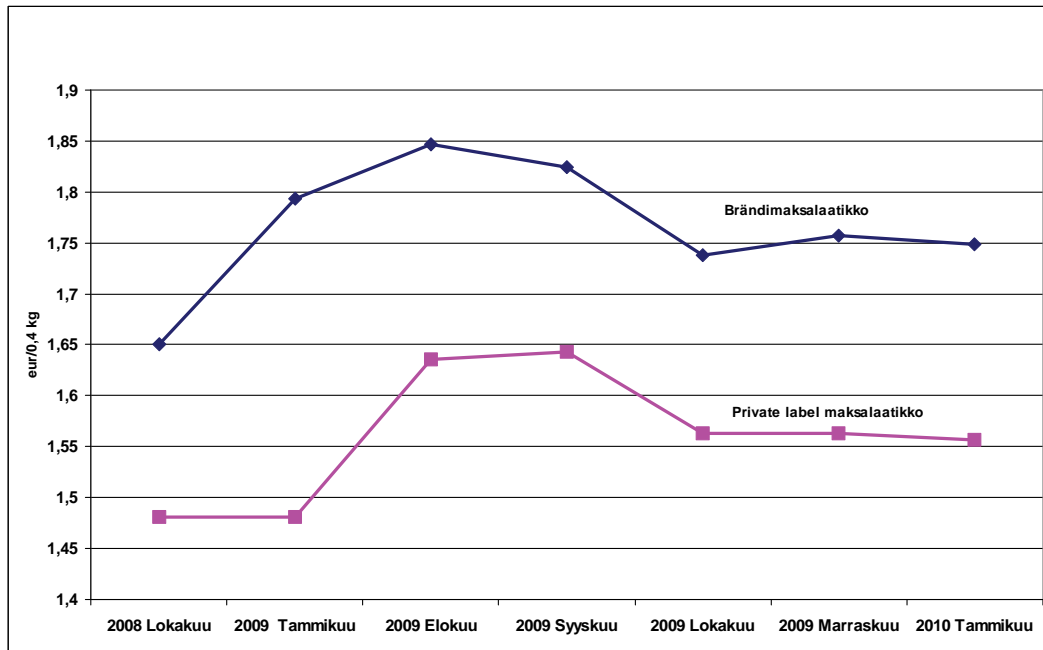
Kaiken kaikkiaan brändihernekeiton hinta on laskenut hintaseurannan aikana, kun vastaavasti private label -hernekeittojen hinnat ovat kohonneet. Brändihernekeitto maksoi vuoden 2010 tammikuussa noin 12 prosenttia vähemmän kuin vuoden 2008 lokakuussa. Vastaavana ajanjaksona private label -hernekeittojen hinnat kohosivat kalliimmassa merkissä 15 ja halvemmassa merkissä 23 prosenttia. Brändihernekeiton hintamuutokset ovat suurempia ja hiukan eri aikaan tapahtuvia kuin private label -hernekeittoilla. Molempien private label -hernekeittojen hintaheilahtelut ovat hyvin samankaltaisia. Tämä viitanee siihen, että kaupan omien merkkien valmistuksessa sopimushinnat ovat voimassa tietyn ennalta päätetyn ajan ja hintamuutokset ovat pienempiä (kuva 7).



KUVA 7.

Yhden brändihernekeiton ja kahden private label -hernekeiton keskimääräisiä hintatasoja (eur/0,435 kg) lokakuun 2008 ja tammikuun 2010 välisenä aikana.

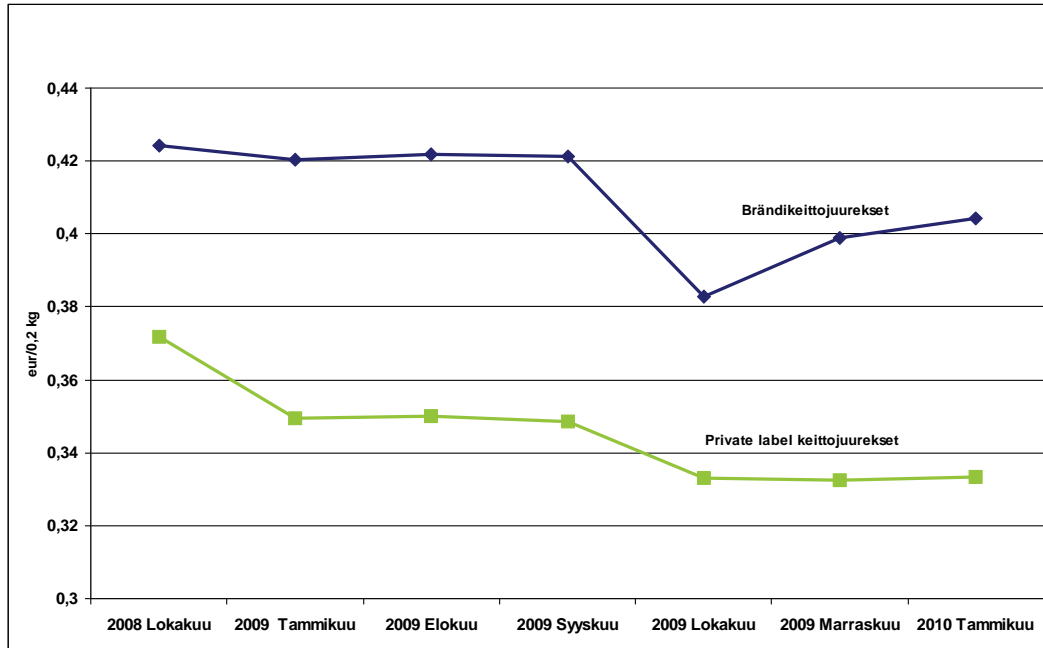
Private label -maksalaatikon ja brändimaksalaatikon välinen hintaero oli huomattavasti pienempi kuin hintaero riisissä tai hernekeitossa. Kuluttaja sai kaupan oman merkin alla valmistetun maksalaatikon mukaansa keskimäärin 13 prosenttia halvemmalla hinnalla kuin brändimaksalaatikon. Sekä brändimaksalaatikon että private label -maksalaatikon hinnat ovat olleet noususuunnassa arvonlisäveron alennuksen ajankohtaa lukuun ottamatta. Tuolloin molempien hinnat laskivat lähes saman verran eli noin 5 prosenttia. Seurantajakson alusta seurantajakson loppuun molempien hinnat ovat nousseet keskimäärin 5–6 prosenttia. Muutenkin molempien vertailutuotteiden hintakehitys on ollut melko samanlainen. Poikkeuksen muodostaa vuoden 2008 lokakuun ja vuoden 2009 tammikuun välinen aika, jolloin brändimaksalaatikon hinta nousi vajaat 9 prosenttia, mutta vastaavan private label -tuotteen hinta pysyi ennallaan. Tämä viitanee jälleen siihen, että kaupan ja sopimusvalmistajan väliset hinnat muuttuvat hitaammin (kuva 8).



KUVA 8.

Brändimaksalaatikon ja private label -maksalaatikon keskimääräisiä hintatasoja (eur/0,4 kg) lokakuun 2008 ja tammikuun 2010 välisenä aikana.

Pakastettujen brändikeittojuuresten ja private label -keittojuuresten välinen hintaero on euromääräisesti pieni, mutta prosenteissa mitattuna melko huomattava. Hintaseurannan aikana 200 gramman pussi pakastekeittojuureksia maksoi brändituotteena keskimäärin 19 prosenttia enemmän eli 0,41 euroa, kun kaupan oman merkin alla valmistettu vastaava tuote maksoi keskimäärin 0,35 euroa. Arvonlisäveron alennus pudotti brändikeittojuuresten hintaa noin 9 prosentilla ja kaupan oman merkin hinta laski 4,5 prosenttia. Seurantajakson alusta seurantajakson loppuun brändituotteen hinta on laskenut vajaat 5 prosenttia ja kaupan oman merkin keittojuurespussin hinta laski reilut 10 prosenttia (kuva 9).



KUVA 9.

Brändikeittojuuresten ja private label -keittojuuresten keskimääräisiä hintatasoja (eur/0,2 kg) lokakuun 2008 ja tammikuun 2010 välisenä aikana.

Yhteenvedona edellä tehdystä pitkäjäyväisen riisin, hernekeiton, maksalaatikon ja keittojuuresten hintavertailusta brändituotteiden ja private label -tuotteiden välillä voidaan todeta seuraavaa:

1. Kaikissa hintavertailussa olleissa elintarvikkeissa brändituotteet olivat private label -tuotteita kalliimpia. Hintaseurannan keräysajankohtina brändiriisistä sai maksaa keskimäärin 39 prosenttia enemmän kuin kaupan omiin merkkeihin kuuluvasta riisistä. Brändihernekeitto maksoi keskimäärin vähintään kolmanneksen enemmän kuin kaupan omiin merkkeihin kuuluva hernerokka. Pakastekeittojuurekset maksoivat brändipuolella keskimäärin 19 prosenttia enemmän ja vastaavasti brändimaksalaatikko oli keskimäärin 13 prosenttia kalliimpi kuin private label -tuote.
2. Brändituotteiden ja private label -tuotteiden hintojen muutoksissa ei ole nähtävissä yhtenäistä kehitystä. Private label -riisien hinnat putosivat arvonlisäveron alennuksen aikoihin huomattavasti enemmän kuin brändiriisien hinnat. Brändihernekeiton hinta laski selvästi enemmän kuin private label -hernekeittojen. Brändikeittojuuresten hinta laski enemmän kuin kaupan oman merkin alla tuotetun tuotteen hinta. Brändimaksalaatikon ja private label -maksalaatikon hinnat laskivat saman verran.
3. Hinnat muuttuivat seurantajakson aikana vaihtelevasti eri elintarvikkeissa. Brändiriisien hinnat kallistuivat private label -riisejä enemmän. Brändihernekeiton hinta laski, mutta molempien private label -hernekeittojen hinnat nousivat. Maksalaatikon hinnat nousivat sekä brändituotteessa että private label -tuotteessa saman verran. Brändikeittojuuresten hinta laski vähemmän kuin private label -juuresten.

2.5 Kaupparyhmittäinen hintakehitys

Tutkimuksessa haluttiin saada yleiskuva elintarvikkeiden hintojen kehityksestä ja hintataseista eri kaupparyhmittymissä. Tätä tarkastelua varten seurannassa olleet 81 myymälää ryhmiteltiin kuuteen kaupparyhmittymään: S-ryhmä, K-ryhmä, Suomen Lähikauppa, Muut, Lidl ja Stockmann. Muut-ryhmä pitää sisällä neljä suurempien kaupparyhmittymien ulkopuolella toimivaa päivittäistavarakauppaa.

Hintaseurantaan otettujen kauppojen valinnassa otettiin huomioon kaupparyhmittäiset markkinaosuudet. Esim. S- ja K-ryhmän yhteenlaskettu markkinaosuus Suomen päivittäistavaramyynnistä (14,1 milj. eur) oli vuonna 2008 noin 76 prosenttia (Nielsen 2009, Päivittäistavarakauppa 2009). Tämän tutkimuksen hintaseurannassa S- ja K-ryhmittymiin kuuluvien myymälöiden osuus kaikista myymälöistä on 74 prosenttia, joten varsinkin kahden suurimman kaupparyhmittymän osuus on varsin lähellä vuoden 2008 myynnillisiä markkinaosuuksia (taulukko 4).

Yksi K-ryhmään kuuluva myymälä (K-Supermarket) lopetti toimintansa keväällä, joten sen osalta hintatiedot löytyvät vain kahden ensimmäisen hintakeräyksen osalta. Lisäksi osana Suomen Lähikaupan uutta lähikauppatyyppiä painottuvaa toimintastrategiaa yksi sen Euromarket lopetti (muuttui Prismaksi) vuoden 2010 alussa, joten sen osalta viimeisen hintakeräyksen tiedot jäivät puuttumaan.

TAULUKKO 4.

Hintaseurannan myymälät kaupparyhmittäin ja niiden markkinaosuudet vuonna 2008

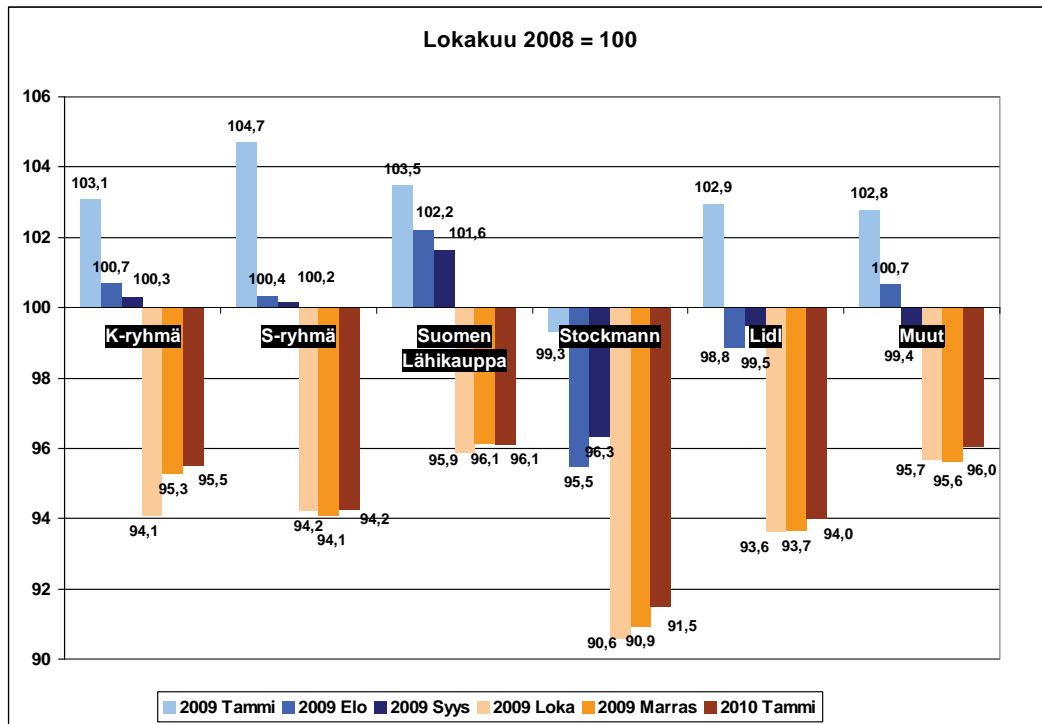
Kaupparyhmittymä	Myymälät, lkm	Osuus, %	Markkinaosuus, % v. 2008
S-ryhmä	31	38,3	42,4
K-ryhmä	29	35,8	33,7
Suomen Lähikauppa	12	14,8	11,3
Muut	4	4,9	6,0
Lidl	3	3,7	5,1
Stockmann	2	2,5	1,5
Yhteensä	81	100,0	100,0

Lähde: Nielsen 2009, Päivittäistavarakauppa ry 2009 ja omat laskelmat.

Stockmann on toiminut kuluttajan kannalta myönteisimmin. Jo vuoden 2008 lokakuun ja vuoden 2009 tammikuun välisenä aikana Stockmann laski elintarvikkeiden hintoja vajaalla prosentilla. Vastaavasti kaikki muut kaupparyhmittymät nostivat vielä tuolloin elintarvikkeiden hintoja. S-ryhmän hinnat kallistuivat 4,7 prosenttia, Suomen Lähikaupan 3,5 prosenttia ja kaikkien muiden ryhmittymien noin 3 prosenttia (kuva 10).

Vuositasoin hintakehitystarkastelu osoittaa, että Stockmann laski elintarvikkeiden hintoja seurantajakson alusta vuoden 2009 lokakuuhun 9,4 prosentilla. K- ja S-ryhmien hinnat laskivat vajaat 6 prosenttia ja Lidlin hinnat laskivat 6,4 prosenttia. Hintojen lasku oli vähäisintä ryhmässä Muut (-4,3 %) ja Suomen Lähikaupan kaupoissa (-4,1 %).

Kun tarkastellaan elintarvikkeiden hintakehitystä arvonlisäveron alentamisen jälkeen, on kaupparyhmittymien toiminnassa ollut selviä eroja. Ne kaupparyhmittymät, jotka laskivat eniten elintarvikkeiden hintoja vuoden 2008 lokakuusta vuoden 2009 lokakuuhun nostivat eniten hintojaan arvonlisäverokannan alentamisen jälkeen. Vuoden 2009 lokakuusta vuoden 2010 tammikuuhun K-ryhmä, Lidl ja Stockmann nostivat hintojaan vajaalla kolmella prosentilla. Vastaavasti Suomen Lähikauppa ja Muut -ryhmä nostivat elintarvikkeiden hintoja reilulla prosentilla ja S-ryhmä noin puolella prosentilla.



KUVA 10.

Elintarvikkeiden hintaindeksit eri seurantakuukausina, kun perusajankohta on kunkin kaupan lokakuu 2008 (lokakuu 2008 =100).

Ruokakorin (30 tuotetta) hinta lokakuussa 2008 ja lokakuussa 2009

Tämän hintatutkimuksen tuotevalikoimaa ei rakennettu erityisesti hintakorikeräystä silmällä pitäen. Siten ruokakoria ei tulisikaan pitää tässä yhteydessä perinteisenä ruokakoritarkasteluna. Ruokakorin hintaa tarkastellaan usein vain tiettyjen kauppojen osalta ja tietyillä alueilla. Lisäksi ruokakori on joko kulutusosuuksilla painotettu tai ilman painoja. Tässä tutkimuksessa 30 elintarvikkeen ruokakorin (taulukko 5) lähtöhintatasoa tarkastellaan kaikissa mukana olevissa kuudessa kaupparyhmittymässä ilman painoja ja kaupan omia merkkejä.

Kolmenkymmenen tuotteen painottamaton ruokakori kuvaa kaupparyhmittymien 30 elintarvikkeen keskimääräistä hintatasoa vuosien 2008 ja 2009 lokakuussa. Siten ruokakorianalyysi antaa tietoa eräiden yleisesti tunnettujen elintarvikkeiden hintatasoista eri kaupparyhmittymissä ensimmäisen hintakeräyksen aikana ja vuoden päästä heti arvonlisäveron alentamisen jälkeen. Elintarviketuotteet löytyvät täysin samanlaisina lähes

kaikista kaupparyhmittymistä, joten esimerkiksi vertailussa mukana oleva kahvi on kaikissa kaupparyhmittymissä saman valmistajan brändituote.

Ruokakorissa ei ole mukana yhtään private label -tuotetta, koska vertailu haluttiin tehdä täysin samanlaisten ja mahdollisimman vertailukelpoisten tuotteiden kesken. Ruokakorin muodostaminen osoittautui kuitenkin haasteelliseksi, kun mukaan haluttiin sisällyttää myös Lidl. Tässä hintaseurannassa mukana olevista Lidlin elintarvikkeista noin 40 prosenttia on heidän omien merkkien alla tuotettuja, joten ruokakorikelpoisten brändituotteiden löytäminen sen valikoimasta oli vaikeampaa kuin kotimaisten kauppaketjujen valikoimasta. Stockmannilta ja Lidliltä molemmilta uupui valikoimasta kaksi ruokakorin tuotetta lokakuussa 2008. Lokakuussa 2009 Stockmannin valikoimassa ei ollut kahta tuotetta ja vastaavasti Lidlin valikoimasta puuttui neljä tuotetta. Puuttuvien tuotteiden hinnaksi on vertailussa laitettu muiden ryhmittymien keskihinta kyseisille tuotteille.

TAULUKKO 5.

Ruokakoriin kuuluvat 30 elintarviketta tuoteryhmiin lajiteltuna.

Viljatuotteet	Lihat tuotteet ja valmisruoka	Maitotuotteet	Vihannekset ja hedelmät	Juomat	Sokeri ja makeiset
Näkkileipä	Nakit	Kevytmaito	Appelsiini	Kahvi A	Sokeri
Ruisleipä	Lenkkimakkara	Kevytmaitojuoma	Omena	Kahvi B	Suklaalevy
Makaroni	Kinkkuleike	Rasvaton piimä	Lehtisalaatti	Kolajuoma	
	Lihapullat ja muusi	Juusto A	Kotimainen tomaatti		
		Juusto B	Ulkomainen kurkku		
		Sulatejuusto	Keittojuurekset, pakaste		
		Ruokakerma	Herne-maissi-paprika, pakaste		
		Voi	Perunalastut		
		Kasvisrasvavite			
		Kananmunat			

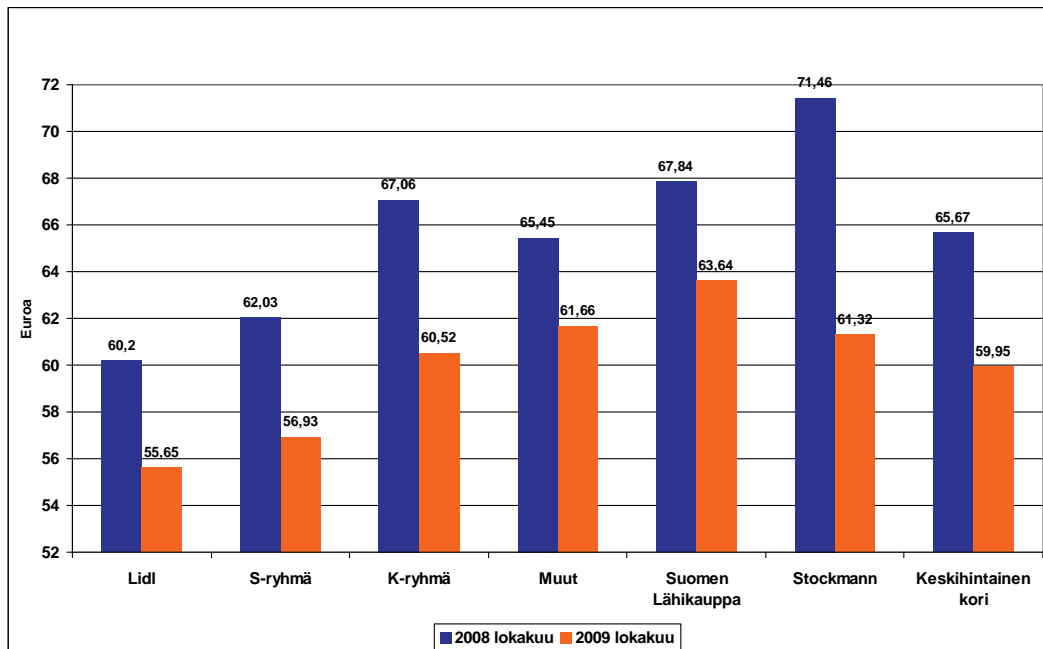
Ruokakorien hinnat osoittivat (kuva 11), että saksalainen Lidl on kotimaisia kilpailijoitaan edullisempi elintarvikkeiden ostospaikka. Kolmenkymmenen elintarvikkeen muodostama ruokakori maksoi hintaseurannan lähtötilanteessa Lidlin kaupoissa keskimäärin noin 60 euroa. Kotimaisista kaupparyhmittymistä ruokakorin sai mukaansa edullisimmin S-ryhmän kaupoista, joissa se maksoi keskimäärin 62 euroa. Kalleinta ruokakorin hankkiminen oli Stockmannilta, missä kuluttaja maksoi ruokakorista keskimäärin 71,5 euroa. Kaikkien kuuden kaupparyhmittymän keskihinta ruokakorille oli vuoden 2008 lokakuussa vajaat 66 euroa.

Vuotta myöhemmin eli vuoden 2009 lokakuussa kuuden kaupparyhmittymän keskihintainen ruokakori (60 euroa) oli halventunut lähes 6 eurolla (-8,6 %). Lidlistä ruokakorin sai edelleen halvimmalla (55,7 euroa), mutta Stockmannin ruokakori ei ollut enää kallein (61,2 euroa). Stockmannin ruokakorin hinta laski vuoden aikana peräti 10 euroa. Siten Stockmannin ruokakori oli enää reilut kaksi prosenttia kalliimpi kuin keskihintainen ruokakori, kun vielä vuotta aiemmin se oli lähes 9 prosenttia kalliimpi. Lidlin kohdalla

sen ruokakorin hinnan ero keskihintaiseen ruokakoriin kaventui reilusta 8 prosentista noin 7 prosenttiin (kuva 11).

Vuoden 2010 tammikuussa Stockmannin ja Lidlin ruokakori suhteessa keskihintaiseen ruokakoriin on kuitenkin kallistunut hiukan, sillä kuten aiemmin todettiin, Lidl ja Stockmann nostivat vuoden 2009 lokakuusta vuoden 2010 tammikuuhun hintojaan vajaalla kolmella prosentilla.

Ryhmä Muut ja Suomen Lähikaupan laskivat vuoden aikana vähiten (noin 6 prosenttia) ruokakorin hintaa. Siten Suomen Lähikaupan ruokakori (63,6 euroa) oli vuoden 2009 lokakuussa kallein. Sen ruokakorin hinta oli noin 6 prosenttia kalliimpi kuin keskihintaisen ruokakorin. S-ryhmän ruokakori oli vuoden 2009 lokakuussa selvästi muita kotimaisia kaupparyhmittymiä edullisempi. S-ryhmän ruokakori (56,9 euroa) maksoi noin 5 prosenttia vähemmän kuin keskihintainen ruokakori. K-ryhmä oli 60,5 euroa maksaneella ruokakorillaan toiseksi edullisin kotimainen kauppaketju. Luvussa 2.8 on tarkasteltu lähemmin ruokakorin hintaerojen tulosten tilastollista merkitsevyyttä.



KUVA 11.

Ruokakorin (30 tuotetta) keskimääräiset hinnat eri kaupparyhmittymissä sekä kaikkien kaupparyhmittymien keskihintainen ruokakori vuosien 2008 ja 2009 lokakuussa

Yhteenvedona luvun 2.5 tuloksista voidaan päätellä seuraavaa:

1. Kaupparyhmittäisen tarkastelun mukaan elintarvikkeiden hintakehityksessä on jonkin verran eroja eri kauppaketjujen välillä. Vuoden 2008 lokakuusta vuoden 2009 lokakuuhun Stockmann laski elintarvikkeiden hintoja yli 9 prosentilla. Vastaavana ajanjaksona vähiten hintoja pudottivat Suomen Lähikauppa ja Muut -ryhmä, noin 4 prosenttia. Arvonlisäveron alentamisen jälkeen (2009 lokakuu–2010 tammikuu) Stockmann on kuitenkin nostanut elintarvikkeidensa hintoja noin 3 prosentilla, kun Suomen Lähikauppa ja Muut-ryhmä nostivat hintoja reilulla prosentilla ja S-ryhmä vain puolella prosentilla.

2. Ruokakorien hinnoissa on eroja eri kaupparyhmittymien välillä. Lidlin ruokakori oli sekä vuoden 2008 että vuoden 2009 lokakuussa kotimaisia kaupparyhmittymiä edullisempi. Vastaavasti suomalaisista kauppaketjuista parhaiten pärjäsivät molempina ajankohtina S-ryhmä. Stockmannilla oli lähtötilanteessa (lokakuu 2008) selvästi kallein ruokakorin hankintapaikka, mutta muita ketjuja suuremman hintojen alentamisen myötä sen ruokakori oli vuoden 2009 lokakuussa edullisempi kuin Muut-ryhmän ja Suomen Lähikaupan ruokakorit. Tilastollisen analyysin mukaan eri kaupparyhmittymien väliset erot ruokakorien hinnoissa eivät kaikilta osin ole merkitseviä.

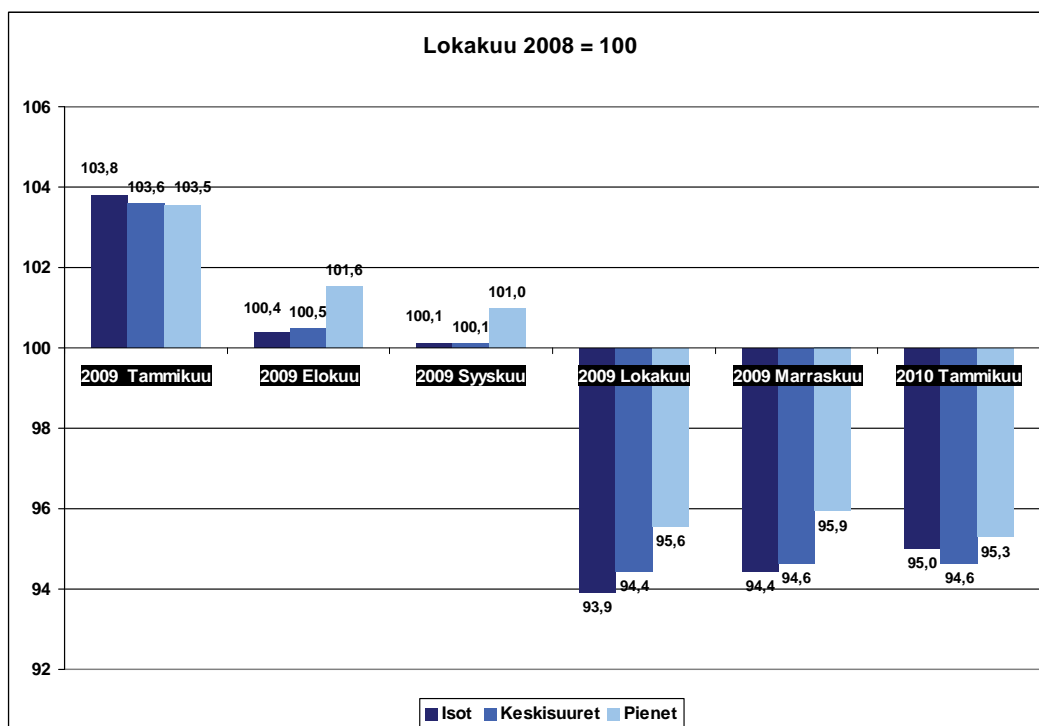
2.6 Myymälätyypeittäinen hintakehitys

Hintakeräyksissä mukana olleiden myymälöiden valinnassa huomioitiin muun muassa erilaisten myymälätyyppien myyntiosuudet koko päivittäistavarakaupasta. Myymälöiden lukumäärä kauppaketjuittain määriteltiin Kuluttajatutkimuskeskuksen toimesta kullekin läänille ja niissä sijaitseville kaupungeille. Tämän jälkeen lääninhallitusten hintakerääjät valitsivat itsenäisesti hintaseurantaan mukaan tulevat myymälät. Siten myymälöiden valinnassa on hyödynnetty hintakerääjien alueellista paikallistuntemusta.

Myymälätyypit on jaoteltu hintaseurannassa kolmeen kokoluokkaan eli isot (36 kpl), keskisuuret (30 kpl) ja pienet (15 kpl). Isot muodostuvat hyper- eli automarketeista (Citymarket, Prisma, Euromarket ja Minimani) ja tavarataloista (Stockmann). Keski-suuriin kuuluvat isot supermarketit (S-market, K-Supermarket, Lidl ym.). Keskisuurissa myymälöissä päivittäistavaroiden myyntipinta-ala on vähintään 1 000 m². Pienet koostuvat pienistä supermarketeista ja valintamyymälöistä (Valintatalo, Siwa, Alepa, Sale, K-market).

Vuoden 2009 tammikuussa hintamuutokset verrattuna vuoden 2008 lokakuuhun olivat samankaltaiset kaikissa myymälätyypeissä. Hinnat nousivat tuolloin keskimäärin 3,5–3,8 prosenttia. Hinnat laskivat vuoden aikana eniten suurissa myymälöissä. Vuoden 2009 lokakuussa lasku vuositasolla oli isoissa myymälöissä 6,1 prosenttia, keskikokoisissa 5,6 ja pienissä myymälöissä 4,4 prosenttia (kuva 12).

Arvonlisäveron alentamisen jälkeen eri myymälätyyppien hintakehitys on poikennut jonkin verran toisistaan. Esimerkiksi vuoden 2009 marraskuusta vuoden 2010 tammikuuhun isoissa myymälöissä elintarvikkeiden hinnat nousivat noin yhdellä prosentilla ja keskisuurissa puolella prosentilla, kun vastaavasti pienten myymälöiden hinnat pysyivät ennallaan. Siten vuoden 2010 tammikuussa isojen myymälöiden hinnat olivat enää 5 prosenttia vuoden 2008 lokakuun hintoja alemmalla tasolla. Vastaavasti keskikokoisten myymälöiden elintarvikehinnat olivat tuolloin 5,4 prosenttia ja pienten 4,7 prosenttia halvemmat kuin seurantajakson alussa.



KUVA 12.

Hintakehitys eri tyypisissä myymälöissä, kun perusajankohta on lokakuu 2008 (lokakuu 2008 = 100).

Yhteenvetona voidaan todeta, että eri tyyppisten myymälöiden välillä erot elintarvikkeiden hintakehityksissä ovat suhteellisen pieniä. Isojen ja keskikokoisten myymälöiden hinnat laskivat hintaseurannan aikana keskimäärin hieman enemmän kuin pienten myymälöiden.

2.7 Alueellinen hintakehitys

Taulukossa 6 on esitetty hintaseurannassa mukana olleet myymälät sekä vanhan läänijaon että uuden aluehallintovirastojaon (Ahvenanmaa valtionvirasto) mukaan jaoteltuina. Tässä raportissa käytetään vanhaa läänijakoa, kun myöhemmin arvioidaan elintarvikkeiden alueellisia hintakehityksiä.

Hintakeräyksiä tehtiin yhteensä 16 paikkakunnalla ja niistä suurin osa sijaitsee vanhan lääninjaon mukaan Etelä- ja Länsi-Suomen alueella (taulukko 6). Läänijako poistui vuoden 2010 alussa, kun tilalle tulivat aluehallintovirastot ja Ahvenanmaalla valtionvirasto. Tämä uudistus ei kuitenkaan aiheuttanut muutoksia vuoden 2010 tammikuussa toteutettuun hintakeräykseen. Suurin vaikutus tämän tutkimuksen hintaseurantaan on siinä, että entisessä Länsi-Suomen läänissä sijaitsevat myymälät jakautuivat vuoden 2010

alusta alkaen kahden aluehallintoviraston alueelle. Siten tämän tutkimuksen alueellisessa tarkastelussa Länsi-Suomen tietoihin sisältyvät kahden nykyisen aluehallintoviraston myymälät.

TAULUKKO 6.

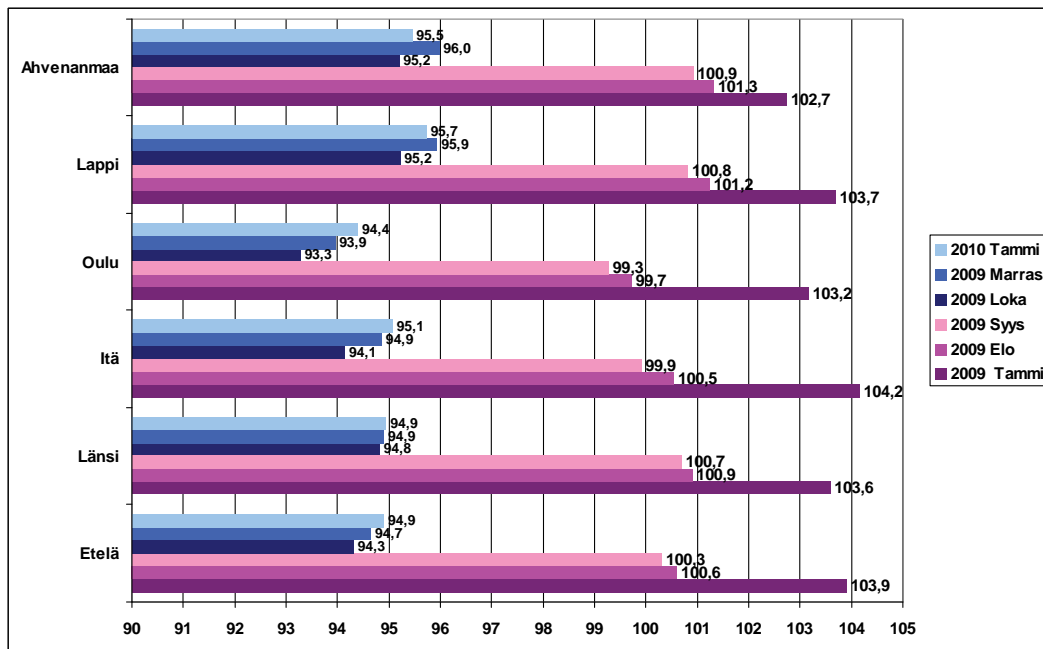
Hintakeräyksissä mukana olleiden myymälöiden lukumäärät eri aluehallintovirastojen/ valtionviraston (lääni) alueella ja eri kaupungeissa.

	Myymälöiden lkm
Etelä-Suomen aluehallintovirasto (lääni)	26
Helsinki	9
Espoo	5
Vantaa	5
Kouvola	3
Lahti	4
Länsi- ja Sisä-Suomen sekä Lounais-Suomen aluehallintovirastot (Länsi-Suomen lääni)	26
Turku ja Raisio	8
Tampere	7
Jyväskylä	6
Vaasa	5
Itä-Suomen aluehallintovirasto (lääni)	11
Mikkeli	3
Kuopio	4
Joensuu	4
Pohjois-Suomen aluehallintovirasto (Oulun lääni)	10
Oulu	7
Kajaani	3
Lapin aluehallintovirasto (lääni)	5
Rovaniemi	5
Ahvenanmaan valtionvirasto (lääni)	3
Maarianhamina	3
Yhteensä	81

Lokakuussa 2009 elintarvikkeiden hinnat olivat eri lääneissä keskimäärin 4,8–6,7 prosenttia alemmalla tasolla kuin vuoden 2008 lokakuussa. Ahvenanmaan lääni ja Lapin lääni Suomen äärialueina alensivat hintojaan hiukan muita läänejä vähemmän. Oulun lääni puolestaan alensi eniten elintarvikkeiden hintoja (kuva 13). Tähän vaikuttaa jonkin verran se, että Oulun alueelta hintakeräyksissä on mukana 10 myymälää ja niiden joukossa on sekä Lidl että Stockmann. Nämä kaupparyhmittymät alensivat eniten hintojaan seurantajakson alusta vuoden 2009 lokakuuhun (ks. luku 2.5), joten niiden vaikutus korostuu Oulun alueella, jossa myymälöiden lukumäärä ei ole yhtä suuri kuin esim. Etelä- ja Länsi-Suomessa.

Jos mukaan otetaan kustakin läänistä vain viisi kauppa (Ahvenanmaa kolme kauppa) mahdollisimman samanlaisin valintaperustein eli niiden joukossa ei ole Lidliä tai Stockmannia ja eri kaupparyhmittymät sekä myymäläkoot ovat edustettuina otoksessa samassa suhteessa, niin tällöin Oulun hintamuutos vuoden 2008 lokakuusta vuoden 2009 lokakuuhun supistuu 6,1 prosenttiin. Vastaavasti muiden läänien hintamuutosprosentti joko pysyy samana tai muuttuu aivan hiukan. Hintamuutoksen lääneittäinen vaihteluväli on tällöin 4,8–6,1 prosenttia eli alueelliset hintaerot ovat jo melko pienet. Tämän hintaseurannan alueellisten hintamuutosten eroihin vaikuttaa siten paikallisten kilpailutilanteiden ja kuljetuskustannusten lisäksi jonkin verran eri kaupparyhmittymien osuudet läänien myymälöiden joukossa.

Arvonlisäverokannan laskemisen jälkeen vuoden 2009 lokakuusta vuoden 2010 tammikuuhun elintarvikkeiden hinnat eri läänien alueilla nousivat 0,9 prosentista 2,6 prosenttiin. Vähiten hinnat nousivat Länsi-Suomen läänissä ja eniten Oulun läänissä. Oulun läänin prosenttilukua selittää osaksi jälleen Stockmannin ja Lidlin hintakehitykset. Ne yhdessä K-ryhmän kanssa nostivat arvonlisäverokannan alentamisen jälkeen eniten hintojaan (ks. luku 2.5).



KUVA 13. Hintakehitys eri läänien alueilla, kun perusajankohta on lokakuu 2008 kussakin läänissä (lokakuu 2008 =100).

Yhteenvedona voidaan todeta, että alueelliset erot hintojen muutoksissa eivät ole kovin suuria. Ahvenanmaan ja Lapin lääni ovat alentaneet elintarvikkeiden hintoja keskimäärin hieman muita läänejä vähemmän.

2.8 Luotettavuusarviointi

Hintaseurantatutkimuksen tietojen luotettavuuden ja hintatietojen yleistettävyyden varmistamiseksi on suunnittelussa kiinnitettävä huomiota erityisesti seuraaviin seikkoihin: myymälöiden valinta, hyödykkeiden valinta, hintatietojen keruuajankohtien valinta ja se, miten suhtaudutaan tuotteiden vaihtuvuuteen ja muutoksiin seurannan aikana. Seuraavassa käydään läpi niitä menettelytapoja, joita tässä tutkimuksessa noudatettiin tietojen luotettavuuden varmistamiseksi. Valinnoissa on pyritty soveltamaan Tilastokeskuksen kuluttajahintaindeksin menettelyjä soveltuvin osin (Tilastokeskus 2008).

Tuotteiden valinnassa tavoitteena oli saada mahdollisimman edustava joukko elintarvikkeita. Tuotteiden lukumäärä oli varsin korkea. Kotimaisten kaupparyhmittymien hintaseurannassa oli mukana 171 elintarviketta ja Lidlistä 153. Tuotteet valittiin yhteistyössä Kuluttajaviraston kanssa myyntiarvoltaan myydyimpien tuotteiden joukosta, mitä ohjetta noudatetaan myös kuluttajahintaindeksissä. Koska hintakeruussa pyrittiin vertailemaan myös kaupparyhmittymiä keskenään, oli tärkeää, että samat tuotteet löytyivät kaikista tai lähes kaikista myymälöistä. Vertailukelpoisuuden vaikeudesta johtuen valikoimasta jouduttiin jättämään pois tuore kala ja muutamia paljon myytyjä hedelmiä kuten banaani, koska sen kohdalla tuotemerkki ja hinta vaihtelivat myymälöittäin ja ajankohdittain. Tuotteita valittiin kaikista merkittävistä tuoteryhmistä, kuten maitotuotteet, viljatuotteet, liha, vihannekset. Vihannesten kaltaisissa kausituotteissa hintakehitystä seurattiin kotimaisen ja ulkomaisen tuotteen osalta erikseen.

Myymäläotos käsitti 81 päivittäistavarakauppaa. Kuluttajahintaindeksin myymäläotos tehdään siten, että kaupat edustavat mahdollisimman hyvin päivittäistavarakaupan rakennetta sekä keskusliikkeiden että kauppojen koon suhteen. Myös tässä tutkimuksessa myymälöiden valintakriteerinä käytettiin eri kaupparyhmittymien markkinaosuuksia päivittäistavaramyynnistä (kts. taulukko 4) ja mukaan otettiin eri kokoisia myymälöitä. Kuitenkin myymälöiden valinnassa painotettiin tietoisesti suurten myymälöiden osuutta suhteessa pieniin myymälöihin. Tällä tavoin seurannassa mukana olleet tuotteet löytyvät mahdollisimman monesta keräilyyn valitusta myymälästä. Myymälät sijaitsivat kattavasti eri puolella Suomea, mutta kaikki tutkimuksessa mukana olleet myymälät sijaitsivat kaupungeissa. Analyysia varten myymälät jaettiin kolmeen kokoluokkaan.

Jokainen hintakeräys käsitti keskimäärin noin 12 500 hintahavaintoa. Aineiston suuri koko mahdollisti sen, että keskimääräisten hintamuutosten lisäksi voitiin tarkastella veron alennuksen vaikutuksia eri elintarvikkeiden ja kaupparyhmien hintoihin yksityiskohtaisemmin.

Hintaseurannan tulosten yleistämiseksi koko elintarvikeryhmään, elintarvikkeille määritettiin tuoteryhmittäiset painot Tilastokeskuksen kuluttajahintaindeksin painorakennetta ja luokittelua soveltaen. Tällöin voitiin laskea koko elintarvikeryhmän painotettu keskiarvo hintamuutoksista eri keräysajankohtina. Tutkimuksen tulokset ovat yhdensuuntaisia ruoan kuluttajahintaindeksin ilmoittamien muutosten kanssa.

Seurannassa olleet tuotteet pidettiin mahdollisimman samoina koko keräilyjakson ajan ja niiden hinnat pyrittiin keräämään normaalihintaisina. Siten kerättyihin hintatietoihin ei sisälly kanta-asiakashintoja. Pakkauskokojen muutokset on huomioitu hintaseurannassa siten, että hintojen vertailukelpoisuus on säilynyt pakkauskoon muuttumisen jälkeenkin.

Hintakeräyksiä tehtiin yhteensä seitsemän: neljä ennen arvonlisäveron alennusta ja kolme sen jälkeen. Tutkimuksen erityistavoitteesta johtuen keräysajankohdat eivät sijoittuneet tasaisin väliajoin vaan suurin osa keräyksistä keskitettiin alennuksen ajankohdan lähikuukausille: kaksi ennen ja kaksi jälkeen.

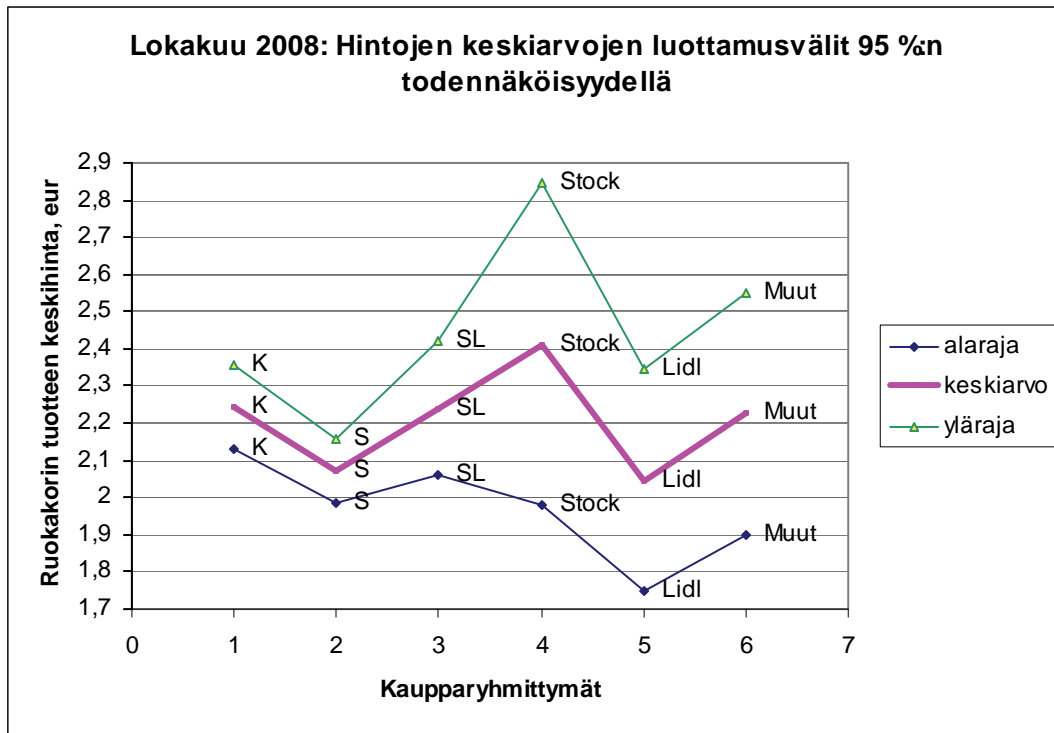
Arvonlisäveron alennuksen ohella tuotteiden hintoihin voi aiheuttaa muutoksia esimerkiksi kuljetus- ja lämmityskustannusten nousu tai lasku. Näiden muiden tekijöiden hintavaikutusten eli trendin kontrolloimiseksi tässä tutkimuksessa seurattiin myös nonfood -tuotteiden hintoja. Näitä tuotteita oli mukana 22 suomalaisten kaupparyhmittymien ja 14 Lidlin myymälöistä. Nonfood -tuotteiden hinnat eivät juurikaan muuttuneet vuoden 2009 lokakuussa, joten elintarvikkeiden hintakehitykseen vaikutti arvonlisäveron alennuksen lisäksi muut, nimenomaan elintarvikkeisiin liittyvät tekijät. Yksi tällainen tekijä on vihannesten kausittaiset hintavaihtelut. Tuoreiden vihannesten poistaminen hintakehityksen tarkastelusta niukentaa elintarvikkeiden hintojen laskua puoli prosenttiyksikköä.

Hintamuutosten seurannan lisäksi kaikille kuudelle kaupparyhmittymälle laskettiin 30 tuotetta sisältävän painottamattoman ruokakorin hinta vuosien 2008 ja 2009 lokakuussa. Kaikille kaupparyhmittymille yhdenmukaisen ruokakorin muodostaminen nähtiin tarpeelliseksi, koska hintamuutoksia pystytään tulkitsemaan paremmin, kun kauppojen lähtöhintataso on tiedossa.

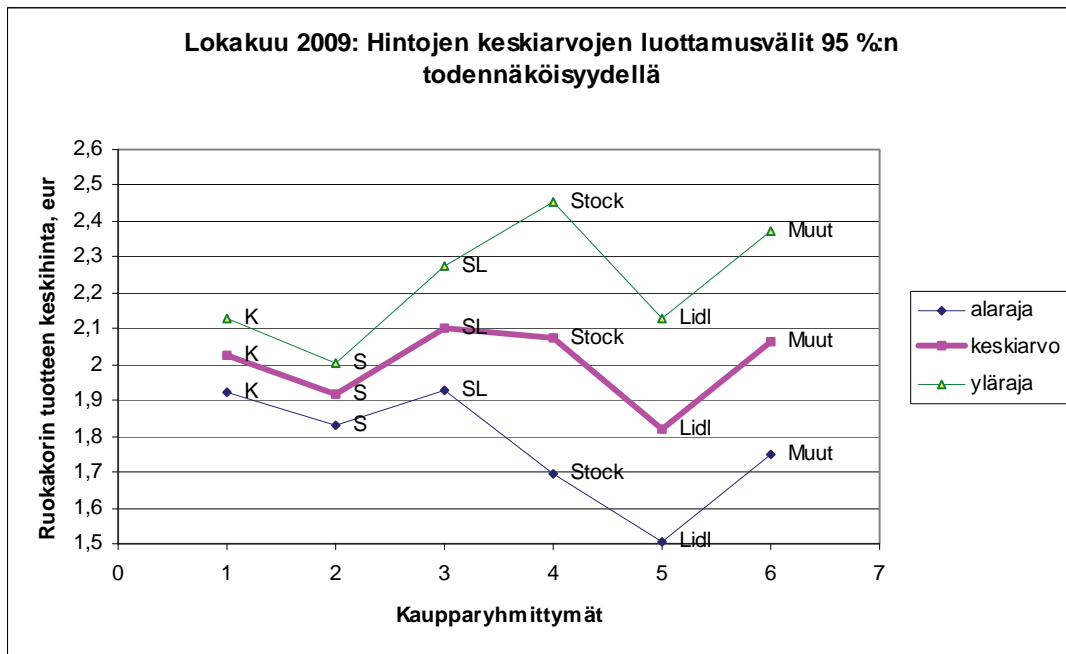
Koriin valitut tuotteet olivat mahdollisimman samanlaisia sekä myymälöiden välillä että eri kaupparyhmissä. Tässä tarkastelussa ei ole mukana lainkaan kauppojen omia merkkejä, vaan kaikki nämä tuotteet myydään täysin samanlaisina kaikissa kaupoissa.

Eri kaupparyhmittymien ruokakorien hintaerojen tilastollisen merkitsevyyden päättelemistä varten laskettiin mitä yksi tuote keskimäärin maksaa ruokakorissa. Tälle tuotteelle määritettiin keskiarvohinnan lisäksi 95 %:n todennäköisyyden luottamusväli. Luottamusväli kuvaa jakaumaa, jonka alueella ruokakorin keskiarvohinta tietyllä uskottavuudella sijaitsee.

Vuodesta 2008 vuoteen 2009 alaluottamusvälin ja yläluottamusvälin ero on keskimäärin hieman kaventunut, joten hintaerot kaupparyhmittymien sisällä ovat pienentyneet. Luottamusväli eri kaupparyhmittymien keskiarvoille menevät jonkin verran päällekkäin. Lidlin, Muut -ryhmän ja Stockmannin luottamusväli ovat laajemmat, mikä johtuu siitä, että myymälöiden lukumäärä ja siten myös hintahavaintojen lukumäärä on niissä pienempi kuin S- ja K-ryhmässä sekä Suomen Lähikaupassa. Kaiken kaikkiaan ei voida suurella luottamuksella sanoa, että eri kauppakettujen ruokakorien keskiarvohinnat eroavat tilastollisesti merkitsevästi toisistaan (kuvat 14 ja 15).



KUVA 14. Ruokakorin tuotteen keskiarvohinta eri kauppari-ryhmittymissä ja luottamusvälit vuoden 2008 lokakuussa (SL = Suomen Lähikauppa).



KUVA 15. Ruokakorin tuotteen keskiarvohinta eri kauppari-ryhmittymissä ja luottamusvälit vuoden 2009 lokakuussa (SL = Suomen Lähikauppa).

3 ELINTARVIKKEIDEN KULUTTAJAHINNAN MÄÄRÄYTYMINEN

Elintarvikkeiden kuluttajahintojen määräytymiseen vaikuttavat verotuksen lisäksi suoraan myös raaka-aineiden hinnat sekä elintarvikeketjun eri toimijoiden katteet eli marginaalit. Elintarvikkeiden hinnanmuodostuksen analysoinnissa ongelmia aiheuttaa usein se, että elintarviketeollisuuden ja kaupan välisiä hintatietoja ei ole saatavilla. Usein yleisessä keskustelussa ”syyllinen” ruoan hinnan kalleuteen löydetään turhan yksipuolisesti vain yhden elintarvikeketjuun kuuluvan tahon toiminnasta. Elintarvikkeiden kuluttajahintojen taustalla on kuitenkin lukuisia määriä muita suoraan tai välillisesti vaikuttavia tekijöitä. Nämä tekijät voivat olla joko ulkosyntyisiä tai sitten sisäsyntyisiä. On selvää, että moni elintarvikkeiden kuluttajahintaan Suomessa vaikuttava osatekijä saa alkusysäyksen maailmanmarkkinoilta. Suomen kaltainen pieni ulkomaankaupasta riippuvainen maa on hyvin altis ulkoa tuleville markkinamuutoksille.

Kuvaan 16 on koottu suuri joukko elintarvikkeiden kuluttajahintaan erikseen tai yhdessä vaikuttavia tekijöitä, joiden yhteisvaikutuksena määräytyy kuluttajan elintarvikkeesta Suomessa maksama hinta. Näitä kaikkia kuluttajahintaan vaikuttavia osatekijöitä käsitellään tässä raportissa. Osatekijöiden suuresta määrästä johtuen niitä kaikkia ei kuitenkaan voida tarkastella yhtäläisellä yksityiskohtaisuudella. Renkaan ulkopuolella olevat vihreät laatikot esittävät lähinnä kotimarkkinoiden ulkopuolelta tulevia elintarvikkeiden hintaan vaikuttavia tekijöitä. Lisäksi renkaan ulkopuolelle punaiseen laatikkoon on sijoitettu ”muutokset kysynnässä ja tarjonnassa”. Kysynnän ja tarjonnan vaihtelut toimivat kaiken hintavaihtelun taustalla niin kotimaisilla kuin kansainvälisilläkin markkinoilla. Tarjonnan ylittäessä kysynnän hinnat laskevat ja vastaavasti kysynnän ollessa tarjontaa suurempi hinnat nousevat.

Suomen kotimarkkinoiden sisältä tulevat hintaa määrittelevät tekijät on merkitty kuvassa 16 renkaan sisäpuolelle oleviin laatikoihin. Sisärenkaan oranssilla väritetyt laatikot muodostavat kotimarkkinoiden perinteiset ”pelurit”, joiden merkitys elintarvikkeen loppuhinnassa on merkittävä ja yleisesti tunnustettu. Osa keltaisista laatikoista löytyvistä muista sisärenkaan tekijöistä on nimenomaan Suomen elintarvikemarkkinoille ominaisia piirteitä, joita ei välttämättä löydy muiden maiden elintarvikemarkkinoilta.

Elintarvikkeet ovat suhteellisen joustamattomia kotitalouksien tulojen ja tuotteiden hintojen muutoksille. Sopin (2006) tutkimuksen mukaan elintarvikkeiden vähittäismyyntihinnan lasku prosentilla lisää Suomessa kulutusta 0,36 prosenttia. Kotitalouksien tulojen kasvaminen prosentilla kasvattaa puolestaan elintarvikemenoja 0,78 prosenttia. Näitä hinta- ja menojoustoja on käytetty muun muassa elintarvikkeiden arvonlisäveron alennuksen tulevia vaikutuksia arvioineessa Pellervon taloudellisen tutkimuslaitoksen ja Valtion taloudellisen tutkimuskeskuksen tutkimuksessa. Tämän tutkimuksen arvion mukaan noin 80 prosenttia arvonlisäveron alennuksesta siirtyisi hintoihin. Tutkimus arvioi, että elintarvikkeista eniten kasvaisi kalan, lihan sekä kasvien ja hedelmien kulutus (Holm, Kiander, Rauhanen ja Viren 2007). Aika näyttää, osuiko arvio oikeaan.

Valtaosa kuluttajista pitää elintarvikkeita kalliina tai melko kalliina (TSN Gallup 2009, 128), mutta se ei välttämättä näy heidän kulutusvalinnoissaan. Elintarviketeollisuuden strategiana on viime vuosikymmenenä ollut tarjota kuluttajille yhä pitemmälle jalostettuja tuotteita, koska niistä saadaan lisäarvoa elintarviketieteen ja ”helpotetaan kuluttajan arkea” (Varjonen 2001, 38). Kuluttajat ovat myös ottaneet tarjouksen vastaan. Aterioiden ja muiden valmisruokien kulutus on kasvanut voimakkaasti. Valmisruokia ostettiin vuonna 2006 keskimäärin lähes 53 kiloa henkilöä kohti, kun luku vielä 1998 oli noin 41 kiloa. Erityisen paljon on lisääntynyt kokonaisen aterian muodostavien valmisruokien kulutus, millä tarkoitetaan laatikoita, keittoja, kasvisruokia ynnä muita mikroaterioita sekä lasten soseita ja purkkiruokia (Viinisalo, Nikkilä, Varjonen 2008).

Valmisruokien kulutus on siis lisääntynyt huolimatta siitä, että ne ovat kalliimpia kuin vähemmän jalostetut raaka-aineet. Kuluttajat ovat olleet valmiita maksamaan vaivattomuudesta. Näiden tuotteiden suurkuluttajia ovat yksinasuvat miehet (Viinisalo ym. 2008, 25). Niin kuin elintarvikkeet yleensä, valmisruokien kulutus ei näytä erityisemmin olevan riippuvainen kuluttajien tulotasosta. Kyse on siis yleisestä kulutustottumusten muutoksesta valmisruokien suuntaan (Varjonen ja Aalto 2010).

Sen sijaan tulos on varsin erilainen, kun tarkastellaan kodin ulkopuoliseen ruokailuun käytettyjä kulutusmenoja. Ateriapalveluihin käytetyt rahamenot kasvoivat tasaisesti tulo-kvintiilistä toiseen siirryttäessä. Ylimmän tulokvintiilin talouksien kulutusmenot ovat kolminkertaiset henkilöä kohden laskettuna alimpaan kvintiiliin verrattuna (Varjonen ja Aalto 2010). Kodin ulkopuolinen ruokailu on kasvanut jonkin verran, sillä suomalaiset söivät keskimäärin 153 ateriaa kodin ulkopuolella vuonna 2008 vastaavan luvun ollessa pari vuotta aikaisemmin 149 (Nielsen 2008b; 2006). Taloustutkimuksen (2010) mukaan vuonna 2009 suomalaiset söivät keskimäärin 160 ateriaa kodin ulkopuolella. Päivittäin ateriapalveluja käyttää 34 prosenttia väestöstä (Nielsen 2008b; 2006). Näistä aterioista osa syödään julkisella sektorilla, esimerkiksi kouluissa, joten ne eivät aiheuta kotitalouksille kulutusmenoja.

Kuluttajat arvostavat elintarvikkeiden kotimaisuutta. Lähellä tuotettu ruoka koetaan turvallisiksi ja viime aikojen keskustelussa on korostettu myös sen ekologisuutta. Usein kuitenkin tuontiruokien edullisempi hinta päätyy valintaperusteeksi. TNS Gallupin (2009, 58, 61) tutkimuksen mukaan edullisuus on neljänneksi tärkein elintarvikkeiden valintaperuste maun, ravitsemuksen ja herkullisuuden jälkeen. Vaivattomuudesta ollaan kuitenkin valmiita maksamaan, kuten edellä on käynyt ilmi. Teollisuus on uskonut vahvasti myös terveysvaikutteisten elintarvikkeiden kehittämiseen. Niiden tarjonta ja kulutus on lisääntynyt. Nämä ns. hyvinvointituotteet olivat mainostetuin elintarviketuoteryhmä vuonna 2008 (TNS Gallup 2009, 133). Sen sijaan luomuruokien pitkään odotettu kasvu on ollut hidasta, paljon hitaampaa kuin muissa kehittyneissä maissa. Vuonna 2008 luomutuotteiden osuus kotitalouksien elintarviketuotoista oli vain yksi

prosentti. Suurimmat osuudet ovat kananmunissa, hiutaleissa ja vihanneksissa juureksissa (TNS Gallup 2009, 51). Elintarviketeollisuus on vasta aivan viime aikoina alkanut kehittää luomutuotteita, mistä on esimerkkinä Valion luomumaitojuoma. Kauppa ei myöskään ole järjestänyt luomutuotekampanjoita.

Vaikka kuluttajat pitävät elintarvikkeita kalliina tai melko kalliina (TSN Gallup 2009, 128), he ovat olleet valmiita ostamaan eettisistä syistä Reilun kaupan tuotteita, vaikka niiden hinnat ovat korkeampia kuin normaalituotteilla. Kasvua on ollut sekä tuotteiden tarjonnassa, jossa tuotteiden määrä on noussut viiden vuoden aikana 70:stä tuhanteen ja myynti asukasta kohden noussut 1,5:sta 10,2:een euroon (TNS Gallup 2009, 49).

Kauppa on panostanut omien tuotemerkkien (Private label) määrän ja hyllytilan kasvatamiseen. Yhä useammin peruselintarvikkeita, mutta myös gourmet-herkkuja valmistetaan kaupan omien tuotemerkkien alla. Vielä muutama vuosi sitten kaupan omien merkkien suosio oli hiipumassa, mutta nyt johtavat kaupparyhmittymät painottavat omien merkkien osuutta elintarvikevalikoimassa. Kuluttajien keskuudessa hyvin tunnettuja merkkituotteita tarjoavilla elintarvikevalmistajilla on vähittäiskauppiaisiin nähden vahva neuvotteluasema. Elintarvikkeiden tuottajat ovat sitä vastoin paljon heikommassa asemassa, jos tuotteet eivät eroa toisistaan ja merkkitietoisuus on alhainen.

Nielsenin (2008a) kuluttajaneelin mukaan Suomessa elintarvikkeissa omien merkkien osuus päivittäistavaroiden myynnin määrästä lähentelee jo 14 prosenttia. Tuoteryhmittäin tarkasteltuna kaupan omien merkkien myynti on kasvanut voimakkaimmin maitotaloustuotteissa. Eniten kaupan omien merkkien ostoja ovat yllättäen lisänneet ylimmän tulo-
luokan piiriin kuuluvat kotitaloudet. S-ryhmän mukaan sen omien merkkien myynnin kasvu oli vuoden 2009 keväällä kaksinkertainen muuhun myyntiin verrattuna. Sekä S-että K-ryhmä ovat ilmoittaneet, että lähivuosina elintarvikkeissa omien merkkien osuus myynnistä on 20–25 prosenttia (Kauppalehti 2009a).

Koko vähittäiskauppamarkkinoilla kaupan omilla tuotemerkeillä on Suomessa hieman pienempi osuus kuin Euroopan kärkimailloilla. Kun lasketaan mukaan elintarvikkeet ja käyttötavarat, vuonna 2008 kauppojen oman merkit muodostivat Sveitsissä 54 prosenttia, Isossa-Britanniassa lähes 48 prosenttia sekä Belgiassa ja Saksassa noin 40 prosenttia myynnin määrästä. Vastaavasti Suomessa Tanskassa ja Ruotsissa omien merkkien osuus myynnistä on alle 30 prosenttia (taulukko 7). Yleisesti arvioidaan, että kauppojen omien merkkien markkinaosuus kasvaa lähitulevaisuudessa koko Euroopan alueella.

Pakasteissa kaupan omat merkit ovat ottaneet suuren markkinaosuuden kaikissa tarkastelussa olevissa EU:n jäsenmaissa. Sveitsissä ja Espanjassa niillä on jo yli 70 prosentin osuus myynnin määrästä. Suomessa pakasteilla on reilun 40 prosentin markkinaosuus ja Ruotsissa sekä Tanskassa noin 35 prosentin osuus. Meijerituotteissa kaupan omien merkkien markkinaosuudet vaihtelevat melko suuresti. Osuudet vaihtelevat Ison-Britannian yli 60 prosentista Ruotsin 10 prosenttiin (taulukko 7). Suomessa yksittäisistä tuoteryhmistä kalasäilykkeissä (88 %), hedelmäsäilykkeissä (81 %) ja kalapakasteissa (70 %) kaupan omien merkkien markkinaosuudet ovat suurimmat (PLMA 2009).

TAULUKKO 7.

Private label -tuotteiden osuuksia (%) vuoden 2008 myynnin määrästä (PLMA 2009).

	Elintarvikkeet ja käyttötavarat yht.	Maitotuotteet	Pakasteet	Virvoitusjuomat
Sveitsi	53,5	–	73,1	53,5
Iso-Britannia	47,9	61,2	49,8	–
Saksa	40,9	56,7	53,5	53,7
Belgia	40,4	54,1	65,5	38,3
Espanja	38,7	38,7	70,4	24,4
Itävalta	37,0	50,2	50,7	31,2
Ranska	34,0	–	55,8	27,2
Suomi	27,9	13,1	40,7	23,8
Tanska	27,7	–	35,4	24,4
Ruotsi	27,1	9,6	35,4	25,4

Terveyttä nakertavien elintarvikkeiden verottaminen on noussut keskeiseksi puheenaiheeksi niin Suomessa kuin muuallakin maailmassa. Suomen hallitus päätti vuoden 2009 elokuussa budjettiesityksessään ottaa käyttöön vuoden 2010 lopulla makeisveron ja laajennetun virvoitusjuomaveron. Näiden verojen kautta valtion verotuottojen arvioidaan kasvavan vuositasolla 100 milj. euroa (Valtioneuvosto 2009) Näiden niin sanottujen häittäverojen käyttöönottoa perustellaan kansanterveydellisillä syillä. Makeisvero on jo aiemmin ollut käytössä, mutta se poistettiin vuoden 2000 alussa. Makeisvero tuotti valtiolle vuosittain noin 26 miljoonaa euroa. Makeis- ja virvoitusjuomaveron suuruus ja toteutuksen ajankohta on vielä toistaiseksi avoinna.

Virvoitusjuomiin on sovellettu valmisteveroa jo 1940-luvulta alkaen, mutta nyt kohdejoukkoa ollaan laajentamassa ja verokantaa muuttamassa. Virvoitusjuomaveron kohteena on siten todennäköisesti myös sokerittomia hiilihapollisia virvoitusjuomia ja hiilihapollisia vesiä, sillä verotettavat tuotteet valitaan tullitariffien nimikkeiden mukaisesti. Myös terveysvaikutteiset ksyylitolituotteet ja sokerittomat makeistuotteet saanevat osakseen veron.

Suomessa on keskusteltu myös rasvaveron käyttöönoton mahdollisuudesta. Rasvaveron myötä elintarvikkeella olisi sitä korkeampi vero mitä enemmän sen koostumuksessa on haitallisina pidettyjä kovia rasvoja. Tanska on ilmoittanut alkavansa periä rasvaveroa vuoden 2010 alusta juustoista, voista, margariineista ja eräistä kasviöljyistä, mikäli ne sisältävät kolesterolia nostavia kovia rasvoja. Jos esimerkiksi maitotuotteessa on kilo kolesterolia nostavaa kovaa rasvaa, vero on 3,35 euroa. Siten Tanskan rasvavero Suomeen sovellettuna olisi normaalirasvaisen Oltermanni-juuston (sisältää kovia rasvoja 160 grammaa) kohdalla kilohinnassa 54 senttiä, mikäli vero siirtyisi sellaisenaan tuotteen hintaan (Kauppalehti 2009c).

Useissa muissakin jäsenmaissa eri elintarvikkeisiin ja niihin liittyviin palveluihin sovelletaan erilaisia verokantoja. Esimerkiksi vauvanruoalla voi olla alennettu verokanta ja paljon sokeria sisältävillä tuotteilla, esimerkiksi jäätelöllä, virvoitusjuomalla ja suklaalla, on eräissä maissa korkeampi verokanta suhteessa yleensä käytettävään elintarvikkeiden

verokantaan. Siten näihin eräisiin epäterveiksi yleisesti luokiteltaviin elintarvikkeisiin kohdistuu eräänlainen rangaistusvero.

Yhtenäistä kaikkii epäterveellisiksi luokiteltaviin elintarvikkeisiin ulottuvaa ”roskaruokaveroa” (junk-food tax) ei ole toistaiseksi toteutettu missään unionin maassa. Romania ilmoitti vuoden 2010 tammikuussa ottavansa ensimmäisenä EU-maana käyttöön vuoden 2010 maaliskuussa roskaruokaveron, jonka kohdejoukkona ovat pikaruokat, makeiset ja leivonnaiset, perunalastut sekä virvoitusjuomat lukuun ottamatta vettä (EurActiv 2010). Suomen kanta roskaruokaveroon on ainakin toistaiseksi toisen-suuntainen, sillä vuoden 2010 heinäkuussa tapahtuva ravintolapalveluiden arvonlisäveron lasku koskettaa myös Suomessa toimivia pikaruokaketjuja.

Luvuissa 3.1 tarkasteltiin elintarvikkeiden kulutussuuntauksia. Esiin nousivat seuraavat huomiot ja johtopäätökset:

1. Elintarvikkeiden kuluttajahintojen taustalla on suuri määrä suoraan tai välillisesti vaikuttavia tekijöitä, jotka ovat peräisin joko koti- tai maailmanmarkkinoilta.
2. Elintarvikkeet ovat suhteellisen joustamattomia kotitalouksien tulojen ja tuotteiden hintojen muutoksille.
3. Mikroaterioiden ja muiden valmisruokien kulutus ovat Suomessa kasvaneet voimakkaasti. Myös ravintoloissa ruokailu on kasvava trendi.
4. Makeis- ja rasvaverot sekä epäterveellisiksi luokiteltavien ruokien rangaistusverot yleistyvät EU:n alueella.

3.2 Elintarvikkeiden kuluttajahintojen kehitys EU:n alueella

Elintarvikeketju

Elintarvikkeiden tarjontaketju kattaa toimijat, jotka jalostavat ja välittävät maatalouden tuottaman raaka-aineen kulutushyödykkeiksi. Elintarvikeketju yhdistää kolme taloudellisesti merkittävää alaa eli maatalousalan, elintarvikkeiden jalostusteollisuuden ja jakelualan. Näiden alojen osuus on Euroopassa tuotetusta lisäarvosta yli viisi prosenttia. Elintarvikeketjulle on ominaista, että siihen osallistuu erilaisia toimijoita: viljelijöitä, elintarvikkeiden jalostajia, välittäjiä, tukkukauppiaita ja vähittäiskauppiaita. Yritykset toimivat koosta riippumatta samoilla markkinoilla toistensa kilpailijoina, hankkijoina tai asiakkaina. Näihin suhteisiin liittyy usein monenlaisia haasteita (Euroopan komissio 2009a).

EU:n komissio on sidosryhmien avustuksella hahmottanut, mitkä ovat suurimmat elintarvikeketjuun kohdistuvat haasteet ja niihin liittyvät toimenpiteet. Elintarvikeketjun painopistealueiksi on määritetty 1) kestävien ja markkinaehtoisten suhteiden luominen elintarvikeketjun sidosryhmien välille, 2) koko ketjun läpinäkyvyyden lisääminen kilpailun lisäämiseksi ja hinnantarkkailujen sietokyvyn parantamiseksi ja 3) Euroopan elintarvikeketjun integroitumisen ja kilpailukyvyn tukeminen kaikissa jäsenvaltioissa (Euroopan komissio 2009a).

Osana kestävien ja markkinaehtoisten suhteiden kehittämistä komissio ilmaisi huolensa elintarvikeketjun toimijoiden eri tasoista neuvotteluvoimista ja hyvän kauppatavan vastaisten käytäntöjen ilmenemisestä. Sen mukaan elintarvikeketjun osapuolten neuvotteluvoima on yleisesti hyvin eritasoinen. Neuvotteluvoimien epätasaisuus voi johtaa hyvän kauppatavan vastaisiin käytäntöihin, kun suuremmat ja vaikutusvaltaisemmat toimijat pyrkivät muokkaamaan sopimusjärjestelyt mieleisikseen eli saamaan joko parempia hintoja tai parempia ehtoja. Tällaisia käytäntöjä voi esiintyä kaikissa ketjun vaiheissa. Niitä ovat esimerkiksi maksuviivästykset, sopimusten yksipuoliset muutokset, sopimusehtojen tilapäiset muutokset ja neuvotteluihin pääsemiseksi vaadittavat etukäteismaksut (Euroopan komissio 2009a).

Komissio painottaa myös, että elintarvikeketjun läpinäkyvyyttä ja ennustettavuutta tulee parantaa. Nyt ketjun alkupäässä käytetään yleisesti johdannaisia maataloushyödykkeiden hintojen ailahteluun varautumiseksi. Komissio haluaa, että johdannaisia käytetään alkuperäiseen tarkoitukseensa eli hinnanmuodostukseen ja suojautumiseen. Maataloushyödykkeiden johdannaismarkkinoiden, myös pörssin ulkopuolisten kahdenvälisen markkinoiden, avoimuutta ja valvontaa onkin syytä lisätä yleisesti EU:ssa. Etenemissuunnitelmassa ehdotettiin myös eurooppalaisen elintarvikkeiden hintojen seuranta-välineen perustamista hintojen läpinäkyvyyden lisäämiseksi ketjun loppupään markkinoilla (Euroopan komissio 2009a).

Komissio mukaan elintarvikeketju on erittäin pirstoutunut eri EU:n jäsenvaltioiden välillä. Elintarvikkeiden hintaerot maiden välillä ovat suuret sekä hintatasojen että hintojen kehityksen suhteen. Vaikka EU:n sisäinen elintarvikkeiden ja alkoholittomien juomien hintahajonta on kaiken kaikkiaan pienentynyt, hintahajonnan laajuus vaihtelee edelleen suuresti tuotteiden välillä. Eräiden perustuotteiden, kuten sokerin tai voin, hintahajonta on merkittävästi keskiarvoa suppeampi, mutta kivennäisveden, kananmunien tai jäätelön kaltaisten kulutustuotteiden hintavaihtelu on tarkasteltujen elintarvikkeiden keskivertohintahajontaa suurempi. Osan havaituista maiden välisistä hintaeroista selittävät erilaiset kansalliset tekijät, kuten erot kotitalouksien keskituloissa, mieltymyksissä, arvonlisäveron suuruudessa tai paikallisen tuotannon osuudessa. Oma osuutensa on kuitenkin myös muilla, markkinadynamiikkaan ja sääntelykehyykseen liittyvillä tekijöillä (Euroopan komissio 2009a).

Elintarvikkeiden kuluttajahinnat

Viime vuosina Suomen inflaatio on ollut varsin alhainen, erityisesti elintarvikkeiden osalta. Suomessa elintarvikkeiden hinnat nousivat pitkään hitaammin kuin EU:n alueella keskimäärin. Vuoden 2008 aikana elintarvikkeiden kuluttajahinnat nousivat kuitenkin poikkeuksellisen paljon Suomessa suhteessa unionin keskimääräiseen tasoon. Esimerkiksi vuoden 2008 lopulla elintarvikkeet olivat Suomessa 10,7 prosenttia kalliimpia kuin vuotta aiemmin, kun EU-27:n keskimääräiset hinnat olivat noin 4 prosenttia ja Ruotsin 6 prosenttia edellisvuoden tasoa kalliimpia (taulukko 8). Unionin alueen maista lähinnä vain Maltan ja Kyproksen hintakehitys elintarvikkeissa on ollut samankaltainen kuin Suomessa eli hintojen nousu taittui selvästi keskimääräistä hitaammin (Eurostat 2009)

Vuoden 2007 syksyllä alkanut elintarvikkeiden hintojen nousu pysähtyi valtaosassa EU:n maita jo vuoden 2008 kesällä. Suomessa elintarvikkeiden hintojen kohoaminen alkoi varsinaisesti vasta vuosien 2007 ja 2008 vaihteessa ja se jatkui vuoden 2009 alkuun saakka. Elintarvikkeiden hintojen nousu alkoi Suomessa siten selkeästi viiveellä ja myös hintojen nousu pysähtyi viiveellä (taulukko 8).

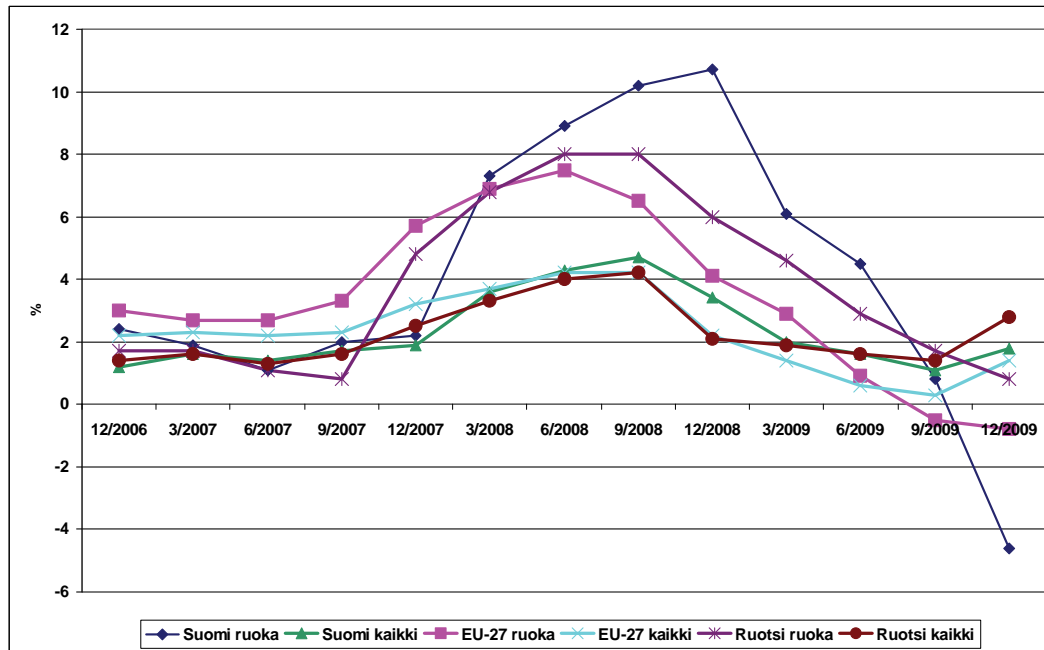
TAULUKKO 8.

Elintarvikkeiden kuluttajahintojen (harmonised indices of consumer prices, food and non-alcoholic beverages, annual rate of change) neljännesvuosittainen muutos vuoden takaiseen tasoon verrattuna eräissä EU-maissa vuosina 12/2006–12/2009 (Eurostat 2010).

	12/2006	3/2007	6/2007	9/2007	12/2007	3/2008	6/2008	9/2008	12/2008	3/2009	6/2009	9/2009	12/2009
EU-27	3	2,7	2,7	3,3	5,7	6,9	7,5	6,5	4,1	2,9	0,9	-0,5	-0,8
Suomi	2,4	1,9	1,1	2	2,2	7,3	8,9	10,2	10,7	6,1	4,5	0,8	-4,6
Ruotsi	1,7	1,7	1,1	0,8	4,8	6,8	8	8	6	4,6	2,9	1,7	0,8
Tanska	4,7	4,4	2,7	2,9	6,8	7,5	9,4	8,6	4,4	2,2	-0,3	-1,5	-3,0
Iso-Britannia	4,6	5,6	4,8	3,7	5,4	5,5	9,5	11,3	10,4	10,5	5,4	1,6	1,6
Saksa	2,5	2,1	1,8	2,5	5,7	7	6,3	5,3	1,9	-0,1	-0,9	-2,8	-1,9
Irlanti	1,8	0,9	2,6	2,6	6,3	9,3	7,2	6	3,1	-0,6	-3,2	-6,0	-8,1
Ranska	1,8	0,5	1,3	1,3	3,2	5,6	5,8	4,9	3,2	1,5	-0,7	-0,7	-0,6
Alankomaat	2,1	1,1	1,1	0,3	3,4	5,2	6,6	6,8	4,7	3,6	1,3	-1,2	-1,1
Italia	2,7	2,4	2,6	2,8	4,2	5,5	6,1	5,7	4,1	2,7	1,5	0,6	0,3
Puola	1,9	4,1	4,6	4,9	7,9	6,9	6,9	4,5	3,2	5,1	5,1	4,3	3,5

Kuva 17 osoittaa, että EU-27-alueella keskimäärin ja Ruotsissa ruoan kuluttajahinta noudatti yleisen kuluttajahinnan mukaista kehitystä aina vuoden 2007 syksyyn saakka. Suomessa ruoan kuluttajahinnat alkoivat erkaantua yleisen kuluttajahinnan muutosvauhdista vuoden 2008 alussa. Enimmillään, vuoden 2008 lopulla, ruoan kuluttajahinnat olivat yli 7 prosenttiyksikköä keskimääräisten kuluttajahintojen ylläpuolella. Vuoden 2009 aikana ero on kaventunut, mutta kesäkuussa eroa oli vielä 3 prosenttiyksikköä, kun vastaavasti unionin alueella ero oli kaventunut keskimäärin lähes umpeen ja Ruotsissakin reiluun yhteen prosenttiyksikköön.

Elintarvikkeiden arvonlisäveron alennus laski selvästi ruoan hintatasoa Suomessa vuoden 2009 lopulla. Siten ruoan hinta oli joulukuussa 4,6 prosenttia alempi kuin vuotta aiemmin, kun EU:ssa keskimäärin elintarvikkeiden hinnat olivat vastaavasti vajaan prosentin edullisempia ja Ruotsissa noin prosentin kalliimpia. Heti arvonlisäveron alennuksen jälkeen, lokakuussa 2009, elintarvikkeiden hinnat laskivat Suomessa edelliskuukauteen nähden 5 prosenttia. Ruotsissa elintarvikkeiden hinnat nousivat vuoden 2009 lokakuussa 1,6 prosenttia syyskuun tasosta (Eurostat 2010).



KUVA 17.

Elintarvikkeiden ja yleisten yhdenmukaistettujen kuluttajahintojen (harmonised index of consumer prices) neljännesvuosittainen kehitys vuoden takaiseen tasoon verrattuna Suomessa, Ruotsissa ja EU-27-alueella aikavälillä 12/2006–12/2009 (Eurostat 2010).

Elintarvikkeiden kuluttajahinnat nousivat yleisesti voimakkaasti EU:n alueella vuonna 2008. EU-maista kaikissa muissa paitsi Unkarissa elintarvikkeet kallistuivat vuonna 2008 enemmän kuin edellisenä vuonna. Suomea enemmän elintarvikkeet kallistuivat vanhoista jäsenmaista Isossa-Britanniassa sekä kuudessa itäisen Euroopan uudessa jäsenmaassa. Elintarvikkeiden hinnat kallistuivat vähiten Ranskassa ja Portugalissa (taulukko 9).

Pidemmän aikavälin tarkastelu

Vuotta 2008 lukuun ottamatta elintarvikkeiden kuluttajahintojen keskimääräinen vuotuisen kehitys on ollut Suomessa koko 2000-luvun alle EU-27-alueen keskimääräisen tason. Vuodesta 2000 vuoteen 2008 elintarvikkeiden kuluttajahinnat nousivat EU-27-alueella lähes 30 prosenttia ja vastaavasti Suomessa noin 23 prosenttia sekä Ruotsissa 17 prosenttia (taulukko 9).

TAULUKKO 9.

Elintarvikkeiden kuluttajahintojen (harmonised indices of consumer prices, food and non-alcoholic beverages, average rate of change) keskimääräinen vuotuinen kehitys EU-27-alueella vuosina 2000–2008 (Eurostat 2009).

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
EU-27	3,9	6,5	2,9	2,0	1,8	1,1	2,4	3,5	6,4	1,0
Belgia	0,7	4,5	2,3	1,9	1,1	1,7	2,5	3,9	6,1	0,8
Bulgaria	10,3	6,5	0,0	-1,0	6,7	4,1	5,8	13,5	16,2	-0,9
Tsekin tasavalta	1,1	5,1	-2,0	-2,0	3,5	-0,1	0,5	4,4	7,9	-3,3
Tanska	1,6	3,9	2,2	1,4	-1,0	0,6	2,7	4,5	7,6	-0,1
Saksa	-0,4	4,5	0,8	-0,1	-0,4	0,4	1,9	2,9	5,3	-1,3
Viro	2,4	7,8	3,1	-1,9	4,2	3,6	4,8	9,4	14,0	-3,7
Irlanti	3,1	6,5	3,4	1,4	-0,2	-0,7	1,4	2,8	6,5	-3,5
Kreikka	2,1	5,3	5,8	4,9	0,9	0,8	3,5	2,2	5,3	1,8
Espanja	2,3	5,4	4,7	4,1	3,9	3,2	4,2	3,7	5,9	-1,1
Ranska	2,2	5,5	2,7	2,3	0,5	0,1	1,7	1,4	5,1	0,1
Italia	1,6	4,0	3,6	3,2	2,1	-0,1	1,7	2,9	5,4	1,6
Kypros	5,3	4,2	5,8	5,2	3,8	2,4	5,6	4,8	6,0	3,9
Latvia	0,7	4,8	3,5	2,6	7,4	9,2	8,2	13,5	18,2	-0,1
Liettua	-2,4	3,9	-0,8	-3,7	2,2	4,0	6,1	11,1	15,8	1,7
Luxemburg	2,0	4,7	3,9	2,0	1,8	1,7	2,4	3,3	5,3	1,5
Unkari	8,9	13,2	4,3	1,4	5,6	1,6	8,2	12,0	10,4	3,8
Malta	1,0	4,0	2,1	2,0	-0,3	1,8	2,2	3,9	8,0	6,4
Alankomaat	0,8	7,1	3,5	1,2	-3,5	-1,2	1,7	1,6	5,7	1,1
Itävalta	1,6	3,3	1,2	1,5	1,7	1,1	1,5	4,2	6,4	0,3
Puola	9,9	4,6	-0,6	-1,2	6,2	2,1	0,6	4,7	5,9	4,5
Portugali	2,1	6,5	1,5	2,3	1,1	-0,6	2,7	2,4	3,7	-3,4
Romania	44,0	36,1	18,3	14,6	9,4	6,1	3,8	3,9	9,5	3,3
Slovenia	5,6	9,1	7,4	4,4	0,1	-1,0	2,3	7,2	9,6	0,5
Slovakia	5,3	5,5	1,2	3,3	4,9	-0,7	2,0	4,0	7,0	-3,8
Suomi	1,0	4,4	3,1	0,6	0,8	0,3	1,5	2,1	8,6	2,0
Ruotsi	0,4	3,3	3,5	0,6	-0,2	-0,7	0,8	2,0	6,9	3,0
Iso-Britannia	-0,5	3,8	0,8	1,2	0,7	1,5	2,5	4,5	9,1	5,4

Vuonna 1994, vuosi ennen EU-jäsenyyttä, elintarvikkeet maksoivat Suomessa keskimäärin 40 prosenttia enemmän kuin muissa unionin maissa. Vuonna 1996 suomalaisten elintarvikkeiden hinnat olivat jo lähentyneet merkittävästi eurooppalaista keskitasoa, sillä ero oli supistunut 20 prosenttiin. Myös eri elintarvikeryhmien hintatasot lähestyivät selvästi toisiaan (Kiander ja Rompanen 2005).

Suomessa elintarvikkeiden kuluttajahinnat nousivat vuoden 1995 keskiarvosta vuoden 1998 elokuun loppuun keskimäärin 1,7 prosenttia. Tuoteryhmäkohtaiset erot hintojen muutoksissa olivat suuria. Peruselintarvikkeista kaikkien lihalajien sekä nestemäisten maitovalmisteiden hinnat laskivat ja viljatuotteiden sekä juuston hinnat säilyivät muuttumattomina. Näiden alojen tuotteisiin kohdistuivat suurimmat muutokset EU:n markkinajärjestelmään siirtymisen jälkeen. Muun muassa virvoitusjuomien, kasvisten, voin ja erityisesti hedelmien hinnat nousivat vuodesta 1995 vuoden 1998 elokuuhun. Hedelmien kuluttajahintojen lähes neljänneksen nousu selittyi paljolti sillä, että ennen EU-jäsenyyttä

Suomeen tuotiin unionin ulkopuolisista maista hedelmiä ja hedelmäsäilykkeitä alhaisella tullilla. EU:n rajasuojan tultua voimaan näiden tuotteiden tuonti kallistui (Nikkilä ja Pohjonen 1998).

Ruoan kuluttajahintojen kehitys on ollut 2000-luvulla pääosin EU:n yleisen hintakehityksen mukaista tai jopa hiukan sen alapuolella (taulukko 9), vaikka yleisessä keskustelussa ruoan kuluttajahintojen arvioidaan Suomessa nousseen voimakkaasti jo pidemmän aikaa. Vuoden 2008 aikana elintarvikkeiden kuluttajahinnat nousivat kuitenkin poikkeuksellisen paljon Suomessa suhteessa unionin keskimääräiseen tasoon.

Vasta vuoden 2009 helmikuun jälkeen elintarvikkeiden kuluttajahinnat kääntyivät Suomessa laskuun. Toukokuussa ruoan hinta oli vihdoin edelliskuukautta alemmalla tasolla (-1,6 %). Vuositasollakin mitattuna pudotus toukokuussa 2009 oli suuri. Tällöin hinnat olivat Ruotsin tavoin enää 3 prosenttia korkeammalla tasolla kuin vuotta aiemmin. Vielä huhtikuussa olivat hinnat vastaavasti Suomessa lähes 6 prosenttia (Ruotsissa noin 4 %) korkeammat edellisvuoteen nähden (Tilastokeskus 2009 ja SCB 2009).

Lehtisen (2009) mukaan Suomen elintarvike- ja bensiinimarkkinoiden toimintaa voidaan selittää höyhenteoriolla. Kun maailmanmarkkinahinnat ja tuotantokustannukset kohoavat ylös, kuluttajahinnat nousevat täysimääräisesti ja nopeasti. Kun kustannukset puolestaan laskevat, kuluttajahintojen lasku on hidasta kuin höyhenen pudotus.

Muutosprosenttien suuruus ja suunta riippuvat siitä, mihin ajankohtaan verrataan

On selvää, että suuria ruoan hinnan nousuprosentteja ja vastaavasti suuria laskuprosentteja saadaan, kun tarkastellaan yksittäisiä vertailuajankohtia. Esimerkiksi Tilastokeskuksen kuluttajahintaindeksin mukaan Suomen elintarvikkeiden hintataso oli vuoden 2009 helmikuussa korkeimmillaan, kun vertailuajankohtana on vuosi 2005. Valitsemalla vertailuajankohdiksi vaikkapa kahden edellisen vuoden helmikuu, voidaan päätyä toteamaan, että ruoka Suomessa oli vuoden 2009 alussa 7,5 prosenttia kalliimpaa kuin vuoden 2008 alussa ja vastaavasti 13,8 prosenttia kalliimpaa kuin vuoden 2007 alussa. Kun verrataan arvonlisäveron alennuksen ajankohtaa (lokakuu 2009) vuosien 2009 ja 2008 helmikuuhun, on ruoan hinta laskenut vuoden 2009 alkuun nähden 8,3 prosenttia ja vuoden 2008 alkuun nähden 1,5 prosenttia.

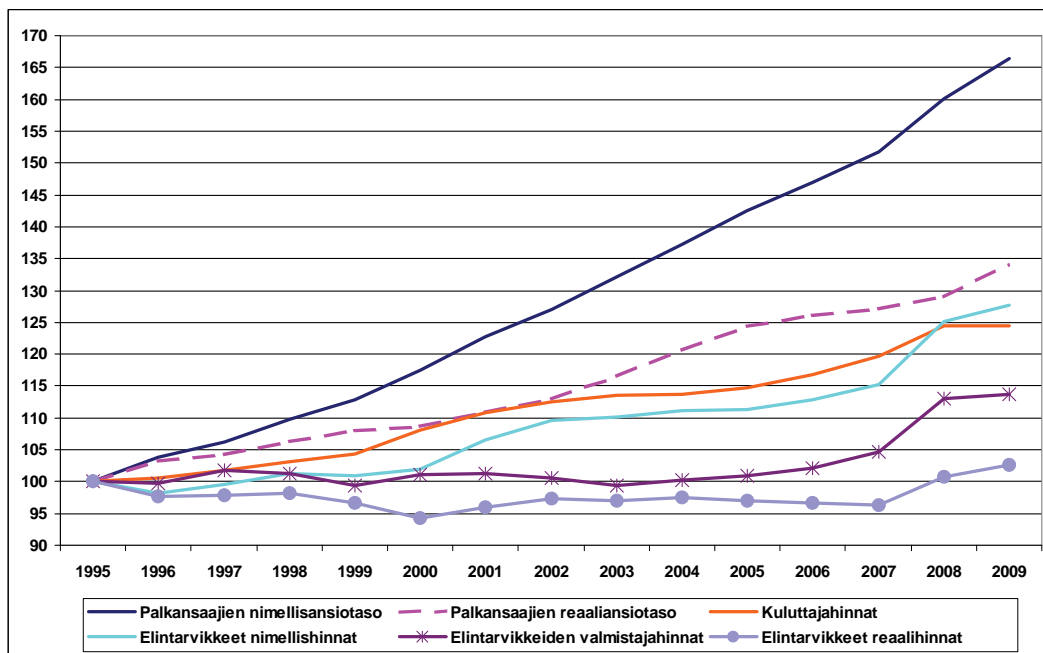
On tärkeää, että suurempia johtopäätöksiä ruoan hintakehityksestä tehtäessä huomioidaan pidemmän aikavälin hintakehitys. Lisäksi on tietysti hyvä pohtia suurten hintaheilahtelujen taustatekijöitä. Tällaisia ovat Suomessa viime vuosina olleet muun muassa arvonlisäverokannan lasku, työvoimakustannusten nousu, raaka-aineiden ja energian hinnan vaihtelut sekä sesonkituotteiden hintakehitys.

Suomen EU-jäsenyyden aikana ruoan reaalihintaa² eli elintarvikkeiden hintakehitys suhteessa yleiseen kuluttajahintaindeksiin ylitti ensimmäisen kerran vuoden 1995 tason vasta vuonna 2008 (kuva 18).

² Reaalihintaa on tietyn perusvuoden hinnoin laskettu hinta, josta on poistettu hintatason muutosten vaikutukset. Reaali hinnalla tarkoitetaan usein kuluttajahintaindeksillä deflatoitua nimellishintaa (Tilastokeskus 2010).

Hintakeskustelussa jää useimmiten taka-alalle **yleisen ostovoiman kehitys**, joka on ollut Suomessa koko EU-jäsenyyden ajan hyvä. Palkansaajien ansiotaso on kehittynyt huomattavasti nopeammin kuin esimerkiksi yleiset kuluttajahinnat tai elintarvikkeiden kuluttajahinnat (kuva 18). Kuluttajat ovat siten voineet siirtää osan aiemmin ruokaostokseen käytetystä rahasta muihin kulutuskohteisiin. Vuonna 2008 keskimääräinen ansiotason nousu vuotta aiempaan nähden oli 5,5 prosenttia ja kuluttajahintojen vuosimuutoksesta puhdistettu reaaliansioiden vuosinousu 1,4 prosenttia. Vuoden 2009 keskimääräinen ansiotason nousu edelliseen vuoteen verrattuna oli ensimmäisten ennakkotietojen mukaan 3,9 prosenttia ja reaaliansioiden nousu oli sama (Tilastokeskus 2010)

Kuva 18 osoittaa, että vuoden 2007 ja 2008 välinen kehitys oli niin hinnoissa kuin palkoissa poikkeuksellinen. Elintarvikkeiden kuluttajahinta nousi vuonna 2008 keskimäärin 8,6 prosenttia, elintarviketeollisuuden valmistajahinnat (tuottajahinnat) nousivat vastaavasti 8 prosenttia ja palkansaajien ansiotasokin 5,5 prosenttia. Vuonna 2009 hintakehitys oli maltillisempaa, mutta palkansaajien ansiot nousivat edelleen melko voimakkaasti. Elintarvikkeiden hinnat kallistuivat 2 prosenttia, elintarviketeollisuuden valmistajahinnat vain 0,6 prosenttia ja palkansaajien nimellisansiot nousivat ennakkotietojen mukaan noin 4 prosenttia. Kuluttajahinnoissa ei tapahtunut muutosta.



KUVA 18.

Elintarvikkeiden kuluttajahintojen ja valmistajahintojen kehitys suhteessa yleiseen kuluttajahintojen ja ansiotason muutokseen, 1995 = 100 (Tilastokeskus 2010 ja omat laskelmat).

EU:n jäsenyyden aikana elintarvikkeiden keskihintojen kehityksessä Suomessa on selkeitä tuoteryhmittäisiä eroja. Taulukossa 10 mukana olevista kahdestakymmenestä tuotteesta vehnäjäuhon, makaronin, appelsiinin, sokerin ja voin keskihinnat ovat laskeutuneet eniten vuoden 1994 syyskuusta vuoden 2009 syyskuuhun. Vastaavasti eniten ovat nousset kurkun, banaanin, kerman, juuston, maidon ja sekahiivaleivän hinnat. Vehnäjäuhon hinta on laskenut viidenneksellä, mutta sekahiivaleivän hinta on samanaikaisesti

noussut yli neljänneksellä. Tämä johtuu suurelta osin leipomoteollisuuden suurista työvoimakustannuksista suhteessa muihin elintarviketeollisuuden aloihin.

Mikäli tarkastellaan elintarvikkeiden keskihintojen muutosta 2000-luvulla, ovat muutokset hieman erilaisia. Esimerkiksi toisin kuin vuoteen 1994 verrattuna, vehnäjäuhon ja voin hinnat olivat vuoden 2009 syyskuussa lähes samalla tasolla kuin vuoden 2000 syyskuussa. Lisäksi makaroni, metvursti ja margariini olivat vuonna 2009 halvempia kuin vuonna 1994, mutta selvästi kalliimpia kuin vuonna 2000.

Taulukossa 10 on laskettu myös yleisen hintakehityksen (1994 syyskuu–2009 syyskuu ja 2000 syyskuu–2009 syyskuu) mukaan indeksoidut hinnat vuoden 2009 syyskuulle. Kuluttajahintaindeksi nousi 24,6 prosenttia syyskuusta 1994 syyskuuhun 2009 ja vastaavasti 14 prosenttia syyskuusta 2000 syyskuuhun 2009. Siten indeksoitu hinta 1994-2004 pitää sisällään syyskuun vuoden 1994 hinnan lisättynä 24,6 prosentilla eli se ilmoittaa elintarvikkeen hinnan vuoden 2009 syyskuussa, jos se olisi noussut samaan tahtiin kuin hinnat yleensä keskimäärin.

Valtaosa (70 %) tarkastelussa olevista tuotteista oli vuoden 2009 syyskuussa edullisempia kuin vuodesta 1994 indeksoitu hinta. Varsinkin vehnäjauho, makaroni, appelsiini, sokeri voi ja metvursti olivat halvempia. Kalliimpia olivat vain muutamat elintarvikkeet: kurkku, banaani, kerma, juusto, maito ja leipä.

Enää 43 prosenttia tuotteista on muuttunut edullisemmiksi, kun verrataan vuoden 2009 syyskuun hintoja vuodesta 2000 indeksoituihin hintoihin. Halventuneissa tuotteissa hintojen pudotus oli pääosin huomattavasti lievempi kuin vuodesta 1994 indeksoituihin hintoihin nähden. Muun muassa makaronin, naudan ulkopaistin, makkaran, margariinin ja perunan kohdalla etumerkki on vaihtunut eli vuoden 2009 hinta oli kalliimpi kuin vuodesta 2000 indeksoitu hinta.

TAULUKKO 10.

Eräiden elintarvikkeiden keskihinnat Suomessa kunkin vuoden syyskuussa ja vuosien 1994–2009 sekä 2000–2009 yleisen hintakehityksen mukaisesti indeksoitu hinta vuodelta 2009 (Tilastokeskus 2010 ja omat laskelmat).

		Yks.	1994	1996	2000	2006	2007	2008	2009	muutos % 1994–2009	muutos % 2000–2009	1994–2009 indeksoitu hinta, eur	2000–2009 indeksoitu hinta, eur
Vehnäjauho	2 Kg		1,83	1,21	1,28	0,81	0,84	1,21	1,24	-32,2	-3,1	2,28	1,46
Sekahiiva- leipä	Kg		3,37	3,26	3,35	3,87	3,91	4,24	4,33	28,5	29,3	4,20	3,82
Makaroni	400g		0,60	0,44	0,36	0,33	0,34	0,44	0,47	-21,7	30,6	0,75	0,41
Naudan ulkopaisti*	Kg		11,17	8,33	8,47	10,08	10,12	12,39	12,49	11,8	47,5	13,92	9,66
Lenkki- makkara	Kg		3,69	3,05	3,11	3,30	3,39	3,75	3,94	6,8	26,7	4,60	3,55
Metvursti	Kg		16,02	13,37	12,35	12,59	12,81	13,99	14,40	-10,1	16,6	19,96	14,08
Kevytmaidon	L		0,67	0,65	0,63	0,73	0,72	0,90	0,90	34,3	42,9	0,83	0,72
Edamjuusto	Kg		6,95	6,13	6,55	7,65	7,61	9,18	9,40	35,3	43,5	8,66	7,47
Kuohukerma	2 dl		0,82	0,79	0,81	0,94	0,92	1,10	1,13	37,8	39,5	1,02	0,92
Kananmunat	Kg		2,82	1,86	2,30	2,50	2,75	2,97	3,05	8,2	32,6	3,51	2,62
Voi	500g		2,65	2,17	2,36	2,46	2,37	3,09	2,31	-12,8	-2,1	3,30	2,69
Jääkaappi- margariini	400g		1,43	1,06	1,15	1,19	1,22	1,41	1,39	-2,8	20,9	1,78	1,31
Appelsiini	Kg		1,67	1,48	1,46	1,68	1,71	1,55	1,42	-15,0	-2,7	2,08	1,66
Banaani	Kg		1,16	1,46	1,54	1,51	1,47	1,53	1,66	43,1	7,8	1,45	1,76
Tomaatti	Kg		2,24	2,07	2,03	2,33	2,91	2,80	2,60	16,1	28,1	2,79	2,31
Kurkku	Kg		1,44	2,30	1,77	2,43	2,53	3,12	2,72	88,9	53,7	1,79	2,02
Ruoka- peruna	Kg		0,64	0,46	0,55	0,67	0,73	0,83	0,75	17,2	36,4	0,80	0,63
Hienosokeri	Kg		1,21	1,08	1,12	1,03	1,03	1,04	1,03	-14,9	-8,0	1,51	1,28
Kahvipaketti	500g		2,91	2,88	3,08	2,62	2,66	2,83	2,92	0,3	-5,2	3,63	3,51
Täysmehu	L		0,88	0,87	0,95	0,83	0,93	0,99	0,98	11,4	3,2	1,10	1,08

* Naudan ulkopaisti on vuodesta 2006 eteenpäin naudan paisti

Luvussa 3.2 tarkasteltiin elintarvikkeiden kuluttajahintoja EU:ssa Tästä voidaan vetää seuraavia johtopäätöksiä:

1. Lukuun ottamatta vuotta 2008, Suomen inflaatio on ollut koko 2000-luvun varsin alhainen erityisesti elintarvikkeiden osalta. Suomessa elintarvikkeiden hinnat nousivat pitkään hitaammin kuin EU:n alueella keskimäärin. Suomen EU-jäsenyyden aikana alusta ruoan reaalihintaa ylitti ensimmäisen kerran vuoden 1995 tason vasta vuonna 2008. Vuoden 2008 aikana elintarvikkeiden kuluttajahinnat nousivat Suomessa kuitenkin poikkeuksellisen paljon suhteessa unionin keskimääräiseen tasoon. Useimpiin unionin maihin nähden elintarvikkeiden hintojen nousu alkoi Suomessa viiveellä ja myös hintojen nousu pysähtyi viiveellä.
2. Suurempia johtopäätöksiä ruoan hintakehityksestä tehtäessä tulisi huomioida pidemmän aikavälin hintakehitys. Lisäksi on hyvä pohtia hintaheilahtelujen taustatekijöitä. Tällaisia ovat Suomessa viime vuosina olleet muun muassa arvonlisäverokannan lasku, kansainvälinen talouskriisi, työvoimakustannusten nousu, raaka-aineiden ja energian hinnan vaihtelut sekä sesonkituotteiden hintakehitys.
3. Yleisen ostovoiman kehitys on ollut Suomessa koko EU-jäsenyyden ajan hyvä. Palkansaajien ansiotaso on kehittynyt nopeammin kuin esimerkiksi yleiset tai elintarvikkeiden kuluttajahinnat.

3.3 Arvonlisäverollisten ja arvonlisäverottomien hintojen vertailu

Kansainvälinen elintarvikkeiden hintavertailu eri maiden välillä on monestakin syystä vaikea toteuttaa totuudenmukaisesti: kulutustottumukset ja tuotteiden laatu vaihtelevat, myymälärakenteissa on eroja, maiden sisällä on alueellisia eroja ja hintojen mittaustavat vaihtelevat. Tämän vuoksi eri tutkimusten tuloksissa on vaihteluja.

Kuluttajatutkimuskeskuksessa tehty tutkimus (Aalto-Setälä, Nikkilä ja Pagoulatos 2004) kartoitti elintarvikkeiden hintaerojen syitä Euroopan maiden välillä. Tutkimuksen mukaan elintarvikkeiden hintaeroja maiden välillä selittävät lähinnä työvoimakustannusten taso (korkeat työvoimakustannukset nostavat myös hintatasoa), maan koko (hinnat ovat normaalisti suurissa maissa alemmat kuin pienissä), tuoteryhmän kulutusosuus (tietyissä maissa keskiarvoa enemmän käytetyt elintarvikkeet ovat normaalisti edullisia) ja maan avoimuus ulkomaiselle kilpailulle. Tutkimus arvioi myös, että arvonlisäveron lasku Suomessa ei välittyisi kokonaisuudessaan elintarvikkeiden hintoihin.

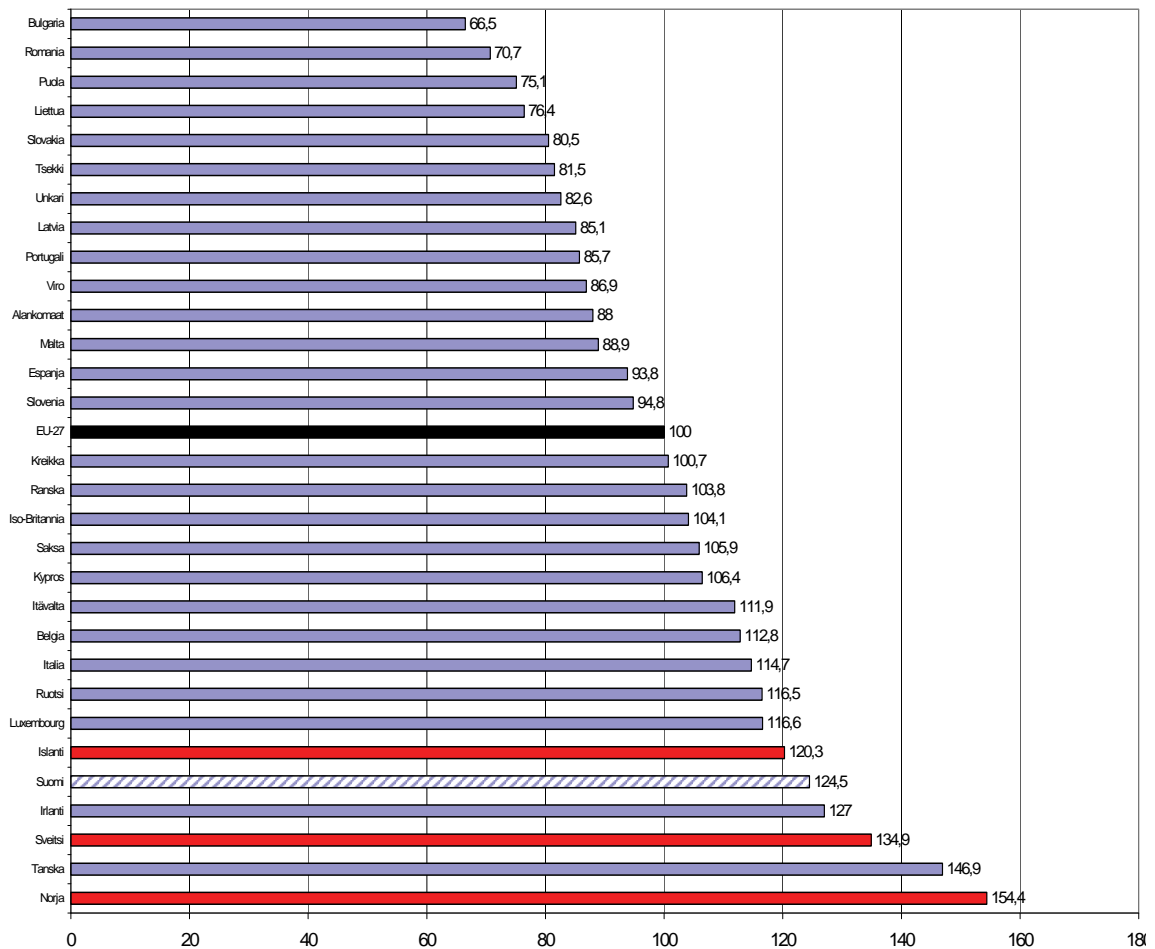
Arvonlisäverollisten hintatasojen vertailu

Eurostatin (2009b) tuottama hintatasoindeksi (Price Level Index) on eräs tapa vertailla hintoja eri maissa. Hintatasoindeksin käyttämät tiedot on saatu Eurostatin ja OECD:n ostovoimapariteetti (Purchasing Power Parity) -ohjelmasta. Ostovoimakorjattu hintatasoindeksi saadaan jakamalla ostovoimapariteetti maan paikallisen rahayksikön valuuttakurssilla. Ostovoimapariteetti mittaa kunkin maan paikallisen valuutan ostovoimaa.

Eurostatin hintatasoindeksi vuodelta 2008 on esitetty kuvassa 20 elintarvikkeiden ja alkoholittomien juomien osalta. EU-maiden, Sveitsin, Islannin ja Norjan elintarvikkeiden hintataso on suhteutettu EU-27-alueen keskimääräiseen hintatasoon siten, että EU-27-alueen hintaindeksi on 100. Yli sadan oleva hintaindeksi tarkoittaa, että maa on unionin keskiarvoa kalliimpi elintarvikkeiden ostopaikka.

Unionin alueen kallein maa oli vuonna 2008 edelleen Tanska. Tanskassa elintarvikkeet ja alkoholittomat juomat ovat 2,2 kertaa kalliimpia kuin halvimmassa maassa, Bulgariassa. Ei ole yllättävää, että Itä-Euroopasta peräisin olevat EU:n uudet jäsenmaat sijoittuvat kaikki keskimääräisen hintatason alapuolelle. EFTA-maihin kuuluvissa Norjassa, Sveitsissä ja Islannissa ruokakorille kertyy edelleen melko paljon hintaa, mutta Islannissa hintataso on tullut huomattavasti alaspäin. Vielä vuonna 2007 Islanti oli kallein maa indeksiluvun ollessa 157, mutta viimeisin indeksiluku (120) on tiputtanut Islannin jopa Suomea edullisemmaksi elintarvikkeiden ostopaikaksi. Suomi on indeksiluvulla 124,5 kolmanneksi ja Ruotsi indeksillä 116,5 viidenneksi kallein maa hankkia elintarvikkeita unionin alueella (kuva 19).

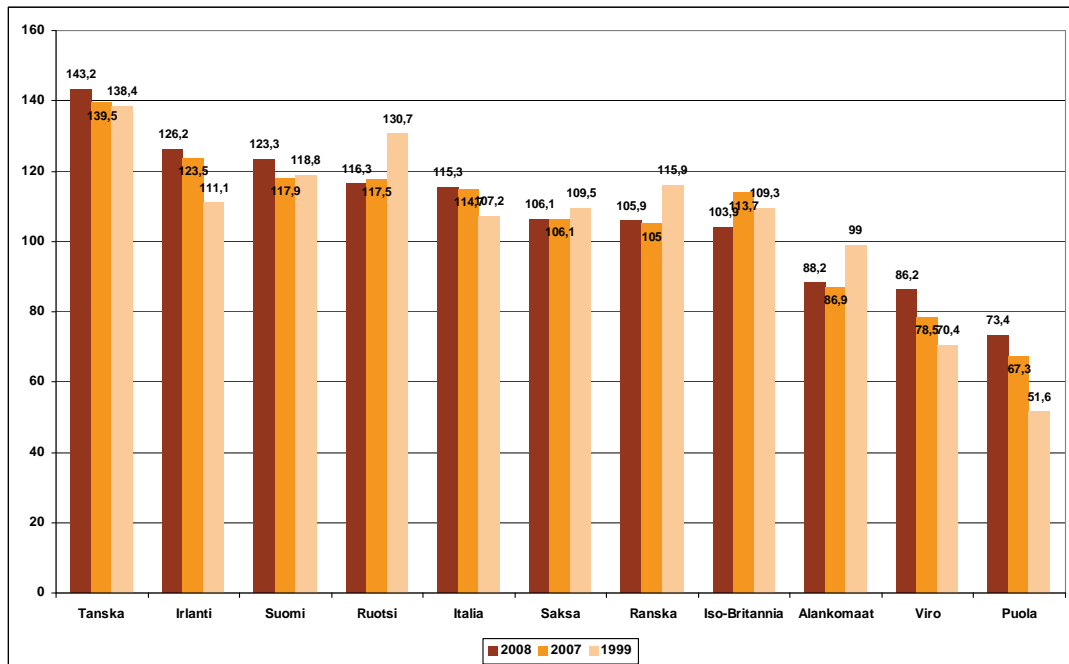
Tuoteryhmittäin tarkasteltuna leivät ja viljatuotteet ovat Suomessa erityisen kalliita suhteessa EU:n keskimääräiseen tasoon. Hintatasoindeksin mukaan suomalainen kuluttaja maksoi vuonna 2008 viljatuotteistaan 40 prosenttia korkeampaa hintaa kuin EU:n alueella keskimäärin. Maitotaloustuotteiden (maito, juusto ja kananmunat) kohdalla Suomen hintataso oli vastaavasti vain 13 prosenttia unionin keskitasoa korkeampi (Eurostat 2009b).



KUVA 19.

Elintarvikkeiden ja alkoholittomien juomien ostovoimakorjattu hintatasoindeksi, EU-27 = 100 (Eurostat 2009b).

Verrattuna vuoteen 2007 elintarvikkeiden (ilman alkoholittomia juomia) hintaindeksi on noussut vuonna 2008 lähes kaikissa EU-maissa. Poikkeuksen tekevät Ruotsi ja varsinkin Iso-Britannia, joissa elintarvikkeiden hintataso suhteessa EU:n keskimääräiseen tasoon on laskenut. Ison-Britannian ja Ruotsin kohdalla suurin syy elintarvikkeiden suhteellisen hintatason laskuun on niiden valuuttakurssien heikentyminen suhteessa euroon. Ruotsissa elintarvikkeet olivatkin vuonna 2008 melko selvästi edullisempia kuin Suomessa. Vielä vuonna 1999 elintarvikkeet olivat Ruotsissa lähes kolmanneksen EU:n keskimääräistä tasoa kalliimpia, kun Suomessa elintarvikkeet olivat vain vajaan viidenneksen kalliimpia (kuva 20).



KUVA 20.

Elintarvikkeiden (ilman alkoholittomia juomia) ostovoimakorjattu hintatasoindeksi eräissä EU-maissa vuosina 2008, 2007 ja 1999 (Eurostat 2009b).

Viimeisimmän kotitalouksien kulutusmenoja arvioineen tutkimuksen (Tilastokeskus 2006) mukaan kahden huoltajan lapsiperheessä käytettiin Suomessa elintarvikkeisiin (ilman alkoholittomia juomia) 5 562 euroa vuodessa. Jos Suomessa elintarvikkeiden hintataso (123,3) olisi esimerkiksi Ruotsin tasolla (116,3) tai Saksan tasolla (106,1), koituisi suomalaiselle lapsiperheelle säästöä Ruotsiin³ nähden 316 euroa ja Saksaan nähden 776 euroa vuodessa.

Aalto-Setälä ja Nikkilä (2007) tarkastelivat tutkimuksessaan Suomen ja Viron välisiä elintarvikkeiden hintaeroja. Sen mukaan Suomessa valmistetut merkkituotteet maksavat Virossa 12 prosenttia vähemmän kuin Suomessa. Hintaeroa selittää lähinnä vähittäiskaupan erilaiset kustannukset. Kun verrataan samanlaisia kummankin maassa kotimaisia tuotteita, ovat hinnat Virossa keskimäärin peräti 44 prosenttia alemmat kuin Suomessa. Suuri hintaero virolaisten ja suomalaisten elintarvikkeiden välillä johtuu koko elintarvikeketjun kustannusten eroista.

³ $5\ 562 - (116,3/123,3) * 5\ 562 = 316$ euroa

Arvonlisäverottomien hintatasojen vertailu

Elintarvikkeiden kansainvälisen hintavertailun tekemistä vaikeuttaa myös arvonlisäverokantojen vaihtelu eri maissa. Siten eräs mahdollisuus on laskea arvonlisäverojen osuus pois ja verrata keskenään arvonlisäverottomia hintoja. Tämäkään vertailutapa ei ole täysin aukoton, sillä ei ole itsestään selvää, että arvonlisäveron laskennallinen poistaminen hinnoista näkyisi todellisuudessa kaikissa maissa täysin vastaavana hinnan alenemisena.

Tässä raportissa on tehty kuluttajahintatasoista laskelma, jossa taulukossa 11 näkyvien vertailumaiden indeksit osoittavat niiden arvonlisäverottoman hintatason suoraan suhteessa Suomen hintatasoon (Suomi = 100) vuonna 2008. Indeksiluvut on saatu laskettua poistamalla Eurostatin elintarvikkeiden hintatasoindeksistä arvonlisävero. Indeksien laskentatapa on kokonaisuudessaan kuvattu taulukon 11 alalaidassa.

Elintarvikkeiden arvonlisäverokanta oli Suomessa vuonna 2008 alhaisempi kuin Tanskassa ja Virossa, mutta korkeampi kuin muissa taulukossa 11 näkyvissä maissa. Kun arvonlisävero on poistettu, Suomi on Tanskan ja Irlannin lisäksi myös Italiaa edullisempi elintarvikkeiden ostopaikka. Arvonlisäverojen ollessa mukana (kuva 20) Suomen elintarvikkeiden hintataso oli Italiaa korkeampi. Ruotsiin ja Iso-Britanniaan nähden Suomen hinnat ovat vain niukasti (1,5%) kalliimmat. Uusista jäsenmaista Puolassa ja Virossa elintarvikkeet ovat yli 30 prosenttia alle Suomen hintatason. Itäisen Euroopan uusissa jäsenmaissa elintarvikkeiden hinnat ovatkin kauttaaltaan läntisen Euroopan maiden hintoja selvästi edullisemmat (taulukko 11).

TAULUKKO 11.

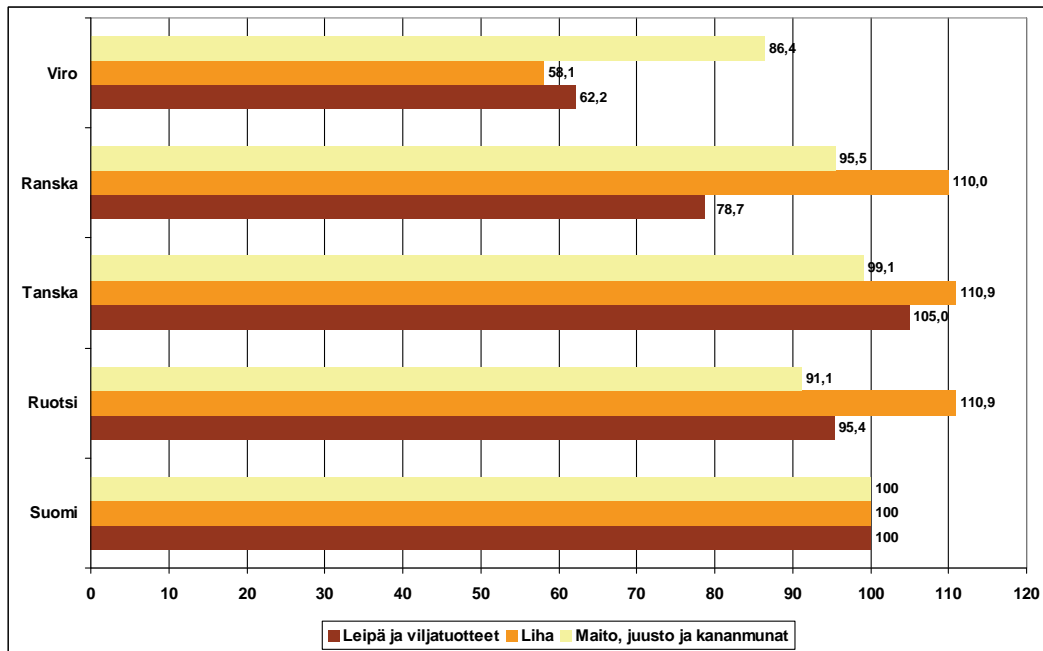
Elintarvikkeiden (ilman alkoholittomia juomia) ja eräiden tuoteryhmien ostovoimakorjattu hintatasoindeksi osassa EU-maita vuonna 2008, kun arvonlisävero on poistettu ja Suomi = 100 (Eurostat 2009b ja omat laskelmat)*.

	Suomi	Ruotsi	Tanska	Saksa	Italia	Ranska	Hollanti	Irlanti	Iso-Britannia	Viro	Puola
ALV, %**	17	12	25	7	4	5,5	6	0	0	18	3
Elintarvikkeet	100	98,5	108,7	94,1	105,2	95,3	79,0	119,8	98,6	69,3	67,6
Leipä ja viljatuotteet	100	95,4	105,0	82,5	88,5	78,7	68,8	103,9	78,0	62,2	57,6
Liha	100	110,9	110,9	104,8	108,1	110,0	91,6	122,8	109,6	58,1	55,1
Maito, juusto ja kananmunat	100	91,1	99,1	87,0	121,3	95,5	78,4	138,1	109,7	86,4	76,0
Hedelmät ja vihannekset	100	99,4	99,4	95,4	101,2	92,1	75,7	114,7	101,8	71,7	67,6
Virvoitusjuomat	100	91,0	126,1	83,9	88,7	68,7	69,5	95,7	79,5	68,7	67,7

* Laskelmat perustuvat tietoihin elintarvikkeiden ostovoimakorjatun hintatasoindeksin ja arvonlisäveron tasoista vuonna 2008. Laskelmassa muiden maiden hintoja verrataan Suomen viitehintatasoon (Suomi = 100). Esimerkiksi Ruotsin kohdalla elintarvikkeiden hintaindeksiluku on saatu seuraavasti: $[116,3/(100+12)]/[123,3/(100+17)] * 100 = 98,5$.

** Laskelmassa on sovellettu elintarvikkeisiin kunkin maan yleisintä käytössä olevaa elintarvikkeiden (perusruoan) arvonlisäveroa. Iso-Britannian (15 %), Irlannin (21,5 %) ja Puolan (22 %) kohdalla on laskelmassa virvoitusjuomiin sovellettu niihin käytössä olevia verokantoja, jotka poikkeavat yleisimmän käytetystä elintarvikkeiden arvonlisäverokannasta.

Tuoteryhmittäin katsottuna lihan hintataso on Suomessa suhteellisesti verrattuna melko edullinen. Kuvan 21 maista vain Virossa lihaa sai ostoskoriinsa halvemmalla kuin Suomessa. Sekä Ruotsissa että Tanskassa lihan hinta oli 11 prosenttia Suomen tasoa kalliimpi. Vastaavasti leivästä ja viljatuotteista joutuu Suomessa maksamaan suhteellisesti melko korkeaa hintaa. Virossa kuluttajat saivat leivän lähes 40 prosenttia, ranskalaiset 20 prosenttia ja ruotsalaisetkin lähes 5 prosenttia halvemmalla kuin suomalaiset. Myös maito, juusto ja kananmunat olivat vertailumaissa yleensä selvästi Suomen hintatasoa edullisempia. Esimerkiksi Ruotsissa maitotuotteita sai 9 prosenttia ja halvemmalla (kuva 21). Virvoitusjuomat ovat muualla 20–30 prosenttia edullisempi kuin Suomessa. Vain Tanskassa virvoitusjuomasta joutuu maksamaan korkeampaa hintaa (taulukko 11).



KUVA 21.

Eeräiden tuoteryhmien ostovoimakorjattu hintatasoindeksi Virossa, Ranskassa, Tanskassa ja Ruotsissa vuonna 2008, kun arvonlisävero on poistettu ja Suomi = 100 (Eurostat 2009b ja omat laskelmat).

Pellervon taloudellisen tutkimuslaitoksen (PTT) tekemässä laskelmassa Eurostatin elintarvikkeiden hintatasoindeksistä poistettiin arvonlisävero ja saadut indeksit osoittavat maiden hintatasot suhteessa EU:n keskiarvoon (EU-27 = 100) vuonna 2008. Tämän laskelman mukaan Suomen sijoitus muuttuu EU-27-alueen elintarvikkeiden (ilman alkoholittomia juomia) ostovoimakorjattua kuluttajahintatasoa kuvaavassa tilastossa kolmanneilta sijalta viidenneksi⁴. Siten elintarvikkeiden hintatason vertailu arvonlisäverottomana tekee Suomesta (113,1) edullisemman ruoan ostopaikan kuin Irlanti (135,5), Luxemburg (123,3), Tanska (123,0) ja Belgia (115,1). Hintaero Iso-Britanniaan (111,5) ja Ruotsiinkin (111,5) supistuu arvonlisäveron ulkopuolelle jättämisen jälkeen huomattavasti (Helsingin Sanomat 2009a).

⁴ PTT:n laskelmissa poistettiin peruselintarvikkeista maksettava yleisin arvonlisävero ja annettiin maille EU:n keskimääräisen arvonlisäveroprosentin perusteella laskettu indeksiluku.

Yhteenvetona luvusta 3.3 voidaan todeta seuraavaa:

1. Mikäli Suomen arvonlisäverollisten elintarvikkeiden hintataso olisi esimerkiksi Ruotsin tasolla, suomalainen lapsiperhe olisi vuonna 2008 säästänyt kulutusmenoissa vuositasolla 316 euroa.
2. Tässä raportissa tehty laskelma vertailumaiden elintarvikkeiden arvonlisäverottomista hintataseista suhteessa Suomen hintatasoon osoittaa, että ilman arvonlisäveron vaikutusta hintaero EU-maihin supistuu.
3. Suomi on Tanskan ja Irlannin lisäksi Italiaa edullisempi arvonlisäverottomien elintarvikkeiden ostomaa. Ruotsiin verrattuna ruoan hinta Suomessa on vain niukasti kalliimpaa. Tuoteryhmittäin tarkasteltuna liha on Suomessa melko edullista, mutta erityisesti leipä, virvoitusjuomat ja maitotaloustuotteet ovat Suomessa keskimäärin suhteellisen kalliita.

3.4 Maataloustuotteiden hintakehitys maailmanmarkkinoilla

Elintarvikkeiden voimakas hinnannousu maailmanmarkkinoilla vuoden 2007 syksystä alkaen johtui useasta rakenteellisesta tekijästä. Maailmanlaajuista ruoan kysyntää lisäsi muun muassa väestön kasvu ja tulotason paraneminen Kiinan, Intian ja Brasilian kaltaisten voimakkaan talouskasvun maissa.

Maitotaloustuotteista oli EU:n alueella ylituotanto, kunnes kiinalaisten uusi keskiluokka innostui länsimaisesta maitokulttuurista. Tätä edisti Kiinan pääministeri, joka kehotti lapsia ja vanhuksia juomaan maitoa puoli litraa päivässä (Lehtinen 2009). Kysynnän kasvun myötä hintaheilahdukset saattavat olla todella suuria Kiinassa. Esimerkiksi valkosipulin hinta 40-kertaistui vuonna 2009, kun valkosipulin kysyntä kasvoi nopeasti. Kysynnän kasvun takana oli lähinnä uskomus siitä, että valkosipuli suojaaa sikainfluenssaan sairastumiselta (Chinahush 2009)

Elintarvikkeiden hintavaihteluja jyrkensi epäsuotuisista sääoloista johtunut maataloustuotannon huomattava lasku sekä eräiden vientimaiden asettamat kaupp rajoitteet. Ruoan nousevaan hintakehitykseen vaikuttivat myös valuuttakurssivaikutukset sekä maatalousmarkkinoiden riippuvuus öljyn ja muiden energialähteiden hintakehityksestä

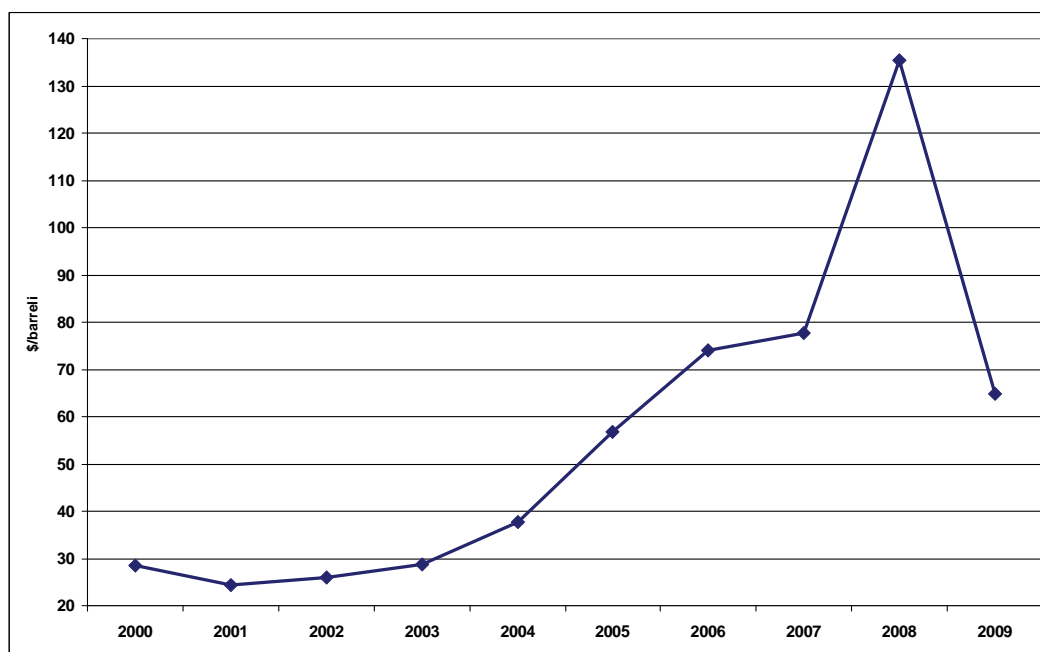
Energian hinta

Taluskriisi vähensi maailman energian kulutusta vuonna 2009 ensimmäisen kerran vuoden 1981 jälkeen. Kaasua ja öljyä kulutettiin arvioiden mukaan vuonna 2009 lähes viidenneksen vähemmän kuin edellisvuonna. Tämä poikkeama ei muuta sitä tosiasiaa, että energian kulutuksen odotetaan kääntyvän talouden elpymisen myötä nopeaan ja kestävämmäänkin kasvuun. Maailmantalouden energiakysynnän odotetaan olevan vuonna 2030 peräti 40 prosenttia korkeammalla tasolla kuin vuonna 2007 (IEA 2009).

Kun energiankulutuksen rajuun kasvuun yhdistetään olemassa olevien öljykenttien tuotannon laskeminen ja siitä seuraava öljyn hinnan nousu, ei yhtälö ole kovinkaan helppo ratkaistavaksi. Vanhojen hiipuvien öljykenttien tuotannon korvaaminen ja uusien löytöjen valjastaminen tuotantoon on sekä hidasta että kallista. Vaarana on siten, että

energian tarjonnan ja kysynnän vastaamattomuus johtaa tulevaisuudessa ongelmiin. Öljyn kysynnän odotetaan kasvavan ja väestön määrä lisääntyy, mutta öljyä on vain rajallinen määrä. Öljykriisin toteutuminen olisi hyvin kohtalokasta ruoan hinnalle. Aleklettin (2009) arvion mukaan nykyään jopa 40 prosenttia maailman öljyn ja maakaasun kulutuksesta käytetään yksinomaan ruoan alkutuotantoon, jalostukseen ja kuljetuksiin. Öljy näyttelee siten yhä suurempaa roolia ruoan hinnassa tulevaisuudessa.

Raakaöljyn maailmanmarkkinahinta on noussut tasaisesti hetkellisiä pieniä pudotuksia lukuun ottamatta koko 2000-luvun aina vuoden 2008 heinäkuun ennätystasoon (135 \$/barreli) saakka. Heinäkuun jälkeen alkanut öljyn hinnan lasku oli ennen näkemättömän raju ja sitä kesti aina vuoden 2009 tammikuuhun saakka, jolloin barrelin öljyä sai noin neljälläkymmenellä dollarilla (kuva 22).



KUVA 22.

Raakaöljyn maailmanmarkkinahinnan (Yhdysvaltojen dollaria barreilta) kehitys 2000-luvulla kunkin vuoden heinäkuussa (Öljy- ja Kaasualan keskusliitto 2010).

Elintarvikkeiden hinnat nousivat Suomessa erityisen voimakkaasti vuoden 2008 aikana. Kun huomioidaan energian tärkeä merkitys ruoantuotannossa ja jakelussa sekä energian hintojen selvä nousu vuodesta 2007 vuoteen 2008 (taulukko 12), voidaan energian hinta nimetä yhdeksi osaselittäjäksi ruoan kallistumisessa. Energia näyttelee tärkeämpää roolia Suomen elintarvikeketjussa verrattuna moneen muuhun maahan, sillä maantieteelliset olosuhteet verottavat elintarvikeketjun kannattavuutta suurten lämmitys- ja kuljetuskustannusten muodossa.

Sähkö oli Suomessa noin 22 prosenttia, kevyt polttoöljy 28 prosenttia ja raskas polttoöljy 22 prosenttia kalliimpaa vuonna 2008 kuin edellisvuonna. Lisäksi tavarankuljetusliikenteelle tärkeä dieselöljy oli vastaavasti 23 prosenttia kalliimpaa. Bensiinin, dieselöljyn sekä kevyen- ja raskaan polttoöljyn hinnat saavuttivat ennätystasonsa vuoden 2008 kesä- ja heinäkuun aikana. Esimerkiksi raskaan polttoöljyn hinta (710,1 euroa/tonni) oli vuoden 2008 heinäkuussa kaksinkertainen vuoden 2007 alun tasoon nähden. Tuskin on

siten sattumaa, että elintarvikkeiden hintojen nopea kohoaminen ajoittuu samoihin aikoihin energian hinnan voimakkaan nousun kanssa.

Vuonna 2009 dieselöljyn ja kevyen polttoöljyn keskihinnat laskivat jo alle vuoden 2007 tason. Kuitenkin sähkön hinta jatkoi nousuaan ja raskaan polttoöljyn hinta pysyi vielä vuoden 2007 tason yläpuolella.

TAULUKKO 12.

Sähkön, kevyen ja raskaan polttoöljyn sekä dieselöljyn keskihinnat Suomessa 2002–2009 (Tilastokeskus ja Öljy- ja Kaasualan Keskusliitto 2009).

	Sähkö, KWH	Kevyt polttoöljy, 1 L	Raskas polttoöljy, 1 KG	Diesel, 1 L
2002	0,08	0,37	0,29	0,78
2003	0,09	0,39	0,29	0,8
2004	0,09	0,44	0,29	0,84
2005	0,08	0,58	0,4	0,97
2006	0,09	0,64	0,42	1,02
2007	0,09	0,64	0,45	1,02
2008	0,11	0,82	0,55	1,25
2009	0,12	0,6	0,45	0,99

Biopolttoaineen kysyntä on lisääntynyt erityisesti vuoden 2006 jälkeen. Vuonna 2007 maissin, tärkeän biopolttoaineen lähteen, kulutus kasvoi maailmalla 40 miljoonalla tonnilla. Tästä kulutuksen lisäyksestä melkein 30 miljoonaa tonnia käytettiin yksinomaan etanolin tuottamiseen (FAO 2009a). Maissin lisäksi muita tärkeitä biopolttoaineteollisuuden lähteitä ovat öljykasvi- ja sokeriraaka-aineet.

Maataloustuotteiden raaka-ainemarkkinat

Keinottelu maataloushyödykkeiden johdannaismarkkinoilla lisääntyi ja se sysäsi ruoan hintaa edelleen ylöspäin. Maailmanmarkkinoiden talouskriisi heikensi perinteisten arvopaperi- ja rahoitusmarkkinoiden kiehtovuutta sijoituskohteina, joten sijoittajat suuntasivat ”keinottelurahojaan” maataloushyödykkeiden futuurimarkkinoille. Erityisesti maissin, vehnän, soijan ja sokerin johdannaismarkkinoille tehdyt sijoitukset kasvoivat vuosina 2007 ja 2008 (FAO 2009a).

Maataloushyödykkeiden futuurimarkkinat voidaan jakaa kahteen toimijaluokkaan: fyysisten positioiden ostoissa ja myynneissä keskeistä roolia näyttelevät kaupalliset toimijat sekä toisena luokkana sijoittajat, kuten hedge-rahastot, sijoitusrahastot ja valtioiden omistamat sijoitusyhtiöt. Markkinoiden perustekijöihin kuuluva keinottelu helpottaa riskien hallintaa ja hinnanmuodostusta, mutta muiden kuin kaupallisten toimijoiden toiminnan huomattava lisääntyminen on kasvattanut keinottelukuplien riskiä maataloushyödykkeiden futuurimarkkinoilla (Euroopan komissio 2008).

Maataloushyödykkeiden futuurimarkkinoille tehdyt sijoitukset lisääntyivät jo vuoden 2006 alusta lähtien, mikä on näkynyt markkinatoimijoiden hallussaan pitämien johdannaisopimusten kokonaiskannassa. Hyödykkeiden johdannaismarkkinoiden kasvun lisäksi johdannaiskauppa lisääntyi vuodesta 2007 lähtien noin 30 prosentilla pörssin ulkopuoli-

silla OTC-markkinoilla⁵. OTC-markkinoiden toiminta ei ole yhtä läpinäkyvää kuin maataloushyödykkeiden pörssissä. Maataloushyödykkeiden futuurimarkkinoiden sijoitusvirtojen lisääntyminen saattaa heijastaa sijoittajien vetäytymistä erityisesti strukturoitujen sijoitustuotteiden markkinoilta rahoituskriisin myötä (Euroopan komissio 2008)

Euroopan unionin alueella maataloustuotteiden markkinoiden kehitykseen vaikuttaa paljolti EU:n yhteisen maatalouspolitiikan mukaiset hallinnolliset toimenpiteet. Euroopan unionin maatalouspolitiikan tukirahoitukset pitävät unionin maatalouden ainakin lähes kilpailukykyisenä ja mahdollistavat maataloustuotannon myös äärialueilla. Tuilla on luonnollisesti myös ruoan hintaa alentava vaikutuksensa.

Yhteinen maatalouspolitiikka maksaa Euroopan unionille vuosittain lähes 55 miljardia euroa. Se on noin 40 prosenttia EU:n kokonaistalousarviosta. Osana yhteistä maatalouspolitiikkaa EU maksoi vuonna 2009 maanviljelijöille noin 38 miljardia euroa suoraa tukea⁶ (Euroopan komissio 2009c). Arvioiden mukaan keskimäärin lähes 70 prosenttia EU-alueen viljelijöiden tuloista on EU-tukea.

Vuodesta 2002 vuoden 2008 puoliväliin saakka elintarvikkeiden raaka-aineiden hinta nousi 137 prosenttia (taulukko 13). Vuonna 2007 huonot sadot nostivat jyrkästi viljan hintaa. Viljojen hinnan nousu puolestaan nosti rehujen hinnan nousun kautta myös muiden maataloustuotteiden hintoja. Esimerkiksi Suomessa sikatilojen ja siipikarjatilojen kustannuksista rehuihin kuluu arvioiden mukaannoin 60 prosenttia kustannuksista. Energian ja monien muiden tuotantopanosten hintanousut nostivat elintarvikeketjun kaikkien toimijoiden kustannuksia.

Yhdistyneiden kansakuntien elintarvike- ja maatalousjärjestö (Food and Agriculture Organisation, FAO) pitää yllä maailmanmarkkinoiden hintoja kuvaavaa ruoan raaka-ainehintaindeksiä. Raaka-ainekorin hinta (Food Price Index) muodostuu lihan, maitotaloustuotteiden, viljan, sokerin sekä öljyjen ja rasvojen painotetuista hintaindekseistä. Lihan hintaindeksiin kuuluu siipikarjanliha, naudanliha sekä sianliha. Maitotaloustuotteisiin sisältyy voin, rasvattoman maitojauheen (skimmed milk powder, SMP), rasvaisen maitojauheen (whole milk powder, WMP), juuston ja kaseiinin hintanoteeraukset. Viljan hintaindeksi muodostuu vehnän, maissin ja riisin hintanoteerauksista. Öljyjen ja rasvojen hintaindeksissä on mukana useita erilaisia öljyjä, myös eläin- ja kalaöljyjä. Sokerin hintaindeksi on saatu kansainvälisten sokerisopimusten (international sugar agreements) hintatiedoista (FAO 2009b).

Vuonna 2008 raaka-aineiden hyödykekorin hinta oli 57 prosenttia kalliimpi kuin vuonna 2006 (taulukko 13). Raaka-ainekorin hinta oli korkeimmillaan vuoden 2008 kesäkuussa. Tämän jälkeen lähinnä vuoden 2008 ennätyksellisen hyvän viljasadon ja öljyn hinnan alenemisen vuoksi hinnat olivat laskussa aina vuoden 2009 kevääseen saakka.

⁵ Over-the-Counter (OTC) kuvaa sopimusmarkkinoiden tapahtumaa, joka tehdään pörssin ulkopuolella (Euroopan unioni 2009).

⁶ Suorat tuet ovat suoraan viljelijöille maksettavia tulotukia. Suorien tukien vastakohta ovat hintatuet, jotka kohdistuvat hintoihin, joilla viljelijät myyvät tuotteensa markkinoille. Suorien tukien kautta viljelijät saavat korvausta siitä, että heidän markkinoille myymiensä tuotteiden myyntihinnat ovat laskeneet (Euroopan komissio 2009c).

TAULUKKO 13.

Yhdistyneiden kansakuntien elintarvike- ja maatalousjärjestön (FAO) ruoan raaka-ainehintaindeksi (Food Price Index, FPI), 2002–2004 = 100 (FAO 2009b).

Vuosi	kuukausi	FPI	Liha	Maitotuotteet	Vilja	Öljykasvit	Sokeri
2000		90	94	95	85	68	116
2001		92	94	107	86	68	123
2002		90	90	82	95	87	98
2003		98	99	95	98	101	101
2004		111	111	123	107	112	102
2005		115	113	135	103	104	140
2006		122	107	128	121	112	210
2007		154	112	212	167	169	143
2008		191	128	220	238	225	182
2008	Toukokuu	209	132	240	267	272	171
	Kesäkuu	214	134	241	274	283	172
	Heinäkuu	208	134	239	257	265	202
	Elokuu	197	136	227	239	222	207
	Syyskuu	185	137	203	226	200	192
	Lokakuu	163	135	185	190	153	169
	Marraskuu	150	127	160	178	133	172
	Joulukuu	143	122	142	174	126	167
2009	Tammikuu	144	119	122	185	134	178
	Helmikuu	139	114	114	177	131	188
	Maaliskuu	140	114	118	179	129	190
	Huhtikuu	143	115	117	179	147	194
	Toukokuu	152	118	124	186	167	228
	Kesäkuu	151	118	123	185	160	233
	Heinäkuu	147	119	126	167	144	261
	Elokuu	152	119	129	162	156	318
	Syyskuu	153	118	144	158	150	327
	Lokakuu	157	118	158	165	152	321
	Marraskuu	168	118	208	170	162	317

Viljan lisäksi erityisen voimakkaita hintaheilahteluja on koettu maitotaloustuotteiden ja öljynkasvituotteiden hinnoissa. Lihan hintakehitys on ollut suhteellisen tasaista. Suurimmat hintamuutokset on ollut siipikarjanlihassa. Vuoden 2009 aikana tammikuusta marraskuuhun eri hyödykeryhmistä sokerin hinta nousi (78 %) selvästi eniten (taulukko 13). Tähän kehitykseen vaikutti lähinnä Intian ennakoitua heikommaksi jäänyt sokerisato.

Maitotuotteiden vilkastunut kysyntä ja tuottajahinnan nousu 2007 lopulta lähtien antoi osaltaan kannustimen lisätä maidontuotantoa EU:n alueella. Suurin paine tuotantomäärien kasvattamista kohtaan tuli kuitenkin EU:n päätöksestä lisätä maitokiintiöitä ja poistaa ne sitten kokonaan vuonna 2015.

Vuoden 2008 lopulla maitotuotteiden kysyntäpiikki alkoi tylsistyä ja hinnat laskea. Euroopan markkinoilla olikin vuoden 2009 aikana selkeä ylitarjonta maitotuotteista. Maitotuotteiden hinnat olivat vuoden 2009 alussa hyvin alhaisella tasolla. Niiden hinnat ovat viimeksi käyneet yhtä alhaalla vuonna 2006. Vuoden 2009 kesän jälkeen maito-

tuotteiden hinnat kääntyivät nousuun. Marraskuussa niiden hinnat olivat noin 70 prosenttia kalliimpia kuin vuoden 2009 alussa (taulukko 13).

Ruoan tuottajahintamuutokset ja kuluttajahintamuutokset eivät aina korreloi keskenään. Usein tuottajahinnan aleneminen näkyy huonosti ruoan kuluttajahinnoissa, mutta tuottajahintojen nousu näkyy kyllä. Ruotsissa vuoden 2009 marraskuussa julkaistu paikallisen maatalousviranomaisen tekemä tutkimus maidon tuottajahinnan ja maitotuotteiden kuluttajahinnan suhteesta nostaa vahvasti esiin sen, että Ruotsissa maidon tuottajahinnan laskulla ei ole ollut juurikaan vaikutusta maitotuotteiden kuluttajahintaan, mutta tuottajahinnan korotus on sitä vastoin näkynyt kuluttajahinnassa (Jordbruksverket 2009).

Viljan tuotantomäärien ja tarjonnan vaihtelut sekä niiden aiheuttamat suuret hintavaihtelut ovat pysyviä ilmiöitä. Pienikin viesti satonäkymien muutoksista heijastuu heti hintoihin. Maataloustuotteiden hintoihin vaikuttaa myös yhä enemmän viljan kysynnän kasvu biopolttoaineen raaka-aineeksi. Siten elintarvikealan yritysten markkinariskit kasvavat sekä tuotteiden myynneissä että tarvikkeiden kuten raaka-aineiden hankinnoissa (Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus, MTT 2009).

FAO:n ja OECD:n (2009) keskipitkiin (2009–2018) taloudellisiin näkymiin perustuvan arvion mukaan yleinen taloudellinen kriisi vaimentaa edelleen maataloustuotteiden hintoja maailmanmarkkinoilla lähivuosien aikana, mutta talouden elpymisen myötä hinnat alkavat taas nousta. Viljan reaalihintojen arvioidaan nousevan 10–20 prosenttia ja öljykasvien yli 30 prosenttia verrattuna vuosien 1997–2006 keskimääräiseen hintatasoon.

Vastaavasti lihan hinnan odotetaan pysyvän vuosina 2009–2018 suunnilleen vuosien 1997–2006 keskiarvon tasolla. Varsinkin talouden elpymiseen saakka kuluttajat suosivat kalliimpien lihojen (naudanliha) sijasta edullisempia. Siten siipikarjanlihan kulutus on kasvussa. Maitotuotteiden reaalihintoihin odotetaan pientä nousua lähinnä öljykasvien ja energian hintojen nousun vuoksi. Biopolttoaineiden tuotanto kasvaa raakaöljyn hinnan kohoamisen vuoksi, mutta kasvun voimakkuutta on vaikea arvioida. Biopolttoaineiden kasvavat markkinat lisäävät sellaisten raaka-aineiden kuten vehnän, maissin, öljykasvien ja sokerin kysyntää ja samalla nostavat myös niiden hintoja (FAO ja OECD 2009).

Luvussa 3.4 tarkasteltiin maataloustuotteiden hintakehitystä maailmanmarkkinoilla. Tästä voidaan vetää seuraavia johtopäätöksiä:

1. Maailmanmarkkinoiden talouskriisi heikensi perinteisten arvopaperi- ja rahoitusmarkkinoiden kiehtovuutta sijoituskohteina, joten sijoittajat suuntasivat "keinottelurahojaan" maataloushyödykkeiden futuurimarkkinoille varsinkin vuosina 2007 ja 2008.
2. Vuonna 2008 FAO:n maailmanmarkkinahintoja kuvaavan raaka-aineiden hyödykekorin hinta oli 57 prosenttia kalliimpi kuin vuonna 2006. Raaka-ainekorin hinta oli korkeimmillaan vuoden 2008 kesäkuussa.
3. Kun huomioidaan öljyn ja muun energian tärkeä merkitys suomalaisen ruoan tuotannossa ja jakelussa sekä niiden hintojen selvä nousu vuodesta 2007 vuoteen 2008, voidaan energian hinta nimetä yhdeksi osaselittäjäksi ruoan hinnan nopeassa kallistumisessa Suomessa vuoden 2008 aikana.

3.5 Maataloustuotteiden hintakehitys Suomessa

EU-jäsenyyden aikana Suomen maataloutta on leimannut maatilojen lukumäärän lasku ja tilojen keskikoon kasvu. Vuonna 2008 Suomessa oli noin 66 000 tuotantotoimintaa harjoittavaa maatilaa, joiden keskikoko oli 35 hehtaaria. Vuonna 1995 maatiloja oli 100 000 ja niiden keskikoko oli alle 22 hehtaaria. Maatalous työllisti vuonna 2008 vajaat 90 000 henkeä (Tike 2009).

Suomalaisten tilojen päätuotantosunnat ovat viljanviljely ja maidontuotanto. Maidontuotannossa rakennemuutos on ollut erityisen näkyvä. Tiken (2010) mukaan Suomessa oli vuoden 2009 joulukuussa 11 244 maidontuottajaa eli 650 tuottajaa vähemmän kuin vuotta aiemmin. EU-jäsenyyden alussa Suomessa oli yli 32 000 maitotilaa, joten lähes kaksi kolmesta maidontuottajasta on lopettanut toimintansa vuoden 1995 jälkeen.

Suomen maatalouteen ohjattiin vuonna 2009 EU:n yhteisen maatalouspolitiikan mukaista tukea yhteensä noin 1 346 milj. euroa. Tästä summasta 576 milj. euroa oli EU:n tulo-tukea. EU:n tulotuesta oli unionin täysin rahoittamaa peltokasvien ja kotieläinten suoraa tukea 551 milj. euroa ja noin 25 milj. euroa kuului markkinatoimenpiteiden tukiin eli ei viljelijöille suoraan maksettaviin maatalouden tukiin. EU:n ja Suomen yhteisesti rahoit-tamia tukia maksettiin luonnonhaittakorvausten (420 milj. euroa) ja ympäristötuen (350 milj. euroa) muodossa. Edellä mainittujen EU-tukien lisäksi suomalaiset maataloudet saivat vuonna 2009 noin 559 milj. euron edestä kansallista tukea (Maa- ja metsätalous-ministeriö 2010).

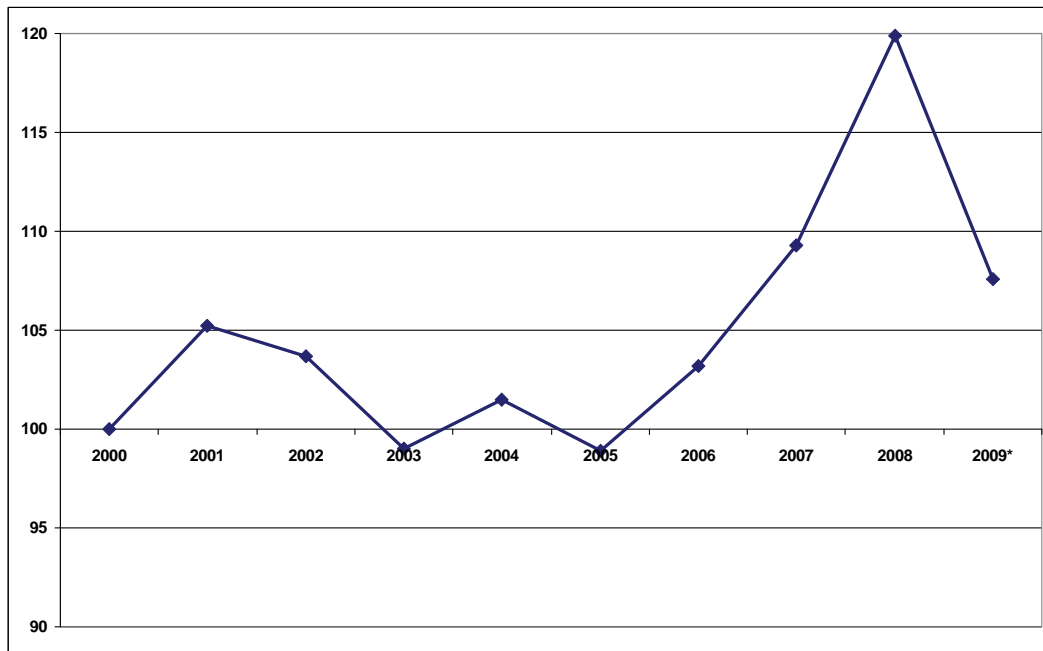
Suomen maataloustuotteiden ja elintarvikkeiden markkinat ovat kiinteästi sidoksissa EU:n alueella tapahtuviin markkinamuutoksiin. Varsinkin raaka-aineiden hintaheilahtelut kansainvälisillä markkinoilla näkyvät melko nopeasti myös Suomessa. Kuluttajahintoihin elintarvikkeiden raaka-aineiden hintamuutokset ovat Suomessa siirtyneet viiveellä. On kuitenkin huomioitava, että raaka-aineiden osuus kuluttajan maksamasta elintarvikkeen hinnasta on hyvin pieni. Normaalisti pätee sääntö, että mitä jalostetummasta elintarvik-keesta on kysymys, sitä pienempi on raaka-aineen osuus lopullisesta kuluttajan maksa-masta hinnasta.

Viljelijän markkinoilta saama tuottajahinta on vain osa viljelijän kokonaistulosta. Maa-taloustuen osuus on Suomessa merkittävä. Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskuk-sen (2009) laskelmien mukaan vuonna 2008 ruisleivän keskimääräisestä kuluttajahinnasta (3,51 €/kg) alle 6 prosenttia jäi viljelijälle ja kaupan osuudeksi muodostui noin 30 prosenttia. Vastaavasti kananmunan kuluttajahinnasta (3,01 €/kg) vajaa kolmannes jäi tuottajalle ja 45 prosenttia kuului kaupalle. Kaupan osuus elintarvikkeiden hinnoista on kasvanut 2000-luvulla.

Pellervon taloudellisen tutkimuslaitoksen mukaan maatalouden, elintarviketeollisuuden, kaupan ja ravintoloiden sekä verojen lisäksi tuonti vie osan elintarvikkeiden kokonais-kulutusmenoista ja on siten osa ruoan hinnan muodostumista. Kotimaisen maatalouden osuus ruoan hinnasta vaihtelee tuoteryhmästä riippuen. Maidontuottaja sai vuonna 2007 maitotaloustuotteiden hinnasta keskimäärin noin 30 prosenttia, lihantuottaja noin 20 prosenttia ja viljantuottajalle jäi vain noin 7 prosenttia. Pitkälle jalostettujen tuotteiden kulutusosuus on kasvanut ja kasvaa edelleen tulevaisuudessa. Siten elintarvikkeiden hinnoista yhä suurempi osuus pohjautuu muuhun kuin maataloudesta tulevaan raaka-aineeseen (PTT 2009).

Maatalouden tuottajahinnat olivat Suomessa vuonna 2008 viidenneksen kalliimpia kuin 2000-luvun alussa. Vastaavasti edellisvuoteen nähden maatalouden tuottajahinnat nousi-

vat vuonna 2008 lähes 10 prosenttia. Ennakkotietojen mukaan vuonna 2009 tuottajahintaindeksi oli 107,6 eli se laski hiukan vuoden 2007 tason alle (kuva 23).



KUVA 23.

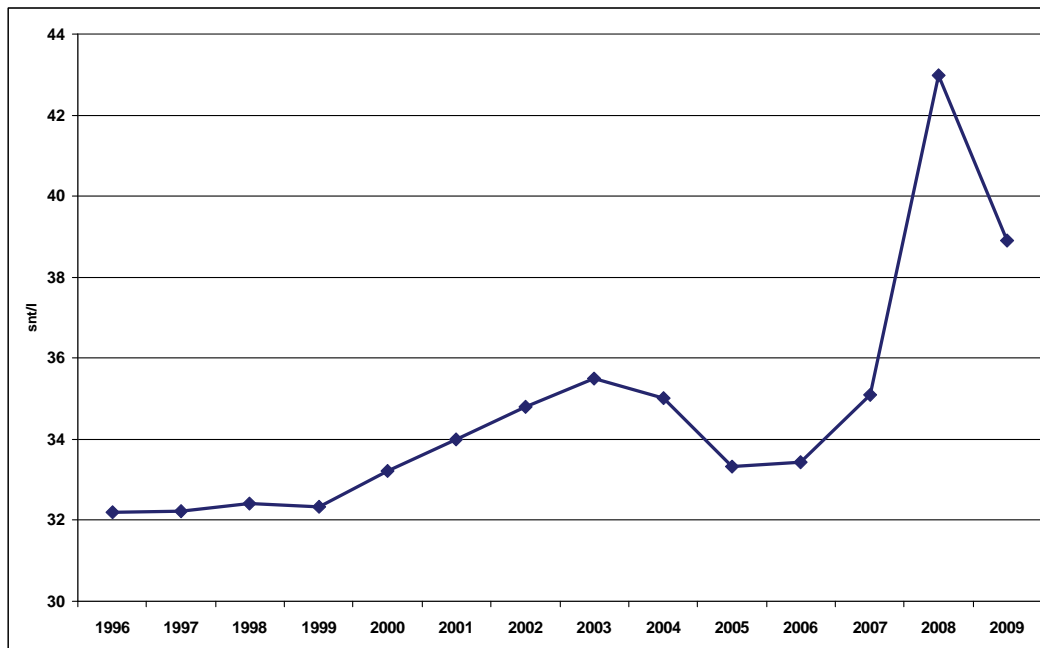
Suomen maatalouden tuottajahintaindeksi (sisältää hedelmät ja vihannekset), 2000 = 100 (Tilastokeskus 2009).

Suomessa maidon tuottajahinta on ollut yleensä korkeampi kuin EU:ssa keskimäärin. Suomen tuottajahintaan vaikuttavat osuustoiminnallinen meijerirakenne, maidon korkea laatu, korkeat tuotantokustannukset sekä maantieteellinen sijainti.

Maidon hinta oli vuoden 2008 aikana noususuunnassa EU:n alueella lähinnä maailmanmarkkinoiden kysyntäpaineiden ja tuotantokustannusten nousun vuoksi. Muutokset maailmanmarkkinoilla näkyvät selvästi Suomen maitomarkkinoilla, vaikkakin viiveellä. Esimerkiksi EU:n alueella maidon tuottajahinnat kääntyivät useissa maissa vuoden 2008 puolivälissä laskuun, kun Suomessa tuottajahinnat nousivat lähes vuoden 2008 loppuun saakka. Siten hintaero EU:n keskiarvoon venähti vuoden 2008 lopulla yli 10 senttiin.

Keskipitoisen⁷ maidon tuottajahinta nousi Suomessa vuonna 2008 lähes 23 prosenttia edellisvuoteen nähden. Maidon keskimääräinen tuottajahinta (42,99 snt/l) oli kolmanneksen kalliimpaa kuin vuonna 1996 ja samalla korkeammalla tasolla kuin kertaakaan aiemmin EU-jäsenyyden aikana (kuva 24). Vuonna 2008 korkealla ollut tuottajahintataso ei kuitenkaan suuresti nostanut maidontuotannon kannattavuutta, sillä samanaikaisesti nousivat rehu- ja lannoitekustannukset sekä energian hinta.

⁷ Keskipitoisen maidon hinta on rasva- ja valkuaispitoisuudeltaan keskipitoisen maidon hinta I-luokassa. Hinta muodostuu rasvaosasta, valkuaisosasta ja kausiosasta (Tike 2010).



KUVA 24.

Keskivertoinen maidon keskimääräinen tuottajahinta, senttiä per litra, (ilman tuotantotukia ja jälkitiliä) vuosina 1996–2009 (Tike 2010).

Meijerisektorin osuustoiminnallisen luonteen vuoksi maidon lopullinen tuottajahinta selviää tilinpäätösten yhteydessä, jolloin meijereiden tulosten perusteella määräytyy jälkitili. Jälkitili on niin sanottu osuustoiminnallinen lisätili, jonka meijeri maksaa jälkikäteen maidontuottajilleen. Vuonna 2007 jälkitili oli keskimäärin 3,96 senttiä litraa kohden ja vuonna 2008 vastaavasti 1,80 senttiä litraa kohden (Tike 2009).

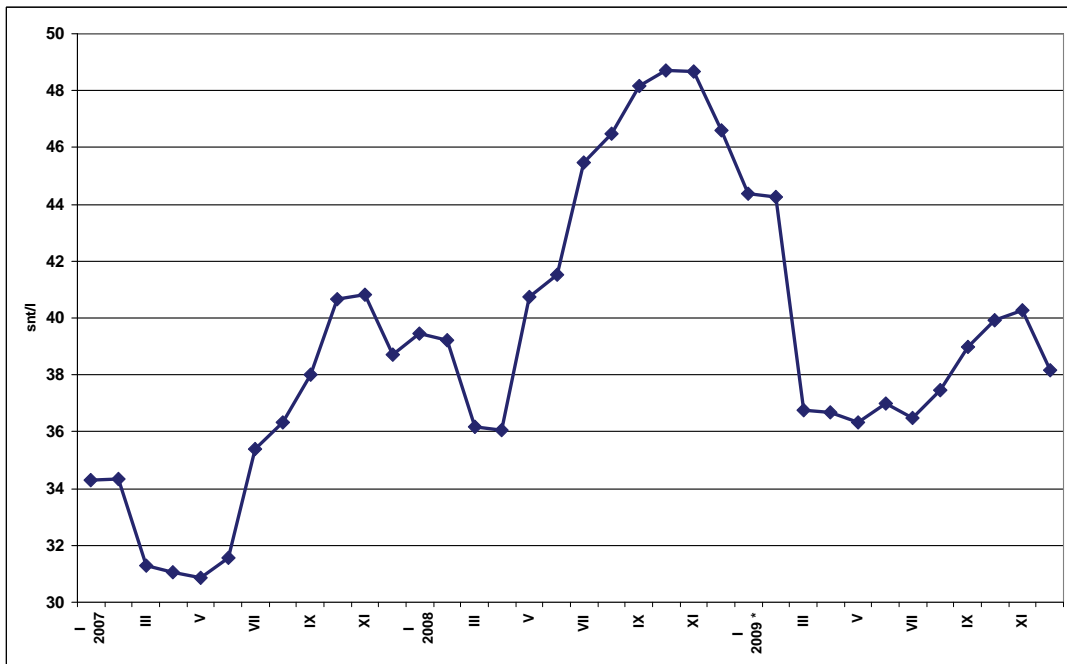
Vuoden 2009 aikana maidon tuottajahinta kääntyi selkeään laskuun. Maaliskuussa tuottajahintaa pudotettiin lähes 8 senttiä litraa kohden (kuva 25). Maidon keskimääräinen tuottajahinta oli vuonna 2009 lähes 10 prosenttia alempi kuin vuotta aiemmin. Tuottajahintaa laski lähinnä maitotuotteiden halpatuonnin kasvu, sillä Euroopan markkinoilla on ollut vuoden 2009 aikana selkeä ylitarjonta maitotuotteista. Tämän vuoksi halpoja maitotuotteita, kuten maitoa ja juustoa on tuotu Suomen markkinoille normaalia enemmän.

Maidon tuottajahinta oli vuonna 2009 EU:n alueella keskimäärin selvästi alhaisempi kuin Suomessa. Esimerkiksi vuoden 2009 heinäkuussa maidon tuottajahinta Suomessa oli 37,3 senttiä/kilo, kun EU:n keskimääräinen hinta oli 25 senttiä/kilo ja naapurialueilla Tanskassa ja Ruotsissa reilut 24 senttiä/kilo sekä Virossa noin 19 senttiä/kilo (Eurostat 2009).

Ero maidon tuottajahinnassa kannusti Arla Ingmanin tuomaan ruotsalaista maitoa Suomeen. Suomessa juotiin vuonna 2009 maitoa noin 711 miljoonaa litraa ja siitä Ruotsista tuodulla 19 miljoonalla litralla oli vajaan 3 prosentin osuus. Tuontimaidon määrän arvioidaan kasvavan vuonna 2010 jo 50 miljoonaan litraan. Ingmanin toimitusjohtajan mukaan Arla Ingman tavoittelee Suomen maitomarkkinoilla markkinaosuuden

nostamista nykyisestä 26 prosentista 30 prosenttiin. Valiolla on noin 60 prosentin osuus (Helsingin Sanomat 2010).

Arla Ingman on perustellut maidon tuontia Ruotsista pikemminkin saatavuuden turvaamisella kuin hintatekijöillä. Kilpailuviraston päätöksen mukaisesti Valion tulisi myydä kymmenyksen vastaanottamastaan maidostaan kilpailijoilleen. Tuosta kiintiöstä jäi kuitenkin vuonna 2009 käyttämättä lähes 30 prosenttia, joten ainakin tältä osin saatavuudessa ei olisi ollut ongelmia (Talouselämä 2009).

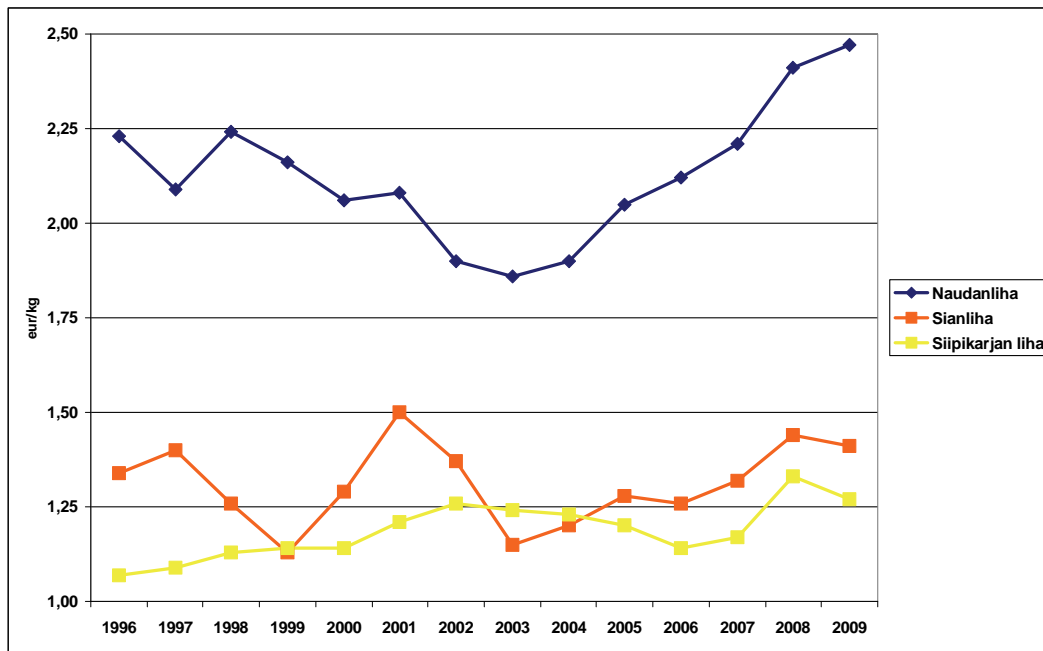


KUVA 25.

Keskipitoisen maidon keskimääräinen tuottajahinta, senttiä per litra, (ilman tuotantotukia ja jälkitiliä). Kuukausikehitys vuosina 2007–2009 (Tike 2010).

Lihan tuottajahinta nousi yleisesti niin naudan-, sian- kuin siipikarjanlihankin kohdalla vuonna 2008. Maailmanlaajuinen ruokakriisi nosti tuottajahintoja siten myös Suomessa. Naudan- ja sianlihan tuottajahinnat nousivat noin 9 prosenttia vuodesta 2007 ja siipikarjanlihan tuottajahinta peräti 13 prosenttia (kuva 26). Taantumalla on yleensä ollut lihan kysyntään vaikutusta. Niin on käynyt myös viimeisimmän talouskriisin aikana eli edullisella siipikarjanlihalla ja makkaralla on korvattu kalliimpaa naudanlihaa. Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskuksen (2009) mukaan vuonna 2008 naudanlihan kulutus laski noin 2 prosenttia ja siipikarjanlihan kulutus nousi vastaavasti noin 6 prosenttia. Sianlihaa kulutettiin 2 prosenttia enemmän kuin vuonna 2007.

Vuonna 2009 lihan tuottajahinnat kääntyivät naudanlihaa lukuun ottamatta laskuun. Naudanlihan tuotannon väheneminen on johtanut siihen, että kotimainen tuotanto kattaa nykyään vain reilut 80 prosenttia kotimaan kulutuksesta. Vuonna 2009 naudanlihan tuottajahinnan nousuvauhti loiveni, mutta se kallistui silti noin 2,5 prosenttia edellisvuodesta. Sianlihan hinta laski 2 prosenttia ja siipikarjanlihan laski noin 4,5 prosenttia vuodesta 2008 (kuva 26).

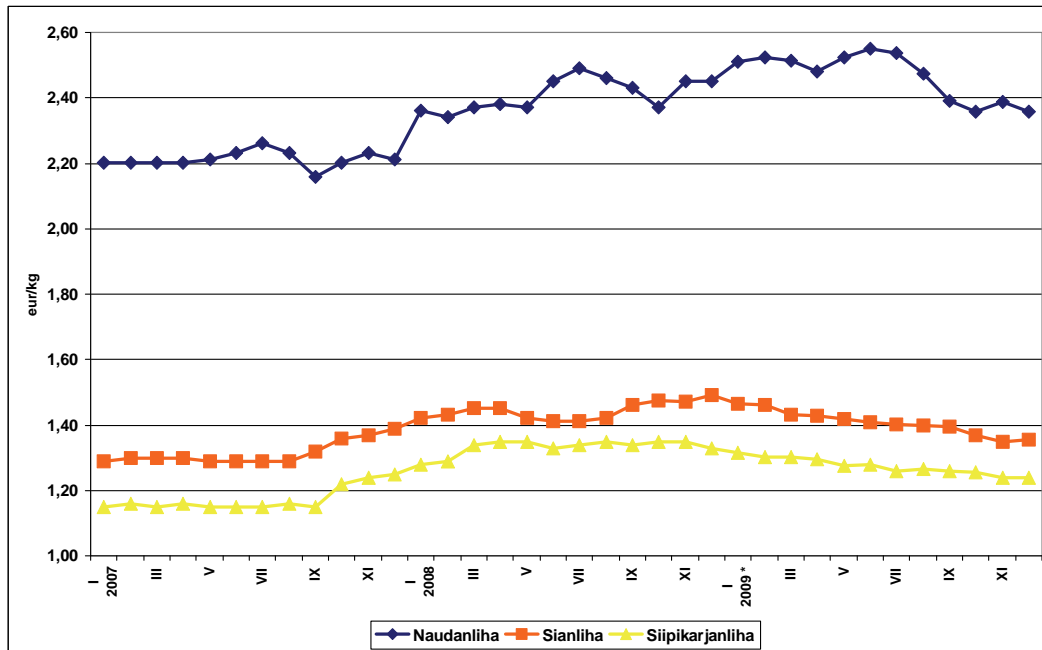


KUVA 26.

Naudan-, sian- ja siipikarjanlihan tuottajahintojen kehitys vuosina 1996–2009, eur/kg (Tike 2010).

Siipikarjanlihan hinta on vuoden 2009 aikana laskenut ja se laskenee lisää vuoden 2010 alkukuukausina lähinnä pakastetun siipikarjanlihan varastojen purkujen vuoksi. Vuoden 2010 toukokuun alusta voimaan astuvan EU:n markkinointidirektiivin johdosta pakastettua siipikarjanlihaa ei saa enää sulattaa ja myydä tuoreena. Teollisuudelle tämä lisää kustannuksia ja tuotannon vaihteluita, kun sesonkien kysyntähuippuihin ei enää voida valmistautua lihaa pakastamalla. Kesällä valkoisen lihan hinta kääntyyne takaisin nousu-uralle, kun varastot on purettu.

Naudanlihan tuottajahinta nousi vuoden 2008 alussa melko reippaasti ja tuottajahinnan kohoaminen jatkui aina vuoden 2009 kesäkuulle saakka. Tuolloin naudanlihan tuottajalle maksettiin reilut 14 prosenttia korkeampaa hintaa kuin kaksi vuotta aiemmin vuoden 2007 heinäkuussa. Vuoden 2009 loppupuoliskolla naudanlihan tuottajahinta kääntyi selvään laskuun lähinnä kysynnän hiipumisen ja tarjonnan lisääntymisen myötä (kuva 27). Tarjontaa lisäsi Etelä-Amerikkaan kohdistuneiden naudanlihan tuontirajoitusten purku.

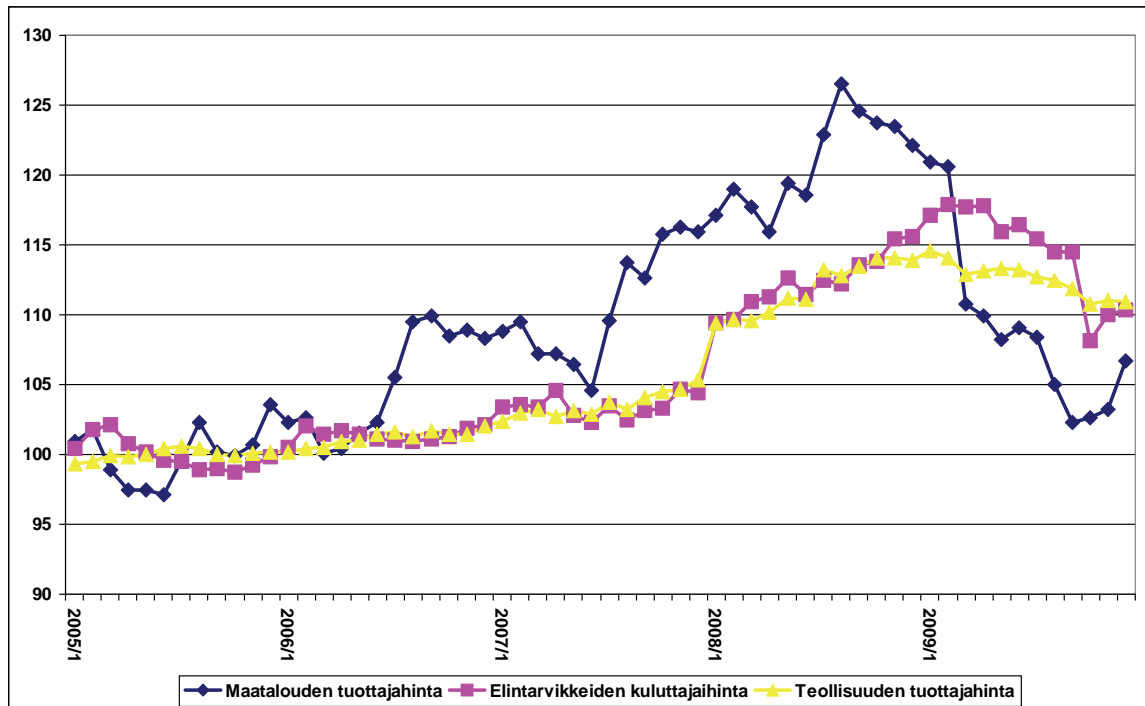


KUVA 27.

Naudan-, sian- ja siipikarjanlihan tuottajahintojen kuukausittainen kehitys vuosina 2007–2009, euro/kg (Tike 2010).

Maatalouden ja elintarviketeollisuuden tuottajahintojen ja elintarvikkeiden kuluttajahintojen vertailu

Kuvassa 28 on esitetty maatalouden tuottajahinnan, elintarviketeollisuuden tuottajahinnan ja elintarvikkeiden kuluttajahinnan kehityksiä vuosien 2005 ja 2009 välisenä aikana. Maataloudet tuottajahintojen vaihtelut ovat teollisuuden tuottajahintoja ja kuluttajahintoja voimakkaampia. Sen mukaan maatalouden tuottajahintojen lievät laskut eivät juurikaan näy elintarviketeollisuuden tuottajahinnoissa tai elintarvikkeiden kuluttajahinnoissa. Jyrkät maatalouden tuottajahintojen laskut, kuten vuoden 2007 keväällä ja etenkin vuoden 2009 alussa näkyvät elintarviketeollisuuden ja kaupan hinnoissa, mutta selvästi heikompina ja viiveellä. Maatalouden tuottajahintojen nousu puolestaan näkyy myös elintarviketeollisuuden ja kaupan hinnoissa, mutta jonkin verran lievempinä. Elintarviketeollisuuden tuottajahintojen ja elintarvikkeiden kuluttajahintojen kehittyminen seuraavat hyvin tarkasti toisiaan. Ainostaan vuoden 2009 lokakuussa elintarvikkeiden kuluttajahintoihin tuli poikkeava pudotus, kun arvonlisäverokantaa laskettiin.



KUVA 28.

Tuottajahinta maataloudessa ja elintarviketeollisuudessa sekä elintarvikkeiden kuluttajahinta Suomessa vuosina 2005–2009, kun 2005 = 100 (Tilastokeskus 2010).

Luvussa 3.5 tarkasteltiin maataloustuotteiden hintakehitystä Suomessa. Tästä voidaan vetää seuraavia johtopäätöksiä:

1. Raaka-aineiden osuus kuluttajan maksamasta elintarvikkeen hinnasta on pieni. Normaalisti pätee sääntö, että mitä jalostetummasta elintarvikkeesta on kysymys sitä pienempi on raaka-aineen osuus lopullisesta kuluttajan maksamasta hinnasta.
2. Maidon keskimääräinen tuottajahinta oli vuonna 2009 lähes 10 prosenttia alempi kuin vuotta aiemmin. Tuottajahintaa laski lähinnä maitotuotteiden halpatuonnin kasvu.
3. Maatalouden tuottajahintojen laskut näkyvät elintarviketeollisuuden ja kaupan hinnoissa, mutta selvästi heikompina ja viiveellä.

4 ELINTARVIKEMARKKINAT

Elintarvikkeiden hintamuutokset kaupoissa näyttävät toteutuvan Suomessa hitaammin kuin keskimäärin muualla unionin alueella. Suomen elintarvikeketjun toimintaa on kuvattu erityisesti kaupan ja teollisuuden välisten hintaneuvottelujen osalta jäykäksi. Useiden tuoteryhmien hinnoista käydään teollisuuden ja kaupan väliset sopimusneuvottelut kolme kertaa vuodessa eli noin joka neljäs kuukausi. Siten 2009 loppuvuoden hinnat on pääpiirteissään neuvoteltu jo elokuun aikana. Teollisuuden ja kaupan neuvottelumekanismien luonteesta johtuen teollisuuden kustannusten nousu näkyy kauppojen kuluttajahinnoissa viiveellä.

Raaka-aineiden ja energian hintojen nopeat heilahtelut ovat tuoneet painetta teollisuuden ja kaupan neuvottelurytmin tiivistämiseen. Lisäksi sähköisen kaupankäynnin yleistymisen muun muassa verkossa toteutettavien huutokauppojen muodossa on tuonut uusia mahdollisuuksia kauppaneuvottelujen nopeutumiseen.

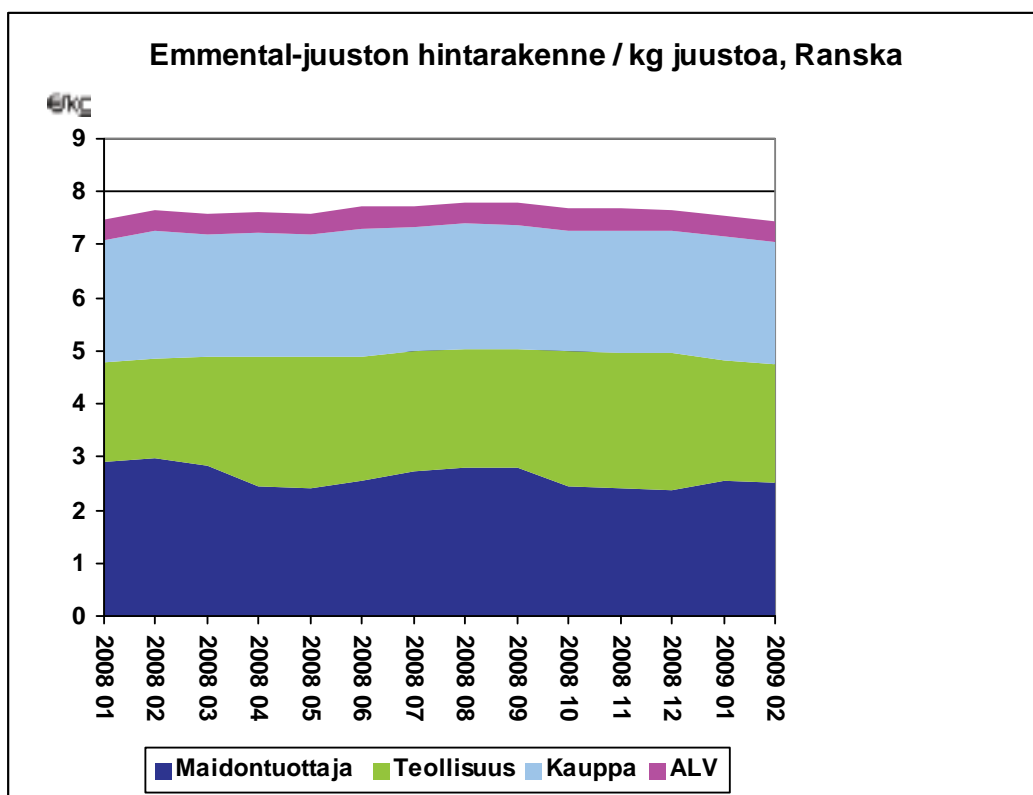
Kotilaisen, Kosken, Mankisen ja Rantalan tutkimuksen (2010) mukaan ruoan arvonlisäveron kireys on keskeinen syy ruoan korkealle hinnalle Suomessa. Korkea arvonlisäveroton hintataso on puolestaan seurausta maatalouden kilpailukyvyn puutteista. Tutkimus arvioi lisäksi, että elintarviketeollisuuden tuottavuus on hyvällä tasolla. Suomessa kaupalla on suurempi osuus elintarvikeketjussa kuin EU-maissa keskimäärin. Tämä johtuu suuremmasta kustannusosuudesta, joka on peräisin muun muassa pitkistä kuljetusetäisyyksistä. Hintakilpailu toimii kansainvälisesti vertaillen hyvin Suomen elintarviketeollisuudessa ja kaupan alalla, vaikka ne ovat hyvin keskittyneitä toimialoja.

Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskuksen (MTT) selvityksessä (Kuosmanen, Niemi ja Sipiläinen 2009) nostettiin esiin elintarvikeketjun toimijoiden hintamarginaalien kasvuun vaikuttaneita tekijöitä:

1. Valmisruokien ja puolivalmisteiden kulutusosuuden kasvun myötä väliportaiden osuus ruoan kuluttajahinnasta on kasvanut ja alkutuotannon saama osuus on pienentynyt.
2. Elintarvikehygienian standardien tiukentuminen on lisännyt teollisuuden ja kaupan kustannuksia.
3. Tuottavuus on kehittynyt eri tahtia maataloudessa, elintarvikejalostuksessa ja vähittäiskaupassa.
4. Maatalouspolitiikalla on yhteys hintamarginaaleihin. Maataloustuottajien tulo muodostuu markkinahinnan lisäksi erilaisista tuotantoon sidotuista ja tuotannosta irrotetuista tuista. Siten maataloustuottajan saama osuus kuluttajahinnasta voi pienentyä, vaikka sen osuus elintarvikkeiden yhteiskunnallisista kokonaiskustannuksista pysyisi vakaana.
5. Maataloustuotteiden ja elintarvikkeiden ulkomaankauppa on vapautunut ja lisääntynyt, mutta vähittäiskauppa on edelleen paikallisesti rajoittunut. Vähittäiskaupan neuvotteluasema on vahvistunut suhteessa muihin elintarvikeketjun toimijoihin.
6. Kaupan ja elintarviketeollisuuden mahdollinen määräävä markkina-asema ja neuvotteluvoima voivat vahvistavaa hintamarginaalien kasvua.

Aalto-Setälän, Nikkilän ja Pagoulatosin (2004) kehittämän elintarvikkeiden hintoja tarkastelevan kilpailullisuuden mittarin mukaan elintarvikesektori toimii Suomessa kilpailullisesti ja erityisen suurta tehostamisen varaa ei ole.

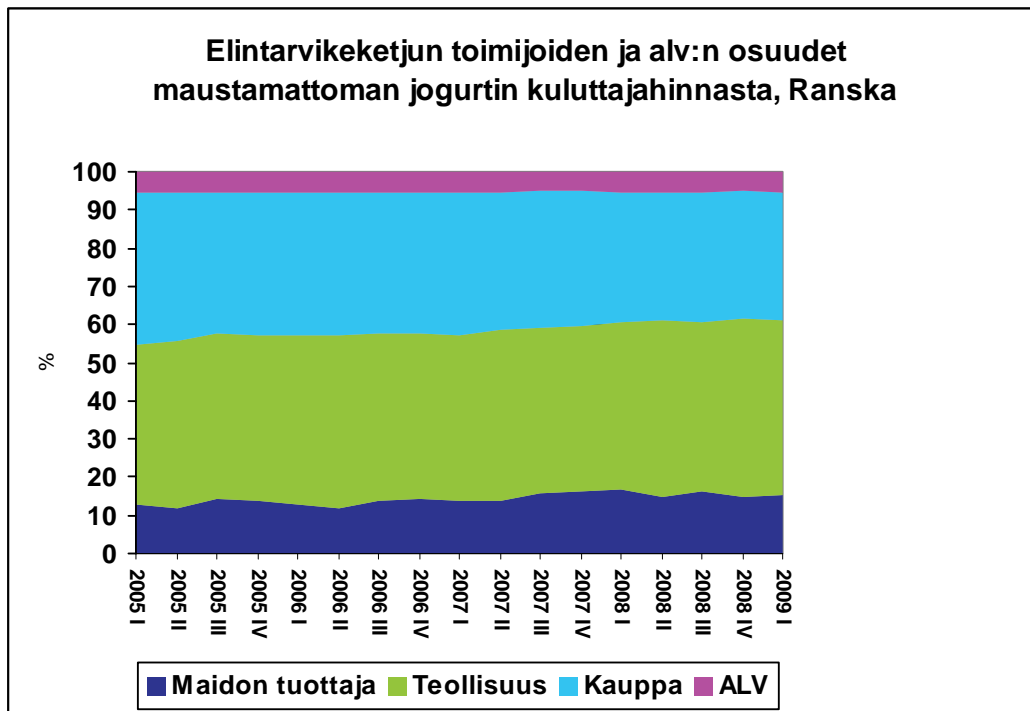
Ranskan valtion hallinnon alainen maatalous – ja kalastusasioihin keskittyvä yksikkö (FranceAgriMer) on tarkastellut elintarvikeketjun eri toimijoiden bruttomarginaaleja eräissä maataloustuotteissa. Esimerkiksi Emmental-juuston kuluttajahinta oli korkeimmillaan vuoden 2008 elokuussa, jolloin se maksoi 34 senttiä kilolta enemmän kuin saman vuoden alussa. Hinnan nousun myötä teollisuuden osuus nousi 25,2 prosentista 28,6 prosenttiin ja kaupan osuus ei juuri muuttunut 30 prosentista, mutta tuottajan saama osuus laski 39,1 prosentista 35,9 prosenttiin. Vuoden 2008 elokuusta seurantajakson loppuun (helmikuu 2009) maidon hinta laski 38 senttiä kilolta. Teollisuus pystyi silti edelleen nostamaan osuuttaan 28,6 prosentista 30,4 prosenttiin, kun vastaavasti kaupan osuus nousi marginaalisesti (0,4 prosenttiyksikköä) ja tuottajan saama osuus jatkoi laskuaan 35,9 prosentista 33,6 prosenttiin. Ranskassa teollisuus on siten pystynyt nostamaan marginaalejaan juuston hinnasta hintavaihtelujen suunnasta riippumatta ja tuottajan saama osuus on vastaavasti laskenut (kuva 29).



KUVA 29.

Elintarvikeketjun ja alv:n osuus Emmental-juuston kuluttajahinnasta Ranskassa 2008–2009. Lähde: FranceAgriMer (2009) Observatoire des prix et marges. Filière laitière. 28/7/2009.

Maustamattoman jogurtin kohdalla Ranskassa teollisuuden ja tuottajan saama osuus kuluttajahinnasta on noussut, kun tarkastellaan kehitystä vuodesta 2005 vuoteen 2009. Vastaavasti kaupan marginaalit ovat joutuneet joustamaan. Jogurtin hinnassa tuottajan saama osuus on keskimäärin vain reilut 14 prosenttia, kun juustossa tuottajalle jää keskimäärin noin 35 prosenttia (kuva 30).



KUVA 30.

Elintarvikeketjun bruttomarginaalien ja alv:n osuus maustamattoman jogurtin kuluttajahinnasta Ranskassa 2005–2009. Lähde: FranceAgriMer (2009) Observatoire des prix et marges. Filière laitère. 28/7/2009.

4.1 Päivittäistavarakauppa

Päivittäistavarakauppa on elintarvikkeiden, juomien, tupakan, teknokeemian tuotteiden, kodin paperien, lehtien sekä päivittäiskosmetiikan vähittäiskauppaa. Päivittäistavara-kaupalla tarkoitetaan yleisimmin edellä mainittujen päivittäistavaroiden koko valikoimaa myyvää, lähinnä itsepalveluperiaatteella toimivaa marketmyymälää. Ruoan osuus päivittäistavaramyymälöiden kokonaismyynnistä on noin 80 prosenttia. Päivittäistavaro-iden vähittäiskauppaan kuuluu marketkaupan lisäksi elintarvikkeiden erikoismyymälöiden, kioskien, huoltamoiden, halpahalien ja torikaupan päivittäistavaroiden myynti (Päivittäistavarakauppa ry 2009).

Tilinpäätöstilaston mukaan päivittäistavarakaupoille kertyi vuonna 2008 liikevaihtoa 14,4 miljardia euroa, mikä oli 1,2 miljardia euroa (8,8 %) enemmän kuin vuonna 2007. Voittoa päivittäistavarakaupalle kertyi 285 miljoonaa euroa vajaan eli vajaan viidenneksen vähemmän kuin vuonna 2007 (taulukko 14).

Toisin kuin elintarviketeollisuudessa, päivittäistavarakaupan piirissä työskentelevien määrä kasvoi vuonna 2008. Päivittäistavarakauppa tarjosi työtä 45 383 palkansaajalle, mikä oli 4,1 prosenttia enemmän kuin vuotta aiemmin. Yritysten lukumäärä (3 866) sitä vastoin supistui noin sadalla. Henkilöstökulut kasvoivat 8,8 prosenttia ja jalostusarvoon tuli noin viiden prosentin lisäys edellisvuodesta. Henkilöstökulujen osuus liikevaihdosta (9,6 %) pysyi kuitenkin muuttumattomana (taulukko 14). Kivistön (2009) mukaan keskeiset syyt elintarvikkeiden hintojen nousuun näyttävät liittyvän muiden kulujen kuin palkkakustannusten kasvuun.

Kannattavuutta mittavat tunnusluvut olivat myyntikatetta⁸ lukuun ottamatta edellisvuotta heikompia. Päivittäistavarakauppojen myyntikate nousi vuonna 2008 jo 27,3 prosenttiin edellisvuoden 25,2 prosentista. Kivistön (2009) mukaan päivittäistavarakauppojen myyntikate oli vuonna 2000 noin 20 prosenttia, joten kaupan myyntikate on noussut selvästi. Päivittäistavarakauppojen myyntikatteen kasvua voidaan pitää osoituksena siitä, että kaupan asema Suomen elintarvikeketjussa on vahvistunut entisestään.

Laskelmat elintarvikeketjun eri osapuolten osuuksien (marginaalien) kehittymisestä elintarvikkeiden hinnanmuodostuksessa osoittavat, että vuodesta 2000 vuoteen 2007 maatalouden ja teollisuuden osuus kaupassa myytävän ruoan arvosta on laskenut selvästi. Sitä vastoin kaupat ja ravintolat sekä tuonti ovat lisänneet voimakkaasti osuuttaan elintarvikkeiden loppuhinnoista (PTT 2009).

TAULUKKO 14.

Päivittäistavarakaupan liikevaihdon ja kannattavuuden kehitys 2006–2008. Toimialaluokitus 2008 (TOL 2008): 4711, 472 Päivittäistavarakauppa (pl. 4725 ja 4726).

	2006	2007	2008
Liikevaihto, milj. euroa	12 335	13 258	14 431
Palkat ja henkilösivukulut, milj. euroa	1 187	1 274	1 386
Tilikauden tulos, milj. euroa	355	353	285
Jalostusarvo, milj. euroa	1 734	1 931	2 031
Henkilöstön lukumäärä, kpl	42 098	43 592	45 383
Yritysten lukumäärä, kpl	3 960	3 963	3 866
Myyntikate, % liikevaihdosta	24,4	25,2	27,3
Käyttökate, % liikevaihdosta	4,1	4,6	4,1
Omavaraisuusaste, %	46,8	53,1	50,8

Lähde: Tilastokeskus 2010, kaupan tilinpäätöstilasto ja omat laskelmat.

Vuodesta 2000 vuoteen 2007 elintarvikkeiden vähittäiskaupan saama myyntikate on kasvanut lähes neljänneksellä, kun vastaavasti elintarviketukkukaupan myyntikate on kasvanut 7 prosenttia ja elintarviketeollisuuden myyntikate 2 prosenttia (Elintarvikealan toimialaraportti 2008).

Päivittäistavaroiden myynti oli Suomessa vuonna 2008 arvoltaan 14,1 miljardia euroa. Myynti kasvoi sen mukaan ennätyksellisesti 8,1 prosenttia, minkä taustalla oli lähinnä elintarvikkeiden hintojen voimakas nousu. Pienmyymälät (13,2 %) ja hypermarketit (10,7 %) kasvattivat myyntiään eniten.

⁸ Myyntikate saadaan, kun myyntituloista (liikevaihto) vähennetään yritysten toiminnasta aiheutuneet ostokustannukset eli muuttuvat kustannukset.

Kaupan keskittyneisyys

Suomessa kaksi suurinta päivittäistavarakaupan toimijaa, S-ryhmä (42,4 %) ja K-ryhmä (33,7 %), pitivät vuonna 2008 hallussaan 76 prosentin markkinaosuutta. S-ryhmä kasvatti markkinaosuuttaan edellisvuodesta 1,4 prosenttiyksikköä ja K-ryhmän osuus laski 0,2 prosenttiyksikköä. Lidlillä oli 5,1 prosentin markkinaosuus vuonna 2008, jossa oli lisäystä edellisvuoteen 0,4 prosenttiyksikköä (Nielsen 2009).

On todennäköistä, että elintarvikeketjun kilpailurakenteen, kuten vähittäiskaupan ja jakeluportaan suuri keskittymisaste, vaikuttaa ainakin jossain määrin siihen, kuinka täydellisesti ja nopeasti tuottajahintojen nousu siirtyy kuluttajahintoihin. Ei ole yleensä kuluttajan edun mukaista, jos jollakin toimialalla vallitsee harvainvalta.

Yhtenä syynä Suomen päivittäistavarakaupan keskittymiseen harvojen käsiin pidetään sitä, että Suomen päivittäistavarakauppa toimii niin tehokkaasti. Syrjäisen sijainnin sekä pienten markkinoiden vuoksi ulkomaiset päivittäistavarakauppa- ja palvelusetelit Lidliä lukuun ottamatta eivät ole nähneet Suomen markkinoilla riittäviä tuloksenteon mahdollisuuksia.

Suomen päivittäistavarakaupan keskittyminen on ollut erilaisten yritysjärjestelyjen seurauksena. Nämä yritysjärjestelyt saivat jatkoa myös vuoden 2009 lopulla ja vuoden 2010 alussa, kun Suomen Lähikauppa myi Kilpailuviraston hyväksynnän jälkeen useita Euro-marketteja S-ryhmälle. Suomen Lähikauppa panostaa omien sanojensa mukaan tulevaisuudessa lähikauppastrategiaan (Suomen Lähikauppa 2010). Vuoden 2009 ennakkotiedot päivittäistavarakauppojen myynneistä yhdistettyinä näihin tuoreisiin yritys-kauppoihin enteilevät, että ainakin lähitulevaisuudessa kahden suurimman päivittäistavaraketjun markkinaosuus Suomessa tulee vain lisääntymään entisestään.

Päivittäistavarakauppa on Suomessa keskittyneempää kuin keskimäärin muualla EU:n alueella. Päivittäistavarasektoria hallitsee Suomessa kaksi kaupparyhmittymää, joilla on kolme neljänestä markkinoista hallussaan. Ruotsissa kahdella suurimmalla kaupparyhmittymällä (ICA ja Coop) on noin 70 prosentin markkinaosuus (DLF 2009). Tanskassa kahdella suurimmalla kaupparyhmittymällä on 68 prosentin markkinaosuus ja Norjassa 64 prosentin markkinaosuus (Dagligvarukartan 2008). Irlannissa ja Itävallassa kaupan keskittymisaste on lähellä Suomen kahden suurimman kaupparyhmittymän markkinaosuuslukuja, jos mukaan otetaan kolme suurinta toimijaa (CIAA 2009).

Kaupan esteiden vähentymisen ja EU:n laajentumisen myötä tilanne elintarvikkeiden maailmanmarkkinoilla on muuttunut. Kauppa kykenee nyt tuontakilpailun kautta kilpailuttamaan kotimaista teollisuutta entistä tehokkaammin. Kaupan ryhmittymien isot yhteiseurooppalaiset ostoliittymät ovat vahvistaneet kaupan asemaa suhteessa elintarviketeollisuuteen. S-ryhmän hankinta- ja logistiikkayritys Inex Partners on mukana kansainvälisessä Coop Trading -ostoliittymässä ja AMS Sourcing B.V. on Keskon eurooppalainen yhteisosto-organisaatio (Inex Partners 2010 ja Kesko 2010). Siten yhä useampi kotimainen tuote on mahdollista korvata ulkomaisella vastaavalla tai ainakin lähes vastaavalla tuotteella.

Kauppaketjut ovat panostaneet erityisesti 2000-luvulla omiin kanta-asiakasjärjestelmiinsä. Kanta-asiakasjärjestelmien kuluttajille tuottamat erilaiset alennukset ja hyvitykset eivät välity virallisiin hintatilastoihin (Kivistö 2009).

Pohjoismaiden kilpailuviranomaisten tekemän raportin (Nordic Competition Authorities 2005) mukaan ruoka on Pohjoismaissa kalliimpaa kuin esimerkiksi Saksassa ja muissa vanhoissa EU-maissa. Myös ruokakauppojen valikoimat ovat Pohjoismaissa keskimäärin

suppeampia kuin esimerkiksi Ranskassa. Elintarviketeollisuuden ja -kaupan keskittymisaste on raportin mukaan Pohjoismaissa huolestuttavan korkea. Suomessa keskittyminen on voimakasta myös teollisuudessa, olipa sitten kyse liha-, meijeri- tai panimoteollisuuden tuotteista. Keskittynyt markkinarako voi olla kilpailun kannalta ongelmallinen, jos markkinoilla esiintyy lisäksi merkittäviä alalle tulon esteitä ja jos mahdolliset tehokkuusedut eivät vähäisen kilpailun vuoksi siirry kuluttajille.

Suomessa elintarvikkeiden valikoima on raportin mukaan muita Pohjoismaita laajempi. Tulosta saattaa toisaalta selittää se, että Suomessa on suhteellisesti paljon suuria hypermarket-tyyppisiä päivittäistavaramyymälöitä. Vaikka ns. halpakauppojen osuus markkinoista on edelleen pieni, niiden osuus on kuitenkin kasvanut viime vuosina. Halpamyymälät, kuten Lidl, ovat lisänneet hintakilpailua Suomessakin.

Kauppojen saavutettavuus ja kaavoitus

Suomen päivittäismarkkinoiden arvioidaan toimivan hyvin tehokkaasti verrattuna useimpiin muihin maihin. Korkea tehokkuustaso on saavutettu ainakin osittain kaupan keskittymisellä ja suuruuden mittakaavaetuja hyödyntämällä. Kauppojen yksikkökoot kasvavat jatkuvasti, kun pienet marketit saavat antaa tilaa hypermarketeille. Suurimmat myymälät eli 30 prosenttia myymälöistä myyvät jo 78 prosenttia koko päivittäistavaramyynnistä. Suurten myymälöiden ohella lähikauppa-tyyppisiin myymälöihin panostetaan yhä voimakkaammin. Päivittäistavara-ry:n (2009) mukaan market-tyyppisiä myymälöitä oli vuonna 2008 enää 3 365 kappaletta, kun kaksi vuosikymmentä taaksepäin niitä oli yli 6 000 enemmän.

Vuosina 2000–2008 päivittäistavara-kauppojen määrä väheni 504:llä. Päivittäistavara-kaupan kokonaismyyntipinta-ala kasvoi 22 prosenttia, 3,1 miljoonaan neliometriin ja myymälöiden keskipinta-ala 650 neliömetristä 910 neliometriin. Pinta-alan kasvu perustuu suurten yli 1 000 m²:n kokoisten myymälöiden pinta-alan kasvuun. Suuret valintamyymälät muodostavat päivittäistavara-kaupan palveluverkon rungon asuntoalueilla. Suurten, yli 1 000 m²:n kokoisten myymälöiden määrä kasvoi huomattavasti, noin 550 kaupasta yli 800 kauppaan. Pienten alle 1 000 m²:n kokoisten myymälöiden yhteenlaskettu pinta-ala väheni (Ympäristöministeriö 2009).

Ympäristöministeriön (2009) raportin mukaan myymälärakenteessa tapahtui muutoksia vuosina 2000–2008. Alle 1 000 m²:n kokoisten myymälöiden lukumäärä ja myyntipinta-ala vähenivät voimakkaasti. Poikkeuksen tästä tekivät 200–399 m²:n kokoiset suuret valintamyymälät, joiden määrä ja myyntipinta-ala kasvoivat. Tämän kokoluokan myymälät ovat kyenneet hyödyntämään sunnuntaiaukiolon tuomaa kilpailuetua. Vuoden 2001 tammikuussa voimaan tullut liikeaikalaki sallii alle 400 m²:n myymälöille muita päivittäistavara-kauppoja laajemman sunnuntaiaukiolon.

Vuoden 2009 joulukuussa voimaan tullut uusi laki vähittäiskaupan aukioloajoista mahdollistaa muun muassa alle 400 m²:n myymälöiden ympärivuorokautisen aukiolon. Suuremmat kaupat (yli 400 m²) saavat olla auki sunnuntaisin kahdestatoista kuuteen ja joulusesongin aikana yhdeksään asti. Juhlapäivinä niiden ja alle 400 m²:n myymälöiden on oltava kiinni. Arkisin suuremmat kaupat voivat olla auki aamuseitsemästä yhdeksään illalla, lauantaisin aamuseitsemästä iltakuuteen (Hallituksen esitys 84/2009).

Kaavoituksella ja kauppapaikoilla vaikutetaan kilpailuun ja sitä kautta myös hintoihin. Purasjoen (2009) selvityksen mukaan kaavoituksella ja maankäyttösopimuksilla luodaan

mahdollisuuksia uusiille kauppapaikoille. Se, miten ratkaistaan, kuka saa mahdollisuuden rakentaa myymälän vastakaavoitetulle maalle, on kilpailun kannalta ratkaisevaa. Kaavoitus edistää kilpailua luomalla mahdollisuuksia. Uusien toimijoiden saaminen Suomen markkinoille olisi hyväksi päivittäistavara-kaupan kilpailulle.

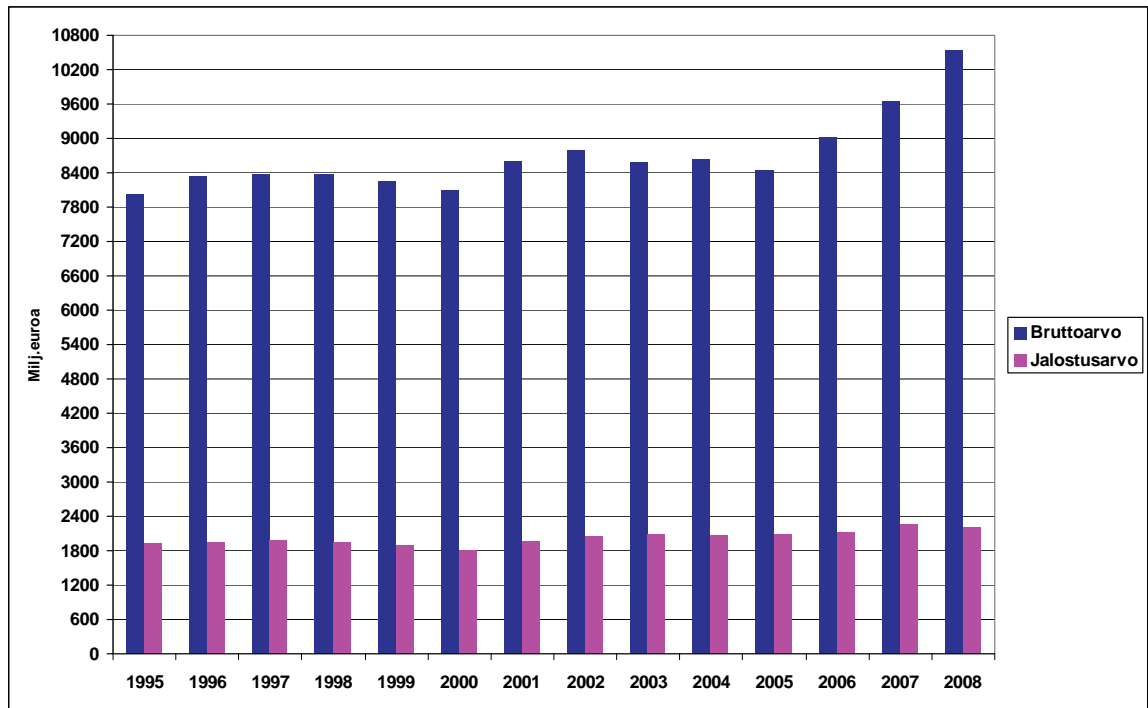
4.2 Elintarviketeollisuus

Elintarvikkeiden valmistuksella on tärkeä asema Euroopan teollisuussektorilla. Se oli vuonna 2007 suurin teollisuuden ala 913 miljardin euron liikevaihdolla. Elintarviketeollisuus muodostuu yli 300 000:sta yrityksestä ja se työllistää 4,3 miljoonaa ihmistä. Elintarvikkeiden merkitys painottuu luonnollisesti eniten maissa, joissa bruttokansantuote asukasta kohden on alhainen (CIAA 2009).

Suomen elintarviketeollisuus ei ole laajuudeltaan kovin mittavaa suhteessa koko Euroopan unioniin. EU:n elintarviketuotannosta Suomella on noin yhden prosentin osuus, kun esimerkiksi Ranskalla on 17 prosentin ja Saksalla 16 prosentin. Ruotsillakin on lähes kahden prosentin osuus unionin elintarviketeollisuuden tuotannosta (CIAA 2009).

Elintarviketeollisuus on kuitenkin Suomen neljänneksi suurin teollisuudenala metalli-, metsä- ja kemianteollisuuden jälkeen. Elintarviketeollisuuden (sisältää juoman ja tupakan valmistuksen) tuotannon bruttoarvo oli vuonna 2008 noin 10,5 miljardia euroa ja jalostusarvo (arvonlisäys) noin 2,2 miljardia euroa. Tuotannon bruttoarvo kasvoi 9 prosenttia ja jalostusarvo väheni vajaat 2 prosenttia edellisvuodesta (kuva 31). Koko teollisuuden jalostusarvo supistui 8 prosenttia vuonna 2008 (Tilastokeskus 2010).

Jalostusarvosta mitattuna elintarviketeollisuuden merkittävimmät teollisuudenalat olivat vuonna 2008 lihanjalostus (22 %), leipomotuotteiden valmistus (20 %), juomien valmistus (16 %) sekä maidonjalostus (11 %). Tuotannon bruttoarvolla mitattuna maidonjalostus on 23 prosentin osuudella vain hiukan lihanjalostusta (24 %) pienempi elintarviketeollisuuden alatoimiala (Tilastokeskus 2010). Tämä johtuu siitä, että meijeriteollisuudessa välituotekäyttö on varsin mittavaa verrattuna esimerkiksi leipomoteollisuuteen.



KUVA 31.

Elintarviketeollisuuden tuotannon brutto- ja jalostusarvo* (milj. euroa) perushintaan 1995–2008, TOL-2002 luokitus (lähde: Tilastokeskus 2010).

* Jalostusarvolla tarkoitetaan teollisuuden jalostusportaassa tapahtunutta tuotteen arvon lisäystä, jolloin teollisuuden myyntihinnasta vähennetään käytettyjen raaka-aineiden, pakkausmateriaalien, puolivalmisteiden, energian ja muiden ostojen arvo.

Palkatun henkilöstön⁹ palkkakustannukset ovat nousseet elintarvikesektorilla 23 prosenttia ja koko teollisuudessa 66 prosenttia vuodesta 1995 vuoteen 2008. Vuonna 2008 elintarviketeollisuuden palkatun henkilöstön palkkakustannukset nousivat vastaavasti kahdella prosentilla edellisvuodesta, kun koko teollisuuden palkkakustannukset nousivat 3 prosenttia.

Elintarviketeollisuusliiton (2009a) oman jäsenselvityksen tulosten mukaan elintarviketeollisuuden painotetut kustannukset nousivat vuonna 2008 keskimäärin 13 prosenttia. Eniten nousivat raaka-aineiden ja energian hinnat. Samainen jäsenselvitys vuodelta 2009 osoittaa, että elintarviketeollisuuden painotetut kokonaiskustannukset nousivat keskimäärin 1,5 prosenttia. Työvoimakustannukset kohosivat vuonna 2009 keskimäärin 2 prosenttia, mutta raaka-aineiden kustannukset nousivat vain 0,5 prosenttia (Elintarviketeollisuusliitto 2010).

Elintarviketeollisuudesta elantonsa saavien yrittäjien ja palkansaajien lukumäärä on laskenut tasaisesti vuodesta 1995 lähtien. Vuonna 2008 elintarviketeollisuus työllisti viidenneksen vähemmän kuin vuonna 1995 ja noin 13 prosenttia vähemmän kuin 2000-

⁹ Palkattuun henkilöstöön kuuluvat kaikki ne henkilöt, jotka työskentelevät toimipaikassa tai toimipaikan lukuun. Se jaotellaan palkattuihin toimihenkilöihin ja työntekijöihin pl. itsenäiset yrittäjät (Tilastokeskus 2010).

luvun alussa (kuva 32). Koko elintarvikesektori sisältäen teollisuuden ja kaupan lisäksi kuljetuksen ja maatalouden työllistää arvioiden mukaan vajaat 300 000 työllistä.

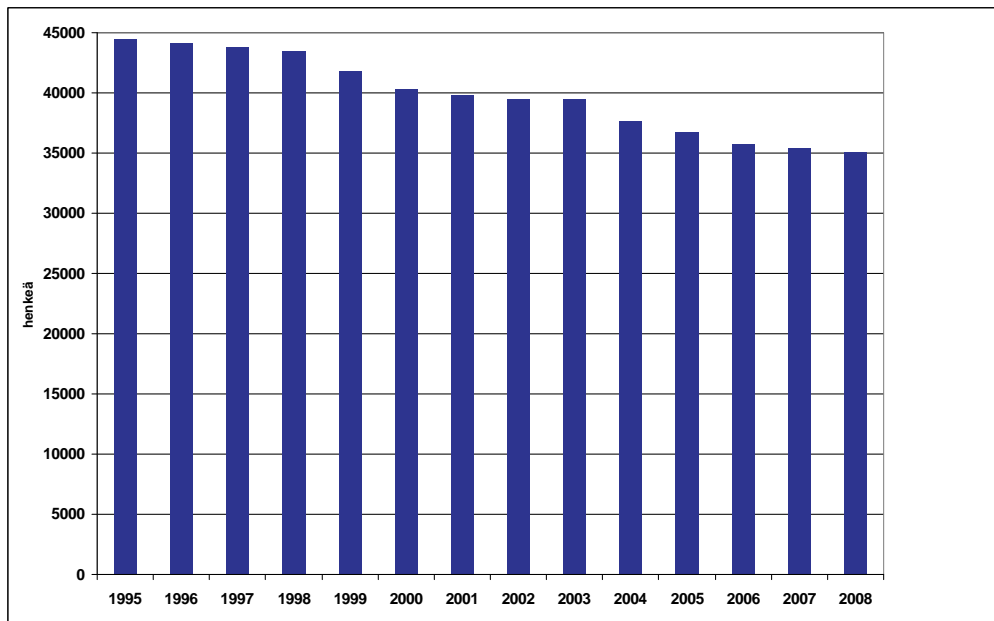
Tilinpäätöstiedot osoittavat, että elintarviketeollisuuden liikevaihto ja voitot (tilikauden tulos) kasvoivat euromääräisesti vuonna 2008. Myyntikate kuitenkin pieneni 1,5 prosenttiyksikköä ja käyttökate yhden prosenttiyksikön vuoden 2007 tasosta. Elintarviketeollisuuden tuottajahinnat nousivat keskimäärin kahdeksan prosenttia vuonna 2008, mutta muuttuvien kustannusten (raaka-aineet ym.) lisääntyminen heikensi katteita. Elintarviketeollisuudessa työskentelevien määrä (34 632) supistui vuonna 2008 lähes tuhannella henkilöllä (taulukko 15).

TAULUKKO 15.

Elintarviketeollisuuden liikevaihdon ja kannattavuuden kehitys 2006-2008. Toimialaluokitus 2008 (TOL 2008): 10–11 Elintarviketeollisuus.

	2006	2007	2008
Liikevaihto, milj. euroa	8 939	9 782	10 292
Palkat ja henkilösivukulut, milj. euroa	1 389	1 472	1 502
Tilikauden tulos, milj. euroa	281	352	622
Henkilöstön lukumäärä, kpl	34 761	35 723	34 632
Yritysten lukumäärä, kpl	1 788	1 801	1 770
Myyntikate, % liikevaihdosta	46,8	46,5	45,0
Käyttökate, % liikevaihdosta	7,8	7,9	6,9
Omavaraisuusaste, %	50,5	48,2	44,8

Lähde: Tilastokeskus 2010, teollisuuden tilinpäätöstilasto ja omat laskelmat.



KUVA 32.

Elintarvike-, juoma- ja tupakkateollisuuden työlliset (palkansaajat ja yrittäjät), henkeä 1995–2008, TOL-2002 (lähde: Tilastokeskus 2010).

Elintarviketeollisuuden suurimmat yritykset ovat Suomessa niin maito- kuin lihasektorilakin osuustoiminnan periaatteella toimivia yrityksiä. Tämä tuo oman vaikutuksensa Suomen elintarvikemarkkinoihin, sillä osuustoiminnalliset yritykset eivät maksimoi voittojaan samaan tapaan kuin yleensä yritysten mielletään tekevän. Muun muassa Valio maksaa ylijäämäänsä tuottajaosuuskunnan jäsenille maidon jälkitilien muodossa.

Lihasektorilla HKScan, Atria ja Järvi-Suomen Portti kuuluvat osuustoiminnallisesti toimiviin yrityksiin. Toisin kuin Valio, HKScan ja Atria ovat myös pörssiyrityksiä, mutta niiden pääomistajat ovat osuuskuntia. Atrian kolmella omistajaosuuskunnalla on yhteensä 8 500 jäsentä ja HKScanin pääomistajalla LSO Osuuskunnalla on 2 300 tuottajajäsentä (Osuustoiminnan Vuosikirja 2009).

Leipomoteollisuus on elintarviketeollisuuden työllistävin toimiala. Leipomoteollisuudessa työskenteli vuonna 2008 yli 9000 henkeä (työntekijät ja toimihenkilöt), lihanjalostusteollisuudessa noin 8 200 ja meijeriteollisuudessa noin 5 100 henkeä. Tuotannon bruttoarvosta mitattuna palkkakustannukset muodostivat meijeriteollisuudessa 7,7 prosentin, lihanjalostuksessa noin 11 prosentin osuuden (Elintarviketeollisuusliitto 2009b). Leipomoteollisuudessa peruspalkan lisäksi maksettavat erilaiset lisät ovat merkittävä kustannuserä. Esimerkiksi ilta- ja yöaikaan (21–06) tehdystä työstä maksetaan sadalla prosentilla korotettua palkkaa. Työvoimakustannukset leipomoalalla vaihtelevat siten 25 prosentista jopa 60 prosenttiin liikevaihdosta (Helsingin Sanomat 2009b).

Elintarviketeollisuus on elintarvikkeiden vähittäiskaupan ohella Suomessa hyvin keskittynyttä. Maitomarkkinat ovat pääosin yhden toimijan käsissä. Suomessa meijereihin toimitettavasta maidon kokonaismäärästä Valio vastaanottaa 86 prosenttia (Valio 2009). Lihasektorillakin markkinat ovat keskittyneitä, mutta ne jakautuvat tasaisemmin kahden päätoimijan välille. Lihanhankinnasta tuottajilta Atrialla ja HKScanilla on yhteensä noin 80 prosentin osuus (Osuustoiminnan Vuosikirja 2009). Leipomoteollisuudessa markkinoita hallitsevat valtakunnallisesti toimivat Fazer Leipomot ja Vaasan, joilla on yhteensä noin 60 prosentin markkinaosuus koko Suomen leipomotuotannon arvosta (Työ- ja elinkeinoministeriö 2009).

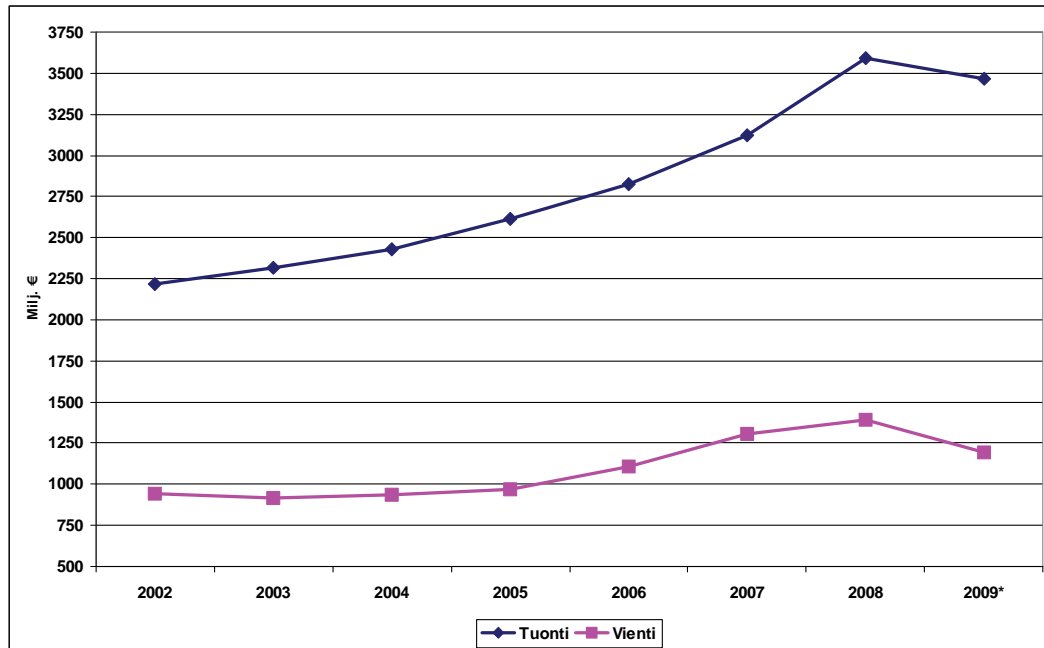
4.3 Ulkomaankauppa

Kun Suomi liittyi EU:n jäseneksi, elintarvikkeiden tuonti lisääntyi selvästi markkinoiden avautumisen myötä. Liha- ja maitotuotteiden kohdalla tuontituotteiden selvä kasvu vuodesta 2002 eteenpäin on osoitus paitsi suomalaisen ruokakulttuurin muutoksesta myös kansainvälisten markkinoiden tiiviimmästä integroitumisesta ja kilpailun lisääntymisestä. Elintarvikkeiden tuonnilla on oma osansa elintarvikkeiden kokonaiskulutusmenoissa ja siten myös elintarvikkeiden kuluttajien maksamassa hinnassa (PTT 2009).

Elinkeinoelämän tutkimuslaitos tarkasteli tutkimuksessaan eräiden elintarvikkeiden tuontiosuuksia suhteessa kotimaan myyntiin. Sen mukaan erityisesti tuontijuustojen osuus kotimaan myynnistä on kasvanut voimakkaasti. Vuonna 2008 tuontijuustoilla oli jo 36 prosentin osuus kotimaan myynnistä, kun vuonna 2005 osuus oli 31,5 prosenttia. Maitojauhetuonnilla oli vuonna 2008 reilun 16 prosentin osuus ja tuontinaudanlihalla 11 prosentin osuus kotimaan myynnistä. Myös niiden tuontiosuudet ovat olleet kasvamaan päin viime vuosina (Kotilainen, Koski, Mankinen ja Rantala 2010).

Elintarvikkeiden viennin kasvu Suomesta hidastui vuonna 2008. Elintarvikkeita vietiin 1 395 milj. euron arvosta, mikä on vajaat 7 prosenttia edellisvuotta enemmän. Vielä vuonna

2007 kasvua kertyi yli 18 prosenttia. Elintarvikkeita tuotiin 3 590 milj. euron arvosta, mikä on noin 15 prosenttia enemmän kuin vuotta aiemmin. Siten elintarvikekaupan alijäämä oli 2 194 milj. euroa. Vuonna 2009 sekä elintarvikevienti että –tuonti kääntyivät pitkästä ajasta laskuun. Arvosta mitattuna elintarvikkeiden vienti laski noin 15 prosenttia ja tuontikin reilut 3 prosenttia. Nämä prosenttiluvut perustuvat laskelmaan, jossa vuoden 2009 joulukuun viennin ja tuonnin arvo on arvioitu (Kuva 33).



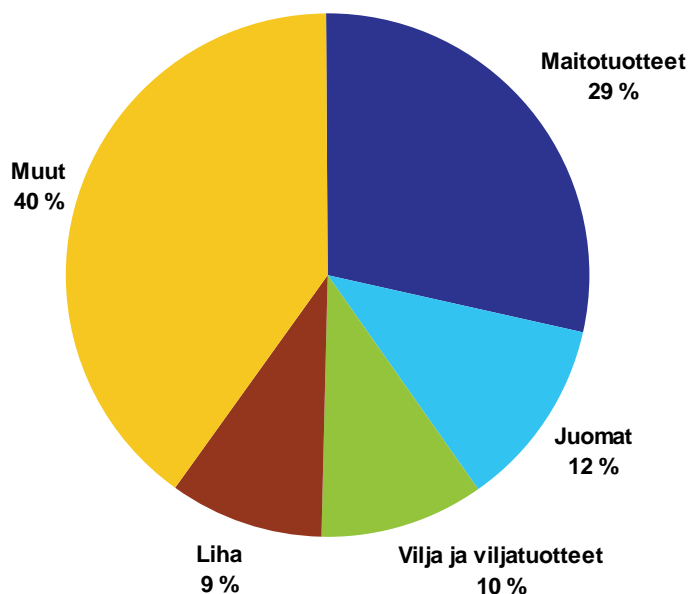
KUVA 33.

Elintarvikkeiden (CN 01-24) vienti ja tuonti vuosina 2002–2009, milj. euroa (vuoden 2009 arvo on joulukuun osalta arvio). Lähde: Tullihallitus 2010, ULJAS tietokanta, omat laskelmat

Elintarvikekaupan alijäämäisyyttä on perinteisesti ylläpitänyt hedelmien, raakakahvin ja vihannesten suuret tuontimäärät. Myös juustoja ja viljatuotteita tuodaan paljon. Saksa, Ruotsi ja Alankomaat ovat edelleen Suomen tärkeimmät elintarvikkeiden tuojamaat ja näistä maista tuodaan Tanskan ohella paljon juustoa Suomeen. Raakakahvin tuonnissa tärkeitä tuontimaita ovat Brasilian, Kolumbian, Nicaraguan ja Guatemalan kaltaiset maat, jotka ovat Brasiliia lukuun ottamatta muutoin melko vähän edustettuina ulkomaankauppatalastoissa. Tuonnin rakenteessa on kuitenkin havaittavissa muutosta, sillä unionin uusien jäsenmaiden merkitys on kasvanut. EU:n ulkopuolisista maista Brasilia on noussut merkittäväksi elintarvikkeiden tuojamaaksi paitsi raakakahvin, mutta myös naudan- ja siipikarjanlihan kohdalla (Tullihallitus 2010).

Venäjä on edelleen Suomen päävientikohde Ruotsin ohella, mutta Viro on selvästi kasvattanut osuuttaan tärkeänä vientikohteena. Maitovalmisteet, varsinkin juusto ja voi, olivat vuonna 2009 lähes 29 prosentin osuudellaan elintarvikeviennin arvosta suurin elintarviketuoteryhmä. Muita elintarvikeviennin tärkeitä tuoteryhmiä ovat juomat, vilja ja viljatuotteet sekä liha (kuva 34).

Elintarvikeviennin kokonaisarvo 1 194 milj. euroa



KUVA 34.

Suomen elintarvikeviennin arvo vuonna 2009 (joulukuu 2009 on arvio) jaettuna tärkeimpiin tuoteryhmiin. Lähde: Tullihallitus 2010, ULJAS tietokanta CN 01-24

Vuonna 2009 maitovalmisteiden viennin arvo laski yli 7 prosenttia, kun vielä vuonna 2008 niiden arvo kasvoi niukasti (0,5 %). Maitovalmisteiden tuonnin arvo kasvoi vajaat 3 prosenttia, mutta kasvu hidastui selvästi edellisvuodesta, jolloin tuonnin arvo kohosi lähes viidenneksellä (Tullihallitus 2010).

Maitotuotteiden vienti Suomesta on ollut vaikeuksissa, koska maailmanmarkkinoiden kriisin lisäksi Venäjän ja Ruotsin kaltaisten tärkeiden vientikohdemaiden valuuttojen heikentyminen on vähentänyt maitotuotteista saatavia vientituloja varsinkin vuoden 2009 aikana. Kun samanaikaisesti Suomen maitotuotemarkkinoille on virrannut suuria määriä halpaa juustoa ja jopa ruotsalaista maitoa, on maidonjalostussektorin kannattavuus heikentynyt. Kotimarkkinoilta saatavat tulot ovatkin näytelleet nyt entistä tärkeämpää roolia meijeriteollisuudelle. Tämä on näkynyt muun muassa siinä, että teollisuus on pitänyt tukkukaupalle myydyn maidon hinnan suhteellisen korkealla tasolla.

Elinkeinoelämän tutkimuslaitos (2010) laski tutkimuksessaan maitotuotteiden vienti- ja tuontihinnat Tullihallituksen viennin yksikköarvoindeksiä käyttäen. Sen mukaan maitotuotteiden vientihinta aleni selvästi vuoden 2009 aikana ollen lokakuussa yli 10 prosenttia alempi kuin vuoden 2007 alussa. Maitotuotteista eniten halpenivat juustot. Maitotuotteiden tuontihinnat romahtivat myös, sillä niiden tuontihinta oli lokakuussa lähes kolmanneksen alempi kuin vuoden 2007 alussa.

Juomaviennistä valtaosa on alkoholijuomien vientiä. Juomaviennin arvo laski vuonna 2009 reilut 4 prosenttia. Juomaviennin tärkeitä kohteita ovat muun muassa Viro noin viidenneksen osuudella, Venäjä noin 13 prosentin sekä Ruotsi 11 prosentin osuudella. Lihaviennin arvo supistui noin 15 prosenttia. Viljan ja viljatuotteiden viennin arvo putosi yli kolmanneksella lähinnä viljan viennin arvon romahtamisen myötä (Tullihallitus 2010).

Luvussa 4 tarkasteltiin päivittäismarkkinoiden, elintarviketeollisuuden ja ulkomaankaupan kehitystä. Esiin nousi seuraavia huomioita:

1. Päivittäistavarasektoria hallitsee Suomessa kaksi kaupparyhmittymää, joilla on noin 76 prosenttia markkinoista hallussaan. Ruotsissa kahdella suurimmalla kaupparyhmittymällä on noin 70 prosentin markkinaosuus. Kaupan tai minkään muunkaan toimialan keskittyminen muutaman toimijan käsiin ei ole yleensä kuluttajan kannalta hyvä asia.
2. Kaupan ryhmittymien isot yhteiseurooppalaiset ostoliittymät ovat vahvistaneen kaupan asemaa suhteessa elintarviketeollisuuteen. Yhä useampi kotimainen tuote on mahdollista korvata ulkomaisella vastaavalla tai ainakin lähes vastaavalla tuotteella.
3. Vuoden 2009 joulukuun alusta alkaen tuli voimaan laki kauppojen vapaammasta aukiolosta.
4. Elintarviketeollisuuden suurimmat yritykset ovat Suomessa niin maito- kuin lihasektorillakin osuustoiminnan periaatteella toimivia yrityksiä. Osuustoiminnallisten yritysten voiton maksimointitavat poikkeavat muista yrityksistä. Muun muassa Valio maksaa ylijäämäänsä tuottajaosuuskunnan jäsenille maidon jälkitilien muodossa.
5. Elintarviketeollisuus on elintarvikkeiden vähittäiskaupan ohella Suomessa hyvin keskittynyttä. Meijereihin toimitettavasta maidon kokonaismäärästä markkinajohtaja vastaanottaa 86 prosenttia. Lihasektorillakin markkinat ovat keskittyneitä, mutta ne jakautuvat tasaisemmin kahden päätoimijan välille, joilla on noin 80 prosentin osuus lihanhankinnasta.
6. Vuonna 2009 maitovalmisteiden viennin arvo Suomesta laski yli 7 prosenttia, kun vielä vuonna 2008 niiden arvo kasvoi niukasti (0,5%). Maitotuotteiden vienti on ollut vaikeuksissa, koska maailmanmarkkinoiden kriisin lisäksi Venäjän ja Ruotsin kaltaisten tärkeiden vientikohdemaiden valuuttojen heikentyminen on vähentänyt maitotuotteista saatavia vientituloja.

LÄHTEET

- Aalto-Setälä V, Nikkilä M, Pagoulatos E (2004) Elintarvikkeiden hintaerojen syyt Euroopan maiden välillä. Julkaisu 5/2004. Kuluttajatutkimuskeskus, Helsinki.
- Aalto-Setälä V, Nikkilä M (2007) Toimivatko EU:n yhteismarkkinat? Case: elintarvikkeet Helsingissä ja Tallinnassa. Julkaisu 5/2007. Kuluttajatutkimuskeskus, Helsinki.
- Aleklett K (2009) Peak Oil - Economy and Climate on the path down from the peak. Essay based on publications from the Global Energy Systems Group at Uppsala University in Sweden; <http://www.fysast.uu.se/ges/en/publications>
- CIAA, Confederation of the Food and Drink Industries of the EU (2009) Data & trends of the European food and drink industry 2008.
- Chinahush (2009) The crazy garlic, www.chinahush.com.
- Dagligvarukartan (2008) <http://www.dlf.se/filer/Dagligvarukartan%202008.pdf>
- DLF, Dagligvaruleverantörers Förbund (2009) Nyhetsbrevet, www.dlf.se.
- Elintarviketeollisuusliitto (2009a) Elintarviketeollisuusliiton jäsen selvitys 2008.
- Elintarviketeollisuusliitto (2009b) Elintarviketeollisuuden tärkeimmät toimialat 2008. Rakennetilastot, Elintarviketeollisuusliitto.
- Elintarviketeollisuusliitto (2010) Elintarviketeollisuusliiton jäsen selvitys 2009.
- EurActiv (2010) Romania becomes first country to introduce junk-food tax. Press Article 14.1.2010, www.euractiv.com.
- Euroopan komissio (2008) Food Prices in Europe. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Brussels 9.12.2008, COM (2008) 821. Final version.
- Euroopan komissio (2009a) A Better Functioning Food Supply Chain in Europe. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Brussels 28.10.2009, COM (2009) 591. Final version.
- Euroopan komissio (2009b) VAT Rates Applied in the Member States of the European Community.
- Euroopan komissio (2009c) Directorate-General for Agriculture and Rural Development.
- Euroopan unioni (2009) Derivatives and derivatives markets. MEMO/09/314.
- Eurostat (2009a) Eurostat database, www.ec.europa.eu/eurostat.
- Eurostat (2009b) Price Level Index.
- FAO, Food and Agriculture Organization (2009a) The State of Agricultural Commodity Markets: High food prices and the food crisis – experiences and lessons learned.
- FAO, Food and Agriculture Organization (2009b) Food Outlook, December 2009.
- FAO ja OECD (2009) OECD-FAO Agricultural Outlook 2009-2018.
- FranceAgriMer (2009) Observatoire des prix et des marges. Filière laitière. Établissement national des produits de l'agriculture et de la mer. 28.7.2009, www.franceagrimer.fr.

- Hallituksen esitys 114/2008.
- Hallituksen esitys 84/2009.
- Helsingin Sanomat (2009a) Ruuan hintaero EU-tasoon kapenee. Helsingin Sanomat 14.8.2009.
- Helsingin Sanomat (2009b) Yötyö nostaa leivän hintaa. Helsingin Sanomat 25.11.2009.
- Helsingin Sanomat (2010) Arlan maito valtaa ruokapöytiä. Helsingin Sanomat 5.3.2010.
- Holm P, Kiander J, Rauhanen T, Viren M (2007) Elintarvikkeiden arvonlisäverokannan alentamisen vaikutukset. Pellervon taloudellisen tutkimuslaitoksen raportteja n:o 200.
- IEA, International Energy Agency (2009) World Energy Outlook 2009.
- Inex Partners (2010) Yrityksen Internet-sivut, www.inex.fi.
- Jordbruksverket (2009) Analys av prisförändringar i olika prisled för mjölk, www.jordbruksverket.se.
- Kauppalehti (2009a) Ruokakaupassa omat merkit valtaavat alaa. Kauppalehti 20.5.2009.
- Kauppalehti (2009b) EU setvii ruoan hintaa ja kaupan omia merkkejä. Kauppalehti 21.9.2009.
- Kauppalehti (2009c) Vero uhkaa kaikkea rasvaista ja makeaa ruokaa. Kauppalehti 1.10.2009.
- Kesko (2010) Yrityksen Internet-sivut, www.kesko.fi.
- Kiander J, Romppanen A (toim.) (2005) Suomi 10 vuotta Euroopan unionissa. Taloudelliset vaikutukset. VATT julkaisuja 42.
- Kivistö J (2009) Elintarvikkeiden hintakehitys Suomessa. Euro & Talous 4/2009. Suomen Pankki.
- Kotilainen M, Koski H, Mankinen R, Rantala O (2010) Elintarvikkeiden hinnanmuodostus ja markkinoiden toimivuus. Elinkeinoelämän tutkimuslaitos, Keskusteluaiheita no. 1209.
- Kuosmanen T, Niemi J, Sipiläinen T (2009) Maataloustuen ja tuottavuuden vaikutukset hintamarginaaleihin ja hinnanmuodostukseen. MTT, Kasvu 3.
- Lehtinen I (2009) Liian kalliita jauhoja pussissa. Tieto & Trendit 6/2009. Tilastokeskus.
- Linnakangas E, Juanto L (2004) Arvonlisäverotuksen ja muun kulutusverotuksen perusteet. Lakimiesliiton kustannus. Helsinki.
- Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus, MTT (2009) Suomen maatalous ja maaseutuelinkeinot 2009.
- Maa- ja metsätalousministeriö (2010).
- Murmann (2010) Kauppapuutarhaliiton vihannesasiantuntija Tom Murmannin haastattelu 25.2.2010.
- Nielsen (2008a) Taloudellisen ympäristön muutokset heijastuvat päivittäistavarakulutukseen jo Suomessakin. Lehdistö tiedote 4.12.2008.
- Nielsen (2008b) Kodin ulkopuolella syötyjen annosten määrä kasvoi. Tiedote 31.10.2008. <http://fi.nielsen.com/site/documents/HORECATIEDOTE.pdf>

- Nielsen (2009) Päivittäistavaramyynnin arvo kasvoi ennätysvauhtia vuonna 2008. Lehdistötiedote 18.3.2009.
- Nikkilä M, Pohjonen A (1998) Kuluttajahinnat Euroopassa. Osa I Hintatasovertailu eri maissa, Osa II Hinnat elintarvikemarkkinoilla. Kuluttajatutkimuskeskus, Julkaisuja 12/1998.
- Nordic Competition Authorities (2005) Nordic Food Markets – a taste for competition. Working Group of Nordic Competition Officials.
- Osuustoiminnan Vuosikirja 2009 (2009) Osuustoiminta 4/09.
- PLMA, Private Label Manufacturers Association (2009) International Private Label Yearbook 2009.
- PTT, Pellervon taloudellinen tutkimuslaitos (2009) Ruokakriisistä ruokaturvaan. PTT-katsaus 2/2009.
- Päivittäistavarakauppa ry (2009) Päivittäistavarakauppa 2009–2010.
- Purasjoki M (2009) Kaavoitus, kauppa ja kilpailu. Raportti ympäristöministeriölle.
- Rauhanen T, Peltoniemi A (2006) Elintarvikkeiden ja ruokapalveluiden arvonlisäverotus EU:ssa ja Suomessa. Pellervon taloudellisen tutkimuslaitoksen raportteja n:o 196.
- SCB, Statistiska centralbyrån (2009).
- Soppi P (2007) Elintarvikkeiden ja ravintolapalveluiden kysyntä Suomessa. Pellervon taloudellisen tutkimuslaitoksen työpapereita n:o 84.
- Suomen Lähikauppa (2010) Yrityksen Internet-sivut, www.lahikauppa.fi.
- Talouselämä (2009) Valio kävi siniristipuolustukseen. Talouselämä 41/2009
- Taloustutkimus (2010) Suomessa syödään kodin ulkopuolella 850 miljoonaa ateriaa vuodessa. Uutiskirje 1/2010.
- Tike, Maa- ja metsätalousministeriön tietopalvelukeskus (2009) Matilda-tietopalvelu ja Tiken tilasto- ja tietopalvelut.
- Tike, Maa- ja metsätalousministeriön tietopalvelukeskus (2010) Matilda-tietopalvelu ja Tiken tilasto- ja tietopalvelut.
- Tilastokeskus (2007) Mihin rahat kuluvat? Kulutustutkimus.
- Tilastokeskus (2008) Kuluttajahintaindeksi 2005 = 100. Käyttäjän käsikirja.
- Tilastokeskus, tietokanta (2010) Kuluttajahintaindeksi, teollisuuden tuottajahintaindeksi, maatalouden tuottajahintaindeksi, Elintarvikkeiden keskihinnat, kaupan tilinpäätöstilastot, teollisuuden tilinpäätöstilastot.
- TNS Gallup (2009) Ruokatietoa 2009. Suomen Gallup Elintarviketieto Oy.
- Tullihallitus, ULJAS-tietokanta (2010)
- Työ- ja elinkeinoministeriö (2008) Elintarviketeollisuuden toimialaraportti 5/2008.
- Työ- ja elinkeinoministeriö (2009) Leipomoteollisuuden toimialaraportti 3/2009.
- Valio (2009) Yrityksen Internet-sivut, www.valio.fi.
- Valtioneuvosto (2009) Valtioneuvoston viestintäyksikkö, tiedote 238/2009.
- Varjonen J (2001) Elämyksiä, terveyttä, vaihtelua – 2000-luvun ruokatottumukset. Kuluttajatutkimuskeskus. Julkaisuja 3/2001.

- Varjonen J, Aalto K (2010) Kotitaloustuotannon satelliittitilin laskelmat. (Käsikirjoitus)
- Viinisalo M, Nikkilä M, Varjonen J (2008) Elintarvikkeiden kulutusmuutokset kotitalouksissa vuosina 1966–2006. Kuluttajatutkimuskeskus. Julkaisuja 7/2008.
- Ympäristöministeriö (2009) Kaupan ohjauksen arviointiryhmän raportti. Ympäristöministeriön raportteja 21/2009.
- Öljy- ja Kaasualan keskusliitto (2010) Öljy- ja kaasualan tilastot.

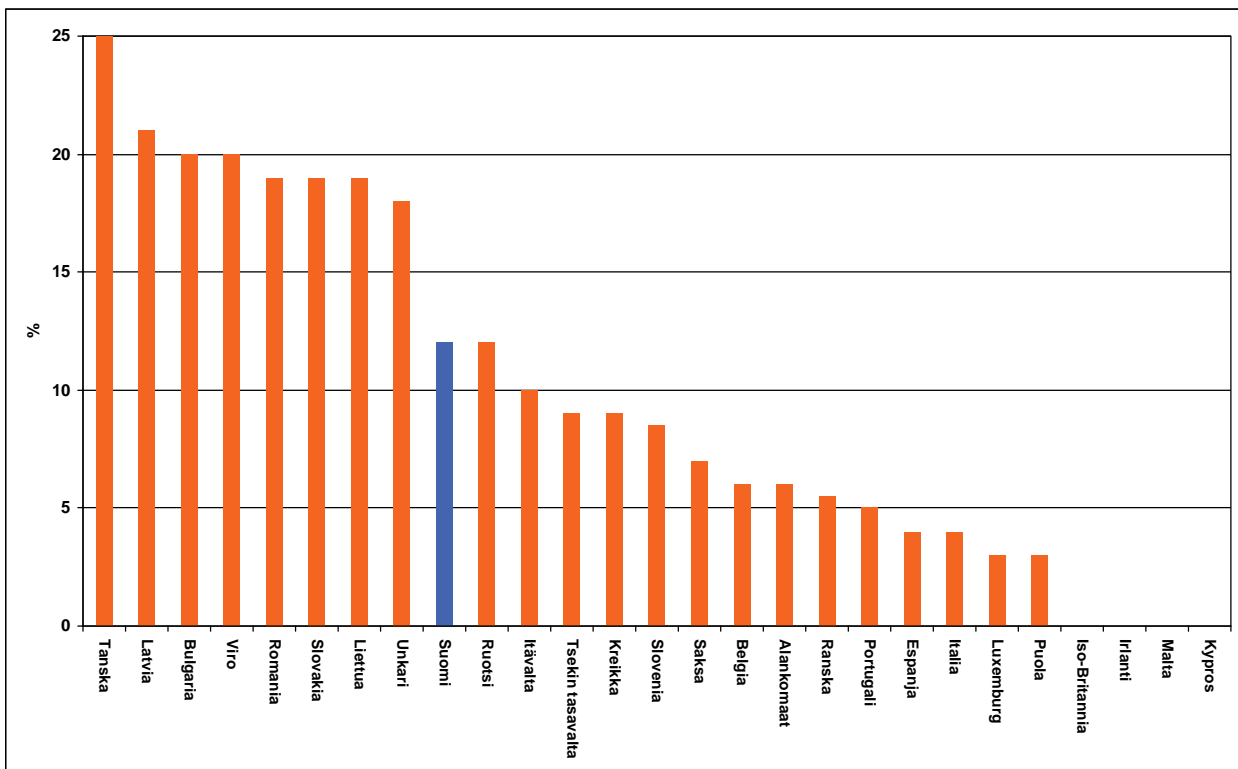
LIITE

Taulukko 1.
Arvonlisäveron määräytyminen eri tuotanto- ja jakeluportaissa.

	Veroton myyntihinta	ALV 12 %	Verollinen myyntihinta	Valtion verotulo
Raaka-aineen toimittaja	10 €	1,2 €	11,2 €	1,2 €
Elintarvikejalostaja	20 €	2,4 €	22,4 €	2,4 - 1,2 = 1,2 €
Tukkuliike	30 €	3,6 €	33,6 €	3,6 - 2,4 = 1,2 €
Vähittäiskauppa	40 €	4,8 €	44,8 €	4,8 - 3,6 = 1,2 €

Taulukon 1 esimerkissä verottoman myyntihinnan on oletettu kasvavan kymmenellä eurolla jokaisessa portaassa.

Kuva 2.
Elintarvikkeiden yleisimmät arvonlisäverokannat (tilanne 1.10.2009) EU-27-valtioissa (Euroopan komissio 2009b).



Elintarvikkeiden alv-alennus ja hintakehitys
Hintaseurannan tulokset ja katsaus kuluttajahintaa määrittäviin tekijöihin
Ari Peltoniemi, Johanna Varjonen



Kaikukatu 3, 00530 Helsinki
PL 5, 00531 Helsinki
Puh. 010 605 9000
Faksi (09) 876 4374
www.kuluttajatutkimuskeskus.fi