



MAITOSEKTORIN HINTARAKENTEET

ARI PELTONIEMI, KYÖSTI AROVUORI, JYRKI NIEMI,
PERTTU PYYKKÖNEN

Kuluttajatutkimuskeskus 2015:1
Politiikan ja talouden tutkimuksen laitoksen julkaisuja

MAITOSEKTORIN HINTARAKENTEET

Ari Peltoniemi*

Kyösti Arovuori**

Jyrki Niemi***

Perttu Pyykkönen**

Helsinki 2015

*Kuluttajatutkimuskeskus, Helsingin yliopisto

** Pellervon taloustutkimus PTT

***Luonnonvarakeskus Luke

Kuluttajatutkimuskeskus 2015:1
ISBN 978-951-698-287-1 (pdf)
ISSN 2342-0928 (pdf)

Helsinki 2015

PELTONIEMI, A., AROVUORI, K., NIEMI, J. JA PYYKKÖNEN, P. 2015.
MAITOSEKTORIN HINTARAKENTEET.

Tiivistelmä: Tutkimuksessa tarkastellaan kotimaisen maitosektorin hintarakenteita ja rahavirtojen jakautumisessa tapahtuneita muutoksia vuosien 2008 ja 2012 välisenä aikana. Tutkimuksessa kuluttajan tuotteesta maksama hinta jaetaan raaka-aineen hintaan sekä jalostuksen, kaupan ja valtion osuuteen. Lisäksi tutkimuksessa analysoidaan kotimaisen maitoketjun rahavirtoja hyödyntämällä elintarvikkeiden kulutuksen, tuotannon ja ulkomaankaupan bruttomääräisiä tilastoarvoja. Tulokset osoittavat, että kaupan osuus maitosektorin tuotteiden kuluttajahinnoissa on kasvanut. Teollisuuden osuus on pysynyt ennallaan, mutta tuottajan ja verottajan osuus on sitä vastoin hieman pienentynyt. Yhä suurempi osa maitojalosteiden kulutuksesta tapahtuu tuonnin kautta. Siten kaupan asema sen ja teollisuuden välisissä sopimusneuvotteluissa on vahvistunut. Kauppa myös kykeni parhaiten hyödyntämään elintarvikkeiden lokakuussa 2009 tapahtuneen arvonlisäveron alentumisen.

Asiasanat: hintamarginaalit, rahavirrat, maitosektori, elintarviketeollisuus.

PELTONIEMI, A., AROVUORI, K., NIEMI, J. AND PYYKKÖNEN, P. 2015.
PRICE STRUCTURES IN THE FINNISH DAIRY SECTOR.

Abstract: The study examines the changes in the price structures and the distribution of the money flows in the Finnish dairy sector from 2008 to 2012. In the analysis, price margins for dairy products are calculated by dividing consumer price between different sectors within the dairy chain. These sectors are primary production, processing industry, retail trade sector and government. In addition, the development and distribution of total money flows in the Finnish dairy sector are analysed. The results show that the share of retail trade in the consumer price of dairy products has increased in recent years. The dairy industry's share has remained unchanged, but the share of primary production has decreased. The share of taxes has also decreased due to changes in value added tax (VAT) on food. The share of imported dairy products out of total consumption has increased in Finland. Therefore, the negotiation position of the retail sector has strengthened as it is capable of taking advantage of the competition, both within the domestic dairy industry and between the Finnish and foreign companies. The retailers were also able to take the most benefit of the VAT reduction, which took effect in October 2009.

Key words: *price margins, money flows, dairy sector, food industry.*

ESIPUHE

Elintarvikeketjun läpinäkyvyydestä ja ruoan hinnan jakautumisesta ketjun eri vaiheissa on keskusteltu viime aikoina runsaasti. Nykyisessä tietoa tulvivassa yhteiskunnassa läpinäkyvyyttä arvostetaan. Informaatioteknologian kehityksen myötä kuluttajien on ollut helppo hakea tietoa esimerkiksi elintarvikkeiden ominaisuuksista ja uusista kulutustrendeistä. Tietoa on kaivattu myös ruoan hinnan muodostumisesta. Keskusteluissa on tuotu esiin tarve kattavan, tietoon pohjautuvan hintarakenneselvityksen toteuttamisesta elintarvikeketjussa.

Elintarvikkeiden hinnanmuodostuksen analysoinnissa ongelmia on kuitenkin aiheuttanut se seikka, että elintarviketeollisuuden ja kaupan välisiä hintatietoja ei ole ollut saatavilla edes tutkimuskäyttöön. Kuluttajatutkimuskeskus on kuitenkin pystynyt tuomaan kauan kaivattua läpinäkyvyyttä hinta-analyyseihin, koska sillä oli valtioneuvoston asetuksen antama oikeus pyytää tutkimuksensa käyttöön hintatietoja elintarvikkeista kaikkiin portaisiin kuuluvilta elinkeinonharjoittajilta.

Käsillä olevassa julkaisussa pureudumme tarkastelemaan maitosektorin tuotteiden kuluttajahinnan muodostumista sekä ketjun eri osien ja kustannustekijöiden vaikutusta maitopohjaisten tuotteiden ja kananmunien hinnanmuodostukseen. Samalla analysoimme ulkomaankaupan eli tuonnin ja viennin vaikutusta ketjun rahavirtoihin.

Julkaisu kuuluu yhtenä osiona tutkimushankkeeseen ”Ruokamarkkinoiden toimivuus ja elintarvikkeiden hinnanmuodostus Suomessa”, jonka tavoitteena on analysoida tilastollisin välinein suomalaisten elintarvikemarkkinoiden toimivuutta ja kilpailullisuutta elintarvikeketjun eri osissa ulottuen aina alkutuotannosta vähittäiskauppaan. Tutkimushankkeessa ovat mukana Luonnonvarakeskus (Luke), Kuluttajatutkimuskeskus ja Pellervon taloustutkimus (PTT).

Tutkimushanketta rahoittavat Maa- ja metsätalousministeriön maatilatalouden kehittämisrahasto (MAKERA), Työ ja elinkeinoministeriö (TEM), Maa- ja metsätaloustuottajien keskusliitto (MTK) ja Kuluttajaliitto. Kiitämme rahoittajia, hankkeen ohjausryhmää sekä kaikkia tutkimusta edistäneitä tahoja. Lisäksi haluamme osoittaa erityiskiitoksen kaikille tutkimukseen osallistuneille elintarviketeollisuusyrittäjille, päivittäistavarakaupoille, toimialajärjestöille ja tilastoviranomaisille. Ilman heidän panostaan tutkimuksen toteuttaminen ei olisi ollut mahdollista.

Helsingissä kesäkuussa 2015

Tekijät

YHTEENVETO

Tutkimuksessa tarkastellaan kotimaisten maitosektoriin kuuluvien tuotteiden hintarakenteita ja sektorin rahavirtojen jakautumisessa tapahtuneita muutoksia vuosien 2008 ja 2012 välisenä aikana. Tutkimuksessa kuluttajan tuotteesta maksama hinta jaetaan raaka-aineen hintaan sekä jalostuksen, kaupan ja valtion osuuteen. Lisäksi tutkimuksessa analysoidaan kotimaisen maitoketjun rahavirtoja hyödyntämällä elintarvikkeiden kulutuksen, tuotannon ja ulkomaankaupan bruttomääräisiä tilastoarvoja.

Tutkimustulokset osoittavat, että kaupan osuus maitotuotteiden kuluttajahinnoissa on viime vuosina kasvanut. Teollisuuden saama osuus on pysynyt ennallaan, mutta alkutuotannolle jäävä osuus on hieman pienentynyt. Verottajan saama osuus on hieman pienentynyt arvonlisäverotuksen muutosten takia.

Vuonna 2008 kaupan osuus maitosektorin tuotteiden verollisesta kuluttajahinnasta oli keskimäärin 21,5 %. Teollisuudella oli 33 prosentin osuus ja alkutuotannolla 31 prosentin osuus. Neljä vuotta myöhemmin, vuonna 2012, kauppa oli kasvattanut osuuttaan 3,9 prosenttiyksiköllä (25,4 %). Teollisuuden osuus säilyi ennallaan ja alkutuotannon osuus laski hieman (30,2 %).

Maitosektorin rahavirtojen tarkastelu tukee hintamarginaalilaskelman tuloksia. Kokonaisuudessaan kaupan ja ravintoloiden osuus maitotuotteisiin käytetyistä kokonaiskulutusmenoista kasvoi 5,6 prosenttiyksiköllä vuodesta 2008 vuoteen 2013. Samaan aikaan tuonnin osuuden kasvu oli 2,4 prosenttiyksikköä. Kotimaisen elintarviketeollisuuden suhteellinen osuus säilyi käytännössä ennallaan. Maatalouden osuus laski kyseisiä vuosia vertailtaessa 4,7 prosenttiyksikköä. Verojen osuus pieneni 3,4 prosenttiyksikköä.

Raaka-aineen hinnalla on maitosektorin tuotteiden hinnanmuodostuksessa iso vaikutus, sillä suuren osan maitotuotteista jalostusaste ei ole kovin korkea. Lisäarvotuotteiden määrän kasvu on kuitenkin pienentänyt raaka-aineen suhteellista osuutta hinnanmuodostuksessa. Entistä merkittävämpi osa maitosektorin lisäarvosta tuotetaan teollisuuden ja kaupan toimesta. Tästä seuraa, että rahavirtojen kasvusta huolimatta maatalouden suhteellinen osuus laskee. Lisäarvotuotteiden kautta toteutunut rahavirtojen kasvu hyödyttää koko sektoria. Tämä näkyy reaalisten rahavirtojen kehityksessä. Kauppa ja ravintola, elintarviketeollisuus ja maatalous ovat kaikki pystyneet kasvattamaan kiinteähintaisia rahavirtoja vuodesta 2005 vuoteen 2013.

SISÄLLYS

Esipuhe	4
YHTEENVETO	5
1. JOHDANTO	7
1.1 Katsaus aiempiin hintarakennetutkimuksiin	8
1.2 Maitotuotteiden hintakehitys	10
2. MAITOSEKTORIN HINTAMARGINAALIT	18
2.1 Aineistokuvaus	18
2.2 Menetelmäkuvaus	20
2.3 Tulokset: maitotuotteiden hintamarginaalit vuosina 2008 ja 2012 ...	23
3. MAITOSEKTORIN RAHAVIRTOJEN JAKAUTUMINEN	34
3.1 Aineisto- ja menetelmäkuvaus	34
3.2 Tulokset	36
4. JOHTOPÄÄTÖKSET	43
LÄHTEET	42
LIITE 1:Aineistokuvaus: elintarvikkeiden hintamarginaalit.....	45
LIITE 2: Elintarvikkeiden hinta- ja määrätietojen luovuttamispyyntö	50

1 JOHDANTO

Elintarvikeketjun toimintaan Suomessa on jo useamman vuoden ajan kohdistunut suurta mielenkiintoa ja kriittisyyttäkin. Huomiota on kiinnitetty erityisesti ruoan hintatason nousuun ja sen taustalla oleviin tekijöihin sekä hintojen kehityksen eroihin Suomen ja muiden maiden välillä. Hintakehityksen lisäksi keskustelua on herättänyt kuluttajan maksaman hinnan jakautuminen elintarvikeketjun sisällä, mikä on antanut aiheen tarkastella elintarvikeketjun eri osien keskinäisiä voimasuhteita ja näiden merkitystä kilpailulle, elintarvikeketjussa tapahtuvalle tulonjaolle ja elintarvikkeiden hinnanmuodostukselle. Mistä ruoan kuluttajahinta muodostuu? Kuinka suuren osuuden kukin elintarvikeketjun toimija saa elintarvikkeen hinnasta?

EU:n tasollakin on viime vuosina korostettu tarvetta lisätä elintarvikkeiden hinnanmuodostuksen läpinäkyvyyttä. Euroopan komissio (2009) on ilmaissut huolestumisensa muun muassa elintarvikeketjun toimijoiden epätasaisista neuvotteluvoimista. Puutteellisen kilpailun kotimarkkinasektorilla, esimerkiksi vähittäiskaupassa, on todettu nostavan tuotteiden hintatasoa, vähentävän kannusteita innovointiin ja alentavan siten tuottavuutta ja kasvua. Toimivia ja tehokkaita ruokamarkkinoita pidetään osana hyvinvoinnin perustaa ja osana vastuullista elintarvikeketjua. Kilpailun toimiessa hyvin, on kuluttajilla mahdollisuus valita heidän tarpeitaan parhaiten vastaavat hyödykkeet sekä näiden hyödykkeiden tarjoajat.

Myös kuluttajat ovat tutkimusten mukaan erittäin kiinnostuneita ruoan hinnan läpinäkyvyydestä. He haluavat ymmärtää, mistä hinnassa maksetaan; etenkin, jos hinta koetaan kalliinpuoleiseksi. Kallis hintakin voidaan hyväksyä, mikäli sille löytyy kuluttajan omaan arvomaailmaan sopivat perustelut, kuten vaikkapa tuotteen kotimaisuus, terveellisyys tai luonnonmukainen tuotantotapa. Kuluttajien maksuhalukkuus kiteytyykin keskeisesti siihen, että he olettavat ruoan hinnan olevan hyväksyttävä ja oikeudenmukainen (Ollila 2012). Varsinkin vastuullisuudella markkinoitavien elintarvikkeiden hinnan oikeudenmukaisuus ja sen todentaminen ovat keskeisiä tekijöitä siinä, miten tuotteet hyväksytään säännölliseen käyttöön. Tämä luo elintarvikeketjun toimijoille haasteen hinnan selkeään kommunikointiin asiakkaalle.

Tutkimushankkeen ensimmäinen elintarvikkeiden hintarakenteita tarkastellut raportti keskittyi suomalaiseen lihasektoriin (Peltoniemi ym. 2014a) ja toinen vastaavasti suomalaiseen viljasektoriin (Peltoniemi ym. 2014b). Tämän tutkimusraportin tavoitteena on luoda kokonaiskuva suomalaisen maitosektorin hintarakenteista sekä rahavirtojen jakautumisesta. Raportin rakenne on seuraava: Luvussa 1 tarkastellaan suomalaisen maitoalan markkinatilannetta ja kehitystä.

Luvussa 2 tehdään selkoa maitotuotteiden ja kananmunien hinnanmuodostuksesta eriyttämällä kuluttajan tuotteesta maksama hinta raaka-aineen hintaan, jalostuksen, kaupan ja valtion osuuteen. Luvussa 3 analysoidaan kotimaisen maitoketjun kokonaisrahavirtoja hyödyntämällä elintarvikkeiden kulutuksen, tuotannon ja ulkomaankaupan bruttomääräisiä tilastoarvoja. Luvussa 4 esitetään tutkimuksen johtopäätökset.

1.1 KATSAUS AIEMPIIN HINTARAKENNETUTKIMUKSIIN

Kuluttajatutkimuskeskus, Luonnonvarakeskus (Luke) ja Pellervon taloustutkimus (PTT) ovat omissa aiemmissä laskelmissaan ja tutkimuksissaan analysoineet elintarvikkeiden hintarakenteita eri näkökulmista siltä osin kuin käytettävissä olevat tiedot ovat siihen antaneet mahdollisuuden.

Luke on seurannut vähittäis- ja tuottajahintojen välisten marginaalien kehitystä 1970-luvulta lähtien (Siren 1971, Haljala 1981, Nuutila 1992, Laurinen 1996, Peltomäki 2000, Mäkelä ja Niemi 2004, Niemi ja Jansik 2005, Niemi ym. 2011). Vuoteen 1988 saakka marginaalilaskelmien hintatiedot perustuivat viranomaisten kokoamiin tietoihin niin tuotteiden hinnoista kuin myös niiden hinnoitteluperusteista. Tämän mahdollisti vuonna 1974 säädetty hintavalvontalaki, joka velvoitti elinkeinonharjoittajat ilmoittamaan tarvittavat hintatiedot viranomaisille. Hintavalvontalain päätyttyä vuoden 1988 lopussa elintarvikkeiden hinnanmuodostusta ei ole enää pystytty seuraamaan ja valvomaan aiemmassa laajuudessa. Luke on joutunut keräämään hintatietoja vuodesta 1989 lähtien eri tilastolähteistä kuin aikaisemmin. Osa hintatietojen saannista on perustunut elintarvikealan yritysten vapaaehtoisuuteen, mikä on vaikeuttanut hintamarginaalien laskentaa.

Kuluttajatutkimuskeskuksen selvityksissä 1990-luvun ja 2000-luvun alussa tarkasteltiin elintarvikkeiden hintarakenteita ja niiden kehitystä kuluttajien kannalta. Tutkimuksia varten saatiin yrityksiltä teollisuuden myyntihinnat kaupalle. Kaupan kokonaispalkkiot saatiin kuluttajahintojen ja teollisuuden myyntihintojen erotuksena (Pohjonen 1991a, 1991b, 1992, 2000). Pohjosen (2000) mukaan kaupan asema teollisuuteen nähden vahvistui merkittävästi Suomen EU-jäsenyyden myötä, kun siirryttiin suljetusta elintarviketaloudesta markkinalähtöiseen toimintaan

PTT on analysoinut elintarvikeketjun rahavirtoja hyödyntämällä elintarvikkeiden kulutuksen, tuotannon ja ulkomaankaupan bruttomääräisiä tilastoarvoja. Lähestymistapa perustuu ruokaan käytettävien kokonaiskulutusmenojen jakamiseen elintarvikeketjun eri osille: maatalouteen, elintarviketeollisuuteen, tuontiin, veroihin sekä kauppaan ja ravintolapalveluihin. Tulosten perusteella kauppa ja ravintolat kasvattivat omaa osuuttaan elintarvikeketjussa vuosina 2000–2009.

Lisäksi tuonnin merkitys on ollut voimakkaassa kasvussa. Kotimainen maatalous ja elintarviketeollisuus ovat vastaavasti menettäneet asemiaan (Arovuori ym. 2011).

Tehdyt hintamarginaalitutkimukset osoittavat kautta linjan, että kaupan osuus ruoan verollisesta kuluttajahinnasta on EU-jäsenyysaikana kasvanut. Kasvavaa eroa elintarvikkeiden vähittäismyynti- ja tuottajahintojen välillä selittävät Kuosmasen ja Niemen (2009) mukaan ainakin seuraavat kuusi tekijää: 1) tuotteiden korkeampi jalostusaste, 2) parempi elintarvikehygienia, 3) erot tuottavuuden kasvussa eri sektoreilla, 4) maatalouspoliittiset uudistukset, 5) kansainvälisen kaupan vapautuminen ja 6) epätäydellinen kilpailu. Kaikkia mahdollisia selityksiä on tarkasteltava yhdessä, jotta ymmärretään paremmin elintarvikeketjun dynamiikkaa.

Kuosmasen ym. (2009) mukaan tuottavuuden nopea kasvu maataloudessa on ollut pitkällä aikavälillä yksi merkittävimmistä syistä tuottajan ruoan hinnasta saaman osuuden laskuun. Maatalouden kokonaistuottavuus on kasvanut viime vuosikymmeninä keskimäärin nopeammin kuin muilla elintarvikeketjun toimialoilla elintarviketeollisuudessa sekä tukku- ja vähittäiskaupassa. Maataloudessa ja elintarviketeollisuudessa tuottavuuskasvun vaikutus on siirtynyt myös kokonaisuudessaan tuottajahintoihin: yhden prosentin tuottavuuden kasvu on johtanut vähintään yhden prosentin laskuun tuottajahinnoissa. Tukku- ja vähittäiskaupassa vaikutus on samansuuntainen mutta pienempi: yhden prosentin tuottavuuden kasvu on johtanut keskimäärin vain alle 0,6 prosentin laskuun kuluttajahinnoissa. Kaupan ala on näin ollen pystynyt siirtämään osan tuottavuuskasvun hyödyistä yritysten katteisiin.

Ali-Yrkkö (2013) on osaltaan avannut ruoan hinnan muodostumista, kun hän tutki eri alojen tuotteiden arvonlisän syntyä. Tutkimuksessa analysoitiin kaikkiaan kahdeksan Suomessa valmistetun elintarvikkeen¹ arvon syntyä. Näissä elintarvikkeissa tukku- ja vähittäiskaupan osuus tuotteen arvonlisäverottomasta loppuhinnasta oli keskimäärin 38 prosenttia. Vastaavasti brändinomistajalla eli tuotteen valmistajalla oli 41 prosentin ja logistiikalla 3 prosentin osuus tuotteen arvosta keskimäärin.

Edellä mainitut tutkimukset ovat ansiokkaasti tarkastelleet hintarakenteita ja hintamarginaalien kasvun taustalla olevia tekijöitä. Elintarvikeketjun hinnanmuodostuksen täydelliseen analysointiin ei kuitenkaan ole ollut mahdollisuuksia, sillä elintarviketeollisuuden ja kaupan välisiä hintatietoja ei ole avattu liikesalaisuuteen vedoten edes tutkijoiden käyttöön. Hintarakennetutkijoilla on yleensä ollut käytössään tuottajille maksetut raaka-ainehinnat ja elintarvikkeiden kuluttajahinnat, mutta muiden tietojen laskeminen on edellyttänyt ainakin osittain laskennallista arviointia.

1 Ruisleipä, vehnäpaahtoleipä, suklaapatukka, makeispussi, valmisruoka-annos, hunajamarinoitu broilerisuikale, kinkkuleikkele ja marjahillo.

1.2 MAITOTUOTTEIDEN HINTAKEHITYS

Suomessa elintarvikkeiden hintojen nousu on ollut viime vuosina nopeaa. Ruoan hinnan nousu on ollut selkeä inflaatioveturi käytännössä koko ajan vuosien 2008 ja 2012 välillä. Ainoastaan vuonna 2010 elintarvikkeiden keskimääräiset hinnat laskivat edelliseseen vuoteen verrattuna. Lasku oli kuitenkin seurausta lokakuussa 2009 toteutuneesta ruuan arvonlisäveron alentamisesta, jolloin elintarvikkeiden arvonlisäverokanta laskettiin 17 prosentista 12 prosenttiin. Pelkästään elintarvikkeisiin kohdistetun veroalennuksen seurauksena niiden keskimääräinen hintojen nousu vuosien 2008 ja 2012 välillä jää yleistä hintakehitystä hitaammaksi.

Suomen hintatasossa tapahtuneet muutokset seuraavat EU:n keskimääräisiä hintamuutoksia. Kuluttajahintojen nousu on Suomessa ollut kauttaaltaan hieman nopeampaa (taulukko 1). EU:n keskiarvoa nostaa kuitenkin etenkin uusissa EU12 jäsenmaissa koettu nopea hintojen nousu. Euroalueen hintakehitykseen vertailtaessa kehitys näyttyy hieman toisessa valossa. Kuluttajahinnat ovat vuosien 2008 ja 2012 välisenä aikana nousseet Suomessa euroalueen keskiarvoa enemmän. Etenkin elintarvikkeiden hintojen nousu on ollut selvästi euroalueen keskimääräistä hintojen nousua nopeampaa.

Keskimääräistä hintakehitystä vertailtaessa on huomioitava veromuutosten vaikutus. Vertailujakson aikana Suomessa laskettiin lokakuussa 2009 elintarvikkeiden arvonlisäveroa viidellä ja sen jälkeen heinäkuussa 2010 korotettiin yhdellä prosenttiyksiköllä. Suomessa elintarvikkeiden hintakehitykseen ovat vaikuttaneet kuitenkin myös energia- ja valmisteverojen korotukset. Veronkorotusten lisäksi energian hinnat ja etenkin palkat nousivat Suomessa vuosien 2008 ja 2012 välillä keskimääräistä nopeammin.

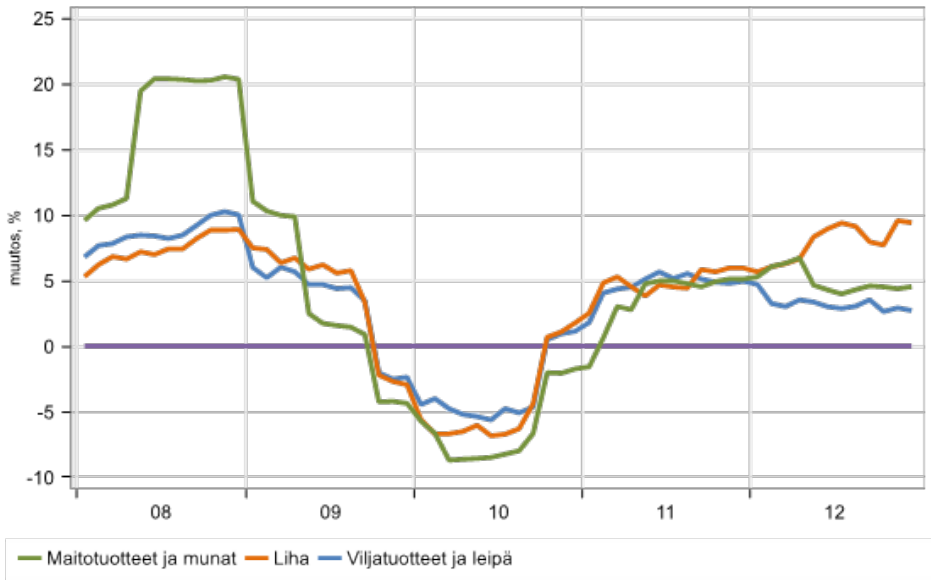
Taulukko 1. Hintatason muutos Suomessa ja EU:ssa 2008-2012 (Lähde:Eurostat, Euroopan komissio, Luke)

	Suomi	Euro-alue	EU27
Kuluttajahinnat	10,2 %	7,3 %	9,1 %
Elintarvikkeet	9,9 %	5,4 %	8,3 %
Maitotuotteiden ja munien kuluttajahinta	4,8 %	1,2 %	4,2 %
Maidon tuottajahinta	6,3 %		-5,8 %

Hintojen muodostumisessa ja hintojen nousuvauhdissa on eroja eri maiden välillä. Eroja muodostuu esimerkiksi veromuutosten, kaupan ja teollisuuden erilaisten sopimuskäytäntöjen sekä hintamuutosten erilaisen ajoittumisen seurauksena. Esimerkiksi vuoden 2007 syksyllä toteutuneet maataloustuotteiden ja muiden raaka-aineiden nopeat hintojen nousut siirtyivät useimmissa EU-maissa vähitellen kuluttajahintoihin. Suomessa hintamuutokset tapahtuivat käytännössä kertakorotuksina vuoden 2008 alkupuolella (kuvio 1). Kertakorotukset olivat seurausta teollisuuden ja päivittäistavara-kaupan välisten sopimusten rytmistä, joissa tuotteiden hinnat on yleensä kiinnitetty noin kolmen kuukauden mittaisiksi sopimuskausiksi.

Verotuksen kokonaisuusmuutokset huomioiden elintarvikkeiden hinnat ovat vuosien 2008 ja 2012 välillä nousseet Suomessa EU:n keskimääräistä hintojen nousua enemmän. Osa muutoksen eroista selittyy erilaisella hinnoittelujärjestelmällä sekä hintojen nousun ajoittumisella eri ajanjaksoille. Ruuan suhteellisesti korkeampi verotus selittää osaltaan Suomen EU:n keskimääräistä korkeampaa hintatasoa. Verotus ja siinä tapahtuneet muutokset eivät kuitenkaan lähtökohtaisesti selitä hintojen nousuvauhdissa havaittuja eroja.

Maitotuotteiden hintakehitys on ollut vauhdikasta vuosien 2008 ja 2012 välisenä aikana (kuvio 1). Vuoden 2008 alusta toteutuneiden hinnankorotusten seurauksena maitotuotteiden hinnat nousivat selvästi liha sekä viljatuotteiden ja leipien hintoja nopeammin. Maitotuotteiden kuluttajahintojen nousu jäi kuitenkin kertakorotukseksi ja hintojen nousuvauhti hidastui vuoden 2009 aikana. Hinnat laskivat arvonlisäverokannan laskun seurauksena, mutta kääntyivät sen jälkeen nousuun. Nousu kuitenkin jatkui hieman muiden tuotteiden hintakehitystä hitaampana. Vuoden 2012 alkupuolella maitotuotteiden hintojen nousu alkoi hidastua.



Kuvio 1. Kuluttajahintojen kehitys tuoteryhmittäin (Lähde: Tilastokeskus)

Maailmanmarkkinoiden kysynnän ja tarjonnan muutokset ohjaavat maitotuotteiden hintakehitystä Suomessa ja Euroopassa. Maidon tuottajahinta elää suhteellisen nopeasti ja tuotannon kasvuvauhti reagoi hinnan vaihteluihin. Viime vuosina maitotuotteiden hinnanmuodostus on ollut kysyntävetoista. Koko 2000-luvun ajan maitotuotteiden kysynnän kasvu oli maailmassa tarjonnan kasvua nopeampaa. Maitotuotteiden kulutus kasvoi voimakkaasti etenkin Aasian kehittyvissä talouksissa. Finanssikriisin ja sitä seuranneen talouskriisin seurauksena kysynnän kasvu on kuitenkin hidastunut. Hitaammasta kasvusta huolimatta maitotuotteiden kysyntä maailmassa kasvaa edelleen tuotantoa voimakkaammin.

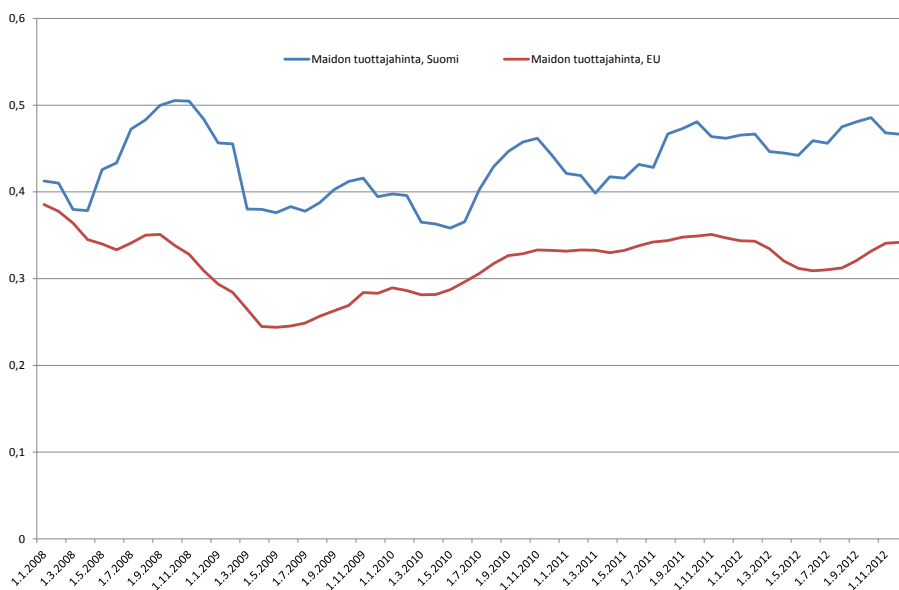
Maitotuotteiden kysynnän kasvu ja kasvuvauhdissa tapahtuneet muutokset ovat näkyneet myös Euroopan sisämarkkinoilla. EU:n kohtaama maitotuotteiden vientikysyntä on vaihdellut taloussuhdanteiden mukaan. Kysyntä kuitenkin kasvoi vuoden 2009 laskun jälkeen suhteellisen tasaisesti vuoteen 2012.

Politiikan rooli EU:n maitomarkkinoilla on vähentynyt. Maidon tuotantoa on EU:ssa rajoitettu maakohtaisilla tuotantokiintiöillä. Vuonna 2008 päätettiin maitokiintiöjärjestelmästä luopumisesta ja sen jälkeen tuotantokiintiöitä on kasvatettu asteittain. Kiintiöiden kasvattamisen seurauksena myös tuotanto on ollut kasvussa. Tuotannon kasvu on kuitenkin vastannut kysynnän kasvua.

Maitotuotteiden markkinat ovat eläneet voimakkaasti viime vuosien aikana. Tämä näkyy myös maitotuotteiden tuottajahintojen kehityksessä. Maitotuotteiden maailmanlaajuinen kysynnän kasvu veti myös Euroopan tuottajahinnat voimakkaaseen nousuun. Euroopassa maidon tuottajahinta oli korkeimmillaan

vuoden 2007 lopulla. Hinnat kääntyivät laskuun vuoden 2008 alussa ja lasku jatkui vuoden 2009 alkupuolelle saakka. Hinnat kääntyivät uudelleen nousuun syksyllä 2009. Vuonna 2012 keskimääräinen hintataso vakiintui edellisen vuoden tasolle. Hintatason nousu on seurausta tasaisena jatkuneesta kysynnän kasvusta.

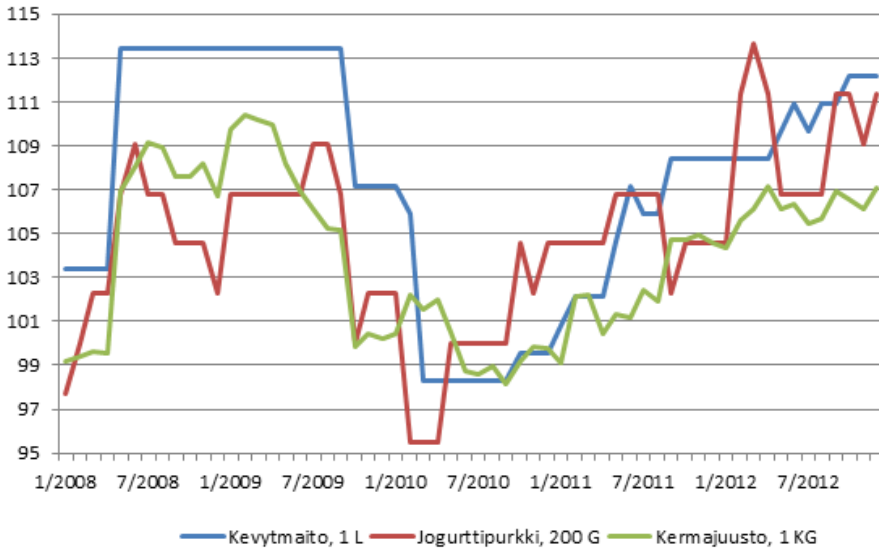
Suomessa maidon tuottajahinta on selvästi EU:n keskimääräistä korkeampi. Maidon tuottajahinnat lähtivät meillä nousuun vasta 2008 loppupuolella, mutta hintataso on pysynyt EU:n keskimääräistä vakaampana koko tarkastelujakson ajan. Suomessa tuottajahintaa on vetänyt ylöspäin sekä kotimaan että Venäjän vientimarkkinoiden vahvana kehittynyt kysyntä. Kotimainen meijeriteollisuus on pystynyt kehittämään erilaisia lisäarvotuotteita, joiden kautta perusmaidon suhteellinen osuus tulonmuodostuksessa on pienentynyt. Samaan aikaan maitotuotteiden kova kysyntä maailmalla piti tuontihinnat suhteellisen korkeina ja vähensi kotimaisen meijeriteollisuuden tuonnin kautta kohtaamaa hintakilpailua.



Kuvio 2. Maidontuottajahintakehitys (€/l) Suomessa ja EU:ssa (Lähde: Luke, Euroopan komissio)

Kotimaisen maidontuotannon asemaa suhteessa ulkomaiseen kilpailuun parantaa myös suomalaisten voimakas mieltymys tuoreeseen nestemaitoon. Muualla Euroopassa maitoa juodaan vähemmän ja UHT-maidon osuus kulutuksesta on suurempi. Tuoretuotteena maidon käyttöaika on rajallinen. Tästä seuraa, että kotimaisella nestemaidolla on suoraan etäisyyteen perustuva kilpailuetu, koska maidon käyttöikä maitotilalta kuluttajan kulutettavaksi on ainoastaan noin viikon. Esimerkiksi juustojen ja jogurttien säilytysajat ovat viikkoja tai kuukausia.

Raaka-aineen hinnalla on maitotuotteiden hinnanmuodostuksessa iso vaikutus. Useiden maitotuotteiden jalostusaste on yleisesti ottaen pieni. Viime vuosina maitotuotteista on kehitetty erilaisia lisäarvotuotteita, joiden kautta jalostusarvoa on nostettu. Esimerkkejä tällaisista tuotteista ovat laktoositon maitojuoma, juotavat jogurtit sekä erilaiset terveysvaikutteiset maitotuotteet.



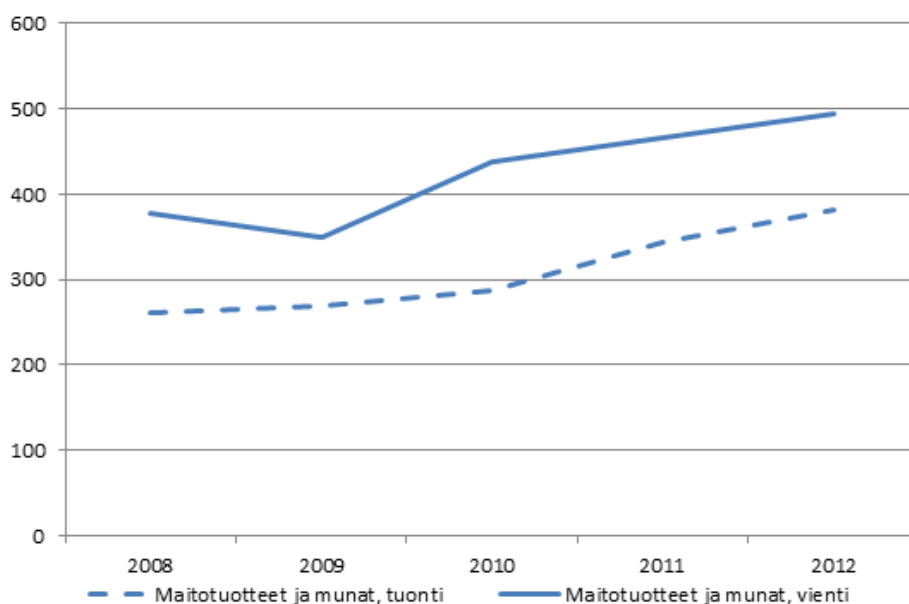
Kuvio 3. Valittujen maitotuotteiden hintakehitys Suomessa (indeksi 2010=100) (Lähde: Tilastokeskus)

Kuviossa 3 on esitetty valittujen maitotuotteiden kuluttajahintakehitys tarkastelujaksolla 2008-2012. Kuvioista nähdään, että yksittäisten tuotteiden hintakehitys on ollut pääpiirteissään hyvin samanlaista. Vuoden 2008 tasokorotuksen ja vuonna 2009 toteutuneen arvonlisäveron alennuksen jälkeen kaikkien kolmen tuotteen hinnat ovat olleet tasaisessa nousussa. Jogurtin hintakehitys on elänyt hieman muiden tuotteiden kehitystä enemmän ja sen keskimääräinen hintataso on noussut selvästi kahden vertailutuotteen hintoja nopeammin. Taulukosta 2 nähdään, että hintavaihteluista huolimatta kevytmaidon hintataso oli vuonna 2012 samalla tasolla kuin vuonna 2008. Kermajuuston hintataso oli noussut prosenttia ja jogurtin hintataso viisi prosenttia. Hintakehitystä arvioitaessa on hyvä muistaa, että vuonna 2012 elintarvikkeiden arvonlisävero oli kolme prosenttiyksikköä matalampi vuoteen 2008 verrattuna.

Taulukko 2. Valittujen maitotuotteiden keskimääräinen hintamuutos 2008-2012
(Lähde:Eurostat, Euroopan komissio, Luke)

	Suomi
Kermajuusto	0,1 %
Jogurtti	5,1 %
Kevytmaito	1,0 %
Maidon tuottajahinta	6,3 %

Viennin ja tuonnin merkitys on kotimaiselle maitosektorille selvästi viljaa ja lihaa tärkeämpi. Maitotuotteet ovat ainoa elintarvikeryhmä, jossa viennin arvo on tuonnin arvoa suurempi. Maitotuotteiden viennin arvon kasvu on vuoden 2009 notkahdusta lukuun ottamatta jatkunut koko tarkastelujakson ajan. Samaan aikaan myös tuonnin arvo on kasvanut (Kuvio 4). Maitotuotteiden viennin kasvua selittää etenkin Venäjän markkinoiden vahva kasvu. Venäjän markkinoilta tuleva vientikysyntä kohdistuu etupäässä juustoon, jogurttiin ja voihin, jotka ovat Venäjän markkinoilla selkeitä lisäarvotuotteita. Lisäarvotuotteisiin perustuva vienti tuottaa kotimaan markkinoille vientituloja.

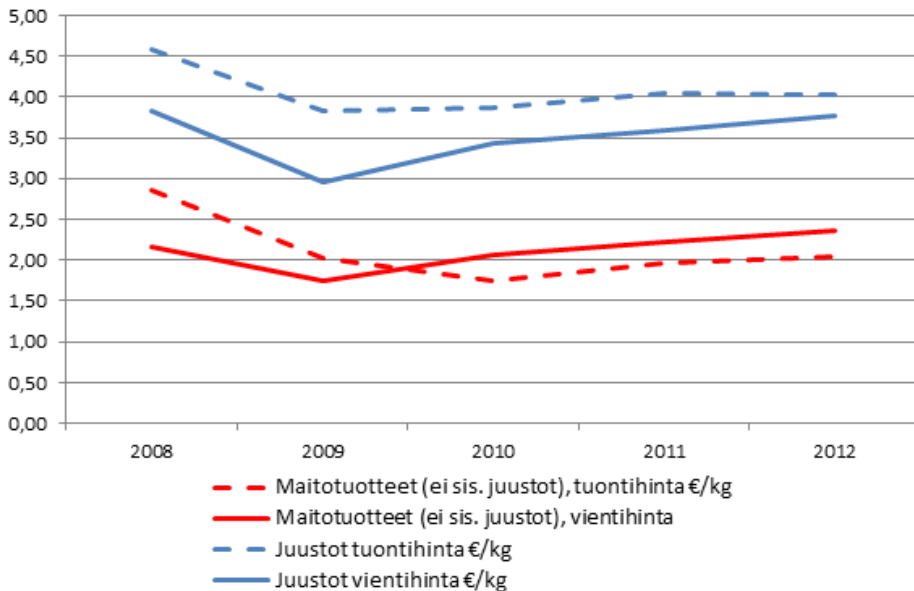


Kuvio 4. Maitotuotteiden vienni ja tuonti (milj. €) (Lähde: Tulli)

Maitotuotteiden viennin kasvu on johtanut myös tuonnin kasvuun. Kotimaisen kulutuksen kasvu samaan aikaan viennin kasvun kanssa on johtanut kasvavaan tuontitarpeeseen etenkin jogurttien ja juustojen osalta. Kotimaisen jogurtin osuus

kokonaiskulutuksesta laski vuodesta 2008 viidellä prosenttiyksiköllä 72 prosenttiin vuonna 2012. Juustoissa kehitys on ollut nopeampaa. Vuonna 2008 kotimaisen juuston osuus kulutuksesta oli 67 prosenttia, mutta vuonna 2012 enää 52 prosenttia. Muutoksen taustalla ovat sekä juuston että jogurtin kulutuksen voimakas kasvu, sekä samaa tahtia tuonnin kanssa kasvanut viennin kasvu.

Keskimääräiset juustojen vientihinnat ovat hieman vastaavia tuontihintoja matalampia. Ero on kuitenkin tarkastelujakson aikana kaventunut. Alempia vientihintoja selittää osin verrattain edullisen sulatejuuston suhteellisesti suuri osuus juustojen kokonaisviennissä. Muiden maitotuotteiden osalta keskimääräiset vientihinnat ovat tuontihintoja korkeammat.

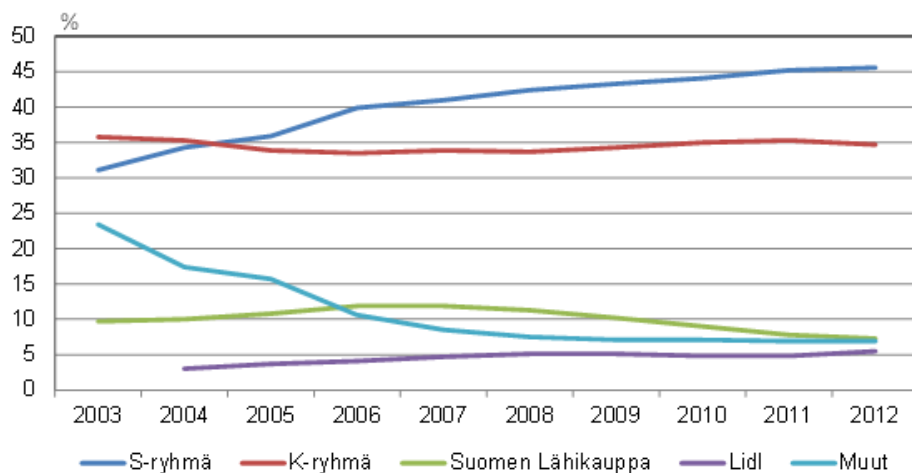


Kuvio 5. Maitotuotteiden ja juustojen keskimääräiset vienti- ja tuontihinnat (€/kg) (Lähde:Tulli)

Päivittäistavarakaupan keskittyminen vaikuttaa osaltaan myös maitotuotteiden hintakehitykseen. Suomen päivittäistavarakaupan keskittymisen taustalla ovat parin viime vuosikymmenen aikana tapahtuneet rakenteelliset muutokset, joista viimeisin on saksalaisen kauppaketjun lähes koko maahan laajentama myymäläverkosto. Viime vuosina ketju on onnistunut kasvattamaan markkinaosuuttaan.

Kahdella suurimmalla kaupparyhmittymällä on yli 80 prosentin markkinaosuus (kuvio 6). Nämä kaksi ketjua ovat ainoita, jotka toimivat käytännössä kaikkialla Suomessa. Markkinoiden kannalta merkittävää on, että kahden kaupparyhmän yhteenlasketun markkinosuuden kasvu ei ole pysähtynyt. Tämän taustalla on etenkin super- ja hypermarkettien jatkuvasti kasvava osuus päivittäistavarakaupan myynissä.

Tukkukaupan merkitys on viime vuosina kasvanut. Volyymien kasvu on mahdollistanut aikaisempaa tehokkaamman ostotoiminnan. Lisäksi keskittäminen on kokonaistasolla parantanut jakeluketjun tehokkuutta. Kaupan tuottavuuden kasvu on osaltaan hillinnyt elintarvikkeiden hintoihin kohdistuvia hintapaineita.



Kuvio 6. Kaupan markkinaosuuksien (prosenttia) kehitys (Lähde: PTY)

Kauppa pystyy kilpailuttamaan kotimaista teollisuutta tuontituotteiden lisäksi myös kaupan omien merkkien kautta. Kauppa on elintarvikeketjun ainoa toimija, joka hyötyy suoraan tuonnin kautta lisääntyvästä kilpailusta.

2 MAITOSEKTORIN HINTAMARGINAALIT

Tässä tutkimuksessa maitosektorin päätuoteryhmät (hyödykekimput) ovat maitotaloustuotteet (maito, juusto, jogurtti ja muut maitotaloustuotteet), maitorasvat ja kananmunat. Kuluttajahintaindeksin (Tilastokeskus) COICOP -luokittelun² mukaisesti nämä päätuoteryhmät kuuluvat luokkiin 01.1.4 (maitotuotteet, juusto ja kananmunat) ja 01.1.5 (öljyt ja rasvat).

Tutkimuksessa maitosektorin tuotteiden hintamarginaaleilla tarkoitetaan valtion (arvonlisävero), alkutuotannon (raaka-aineet), teollisuuden (pakkaamon) ja kaupan (sisältää vähittäiskaupan ja tukkukaupan) osuutta tuotteen kuluttajahinnasta. Maitosektorin hintamarginaalien selvittäminen edellytti tuotteiden hinta- ja määrätietojen keräämistä. Tätä tutkimusta varten teollisuusyrityksiltä pyydettiin valittujen tuotteiden myyntihintoja ja myyntimääriä. Kaupalta pyydettiin tuotteiden ostohintoja, ostomääriä sekä kuluttajahintoja. Kuluttajahinnat saatiin pääosin Kuluttajatutkimuskeskuksen hintakeräyksistä, mutta myös Tilastokeskuksen ja edellä mainittuja kaupan ilmoittamia kuluttajahintatietoja hyödynnettiin. Tuottajahinnat ovat peräisin Luonnonvarakeskuksen (Luke) tilastoista. Liitteessä 1 esitellään koko hintamarginaalitutkimuksen aineisto.

Lain antamat oikeudet pyytää elinkeinonharjoittajilta hintoihin liittyviä tietoja on annettu nimenomaan Kuluttajatutkimuskeskukselle. Tämän seurauksena tässä tutkimustyössä on kiinnitetty erityistä huomiota siihen, miten hinta- ja määrätietoja on kerätty ja analysoitu. Teollisuudelta ja päivittäistavara-kaupalta pyydettyjen hinta- ja määrätietojen keräyksestä ja tuotekohtaisesta analysoinnista vastasi yksinomaan Kuluttajatutkimuskeskus. Siten teollisuudelta ja kaupalta saadut maitosektorin tuotteiden yritys- ja tuotekohtaiset tiedot olivat vain Kuluttajatutkimuskeskuksen käytettävissä.

2.1 AINEISTOKUVAUS

Maitosektorin tuotteiden hinta- ja määrätietoja kysyttiin yhteensä yhdeksältä teollisuusyritykseltä, ja näistä viisi toimitti tietoja. Vuodelta 2012 teollisuusyritykset toimittivat hinta- ja määrätiedot 28 tuotteesta ja vuodelta 2008 vastaavasti 25 tuotteesta.

2 Kuluttajahintaindeksissä käytettävä yksilöllisen kulutuksen käyttötarkoituksen mukainen luokitus -COICOP, Classification of Individual Consumption According to Purpose - on laadittu kotitalouksien yksilöllisten kulutusmenojen luokittelua ja analysointia varten.

Teollisuuden lisäksi kolme kaupparyhmittymää toimitti maitotuotteiden hinta- ja määrätietoja. Yksi kaupparyhmittymä ilmoitti, että sillä ei ole resursseja toimittaa pyydettyjä tietoja. Kaikki kaupparyhmittymiltä saadut tuotetiedot kuuluivat myös teollisuudelta kysytyjen tuotteiden joukkoon.

Vuodelta 2012 hinta- ja määrätietoja kertyi kaikkiaan hieman suuremmasta joukosta kuin vuodelta 2008, koska kaupan omia merkkituotteita³ ei valmistettu aineistoon kuuluneissa tuotteissa vielä vuonna 2008. Tämä kertoo siitä, että kaupparyhmittymien lisääntyneet panostukset omiin merkkituotteisiin näkyvät muutoksina suomalaisten maitoteollisuusyritysten tuotevalikoimissa.

Teollisuudelta ja kaupalta kerätyissä aineistoissa oli molempien ajankohtien osalta viisi samaa maitotuotetta. Siten tutkimuksessa oli mahdollista tehdä vertailua teollisuuden ja kaupan antamien tietojen välillä. Teollisuuden ja kaupan ilmoittamat hinnat kohtasivat yleensä hyvin. Teollisuuden ilmoittama myyntihinta⁴ oli enimmillään noin viisi prosenttia korkeampi kuin kaupalta saatu ostohinta⁵. Jo oletusarvona oli, että teollisuudelta ja kaupalta saadut hinnat olisivat lähellä toisiaan, mutta tuskin missään tilanteessa täysin samoja. Tähän vaikuttaa erityisesti se, että teollisuusyrityksen ilmoittama tuotteen keskimääräinen myyntihinta on laskettu kyseisen tuotteen kokonaisymyynnistä kaikille kaupparyhmittymille, kun vastaavasti kaupan keskimääräinen tuotteen ostohinta on laskettu vain tutkimukseen sisältyneiden kaupparyhmittymien antamista tiedoista.

Tutkimuksessa hintamarginaalien jakautumista tarkastellaan sekä hyödykekimppujen että tuoteryhmien tasolla. Yksilöityjen tuotteiden tai yritysten hintamarginaaleja ei julkisteta, jotta liikesalaisuuksia ei loukattaisi. Tuotteiden mahdolliset pakkauskokoerot on huomioitu siten, että kaikkien tuotteiden yksikköhinnat on muutettu vastaamaan kilo- tai litrahintaa.

3 Kaupan omilla merkeillä (private labels) tarkoitetaan tuotteita, jotka myydään kauppaketjujen omilla väreillä ja tunnuksilla varustettuina. Ne kuitenkin tuotetaan usein myös vastaavia brändituotteita valmistavan elintarviketeollisuusyrityksen toimesta, jonka kanssa kauppa on tehnyt sopimuksen private label -tuotteiden valmistuksesta (Peltoniemi 2012)

4 Toteutunut arvonlisäveroton myyntihinta kaupalle vähennettynä annetuilla alennuksilla.

5 Toteutunut arvonlisäveroton ostohinta teollisuudelta vähennettynä saaduilla alennuksilla.

2.2 MENETELMÄKUVAUS

Ensimmäiseksi tuotteille laskettiin toimijakohtaiset (valtio, alkutuotanto, teollisuus/pakkaamo, kauppa) hintamarginaalit.

Yksittäisen maitotuotteen hintamarginaalit saadaan seuraavasta yhtälöstä:

$$p_c = p_{tax} + p_g + p_i + p_p \quad (1)$$

missä

p_c = maitotuotteen verollinen kuluttajahinta

p_{tax} = arvonlisäveron osuus maitotuotteen verollisesta kuluttajahinnasta laskettuna

p_g = kaupan (sisältää vähittäiskaupan ja tukkukaupan) osuus maitotuotteen verollisesta kuluttajahinnasta

p_i = teollisuuden osuus maitotuotteen verollisesta kuluttajahinnasta

p_p = alkutuotannon osuus maitotuotteen verollisesta kuluttajahinnasta

Vuonna 2008 arvonlisäveron osuus maitotuotteen verollisesta hinnasta (p_{tax}) oli $p_c * 14,5 \%$ ja vuonna 2012 vastaavasti $p_c * 11,5 \%$.

Kaupan osuus maitotuotteen kuluttajahinnasta (p_g) lasketaan seuraavasti:

$$p_g = (p_c - p_{tax}) - p_b \quad (2)$$

missä

p_b = teollisuuden veroton myyntihinta kaupalle (kaupan veroton ostohinta teollisuudelta)

Teollisuuden osuus maitotuotteen kuluttajahinnasta (p_i) lasketaan seuraavasti:

$$p_i = p_b - p_p \quad (3)$$

missä

p_b = teollisuuden veroton myyntihinta kaupalle (kaupan veroton ostohinta teollisuudelta)

p_p = alkutuotannon osuus maitotuotteen kuluttajahinnasta

Alkutuotannon osuus maitotuotteen kuluttajahinnasta (P_p) vaihtelee sen mukaan, mihin tuoteryhmään (maito, jogurtti, juusto, muut maitotaloustuotteet, kananmunat ja maitorasvat) tuote kuuluu. Maitotaloustuotteiden ja maitorasvojen raaka-aineen hinnan laskemiseen käytetty laskentatapa esitetään laatikossa 1.

Toiseksi tutkimuksen kohdejoukkoon kuuluneista yksittäisistä maitotuotteista muodostettiin tuoteryhmät ja päätuoteryhmät (hyödykekimput). Maitosektorin tuotteista muodostettiin kuluttajahintaindeksin (Tilastokeskus) luokittelua hyödyntäen 6 tuoteryhmää: maito, jogurtti, juusto, muut maitotaloustuotteet, kananmunat ja maitorasvat. Näistä tuoteryhmistä muodostettiin edelleen kolme päätuoteryhmää: maitotaloustuotteet, kananmunat ja maitorasvat. Maitotaloustuotteiden tuoteryhmät, maito, jogurtti, juusto ja muut maitotaloustuotteet muodostavat maitotaloustuotteiden hyödykekimpun. Edelleen esimerkiksi maidon tuoteryhmän tuotteet ovat kevytmaito ja laktoositon kevytmaitojuoma. Kaikki tutkimuksen kohdejoukkoon kuuluvat maitosektorin tuotteet näkyvät taulukossa 3.

Vuonna 2012 kokonaiskulutusmenoista 2,607 prosenttia (26,07 promillea) käytettiin maitosektorin tuotteisiin. Vuonna 2008 vastaava paino-osuus oli 2,670 prosenttia. Taulukossa 3 esitetään tutkimuksessa mukana olevat maitosektorin tuotteet, tuoteryhmät ja päätuoteryhmät sekä tuotteille kuuluvat vuoden 2012 kulutuspainot. Niiden muodostamisessa on hyödynnetty kuluttajahintaindeksin tuotejakoa ja painorakennetta.

Tutkimuksen kohdejoukkoon kuuluvalla jogurtilla annettiin myös jälkiruokavanukkaan ja jälkiruokarahkan paino-osuudet kuluttajahintaindeksistä, sillä jogurtti edustaa tutkimuksessa myös näitä kahta muutakin maitopohjaista jälkiruokatuotetta. Näin meneteltiin myös muiden tuoteryhmien kohdalla, joten edellä mainittujen jälkiruokatuotteiden lisäksi rasvattoman maidon, homejuuston, salaattijuuston, tuorejuuston, raejuuston, maitorahkan ja sulatejuustojen kulutuspainoja voitiin käyttää laskennassa täysimääräisesti, vaikka ne eivät kuuluneet tutkimuksen kohdejoukkoon. Taulukon 3 tuotesarakkeessa nämä tutkimuksen kohdejoukkoon kuulumattomat tuotteet on erotettu punaisella värillä ja tähdellä.

Taulukon 3 tuotenimet ja COICOP -luokat olivat voimassa vuoden 2012 kuluttajahintaindeksissä (2010=100). Vuoden 2008 kuluttajahintaindeksin (2005=100) tuotenimet ja luokittelu poikkeavat muutamien tuotteiden osalta vuoden 2012 kuluttajahintaindeksistä. Siten myös tämän tutkimuksen tuoteryhmäluokittelussa on pieniä eroja vuosien 2012 ja 2008 välillä.

Taulukko 3. Maitosektoriin kuuluvien tuotteiden kulutuspainot (Tilastokeskus 2010 = 100, omat laskelmat).

Päätuoteryhmä	Tuoteryhmä	COICOP-luokka	Tuote	Paino, 0/00	%-osuus
Maitotaloustuotteet	Maito	01.1.4.1.2.1	Keyymaito	3,29	12,62
		01.1.4.1.2.2	*Rasvaton maito	3,16	12,12
		01.1.4.5.4.1	Laktoositon maitojuoma	0,30	1,15
	Jogurtti	01.1.4.3	Jogurtti	3,22	12,35
		01.1.4.5.2.1	*Jälkiruokavanukas	0,45	1,73
		01.1.4.5.2.2	*Jälkiruokarahka	0,48	1,84
	Juustot	01.1.4.4.1.1	Edamjuusto	2,01	7,71
		01.1.4.4.1.2	Emmentaljuusto	1,27	4,87
		01.1.4.4.1.3	Kermajuusto	1,73	6,64
		01.1.4.4.1.4	*Homejuusto	0,37	1,42
		01.1.4.4.1.5	*Salaattijuusto	0,44	1,69
		01.1.4.4.2.1	*Tuorejuusto	0,61	2,34
		01.1.4.4.2.2	*Raejuusto	0,72	2,76
		01.1.4.4.2.3	*Maitorahka	0,39	1,50
		01.1.4.4.3	*Sulatejuustot	0,80	3,07
	Muut maitotaloustuotteet	01.1.4.5.1.1	*Kuohukerma	0,70	2,69
01.1.4.5.1.2		Ruokakerma	0,68	2,61	
01.1.4.5.1.3		*Hapankermavalmiste	0,48	1,84	
01.1.4.5.3.1		Piimä	0,81	3,11	
01.1.4.5.3.2		Viihi	0,48	1,84	
Kananmunat	Kanamunat	01.1.4.6.1	Kananmunat	1,05	4,03
Maitorasvat	Maitorasvat	01.1.5.1.1	Meijerivoi	0,35	1,34
		01.1.5.2	**Margariinit	2,28	8,75
	Yhteensä	01.1.4, 01.1.5	Maitosektori	26,07	100,00

* Tuote ei kuulu tutkimuksen kohdejoukkoon eli siitä ei ole kysytty hinta- ja määrätietoja, mutta sen kulutuspainoa on käytetty tuoteryhmän hintamarginaaliosuuskien laskennassa.

** Margariinit sisältää myös voi-kasviöljyseoksen paino-osuuden, mutta ei rypsiöljyn paino-osuutta.

Kolmanneksi päätuoteryhmien sisällä tuoteryhmien keskimääräiset hintamarginaaliprosentit painotettiin kuluttajahintaindeksin (Tilastokeskus) kulutusosuuksilla. Esimerkiksi maitotaloustuotteiden päätuoteryhmässä kulutusosuuksilla painotettiin siihen kuuluvien tuoteryhmien eli maidon, jogurtin, juuston ja muiden maitotaloustuotteiden hintamarginaaleja. Näin saatiin laskettua päätuoteryhmien hintamarginaaliprosentit kaikille toimijoille.

Neljänneksi kulutusosuuksilla painotetut päätuoteryhmien hintamarginaaliprosentit yhdistettiin toimijakohtaisesti, jolloin muodostuivat koko maitosektorin keskimääräiset hintamarginaaliprosentit alkutuotannolle, teollisuudelle ja kaupalle.

Laatikko 1. Maitoraaka-aineen hinnan määräytyminen maitotuotteissa

Maitotuotteiden hintamarginaaleja laskettaessa maitoraaka-aineen osuus (so. alkutuotannon osuus) määritetään ottamalla huomioon maidon tuottajahinnan koostumushinnoittelu ja vertaamalla siitä johdettuun rasva- ja valkuaisosien hintaa maitotuotteiden rasva- ja valkuaisisältöön.

Tätä menettelyä käytetään sen takia, että vain hyvin harvan maitotuotteen koostumus vastaa raakamaidon koostumusta. Käytännössä vain kulutusmaidossa (ns. punainen maito) koostumus on lähellä ns. normimaidon koostumusta.

Vuoden 2012 tilaston (Luke) mukaan E-luokan normimaidon (rasva-% 4,3 ja valkuais-% 3,3) tuottajahinta oli keskimäärin 41,3 snt/l. Käytännössä kaikissa maidonhankintaa harjoittavissa yrityksissä hinnoittelu perustuu ns. koostumushinnoitteluun ja vieläpä niin, että erot eri osuuskuntien ja yritysten välillä ovat varsin pienet. Tässä laskennassa käytetään keskimääräisiä lukuja. Valkuaisekymmenystä kohden maksettiin vuonna 2012 keskimäärin 0,65 snt ja rasvakymmenystä kohden 0,24 snt. Siten normimaidon hinnasta valkuaisosan hinta oli 21,45 snt/l ($33 \cdot 0,65$) ja rasvaosan hinta 10,32 snt/l ($43 \cdot 0,24$). Yhteensä koostumuksen perusteella muodostui siis 31,77 snt/l eli 77 % normimaidon hinnasta. Valkuaisosan osuus tästä koostumuksen perusteella maksettavasta hinnasta oli 67,5 % ja rasvaosan vastaavasti 32,5 %.

Hintamarginaaleja laskettaessa oletetaan lisäksi, että ”perusosan” hinta 9,53 snt/l (41,3 - 31,77) jakautuu samalla tavoin kuin koostumuksen mukaan laskettu hinta. Yksinkertaistaen tässä menetellään siten, että lasketaan kulloisestakin maidon tuottajahinnasta 1/3 olevan rasvaosan hintaa ja 2/3 valkuaisosan hintaa. Näin menetellen voidaan laskea rasva- ja valkuaisosien hinta ja vastaavasti laskea maitotuotteiden rasva- ja valkuaispitoisuuksien perusteella raaka-aineen osuus a.o. tuotteista.

Seuraavassa on kaksi esimerkkiä laskennasta:

Oletetaan, että maidon tuottajahinta on 45 snt/l. Tällöin valkuaisosan hinta on 30 snt/l ja rasvaosan hinta 15 snt/l. Suhteessa normimaitoon valkuaisosan hinta olisi siis 9,1 snt/10 g valkuaista ja vastaavasti rasvaosan hinta 3,5 snt/10 g rasvaa.

Kevytmaidon valkuaispitoisuus on 3 % (1 l kevytmaitoa sisältää siis 30 g valkuaista) ja rasvapitoisuus 1,5 %. Litassa kevytmaitoa on siten 30 g valkuaista ja 15 g rasvaa. Em. perusteilla laskettuna yhden litran kevytmaitopurkin maitoraaka-aine maksaa siis $3 \cdot 9,1 + 1,5 \cdot 3,5 = 32,5$ snt.

Vastaavasti kermajuuston valkuaispitoisuus on 22 % ja rasvapitoisuus 30 % (1 kg sisältää siis 220 g valkuaista ja 300 g rasvaa). Näin ollen maitoraaka-aineen hinta olisi $22 \cdot 9,1 + 30 \cdot 3,5 = 304,7$ snt eli 3,05 €/1 kg juustoa.

2.3 TULOKSET: MAITOSEKTORIN TUOTTEIDEN HINTAMARGINAALIT VUOSINA 2008 JA 2012

MAITOSEKTORI

Vuonna 2012 maitoa kului suomalaistalouksissa keskimäärin 110,4 litraa henkilöä kohden, mikä on 4,5 litraa vähemmän kuin vuonna 2006 ja yli 117 litraa vähemmän kuin vuonna 1966. Maidon kulutuksen supistuminen ei kuitenkaan tarkoita sitä, että koko maitosektorin tuotteiden kulutus olisi laskenut vastaavasti. Erityisesti juuston, jogurtin ja viilin kulutus on kasvanut rajusti. Juuston hankintamäärä kotitalouksiin kasvoi noin 17 % vuodesta 2006 vuoteen 2012. Vastaavasti jogurttien

ja viilien kulutukseen kertyi 23 prosentin kasvu (Aalto ja Peltoniemi 2014).

Erityyppisten maitojen ja maidosta jalostettujen tuotteiden määrä vähittäiskauppojen valikoimassa on kasvanut 2000-luvun alusta alkaen voimakkaasti. Laktoositon kevytmaitojuoma tuli markkinoille vuonna 2001. Tämän jälkeen erilaisten laktoosittomien maitotuotteiden määrä markkinoilla on lisääntynyt nopeasti. Myös erilaisten terveysvaikutteisten ja luonnonmukaisesti (luomu-tuotteet) tuotettujen maitovalmisteiden kirjo on nykyään suuri (Aalto ja Peltoniemi 2014).

Tässä hintarakennetutkimuksessa maitosektorin aineisto rakentuu kolmesta päätuoteryhmästä (hyödykekimpusta): maitotaloustuotteet, maitorasvat ja kananmunat. Nämä päätuoteryhmät muodostuvat useista erilaisista tuoteryhmistä. Tuoteryhmät pitävät sisällään erilaisia tuotteita, jotka näkyvät taulukossa 3. Tässä tutkimuksessa esimerkiksi maidon tuoteryhmä pitää sisällään kevytmaidon ja laktoosittoman maitojuoman. Niistä molemmista saatiin hinta- ja määrätietoja eri valmistajilta.

Taulukkoon 4 on koottu eräiden tämän tutkimuksen aineistoon kuuluvien maitotuotteiden hintamuutoksia vuosien 2008 ja 2012 viimeisen vuosineljänneksen välillä. Maitosektoriin kuuluvien tuotteiden kuluttaja- ja teollisuushinnat ovat muuttuneet samansuuntaisesti vuodesta 2008 vuoteen 2012 voita lukuun ottamatta. Vuonna 2012 voim keskimääräinen kuluttajahinta oli 5 % alempi kuin neljä vuotta aiemmin, mutta teollisuuden myyntihinta oli noin 4 % korkeammalla tasolla.

Teollisuuden myyntihinnoissa vain kevytmaidon hinta on laskenut, mutta lasku onkin sitten ollut reipas (-14,2 %). Kevytmaidossa teollisuushinnan ja kuluttajahinnan välinen ero muutoksessa oli suurimmillaan, sillä teollisuushinta laski 11,5 prosenttiyksikköä enemmän kuin kuluttajahinta. Nämä hintamuutokset liittyvät aggressiiviseen hintakilpailuun, jota Suomen perusmaitomarkkinoilla tuohon aikaan käytiin (taulukko 4).

Taulukko 4. Kuluttajahintojen ja teollisuuden myyntihintojen muutos eräissä maitosektorin tuotteissa, 2008–2012 (viimeinen vuosineljännes).

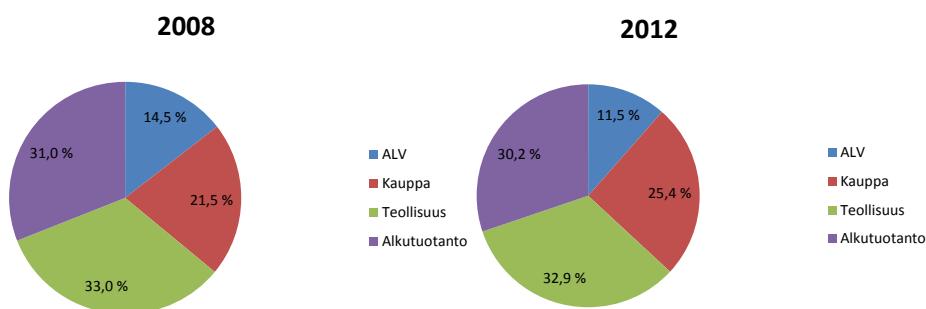
	Kuluttajahinta	Teollisuushinta	Hintaero
	Muutos, %	Muutos, %	Prosenttiyksikköä
Kevytmaito	-2,7	-14,2	-11,5
Kevytmaitojuoma	2,5	10,1	7,6
Viili	10,9	13,6	2,7
Jogurtti	9,0	5,7	-3,3
Juusto	7,1	3,4	-3,8
Voi	-5,0	4,1	9,1

Maidon tuottajahinta oli vuoden 2012 viimeisellä vuosineljänneksellä hieman alemmalla tasolla kuin vastaavana aikana vuonna 2008. Vuoden 2012 lokakuussa maidontuottajan saama jälkitilin sisältävä tuottajahinta oli 48,6 snt/l, mikä oli noin 4 % vähemmän kuin neljä vuotta aiemmin. On hyvä huomioida, että maidontuottajan markkinoilta saama maidon tuottajahinta on vain osa maidontuottajan liikevaihdosta. Suomessa maataloustuet muodostavat merkittävän osan maatalojen liikevaihdosta. Vuonna 2012 keskivertomaitotilan liikevaihdosta 66 prosenttia kertyi markkinoilta saaduista myyntituotoista ja 34 prosenttia erilaisten maataloustukien kautta

Maitosektorin painoarvoltaan kaksi merkittävintä tuoteryhmää ovat maitotaloustuotteiden hyödykekimppuun kuuluvat maito ja juusto. Niiden yhteenlaskettu paino-osuus (15,1 promillea) on noin 57 prosenttia koko maitosektoriin kuuluvien tuotteiden kulutuspainosta (taulukko 3). Suuren kulutusosuuden takia maidon ja juuston hintamarginaaliprosentit määrittävät isolta osin myös koko maitosektorin hintamarginaaliprosentit.

Vuonna 2008, elintarvikkeiden alv-kannan ollessa 17 prosenttia, valtion eli arvonlisäveron osuus elintarvikkeen verollisesta kuluttajahinnasta oli 14,5 prosenttia. Kaupan osuus maitosektorin tuotteiden verollisesta kuluttajahinnasta oli tuolloin keskimäärin 21,5 prosenttia. Teollisuudella oli 33,0 prosentin osuus ja alkutuotannolla (raaka-aineella) 31,0 prosentin osuus. Neljä vuotta myöhemmin, vuonna 2012, kaupan osuus oli noussut neljällä prosenttiyksiköllä 25,4 prosenttiin. Teollisuuden osuus pysyi ennallaan ja alkutuotannon osuus pieneni vajaalla prosenttiyksiköllä (kuvio 7a).

Edellisten tulosten valossa näyttää siltä, että maitosektorilla kauppa pystyi ainoana elintarvikeketjun toimijana saamaan hyötyä vuoden 2009 syksyllä voimaan tulleesta elintarvikkeiden arvonlisäverokannan alentumisesta

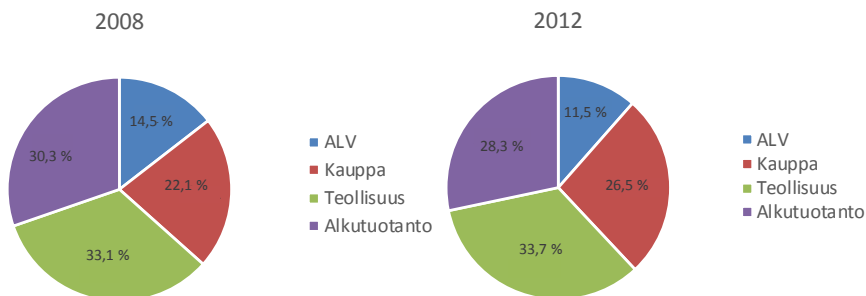


Kuvio 7a. Maitosektorin keskimääräisten hintamarginaaliprosenttien (osuus verollisesta kuluttajahinnasta) jakautuminen arvonlisäveron, kaupan, teollisuuden ja alkutuotannon kesken vuosina 2008 ja 2012.

Hintarakennetutkimuksessa oli mukana kolme kaupan omaa merkkituotetta. Kaupan omista merkkituotteista saatiin hinta- ja määrätiedot vain vuoden 2012 osalta, koska niitä ei valmistettu vuonna 2008. Kaupan omien merkkin valmistajilta oli tutkimuksessa mukana myös vastaavat tai ainakin lähes vastaavat brändituotteet, joten brändituotteen ja kaupan oman merkkituotteen vertailua oli mahdollista tehdä suuntaa antavasti. Kaupan omia merkkituotteiden sekä niiden kotimaisten valmistajien vähyden takia brändituotteiden ja kaupan omien merkkituotteiden hintamarginaalien toteutunutta kehitystä vertaillaan ainoastaan sektoritasolla.

Tutkimuksen tulokset osoittavat, että maitosektorilla kaupan omien merkkituotteiden ja vastaavien brändituotteiden väliset erot hintamarginaaliosuuksien jakautumisessa alkutuotannon, teollisuuden ja kaupan kesken ovat hyvin pienet. Teollisuuden saama osuus maitosektoriin kuuluvan tuotteen kuluttajahinnasta on keskimäärin hieman pienempi kaupan omassa merkkituotteessa kuin vastaavassa brändituotteessa. Kaupalle jäävä osuus tuotteen kuluttajahinnasta ei juuri muutu riippumatta siitä, onko kyseessä brändituote vai kaupan oma merkkituote. Maitosektorin hinnanmuodostus eroaa näin ollen vilja- ja lihasektorista, joiden tuotteissa kaupalle jää yleensä sen omista merkkituotteista suurempi osuus kuin teollisuuden vastaavista brändituotteista (Peltoniemi ym. 2014a, Peltoniemi ym. 2014b).

Mikäli hintamarginaalilaskelmat kohdistetaan vain maitotaloustuotteiden (ilman kananmunia ja maitorasvoja) tuoteryhmään, muuttuvat eri toimijoiden väliset hintamarginaaliprosentit hieman. Maitotaloustuotteissa raaka-aineelle jää pienempi osuus kuin koko maitosektorissa ja vastaavasti teollisuuden ja kaupan osuudet ovat hieman suuremmat. Vuonna 2008 kaupan osuus maitotaloustuotteissa oli 22,1 prosenttia, kun vastaavasti teollisuus sai 33,1 prosentin ja alkutuotanto 30,3 prosentin osuuden. Vuonna 2012 kaupan osuus maitotaloustuotteissa oli 26,5 prosenttia, kun vastaavasti teollisuudelle jäi 33,7 prosentin ja alkutuotannolle 28,3 prosentin osuus (7b).

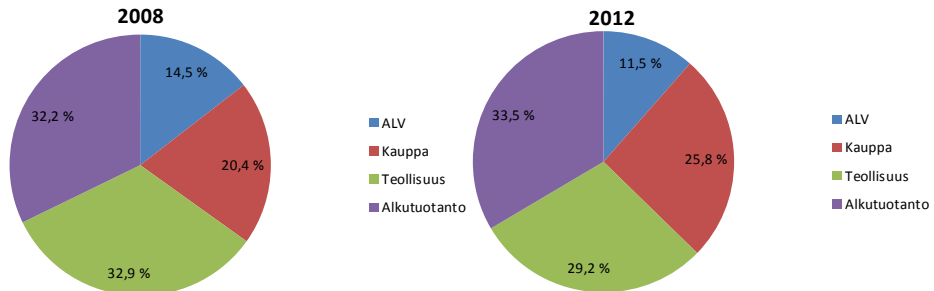


Kuvio 7b. Maitotaloustuotteiden (ilman kananmunia ja maitorasvoja) keskimääräisten hintamarginaaliprosenttien (osuus verollisesta kuluttajahinnasta) jakautuminen arvonlisäveron, kaupan, teollisuuden ja alkutuotannon kesken vuosina 2008 ja 2012.

Teollisuuden tilinpäätöstilastojen mukaan maitotaloustuotteiden valmistuksen (alatoimiala 105) kannattavuus on hieman parantunut vuodesta 2008 vuoteen 2012. Vuonna 2012 maitotaloustuotteita valmistettiin 5,3 prosentin käyttökateella, kun neljä vuotta aiemmin käyttökate oli noin kaksi prosenttiyksikköä alempi (3,4 %). Kuitenkin vuonna 2012 maitoteollisuuden palkkakulut olivat 10 prosenttia suuremmat kuin neljä vuotta aiemmin (Tilastokeskus 2015).

MAITO

Tässä tutkimuksessa maidon (nestemäinen maito) tuoteryhmästä kysyttiin hinta- ja määrätietoja kevytmaidosta ja laktoosittomasta kevytmaidonjuomasta. Vuonna 2008, elintarvikkeiden alv-kannan ollessa 17 prosenttia, arvonlisäveron osuus elintarvikkeen verollisesta kuluttajahinnasta oli 14,5 prosenttia. Kaupan osuus maidon verollisesta kuluttajahinnasta oli tuolloin keskimäärin 20,4 prosenttia. Teollisuudelle jäi noin 33 prosentin osuus ja alkutuotannolle 32,2 prosentin osuus. Neljä vuotta myöhemmin, vuonna 2012, kaupan osuuteen oli kertynyt 5,4 prosenttiyksikön lisäys. Teollisuuden osuus laski 3,7 prosenttiyksikköä, mutta alkutuotannon osuus nousi runsaan prosenttiyksikön (kuvio 8).

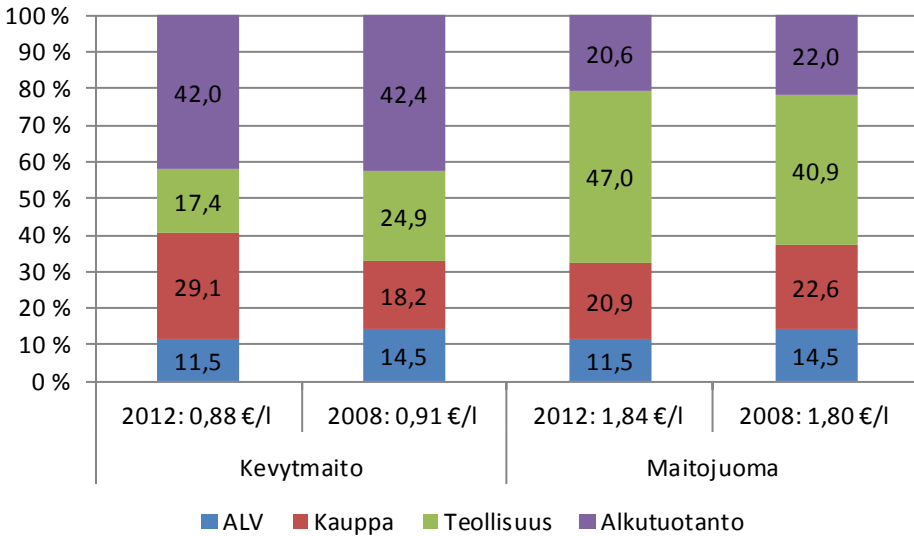


Kuvio 8. Maidon (nestemäinen maito) keskimääräisten hintamarginaaliprosenttien (osuus verollisesta kuluttajahinnasta) jakautuminen arvonlisäveron, kaupan, teollisuuden ja alkutuotannon kesken vuosina 2008 ja 2012.

Maidon tuoteryhmää tarkastellaan myös tuotteittain eli erikseen kevytmaidon ja laktoosittoman kevytmaidonjuoman hintamarginaaliprosentteja. Kevytmaidossa raaka-aineen osuus on pysynyt vuoden 2008 ja 2012 välillä lähes muuttumattomana, noin 42 prosentissa. Sitä vastoin teollisuuden ja kaupan välisissä suhteissa on tapahtunut suuria muutoksia. Kauppa sai vuonna 2012 noin 11 prosenttiyksikköä enemmän kevytmaidon kuluttajahinnasta kuin neljä vuotta aiemmin. Vastaavasti

teollisuuden osuus laski 7,5 prosenttiyksikköä (kuvio 9).

Teollisuuden osuuden laskemiseen vuosien 2008 ja 2012 välillä vaikutti ainakin kiristynyt kilpailutilanne varsinkin nestemäisten maidon markkinaosuuksista. Kevytmaidon keskimääräistä kuluttajahintaa laski kaupan omien merkkien aseman vahvistuminen perusmaitojen valikoimassa. Tämän tutkimuksen aineistoon kuuluneiden kevytmaidon keskimääräinen kuluttajahinta oli vuonna 2012 lähes 3 prosenttia alempi kuin vuonna 2008.



Kuvio 9. Kevytmaidon ja laktoosittoman kevytmaitojuoman keskimääräisten hintamarginaaliprosenttien (osuus verollisesta kuluttajahinnasta) jakautuminen arvonlisäveron, kaupan, teollisuuden ja alkutuotannon kesken vuosina 2008 ja 2012.

Tämän tutkimuksen tuottamia tuloksia kevytmaidon hintamarginaaleista voi suuntaa antavasti vertailla Pohjosen (2000) tutkimuksen tuloksiin, vaikka osuuksien laskentaperusteissa on eroja. Vuonna 1999 kaupalle jäi 16,8 prosentin osuus kevytmaidon verollisesta vähittäismyyntihinnasta. Tämän tutkimuksen tulokset osoittivat, että vuonna 2008 kaupan osuus kevytmaidon hinnasta (18,2 %) oli hyvin lähellä vuoden 1999 tasoa.

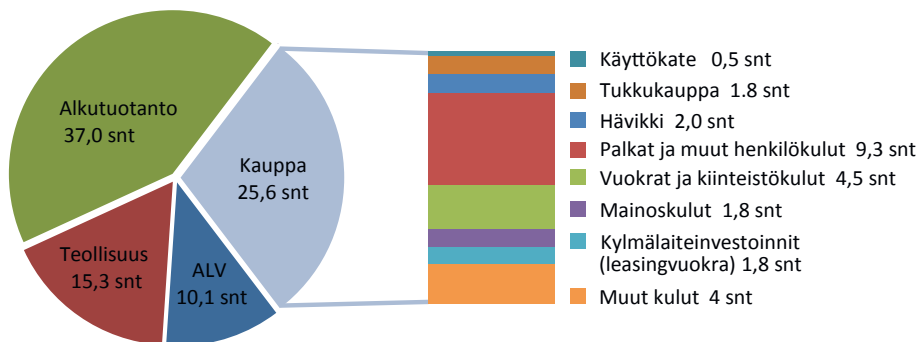
Alkutuotannon, teollisuuden ja kaupan hintamarginaaliosuudet ovat erilaiset laktoosittoman kevytmaitojuoman ja kevytmaidon välillä. Raaka-aineelle jää laktoosittoman kevytmaitojuoman kaltaisessa korkeamman arvonlisän tuotteessa noin puolet vähemmän kuin perusmaitoihin kuuluvassa kevytmaidossa. Vastaavasti teollisuuden osuus on laktoosittomassa kevytmaitojuomassa selvästi suurempi kuin kevytmaidossa.

Osasy hintamarginaaliosuuksien eroihin kevytmaidon ja kevytmaitojuoman

välillä löytyy vähittäiskauppahinnasta. Kevytmaidon kaltaisen perusmaidon kuluttajahinta on huomattavasti halvempi kuin laktoosittoman kevytmaidon, joten alkutuotannolle jää kevytmaidossa suhteellisesti suurempi hintamarginaaliosuus. Esimerkiksi vuonna 2012 laktoosittoman kevytmaitojuoman keskimääräinen kuluttajahinta (1,84 eur/l) oli yli kaksinkertainen kevytmaidon keskimääräiseen kuluttajahintaan (0,88 eur/l) nähden.

Tässä tutkimuksessa esitetään tuloksia eri portaiden saamista osuuksista maitosektorin tuotteiden kuluttajahinnoissa. On kuitenkin syytä pitää mielessä, että maitosektorin tuotteiden hintamarginaalit eivät kerro elintarvikeketjun toimijoiden liikevoiton suuruudesta. Liikevoiton selvittäminen edellyttää tuotteiden yksityiskohtaista kustannuserittelyä sekä käyttökateen ja poistojen selvittämistä.

Kuluttajatutkimuskeskuksen käymät keskustelut tutkimukseen kuuluneiden kaupparyhmittymien kanssa osoittivat, että samoin kuin aiemmin lihatuotteiden kohdalla, maitotuotteiden kustannusrakenteen selvittäminen ja käyttökateen avaaminen on haasteellinen tehtävä. Kuviossa 10 esitetään eri toimijoiden hintamarginaaliosuudet kevytmaidossa. Lisäksi kaupan osuus on esimerkinomaisesti pilkottu kustannuseriin ja käyttökatteeseen yhdeltä kaupparyhmittymältä saadun keskimääräisen laskennallisen kustannuserittelyn ja käyttökate-tiedon perusteella. Kulujakaumaan ei ole sisällytetty kevytmaidon kuljetuskustannuksia, koska kuljetus myymälään sisältyy hankintahintaan.



Kuvio 10. Kevytmaidon keskimääräisen verollisen kuluttajahinnan (88 snt/l) jakautuminen hintamarginaaliprosenttien mukaisesti arvonlisäveron, kaupan, teollisuuden ja alkutuotannon kesken vuonna 2012. Kuvassa on lisäksi yhden kaupparyhmittymän keskimääräinen laskennallinen kulujakauma ja käyttökate kevytmaidossa sovellettuna vuoden 2012 hintatietoihin.

Vuonna 2012 kaupalle jäi noin 29 prosenttia eli 26 snt/l kevytmaidon verollisesta keskimääräisestä kuluttajahinnasta (88 snt/l). Kevytmaidon kulujakauman mukaan palkat ja henkilökulut sekä vuokrat ja kiinteistökulut ovat suurimmat kustannuserät kaupassa. Kaupan osuudesta 55 prosenttia menee näihin kahteen kuluerään. Myös hävikillä on suhteellisen iso osuus, sillä 8 prosenttia kaupan osuudesta katoaa

hävikkeihin. Hävikin suuri osuus kevytmaidon kulurakenteessa selittyy ainakin osaksi sillä, että tuoretuotteena maidon myyntiaika kaupassa on lyhyt. Toiminnan kannattavuutta kuvaava käyttökate on kevytmaidossa kaupan osalta 1,9 prosenttia, mikä on vuoden 2012 kevytmaidon verollisesta keskimääräisestä kuluttajahinnasta (88 snt/l) laskettuna noin 1,7 snt/l.

JUUSTO JA JOGURTTI

Juustomarkkinat ovat muuttuneet suomalaisen teollisuuden näkökulmasta haasteellisempaan suuntaan varsinkin juuston tuonnin lisääntymisen myötä. Yhtä tuotetta lukuun ottamatta kaikkien hintarakennetutkimuksessa mukana olleiden juustojen teollisuuden myyntimäärät kaupalle laskivat selvästi vuodesta 2008 vuoteen 2012.

Vuonna 2008 kotimaisen juuston osuus kulutuksesta oli 67 prosenttia, mutta vuonna 2012 enää 52 prosenttia (ks. sivu 16). Juuston kulutus henkilöä kohden oli vuonna 2012 noin 19 prosenttia suurempi kuin neljä vuotta aiemmin, joten kokonaisuudessaan juuston kulutus on kuitenkin kasvanut, mutta entistä suurempi osa juuston kulutuksesta kohdistuu tuontijuustoon.

Vuonna 2008 arvonlisäveron osuus elintarvikkeen verollisesta kuluttajahinnasta oli 14,5 prosenttia. Kaupan osuus juuston verollisesta kuluttajahinnasta oli tuolloin keskimäärin 21,8 prosenttia. Teollisuudelle jäi noin 27,2 prosentin osuus ja alkutuotannolle 36,5 prosentin osuus. Neljä vuotta myöhemmin, vuonna 2012, kaupan osuuteen oli kertynyt 4,7 prosenttiyksikön lisäys. Teollisuuden osuus nousi 1,6 prosenttiyksikköä, mutta alkutuotannon osuus laski 3,3 prosenttiyksikköä (kuvio 11).

Kuvio 11. Juuston ja jogurtin keskimääräisten hintamarginaaliprosenttien (osuus verollisesta kuluttajahinnasta) jakautuminen arvonlisäveron, kaupan, teollisuuden ja alkutuotannon kesken vuosina 2008 ja 2012.



Tämän tutkimuksen tulosten mukaan kaupalle jäävä hintamarginaaliprosentti vaihtelee juustojen tuoteryhmässä paljon riippuen juustotyypistä ja sen brändistä. Esimerkiksi vuonna 2012 kaupan osuus jäi alimmillaan reilusti alle kymmenen prosentin, kun se enimmillään nousi selvästi yli kolmenkymmenen prosentin. Alimman hintamarginaaliprosentin omaavassa juustotuotteessa kaupan myyntimäärät ovat kuitenkin moninkertaiset verrattuna muihin juustotuotteisiin, joten kyseisen juuston rooli ”sisäänvetotuotteena” on ilmeisen tärkeä. Pohjosen (2000) tutkimuksen mukaan kaupan osuus juuston vähittäismyyntihinnasta vaihteli vuonna 1999 Edam-juuston 9 prosentista Emmental-juuston 17,6 prosenttiin.

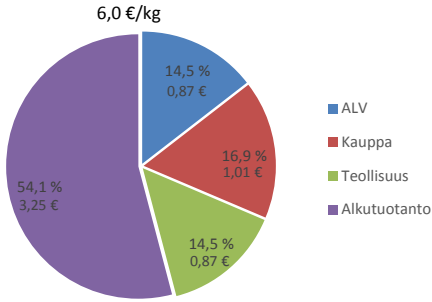
Kotimaisen kulutuksen kasvu yhdessä viennin kasvun kanssa on johtanut kasvavaan tuontitarpeeseen myös jogurteissa. Kauppojen jogurttihyllyn valikoima on laajentunut, sillä kuluttajat haluavat nykyään perinteisten lusikoitavien jogurttien lisäksi muun muassa terveystuotteita ja juotavia jogurtteja. Kotimaisen jogurtin osuus kokonaiskulutuksesta laski vuodesta 2008 viidellä prosenttiyksiköllä 72 prosenttiin vuonna 2012 (ks. sivu 16).

Jogurtissa kaupan hintamarginaaliosuus kasvoi vuodesta 2008 vuoteen reilut 5 prosenttiyksikköä noin 27 prosenttiin eli lähes samaan tapaan kuin juustossa. Teollisuuden osuus pysyi ennallaan noin 42 prosentissa ja alkutuotannon osuus laski 2,3 prosenttiyksikköä ollen 21,8 % vuonna 2012 (kuvio 11).

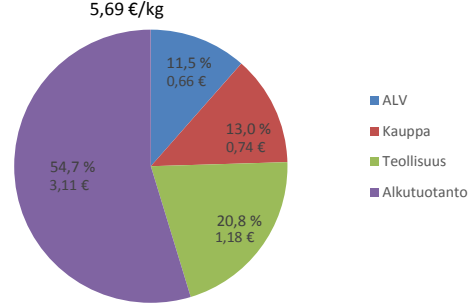
VOI

Taulukossa 4 näkyy, että voin kuluttajahinta ja teollisuuden myyntihinta ovat muuttuneet eri suuntiin toisin kuin muissa vertailutuotteissa. Myös hintamarginaaliosuuksien suhteet ovat poikkeavia verrattuna muihin maitosektorin tuotteisiin. Muista maitosektoriin kuuluvista tuoteryhmistä ja tuotteista poiketen kaupan osuus voin verollisesta kuluttajahinnasta on laskenut vertailuajankohtien välillä. Kaupalle jäi vuonna 2012 keskimäärin 13 prosentin osuus (0,7 €/kg) voin keskimääräisestä verollisesta kuluttajahinnasta (5,69 €/kg), mikä on noin 4 prosenttiyksikköä vähemmän kuin vuonna 2008. Vastaavasti teollisuuden osuus (20,8 %) oli vuonna 2012 yli 6 prosenttiyksikköä suurempi kuin vuonna 2008. Raaka-aineen osuus kasvoi marginaalisesti noin puolella prosenttiyksiköllä 54,7 prosenttiin (kuvio 12).

Voin kuluttajahinnan rakenne 2008



Voin kuluttajahinnan rakenne 2012



Kuvio 12. Voin keskimääräisten hintamarginaaliprosenttien (osuus verollisesta kuluttajahinnasta) jakautuminen arvonlisäveron, kaupan, teollisuuden ja alkutuotannon kesken vuosina 2008 ja 2012.

Alkutuotannolle jäävä osuus voin verollisesta kuluttajahinnasta on suhteellisesti suurempi kuin maitosektorin tuotteissa yleensä. Koko maitosektorin tuotteissa alkutuotannolle jää keskimäärin noin kolmanneksen osuus, mutta voin kuluttajahinnasta yli puolet kuuluu alkutuotantoon. Voin tuottamiseen käytetään teollisuudessa yleensä maidon rasvaosuus, joka erotetaan maidosta muiden tuotteiden valmistamisen yhteydessä. Voin hintaan sisältyvä arvonlisä on pieni. Voin kulutuksen luonteen seurauksena myös kaupan katteet pysyvät pieninä. Matala jalostusaste ja olematon arvonlisä kasvattavat raaka-aineen osuuden suuremmaksi kuin muissa maitotuotteissa.

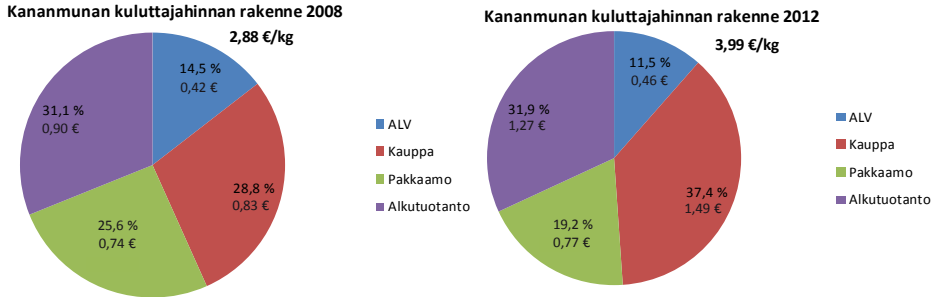
KANANMUNA

Kananmunien keskimääräinen kuluttajahinta oli vuonna 2012 selvästi korkeampi kuin vuonna 2008. Tässä tutkimuksessa kananmunien keskimääräinen kuluttajahinta oli vuonna 2012 noin 4 €/kg, mikä on noin 38 % korkeampi kuin neljä vuotta aiemmin.

Kananmunien hintamarginaalien tarkastelussa kuluttajahinta jaetaan arvonlisäveron, kaupan, pakkaamon ja alkutuotannon kesken. Suomen Siipikarjaliiton (2015) mukaan munapakkaamoita on Suomessa lähes sata. Pakkaamoissa kananmunat tarkastetaan, punnitaan, leimataan ja pakataan. Kananmunat pakataan kauppa varten joko tilan omassa pakkaamossa tai keskuspakkaamoissa. Valtaosa kaikista kananmunista pakataan suuremmissa keskuspakkaamoissa.

Vuonna 2008 kaupan osuus kananmunan keskimääräisestä verollisesta kuluttajahinnasta oli keskimäärin 28,8 prosenttia eli 0,83 €/kg. Pakkaamolle

jäi 25,6 prosentin osuus ja alkutuotannolle 31,1 prosentin osuus. Neljä vuotta myöhemmin, vuonna 2012, kaupan osuuteen oli kertynyt 8,6 prosenttiyksikön lisäys (1,49 €/kg). Pakkaamon osuus laski 6,4 prosenttiyksikköä ja alkutuotannon osuus nousi marginaalisesti (0,8 prosenttiyksikköä) (kuvio 13).



Kuvio 13. Kanamunan keskimääräisten hintamarginaaliprosenttien (osuus verollisesta kuluttajahinnasta) jakautuminen arvonlisäveron, kaupan, pakkaamon ja alkutuotannon kesken vuosina 2008 ja 2012.

Tässä tutkimuksessa selvitetty kanamunan hintamarginaalit eroavat jonkin verran eri tahojen aiemmin tekemistä laskelmista. Näissä laskelma-arvioissa kaupan osuus kanamunan verollisesta kuluttajahinnasta on yleensä jonkin verran suurempi kuin tässä hintarakennetutkimuksessa. Tämän tutkimuksen tuottamien tulosten ja aiempien arvioiden ero selittyy pääosin sillä, että tässä tutkimuksessa pakkaamon keskimääräinen myyntihinta muodostuu pakkaamon myyntihinnoista kaupalle (sisältää tukku- ja vähittäiskaupan). Aiemmissa arvioissa pakkaamoiden keskimääräisenä myyntihintana on käytetty Luken tilastotietoja pakkaamoiden ulosmyyntihinnoista. Luken tilastoimat keskimääräiset myyntihinnat ovat kuitenkin alempia kuin tässä tutkimuksessa käytetyt keskimääräiset myyntihinnat, sillä Luken myyntihinnoissa on mukana kaupan lisäksi suurkeittiöille, ravintoloille ja kanamunavalmisteteollisuudelle suurissa kenoissa myydyt kanamunat.

Edellä on kuvattu maitosektoriin kuuluvien tuotteiden hintamarginaalien jakautumista elintarvikeketjussa. Raportin seuraavassa luvussa tarkastellaan maitosektorin kokonaistason muutoksia elintarvikkeisiin käytettyjen kulutusmenojen jakautumisen ja niissä tapahtuneiden muutosten kautta.

3 MAITOSEKTORIN RAHAVIRTOJEN JAKAUTUMINEN

3.1 AINEISTO- JA MENETELMÄKUVAUS

Elintarvikesektorin bruttomarginaaleilla tarkoitetaan elintarvikkeisiin käytettyjen kokonaiskulutusmenojen jakautumista ketjun eri toimijoiden välillä. Bruttomarginaalien avulla tarkastellaan elintarvikeketjun rakenteen kehitystä rahavirtojen jakautumisessa tapahtuvien muutosten kautta. Lisäksi niiden avulla pystytään arvioimaan ketjun osapuolten välisten voimasuhteiden kehitystä. Rahavirroissa tapahtuvien muutosten kautta ei kuitenkaan voi analysoida elintarvikkeiden hinnan muodostusta, elintarvikeketjun kilpailun toimivuutta tai markkinavoiman olemassa oloa ja sen käyttämistä.

Tutkimuksessa hyödynnetään mukailtuna Arovuoren ym. (2009, 2011) laskentakehikkoa kokonaiskulutusmenojen jakautumisesta elintarvikeketjun eri osapuolille⁶. Laskentakehikossa kotimaisten elintarvikkeiden, alkoholittomien juomien ja ravintolapalveluiden kokonaiskulutusmenot jaetaan maatalouden, elintarviketeollisuuden, tuonnin sekä kaupan ja ravintolapalveluiden kesken. Lisäksi erotetaan elintarvikkeisiin kohdistuvat valmisteverot sekä arvonlisävero.

Laskentakehikossa tuonti on erotettu elintarvikeketjun erilliseksi osaksi. Vastaavasti maatalouden ja elintarviketeollisuuden vienti sekä vientielintarvikkeiden valmistukseen käytetty kotimaisen maatalousraaka-aineen arvo on vähennetty maatalouden ja elintarviketeollisuuden osuuksista. Maatalouden bruttoarvo on maatalouden kokonaistuotto vähennettynä maatalouden omalla ja sisäisellä käytöllä. Elintarviketeollisuuden osalta laskelmassa on mukana teollisuuden myydyin tuotannon arvo.

Laskelmissa hyödynnetty yksinkertaistettu elintarvikeketjun bruttomarginaalien laskentakaava on esitetty laatikossa 2.

6 Tämän tutkimuksen tulokset eivät ole suoraan verrattavissa Arovuoren ym. 2011 tuloksiin kahdesta syystä: 1) Tilastot ja tilastointiperusteet ovat muuttuneet, joten laskelman taustalla käytetty aineisto ei ole keskenään vertailukelpoista; 2) Teollisuuden, maatalouden ja ravintolakulutuksen osalta laskentatapaa on muutettu. Muutokset vaikuttavat ketjun eri osapuolten absoluuttisiin osuuksiin, mutta niillä on vain hiukan vaikutusta havaittuun kehitykseen.

Laatikko 2. Elintarvikeketjun rahavirtojen laskentakaava

Maatalouden osuus

- = Maatalouden bruttoarvo (EAA, Eurostat)
- Maataloustuotteiden vienti (Tullin ulkomaankauppatilasto Uljas, SITC3)
- Maatalouden oma välituotekäyttö

Elintarviketeollisuuden osuus

- = Elintarviketeollisuuden myynnin arvo (Teollisuuden tuotantotilasto, Tilastokeskus)
- Maatalouden osuus

Kaupan ja ravintolapalveluiden osuus

- = Elintarvikkeiden, alkoholittomien juomien ja ravintolapalveluiden kulutusmenot yhteensä (Kansantalouden tilinpito, Tilastokeskus)
- Verot
- Elintarvikkeiden ja alkoholittomien juomien tuonti
- Elintarviketeollisuuden osuus
- Maatalouden osuus

Verot

- = Arvonlisävero elintarvikkeista
- + Arvonlisävero ravintolapalveluista
- + Valmisteverot (virvoitusjuomavero, makeisvero) (Veronmaksajain keskusliitto, Tilastokeskus)

Elintarvikkeiden ja alkoholittomien juomien tuonti (Tullin ulkomaankauppatilasto Uljas)

- = Elintarvikkeiden tuonti ja alkoholittomien juomien tuonti (Ulkomaankauppatilasto Uljas, SITC5)

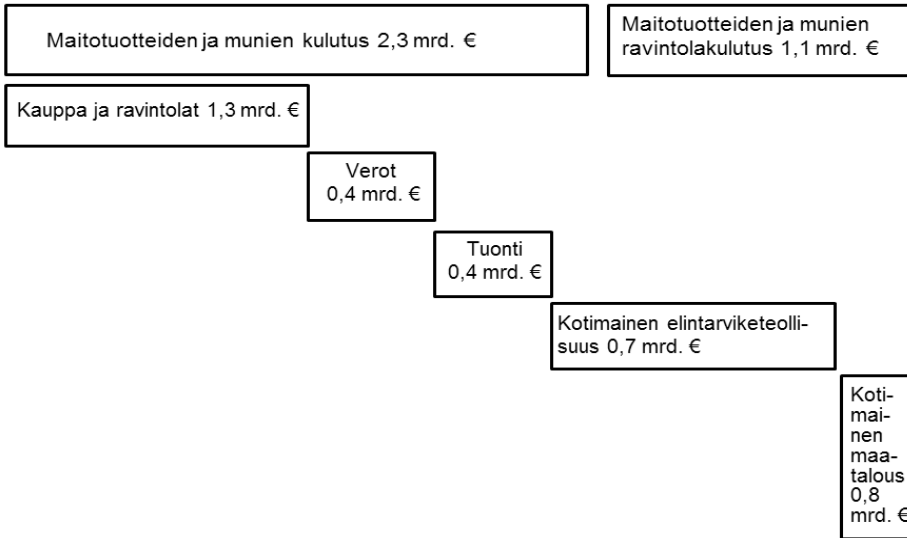
Laskelmassa hyödynnetään virallisia tilastotietokantoja. Kulutusta ja teollisuuden myyntiä koskevat luvut perustuvat Tilastokeskuksen kansantalouden tilinpitoon sekä teollisuuden tuotantotilastoon. Ulkomaankauppaluvut perustuvat Tullin ulkomaankauppatilasto Uljaksen tietokantoihin. Maatalouden tuotannon bruttoarvot on johdettu Eurostatin maatalouden taloustilastoista (Economic Accounts for Agriculture, Eurostat).

Bruttomarginaalien laskentakehikossa elintarviketeollisuuden kokonaismyynnistä on irrotettu alkoholin ja eläinten ruokien valmistus ja myynti sekä valmistukseen tarvittava maatalousraaka-aineen käyttö. Ravintolapalveluiden kulutusmenojen jakaminen ruokaan, alkoholiin ja tämän laskelman osalta maitotuotteisiin on tehty hyödyntämällä kuluttajahintaindeksin painorakennetta

Kotimaisen maitosektorin rakenteen ja toteutuneen kehityksen analysoimiseksi tässä raportissa sovelletaan bruttomarginaalien laskentakehikkoa maitotuotteisiin, juustoon ja kananmuniin käytettyjen kokonaiskulutusmenojen jakautumiseen elintarvikeketjussa. Analyysikehikko on sovitettu maitosektorille poimimalla teollisuuden tuotantotilastoista maitotuotteisiin kohdistuva myynti sekä ulkomaankauppatilastosta maitotuotteet ja munat. Verojen osalta laskelmassa jää huomioitavaksi ainoastaan elintarvikkeisiin ja ravintolapalveluihin sovellettava arvonlisävero.

Kuviossa 14 on esitetty maitotuotteiden kulutusmenojen euromääräinen jakauma vuodelle 2013. Maidon kokonaiskulutusmenot vastasivat

18 prosenttia elintarvikkeisiin ja alkoholijuomiin käytetyistä kulutusmenoista. Ravintolakulutuksessa ruokaan käytetystä osuudesta viljatuotteiden ja leipien osuus on kuluttajahintaindeksin painorakenteesta johdettuna vajaa viidennes. Ravintolakulutus mukaan luettuna maitotuotteita kulutettiin noin 3,3 miljardilla eurolla.



Kuvio 14. Maitotuotteisiin käytetyt kulutusmenot ja niiden jakautuminen (mrd. €) vuonna 2013.

3.2 TULOKSET

Seuraavaksi tarkastellaan kotimaisen maitosektorin bruttomarginaalien kehitystä ja keskustellaan kehitykseen vaikuttaneista tekijöistä. Analyysin pääpaino on vuosien 2008–2013 välisen ajan tarkastelussa. Analyysin vahvistamiseksi maitosektorin rahavirrat ja niiden kehitys on kuitenkin laskettu myös vuosille 2005–2013.

Tarkastelujakson 2005–2013 aikana kaupan ja ravintoloiden suhteellinen osuus maitosektorin rahavirroista on kasvanut (kuvio 15). Myös tuonnin osuus on kasvanut. Kotimaisen elintarviketeollisuuden osuus oli vuonna 2013 lähes samansuuruinen kuin vuonna 2005. Kotimaisen maatalouden osuus on laskenut. Verojen osalta kehityksessä näkyvät arvonlisäveroon tehdyt muutokset lokakuussa 2009 sekä heinäkuussa 2010 ja 2013. Arvonlisäveromuutosten seurauksena verojen osuus maitoon kohdistuneista kulutusmenoista oli vuonna 2013 pienempi vuoteen 2005 verrattuna.

Samansuuntaisesta kokonaiskehityksestä huolimatta maitosektorin rahavirroissa tapahtuneiden muutosten rakenne on erilainen vilja- ja lihasektoreihin verrattuna

(Peltoniemi ym. 2014a, 2014b). Maidon rahavirtojen rakenteessa tapahtuneet vuositasen muutokset ovat huomattavan suuria usean vuoden aikana.

Markkinatilanteen muutokset näkyvät maitosektorilla suhteellisen nopeasti. Esimerkiksi vuonna 2008 maatalouden suhteellinen osuus ketjun rahavirroista kasvoi vuoteen 2007 verrattuna. Samaan aikaan myös kaupan ja ravintoloiden osuus kasvoi. Vastaavasti elintarviketeollisuuden osuus laski.

Maatalouden suhteellisen osuuden nousu oli seurausta tuottajahintojen voimakkaasta noususta. Maailmanmarkkinoilta tullut tuottajahintojen nousu nosti myös tuontituotteiden hintoja. Yhdessä yleisen hintatason nousun ja kovien palkankorotusten seurauksena markkinatilanteen muutos näkyi suoraan myös kuluttajahinnoissa. Teollisuudelle muutos tuli kuitenkin niin nopeasti, että se ei pystynyt kaupan kanssa käymissään neuvotteluissa siirtämään äkillisiä kustannusnousuja eteenpäin.

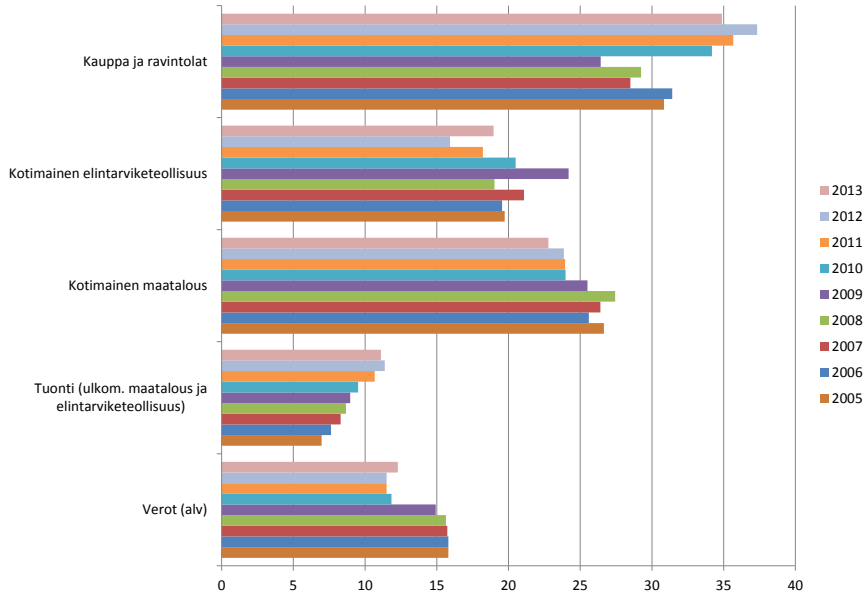
Vuoden 2009 osalta rahavirrat kehittyivät lähes suoraan käänteisesti vuoteen 2008 verrattuna. Maatalouden sekä kaupan ja ravintoloiden suhteelliset osuudet laskivat ja elintarviketeollisuuden nousi. Myös tämä kehitys selittyy markkinatilanteen muutoksella. Vuonna 2009 maidon tuottajahinta laski voimakkaasti lyhyessä ajassa. Teollisuuden maataloudelle maksamat hinnat laskivat, mutta edellisen vuoden voimakkaan hintojen nousun seurauksena teollisuuden tuottajahintoihin oli saatu neuvoteltua kaupalta merkittävä korotus, jolloin teollisuuden suhteellinen asema vahvistui. Edelliseen vuoteen verrattuna kaupan ja ravintoloiden osuus rahavirroista laski.

Myös vuonna 2013 maitosektorin hintarakenteessa tapahtui merkittävä muutos, kun Kilpailu- ja kuluttajaviranomainen puuttui nestemäisen maidon hinnoitteluun Suomen markkinoilla. Kilpailuviranomaisen päätöksen seurauksena alan toimijat muuttivat nestemäisen maidon hinnoitteluaan. Tilastokeskuksen Kuluttajahintaindeksin perusteella nestemäisen maidon hinnoittelussa tapahtuneet muutokset kiihdyttivät elintarvikkeiden hintojen nousua prosenttiyksiköllä vuonna 2013. Oletuksen mukaan hinnoittelun muutos näkyy teollisuuden suhteellisen osuuden kasvuna. Teollisuuden omalla hinnoittelulla ja toiminnallisilla ratkaisuilla onkin ollut merkittävä vaikutus etenkin vuosien 2011 ja 2012 suhteellisen osuuden laskussa.

Elintarvikkeiden arvonlisäveron lokakuussa 2009 toteutettu viiden prosenttiyksikön alennus tuli täysipainoisesti voimaan vuonna 2010. Veromuutokset jatkuivat heti heinäkuussa 2010 ja edelleen vuoden 2013 alussa, kun arvonlisäveroa korotettiin molemmilla kerroilla prosenttiyksiköllä.

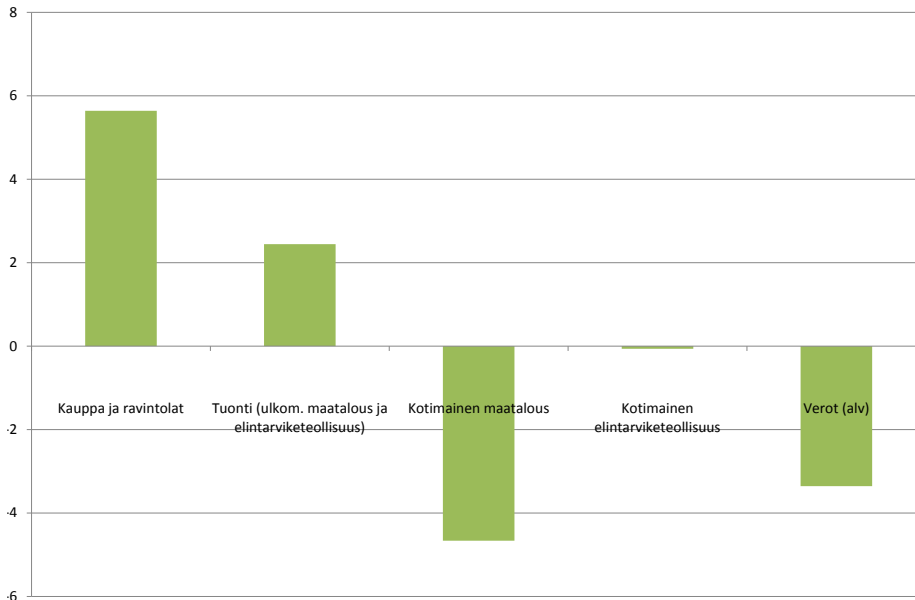
Toteutuneen kehityksen perusteella kauppa on hyötynyt toteutuneista veromuutoksista ja vahvistanut osuuttaan koko maitosektorin rahavirroista. Veromuutoksista aiheutuneet muutokset ovat kuitenkin rahamääräisesti kaupan osuuden kasvua pienemmät. Tästä seuraa, että kaupan osuuden kasvusta ainoastaan osa voidaan selittää veromuutoksen aiheuttaman siirtymän kautta.

Maitosektorin Rahavirtojen Jakaantuminen



Kuvio 15. Maitotuotteisiin ja muniin käytettyjen kokonaiskulutusmenojen jakautuminen (prosenttia) elintarvikeketjussa (Lähde: Tilastokeskus, Tulli, PTT:n omat laskelmat)

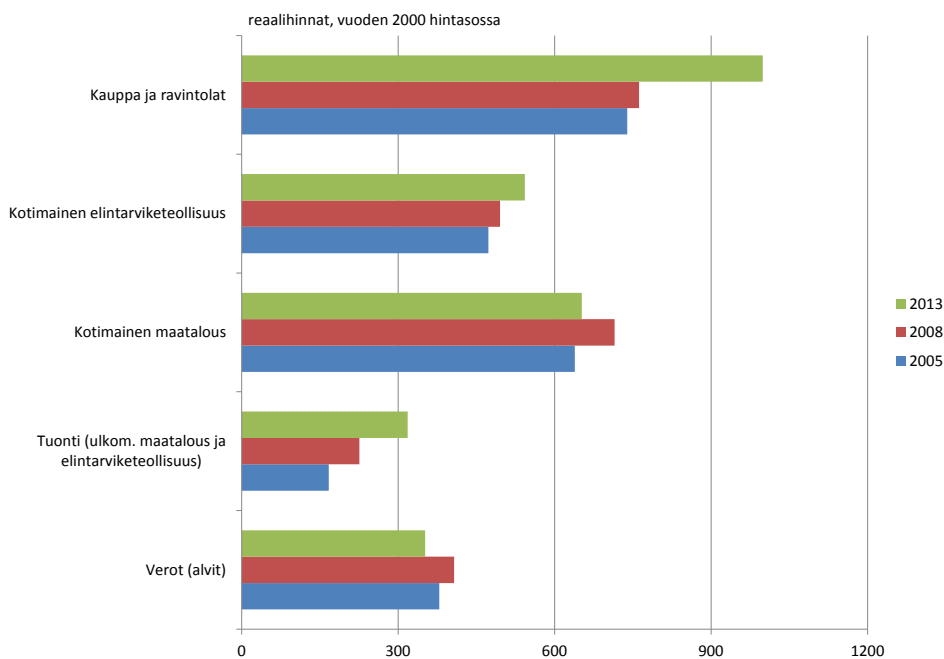
Vuosina 2008–2013 kauppa ja ravintolat ovat pystyneet kasvattamaan omaa osuuttaan maitosektorin rahavirroista vajaalla 6 prosenttiyksiköllä. Tuonnin osuus on kasvanut reilut 2 prosenttiyksikköä. Elintarviketeollisuuden osuus oli vuonna 2013 lähes samalla tasolla vuoteen 2008 verrattuna. Kotimaisen maatalouden osuus maitosektorin rahavirroista on samaan aikaan laskenut runsaat 4 prosenttiyksikköä.



Kuvio 16. Maitotuotteisiin ja muniin käytettyjen kokonaiskulutusmenojen jakautuminen elintarvikeketjussa, muutos 2008–2013 (prosenttiyksikköä) (Lähde: Tilastokeskus, Tulli, PTT:n omat laskelmat)

Kuviossa 17 on esitetty vuoden 2000 hintatasossa maitotuotteisiin ja kananmuniin kohdistuneiden kulutusmenojen euromääräinen jakautuminen eri osapuolten välillä vuosina 2005, 2008 ja 2013. Maitosektorin reaaliset rahavirrat ovat kokonaisuudessaan kasvaneet vuosien 2005 ja 2013 välisenä aikana. Kaikki ketjun osapuolet ovat pystyneet kasvattamaan euromääräisiä rahavirtoja. Verojen määrä on kuitenkin laskenut arvonlisäverossa tapahtuneiden muutosten seurauksena.

Muista maitotuotteista poiketen tuoremaidomarkkinoille ei synny tuontikilpailua, koska rajallinen säilyvyysaika rajoittaa potentiaalisia tuontimarkkinoita. Lisäksi teollisuuden roolia vahvistaa tuoremaidon merkittävä rooli kotimaisessa kulutuksessa. Kaupan mahdollisuudet kotimaisen teollisuuden kilpailuttamiseen ovat näin ollen pienemmät kuin liha- ja viljatuotesektoreilla. Suomessa raakamaidon hankintaa hallitsee yksi yritys yli 80 prosentin markkinaosuudella. Sen osuus perusmaitomarkkinoista on kuitenkin hankintaosuutta selvästi pienempi. Vuonna 2012 suurimman toimijan osuus perusmaidoista oli runsas 50 %, josta se on vuoden 2015 kevääseen mennessä lähes puolittunut.



Kuvio 17. Maitotuotteisiin ja kananmuniin käytetyt reaaliset kokonaiskulutusmenot elintarvikeketjussa (milj. €) (Lähde: Tilastokeskus, Tulli, PTT:n omat laskelmat)

Maitosektorin kokonaisrahavirtojen kehityksen kannalta tutkimus- ja tuotekehitys ovat olleet erittäin merkittävässä roolissa. Maidosta on onnistuttu jalostamaan selkeitä lisäarvotuotteita. Lisäarvotuotteiden suhteellisen osuuden kasvu kasvattaa

suoraan maitosektorilla liikkuvaa rahamäärää ja sitä kautta koko sektorin hyvinvointia. Samaan aikaan entistä merkittävämpi osa maitosektorin lisäarvosta tuotetaan teollisuuden ja kaupan toimesta. Tästä seuraa, että rahavirtojen kasvusta huolimatta maatalouden suhteellinen osuus laskee.

Maitomarkkinoiden kansainvälinen kilpailu keskittyy nestemäisen maidon sijaan juustoihin ja jogurteihin. Molempiin tuoteryhmiin kuuluvien tuotteiden osalta tuontikilpailu on tarkastelujakson aikana kasvanut voimakkaasti. Juuston ja jogurtin kulutuksen kotimaisuusaste on laskenut tarkastelujakson aikana. Samaan aikaan näiden tuotteiden vienti on kuitenkin kasvanut.

Toimivien ja kannattavien vientimarkkinoiden ansiosta teollisuus on pystynyt hallitsemaan omia rahavirtojaan muita sektoreita paremmin. Rahavirtojen suhteelliseen kehitykseen vaikuttaa myös se, että muista sektoreista poiketen maidon logistiikka on edelleen merkittävältä osin teollisuuden itsensä hoitamaa.

Kaupan omien merkkien osuus maitotuotteista on edelleen kasvussa. Kaupan omien merkkien määrän kasvu siirtää rahavirtoja teollisuudelta kaupalle. Kauppa on elintarvikeketjun suurin työllistäjä, joten 2000-luvun lopun suhteellisesti korkeat palkankorotukset näkyvät osaltaan kaupan ja ravintoloiden osuuden kasvussa.

4 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tässä tutkimuksessa on tarkasteltu elintarvikeketjun eri osien ja eri kustannustekijöiden vaikutusta maitosektorin tuotteiden hinnanmuodostukseen eriyttämällä kuluttajan tuotteesta maksama hinta raaka-aineen hintaan sekä jalostuksen, kaupan ja valtion osuuteen. Lisäksi tutkimuksessa on analysoitu maitoketjun rahavirtoja hyödyntämällä elintarvikkeiden kulutuksen, tuotannon ja ulkomaankaupan bruttomääräisiä tilastoarvoja.

Tutkimustulokset osoittavat, että kaupan osuus maitosektorin tuotteiden kuluttajahinnoissa on viime vuosina kasvanut. Teollisuuden osuus on pysynyt muuttumattomana, mutta alkutuotannon osuus on hieman laskenut. Elintarvikkeiden arvonlisäverokannan laskun myötä valtion saama osuus on pienentynyt.

Vuonna 2008 kaupan osuus maitosektorin tuotteiden verollisesta kuluttajahinnasta oli keskimäärin 21,5 prosenttia. Teollisuudella oli 33 prosentin osuus ja tuottajilla 31 prosentin osuus. Neljä vuotta myöhemmin, vuonna 2012, kaupan osuuteen oli kertynyt noin neljän prosenttiyksikön lisäys. Teollisuuden osuus oli pysynyt ennallaan, mutta alkutuotanto menetti osuuttaan vajaalla prosenttiyksiköllä.

Elintarvikkeiden arvonlisäverokanta oli toteutettujen veromuutosten jälkeen kolme prosenttiyksikköä alempi vuonna 2012 kuin vuonna 2008. Rahavirtalaskelmat tukevat näkemystä, jonka mukaan kauppa pystyi parhaiten hyödyntämään arvonlisäverokannan alenemisen maitosektorin tuotteiden hintamarginaaleissa.

Kotimainen meijeriteollisuus on pystynyt kehittämään erilaisia lisäarvotuotteita, joiden kautta perusmaidon suhteellinen osuus tulo muodostuksessa on pienentynyt. Samaan aikaan maitotuotteiden viime vuoteen saakka jatkunut kova kysynnän kasvu maailmalla piti tuontihinnat suhteellisen korkeina ja vähensi kotimaisen meijeriteollisuuden tuonnin kautta kohtaamaa hintakilpailua.

Raaka-aineen hinnalla on maitosektorin tuotteiden hinnanmuodostuksessa iso vaikutus, sillä suuren osan maitotuotteista jalostusaste ei ole kovin korkea. Lisäarvotuotteiden määrän kasvu on kuitenkin pienentänyt raaka-aineen suhteellista osuutta hinnanmuodostuksessa. Samalla maatalouden suhteellinen osuus yksittäisten tuotteiden marginaaleista ja edelleen koko sektorin rahavirroista on pienentynyt.

Maitosektorilla kaikki ketjun osapuolet ovat pystyneet hyötymään toteutuneesta rahavirtojen kasvusta. Teollisuuden asema suhteessa kauppaan on muita sektoreita vahvempi ja maitotuotteiden kauppataase on positiivinen. Lisäksi maitotuotteiden kysyntä on kasvanut tasaisesti.

LÄHTEET

- Aalto, K & Peltoniemi, A. 2014.** Elintarvikkeiden kulutusmuutokset kotitalouksissa 2006–2012. Kuluttajatutkimuskeskus. Tutkimuksia ja selvityksiä 10/2014.
- Ali-Yrkkö, J. 2013.** Mysteeri avautuu. Suomi globaaleissa arvoverkostoissa. Helsinki: Taloustieto Oy (ETLA B257).
- Arovuori, K., Karikallio, H. & Pyykkönen, P. 2009.** Markkinoiden yhdentymisen vaikutukset elintarvikkeiden hinnanmuodostukseen Suomessa. PTT Katsaus 2/2009: 41-49.
- Arovuori, K., Karikallio, H. ja Pyykkönen, P. 2011.** Voimasuhteet ruokamarkkinoilla. Bruttomarginaalien muodostuminen ja kehitys Suomen elintarvikeketjussa. PTT raportteja 230.
- Euroopan komissio. 2009.** A Better Functioning Food Supply Chain in Europe. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Brussels 28.10.2009, COM (2009) 591. Final version.
- Haljala, H. 1981.** Maataloustuotteiden kokonaismarginaalilaskelmat. Maatalouden taloudellisen tutkimuslaitoksen tiedonantoja 82: 37-49. Helsinki.
- Kuosmanen, T., Niemi, J. & Sipiläinen, T. 2009.** Maataloustuen ja tuottavuuden vaikutukset elintarvikkeiden hintamarginaaleihin ja hinnanmuodostukseen, MTT Kasvu 3, Jokioinen, 49 p.
- Kuosmanen, T. & Niemi, J. 2009.** What explains the widening gap between the retail and producer prices of food? Agricultural and Food Science 18: 317-331.
- Laurinen, H. 1996.** Elintarvikkeiden hintamarginaalit vuosina 1985-1996. Maatalouden taloudellisen tutkimuslaitoksen tiedonantoja 214. Helsinki. 66 p.

- Mäkelä, S. & Niemi, J. 2004.** Elintarvikkeiden hintamarginaalit vuosina 2000-2002. MTT Taloustutkimus, käsikirjoitus. Helsinki. 9 p.
- Niemi, J. & Jansik, C. 2005.** The behaviour of prices and marketing margins of selected food products in Finland. A paper presented at the NJF Seminar 381 "The Northern European Food Industry -challenges and transitions from an economic perspective", November 24-25, 2005, Helsinki, Finland.
- Niemi, J, Jansik, C. & Huan-Niemi, E. 2011.** Price formation and margin behaviour in the Finnish food markets. Paper presented at the 21st Annual IFAMA World Symposium in Frankfurt on June 20-21, 2011. Saatavilla internetistä <https://www.ifama.org/events/conferences/2011/Symposium.aspx>.
- Nuutila, M. 1991.** Maataloustuotteiden kokonaismarginaalit 1985-1990. Maatalouden taloudellisen tutkimuslaitoksen tiedonantoja 172: 15-25. Helsinki.
- Nuutila, M. 1992.** Maataloustuotteiden ja lihan hintamarginaalit Suomessa. Maatalouden taloudellisen tutkimuslaitoksen tiedonantoja 178: 81-89. Helsinki.
- Ollila, S. 2012.** Oikeudenmukaisuus hinta-asenteen keskeinen tunnetekijä. Kehittyvä Elintarvike 2012/2:60-61.
- Peltomäki, M. 2000.** Elintarvikkeiden hintamarginaalit vuosina 1997-1999. Maatalouden taloudellisen tutkimuslaitoksen selvityksiä 2/2000. Helsinki. 35 p.
- Peltoniemi, A. 2012.** Elintarvikkeiden hintakehitys Suomessa. Kuluttajatutkimuskeskus. Työselosteita ja esitelmää; 137.
- Peltoniemi, A & Arovuori, K & Niemi, J & Pyykkönen, P. 2014a.** Lihasektorin hintarakenteet. PTT työpapereita 160.
- Peltoniemi, A & Arovuori, K & Karikallio, H & Niemi, J & Pyykkönen, P. 2014b.** Viljasektorin hintarakenteet. PTT työpapereita 166.

Pietola, K. 1992. Elintarvikkeiden hintamarginaalilaskelmien historia ja marginaalien kehitys Suomessa. Maatalouden taloudellisen tutkimuslaitoksen tiedonantoja 178: 70-80. Helsinki.

Pohjonen, A. 1991a. Elintarvikkeiden hintarakenteet: Maitovalmisteet ja ravintorasvat. Kuluttajatutkimuskeskus. Julkaisuja; 10.

Pohjonen, A. 1991b. Elintarvikkeiden hintarakenteet: Ruokaleipä. Kuluttajatutkimuskeskus. Julkaisuja; 14.

Pohjonen, A. 1992. Elintarvikkeiden hintarakenteet: Lihan hinta. Kuluttajatutkimuskeskus. Julkaisuja; 9.

Pohjonen, A. 2000. Peruselintarvikkeiden hintarakenteet. Kuluttajatutkimuskeskus. Työselosteita ja esitelmiä; 56.

PTY. 2014. Päivittäistavara-kaupan vuosijulkaisu 2014. www.pty.fi.

Siren, J. 1971. Tärkeimpien maataloustuotteiden vähittäis- ja tuottajahintojen välisen marginaalin kehityksestä vuosina 1964-70. Maatalouden taloudellisen tutkimuslaitoksen tiedonantoja 16: 1-74. Helsinki.

Suomen Siipikarjaliitto. 2015. <http://www.siipi.net/>

Tilastolähteet:

Luonnonvarakeskus Luke. Tietopalvelun maataloustilastot.

Tilastokeskus, tietokanta: Kansantalouden tilinpito, <http://tilastokeskus.fi/til/vtp/index.html>, Kuluttajahintaindeksi (2005 = 100 ja 2010 = 100) <http://www.stat.fi/til/khi/index.html>, Teollisuuden tuotantotilasto, <http://www.stat.fi/til/tti/index.html>

Tullin ulkomaankauppatilasto <http://uljas.tulli.fi>

Eurostat, Economic Accounts for Agriculture, <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>

LIITE 1: AINEISTOKUVAUS: ELINTARVIKKEIDEN HINTAMARGINAALIT

JOHDANTO

Tutkimuksen päätavoitteena oli luoda kokonaiskuva elintarvikkeiden hintamarginaaleista ja niiden muodostumisesta Suomen elintarvikeketjussa. Lisäksi tutkimus pyrki lisäämään elintarvikehinnoittelun läpinäkyvyyttä ja selkeyttämään elintarvikkeiden hinnanmuodostusta kuluttajille.

Aiemmin tehdyissä elintarvikkeiden hintarakenneselvityksissä ei ole pystytty aukottomasti avaamaan lopputuotteen hinnan jakautumista eri portaille. Erityisesti teollisuuden ja kaupan välisistä hinnoista ei ole saatu tarpeeksi yksityiskohtaista ja laajaa tietoa, joten laskelmiin on sisällynyt välttämättä paljon oletuksia ja arviointeja. Kuluttajatutkimuskeskuksella oli mahdollisuus tuoda ratkaisu tähän ongelmaan, sillä se voi valtioneuvoston asetuksen antamin oikeuksin pyytää tutkimuksensa käyttöön hintatietoja elintarvikkeista kaikkiin portaisiin kuuluvilta elinkeinonharjoittajilta (liite 2).

Kuluttajan elintarvikkeesta vähittäiskaupassa maksama hinta jaetaan tutkimuksessa alkutuotannon, jalostuksen, kaupan (sisältää tukku- ja vähittäiskaupan) ja verotuksen kesken. Siksi tutkimuksen toteuttaminen edellytti elintarvikkeiden hinta- ja määrätietojen hankkimista elintarvikeketjun eri portaisiin kuuluvilta yrityksiltä. Lisäksi tietoja saatiin Luonnonvarakeskuksen (Luke) tilastoista sekä toimialajärjestöiltä (taulukko 1.1).

Elintarvikkeiden hintamarginaaleihin vaikuttaa suuresti se, miten pitkälle jalostetusta tuotteesta on kysymys. Muut kustannukset, kuten työ ja energia jalostusvaiheessa sekä säilytys- ja jakelukustannukset, voivat muodostaa tuotteesta riippuen merkittävänkin osan elintarvikkeen hinnasta. Voidaan myös arvioida, että mitä pidemmälle jalostettu elintarvike on kyseessä, sitä vaikeampisen hintarakenteen muodostumista on selvittää. Tämän tutkimuksen elintarvikkeet kuuluvatkin luokittelumme perusteella raaka-aineisiin ja puolivalmisteisiin, joten esimerkiksi valmisruoat ovat tarkastelun ulkopuolella. Raaka-aineiksi luokiteltiin tuotteet, joissa on selkeästi vain yksi pääraaka-aine, vaikka sitä olisikin hieman jalostettu (esim. maito). Puolivalmisteiksi luokiteltiin leipomotuotteet ja lihajalosteet.

Elintarvikkeiden kuluttajahintatietojen kokoamisessa hyödynnettiin lähinnä Kuluttajatutkimuskeskuksen omien hintakeräysten tietoja. Kuluttajatutkimuskeskus

keräsi vuosittain elintarvikkeiden tuotekohtaisia kuluttajahintatietoja hintatutkimuksiensa⁷ tarpeisiin yhteistyössä aluehallintovirastojen kanssa vuosien 2008 ja 2012 välisenä aikana.

Kuluttajatutkimuskeskuksen omaa tuotekohtaista kuluttajahinta-aineistoa täydennettiin päivittäistavaraoppaketijujen toimittamalla tuotekohtaisilla kuluttajahintatiedoilla ja Tilastokeskuksen⁸ elintarvikkeiden kuluttajahinta-aineistolla.

Tässä tutkimuksessa käytettiin erityisen paljon aikaa aineistokeräyksen kohteiden eli yritysten ja niiden tuotteiden valintaan sekä siihen, että yritykset saatiin motivoitua vastaamaan kyselyyn. Hinta- ja määrätietoja haluttiin kaikista merkittävistä elintarviketuoteryhmistä, kuten lihatuotteet, maitotuotteet, viljatuotteet ja vihannekset. Lisäksi pyrittiin siihen, että kohderyhmän kuuluvat elintarviketuotteet ja tuotemerkit ovat yleisesti tunnettuja ja kuuluvat kuluttajien säännöllisesti ostamien tuotteiden joukkoon. Tutkimuskohteiksi valittujen teollisuuden ja kaupan yritysten puolestaan tuli edustaa merkittävää osaa toimialojensa markkinaosuudesta.

Taulukko 1.1. Aineistolähteet.

Lähde	Hinta	Määrä
Kuluttajatutkimuskeskus	Kuluttajahinta	
Tilastokeskus	Kuluttajahinta	Kulutusosuudet (KHI-painot)
Päivittäistavaraoppaketijut	Kuluttajahinta	
Päivittäistavaraoppaketijut	Ostohinta teollisuudelta	Ostomäärät teollisuudelta
Teollisuusyritykset	Myyntihinta kaupalle	Myyntimäärät kaupalle
Luke	Tuottajahinta (pakkaamohinta)	
Kasvistieto	Tuottajahinta (pakkaamohinta)	
Kaupapuutarhaliitto	Tuottajahinta (pakkaamohinta)	

7 Peltoniemi, A. & Varjonen, J. (2010) Elintarvikkeiden alv-alennus ja hintakehitys: hintaseurannan tulokset ja katsaus kuluttajahintaa määrittäviin tekijöihin. Kuluttajatutkimuskeskus. Julkaisuja, 1/2010.

Peltoniemi, A. & Varjonen, J. (2011) Elintarvikkeiden hintaseuranta ja elintarvikemarkkinoiden kehitys vuosina 2008–2010. Kuluttajatutkimuskeskus. Työselosteita ja esitelmää; 131.

Peltoniemi, A. (2012) Elintarvikkeiden hintakehitys Suomessa. Kuluttajatutkimuskeskus. Työselosteita ja esitelmää; 137.

Peltoniemi, A. (2013) Ruokakorin hintakehitys. Kuluttajatutkimuskeskus. Työselosteita ja esitelmää; 144.

8 Kuluttajahintaindeksi (2005 = 100 ja 2010 = 100).

AINEISTON KERUUN SUUNNITTELU

Kuluttajatutkimuskeskus kävi ennen aineistopyyntöjen lähettämistä useita keskusteluja sekä puhelimitse että kasvokkain useiden yritysten, toimialajärjestöjen ja viranomaisten edustajien kanssa. Käytyjen luottamuksellisten keskustelujen avulla tutkimuksen tekijöiden käsitys eri toimialojen ominaispiirteistä syveni ja samalla voitiin hälventää tutkimuksen toteuttamiseen liittyneitä mahdollisia epäilyjä. Keskustelujen kautta saatiin arvokasta tietoa, jota käytettiin hyödyksi aineistonkeruun suunnittelussa ja toteutuksessa. Käydyissä keskusteluissa eri osapuolet korostivat varsinkin seuraavia näkökohtia:

- tietojen lähettäminen Kuluttajatutkimuskeskukselle tulee tapahtua mahdollisimman turvallisesti ja luottamuksellisesti
- tietojen keräämisestä ei saa aiheutua kohdeyrityksille kohtuutonta työmäärää
- viimeisimpiä saatavissa olevia lukuja eli vuoden 2013 tietoja ei pyydetä, jotta liikesalaisuudet turvataan
- yritysten luovuttamia tietoja ei julkisteta yritys- tai tuotekohtaisesti
- otoksen tulee olla kattava eli kohdeyrityksillä tulee olla merkittävä markkinaosuus omilla toimialoillaan.

Yrityksille lähetetyn yhteydenottokirjeeseen ja aineiston toimittamiseen tarkoitetun yritysکوhtaisen vastauslomakkeen suunnitteluun käytettiin paljon työtunteja. Suunnittelutyö tehtiin huolellisesti, sillä yhtäältä haluttiin varmistaa tietojen riittävä yksityiskohtaisuus, toisaalta pitää huolta luottamuksellisuudesta. Kuluttajatutkimuskeskus pyysi yrityksiltä käyttöönsä hyvin arkaluontoista ja ainakin osin liiketoimintasalaisuuden piiriin luokiteltavaa tietoa. Teollisuusyritysten ja päivittäistavarakauppojen välisten yksilöityjen hintatietojen paljastuminen ulkopuolisille olisi voinut merkittävästi haitata yritysten liiketoimintaa.

Kuluttajatutkimuskeskuksen ja yritysten välisissä puhelinkeskusteluissa kävi ilmi, että yritysten mahdollisuuksissa toimittaa historiatietoja on eroja. Pari yritystä ilmoitti kykenevänsä toimittamaan pyydettyt tiedot vain vuodelta 2012. Yleisin syy tähän oli tietojärjestelmissä tapahtuneet muutokset, jolloin kaukaisempien tietojen hakeminen oli joko mahdotonta tai sitten sen katsottiin vaativan kohtuutonta työtä.

AINEISTON KERUUN TOTEUTTAMINEN

Yrityksille lähetettiin kirje (liite 2), johon sisältyi kaikille yrityksille yhtäläinen saateteksti vastausohjeineen ja linkki yksilölliseen vastauslomakkeeseen. Elintarviketeollisuuden ja kaupan saamista vastausohjeissa oli pieniä eroja, sillä teollisuudelta pyydettiin myyntihintoja ja kaupalta vastaavasti ostohintoja. Saateteksti

sisälsi lyhyen kuvauksen tutkimushankkeesta ja hintarakennetutkimuksen tarkoituksesta sekä lainauksen laista, jossa säädetään Kuluttajatutkimuskeskuksen oikeudesta saada tehtäviensä kannalta tärkeitä tietoja.

Hinta- ja määrätietoja pyydettiin kahdelta eri vuodelta: vuosilta 2008 ja 2012. Tietojen saaminen kyseisiltä ajankohdilta mahdollistaa paitsi hintamarginaalien kehittymisen arvioimisen, mutta myös poliittisen päätöksenteon vaikuttavuuden havainnoin, sillä vuosina 2008 ja 2012 elintarvikkeisiin sovellettiin eri arvonlisäverokantoja⁹.

Teollisuusyrityksille lähetettiin vuoden 2013 lokakuun alussa sähköpostitse kirjallinen pyyntö ja yrityskohtainen yksilöllinen vastauslomake, johon pyydettiin merkitsemään yksilöityjen elintarvikkeiden neljännesvuosittaiset myyntihinta- ja myyntimäärätiedot. Teollisuutta ohjeistettiin ilmoittamaan myyntihinta kaupalle toteutuneena arvonlisäverottomana myyntihintana vähennettynä kaikilla annetuilla alennuksilla. Jotta tietojen välittäminen Kuluttajatutkimuskeskukselle tapahtuisi mahdollisimman luottamuksellisesti ja turvallisesti, vastaustiedot välitettiin SSL-suojattua yhteyttä käyttäen.

Kuluttajatutkimuskeskus lähetti aineiston toimittamispyynnön yhteensä 20 elintarviketeollisuusyritykselle, ja näistä 15 toimitti tietoja. Mylly- ja leipomoalan yrityksistä kaikilta saatiin tiedot. Lisäksi Luke antoi tietoja kananmunista ja Kauppapuutarhaliitto sekä Kasvistieto vihanneksista, joten yhteensä 17 toimijalta saatiin tiedot elintarvikkeiden teollisuus- ja pakkaamohinnoista. Yksi yritys toimitti vain vuoden 2012 tiedot ja Lukelta oli mahdollista saada tiedot kananmunien pakkaamohinnoista ja myyntimääristä vain vuodelta 2008. Neljältä kaupparyhmittymältä pyydettiin elintarvikkeiden hinta- ja määrätietoja, ja näistä kolme toimitti tietoja. Siten yhteensä 21 elintarvikeketjun toimijaa luovutti tietoja tutkimuksen käyttöön (taulukko 1.2).

Elintarviketeollisuusyritysten myyntihinta- ja myyntimäärätietoja pyydettiin yhteensä 131 elintarvikkeesta. Yrityksiä pyydettiin toimittamaan Kuluttajatutkimuskeskukselle tiedot vuoden 2013 marraskuun alussa, joten vastausaikaa oli noin kuukausi. Osayrityksistä pyysii lisää aikaa tietojen toimittamiseen. Vuoden 2015 alkuun mennessä Kuluttajatutkimuskeskukselle toimitettiin tiedot 113 elintarvikkeesta. Toimialoitain tarkasteltuna parhaiten tietoja kerääntyi liha-alan sekä mylly- ja leipomoalan tuotteista. Molemmilta sektoreilta saatiin tiedot 38 tuotteesta.

⁹ Vuonna 2008 elintarvikkeiden arvonlisäverokanta oli yleisen arvonlisäverokannan tavoin 17 prosenttia verottomasta hinnasta laskettuna, jolloin arvonlisäveron osuus verollisesta hinnasta laskettuna oli 14,5 prosenttia. Vuoden 2009 lokakuussa ruoan arvonlisäverokantaan tehtiin viiden prosenttiyksikön alennus. Ruoan 12 prosentin alv-kannalla oli kuitenkin hyvin lyhyt historia. Jo vuoden 2011 heinäkuussa ruoan arvonlisäverokantaa korotettiin yhdellä prosenttiyksiköllä, joten vuonna 2012 elintarvikkeisiin sovellettiin 13 prosentin arvonlisäverokantaa eli arvonlisäveron osuus verollisesta hinnasta laskettuna oli 11,5 prosenttia. Vuoden 2013 alussa kaikkia arvonlisäverokantoja nostettiin prosenttiyksiköllä, jolloin elintarvikkeiden verokanta nousi 14 prosenttiin ja yleinen verokanta 24 prosenttiin.

Taulukko 1.2. Vastauspyynnön saaneet ja vastaukset toimittaneet toimialoittain.

Toimiala	Vastauspyynnön saaneet, lkm	Vastanneet, lkm
Liha	5	4
Mylly- ja leipomotuotteet	7	7
Maitotuotteet ja kananmuna	9	5
Vihannekset	2	2
Kauppa	4	3
Yhteensä	27	21

Neljälle kaupparyhmittymälle lähetettiin sähköpostitse aineiston luovuttamispyyntö ja yrityskohtainen yksilöllinen vastauslomake vuoden 2013 marraskuun lopulla. Myös kaupan alan yritykset ohjeistettiin lähettämään tiedot Kuluttajatutkimuskeskukselle luottamuksellisesti SSL-suojattua yhteyttä käyttäen. Kaupan alan yrityksiä pyydettiin merkitsemään vastauslomakkeeseen yksilöityjen elintarvikkeiden vuosien 2008 ja 2012 keskimääräiset ostohinnat ja vuotuiset ostomäärät teollisuudelta. Ostohinta teollisuudelta ohjeistettiin ilmoittamaan toteutuneena arvonlisäverottomana ostohintana vähennettynä kaikilla saaduilla alennuksilla. Lisäksi yrityksiltä kysyttiin elintarvikkeiden keskimääräisiä kuluttajahintatietoja.

Lähestyvän joulun ja vuodenvaihteen vuoksi kaupan alan toimijoille annettu määräaika tietojen toimittamiseen ei ollut kovin pitkä, vain noin kolme viikkoa. Yritysten ja Kuluttajatutkimuskeskuksen välisessä hyvässä hengessä käydyssä kirjeenvaihdossa sovittiin siitä, että tiedot voidaan toimittaa vielä määräajan jälkeenkin. Vuoden 2014 tammikuun lopulla kaikki luvatut tiedot olivat Kuluttajatutkimuskeskuksen käytettävissä. Tietojärjestelmien muuttumisen vuoksi yksi kauppaketju ei kyennyt toimittamaan vuoden 2008 tietoja. Yksi aineiston luovuttamispyynnön saanut kauppaketju ei toimittanut lainkaan pyydettyjä tietoja. Tämä kauppaketju perusteli kieltäytymistään muun muassa tietojärjestelmiensä vajaavaisuudella.

Kolmelta kauppaketjulta pyydettiin tietoja yhteensä 23 elintarvikkeesta, ja näistä kaikista tiedot myös saatiin. Nämä elintarvikkeet kuuluivat kahta lihatuotetta lukuun ottamatta myös teollisuuden kohderyhmän joukkoon. Siten 21 elintarvikkeen osalta pystyttiin tekemään vertailua teollisuuden ja kaupan toimittamien hinta- ja määrätietojen välillä. Kaikkiaan teollisuudelta ja kaupalta saatiin vuoden 2015 alkuun mennessä hinta- ja määrätiedot 115 eri elintarvikkeesta.

LIITE 2: ELINTARVIKKEIDEN HINTA- JA MÄÄRÄTIETOJEN LUOVUTTAMISPYYNTÖ

HYVÄ ELINKEINONHARJOITTAJA,

Kuluttajatutkimuskeskus käynnisti keväällä 2013 elintarvikkeiden hintarakenteisiin liittyvän tutkimuksen. Tutkimuksen päätavoitteena on luoda kokonaiskuva elintarvikkeiden hintarakenteista ja niiden muodostumisesta Suomen elintarvikeketjussa. Kuluttajan elintarvikkeesta vähittäiskaupassa maksama kuluttajahinta jaetaan tutkimuksessa alkutuotannon, jalostuksen, kaupan ja verotuksen kesken. Hintarakennetutkimus toteutetaan osana hankekokonaisuutta ”Ruokamarkkinoiden toimivuus ja elintarvikkeiden hinnanmuodostus Suomessa”. Myös Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus (MTT) ja Pellervon taloustutkimus (PTT) osallistuvat tutkimukseen.

Hintarakennetutkimuksen tarkoituksena on lisätä elintarvikehinnoittelun läpinäkyvyyttä ja selkeyttä elintarvikkeiden hinnanmuodostusta kuluttajille.

Tutkimuksen toteuttaminen edellyttää elintarvikkeiden hinta- ja määrätietojen saamista elintarvikeketjuun kuuluvilta yrityksiltä. Tietoja tarvitaan eri tuoteryhmiin kuuluvista tuotteista. Yritysten luovuttamat hinta- ja määrätiedot käsitellään ehdottoman luottamuksellisesti. Tutkimuksen tulosten julkistamisessa kiinnitetään erityistä huomiota siihen, että yritysten toiminnalle ei aiheuteta kilpailullisesta tai muustakaan näkökulmasta vahinkoa. Yksittäisten yritysten nimiä ei julkisteta eikä myöskään yksittäisten elintarvikkeiden hinta- tai määrätietoja.

Kuluttajatutkimuskeskus voi siitä annetun lain antamin oikeuksia pyytää tutkimuskäyttöön elintarvikkeiden hintaan liittyviä tietoja tutkimuksiaan varten. Laeissa (9.2.1990/112, 1 § ja 22.12.2009/1514, 6 §) säädetään Kuluttajatutkimuskeskuksen tehtävästä ja oikeudesta saada tehtäviensä kannalta tarpeellisia tietoja. Säädösten mukaan Kuluttajatutkimuskeskuksen tehtävänä on kulutukseen, kulutuksen vaikutuksiin, kulutushyödykkeiden hintaan ja laatuun sekä kuluttajan asemaan liittyvä tutkimus- ja selvitystoiminta sekä alan tietopalvelun hoitaminen. Elinkeinonharjoittaja on velvollinen antamaan Kuluttajatutkimuskeskukselle tietoja, joita tutkimuskeskus tarvitsee kulutushyödykkeiden hintaan ja laatuun liittyviä tutkimuksia varten. Tutkimuskeskus voi määrätä tiedot annettaviksi myös aluehallintovirastolle.

TEOLLISUUDEN VASTAUSOHJEET

Kuluttajatutkimuskeskus pyytää teitä ilmoittamaan yrityksenne tiettyjen tuotteiden vuosien 2008 ja 2012 neljännesvuosittaiset keskimääräiset nettomyyntihinnat ja myyntimäärät päivittäistavara-kaupalle tai tukkukaupalle. Nettomyyntihinta kaupalle tarkoittaa toteutunutta arvonlisäverotonta myyntihintaa vähennettynä kaikilla alennuksilla.

Lomakkeessa on valmiina tuotteiden nimet ja sarakkeiden otsikot. Merkitkää hintasarakkeeseen tuotteen neljännesvuosittainen keskimääräinen nettomyyntihinta euroissa (esim. 3,55/kg tai 3,55/kpl) ja määräsarakkeeseen myyntimäärä kiloissa tai kappaleissa (esim. 10 000 kg).

Lomakkeen lopussa on monivalintakysymys, johon pyydämme teitä merkitsemään arvionne siitä, mikä on maksamienne markkinointirahojen (markkinatukien) keskimääräinen osuus kaikkien tuotteittenne liikevaihdosta.

Lomakkeeseen pääsette klikkaamalla alla olevaa linkkiä:

<https://digiumenterprise.com/XXXXXXXXXXXXXX>

Jos linkki ei aukea klikkaamalla, kopioikaa se selaimen osoiteriville. Tarvittaessa voitte keskeyttää vastaamisen ja jatkaa sitä myöhemmin.

Pyydämme teitä täyttämään linkistä avautuvan lomakkeen ja lähettämään sen viimeistään torstaina 31.10.2013. Luottamuksellisuuden takaamiseksi vastaaminen tapahtuu SSL-suojattua yhteyttä käyttäen.

KAUPAN VASTAUSOHJEET

Kuluttajatutkimuskeskus pyytää teitä ilmoittamaan tiettyjen tuotteiden vuosien 2008 ja 2012 keskimääräiset ostohinnat ja vuotuiset ostomäärät teollisuudelta sekä tuotteiden keskimääräiset kuluttajahinnat ja vuotuiset myyntimäärät ryhmänne kaupoissa. Ostohinta teollisuudelta tarkoittaa toteutunutta arvonlisäverotonta ostohintaa vähennettynä kaikilla saaduilla alennuksilla.

Lomakkeessa on valmiina tuotteiden nimet ja sarakkeiden otsikot. Merkitkää hintasarakkeeseen tuotteen keskimääräinen ostohinta teollisuudelta ja keskimääräinen kuluttajahinta euroissa (esim. 3,55) ja määräsarakkeeseen kiloissa/litroissa vuotuinen ostomäärä teollisuudelta sekä vuotuinen myyntimäärä kaupoissa (esim. 10 000 kg).

Lomakkeeseen pääsette klikkaamalla alla olevaa linkkiä:

<https://digiumenterprise.com/XXXXXXXXXXXXXX>

Jos linkki ei aukea klikkaamalla, kopioikaa se selaimen osoiteriville. Tarvittaessa voitte keskeyttää vastaamisen ja jatkaa sitä myöhemmin.

Pyydämme teitä täyttämään linkistä avautuvan lomakkeen ja lähettämään sen viimeistään maanantaina 16.12.2013. Luottamuksellisuuden takaamiseksi vastaaminen tapahtuu SSL-suojattua yhteyttä käyttäen.

Jos katsotte, että yrityksessänne joku muu henkilö on sopivampi täyttämään lomakkeen, pyydämme välittämään tämän viestin linkeineen hänelle.

Lisätietoja tutkimuksesta antaa erikoistutkija Ari Peltoniemi.

Tutkimuksen rekisteriselosteen löydätte osoitteesta: http://www.ncrc.fi/files/5754/rekisteriseloste_Elintarvikkeiden_hintatiedot_2013.pdf

Yhteistyöterveisin

Päivi Timonen
johtaja
Kuluttajatutkimuskeskus

Ari Peltoniemi
erikoistutkija
Kuluttajatutkimuskeskus

Ruoan hintatason kehitykseen ja sen taustalla oleviin tekijöihin kohdistuu jatkuvaa mielenkiintoa. Tietoon pohjautuvan hintarakenneselvityksen toteuttamiselle elintarvikeketjussa on ollut selvä tilaus.

Tässä tutkimuksessa tarkastellaan kotimaisen maitosektorin hintarakenteita ja rahavirtojen jakautumisessa tapahtuneita muutoksia vuosien 2008 ja 2012 välisenä aikana. Kuluttajan tuotteesta maksama hinta jaetaan raaka-aineen hintaan sekä jalostuksen, kaupan ja valtion osuuteen. Lisäksi tutkimuksessa analysoidaan kotimaisen maitoketjun rahavirtoja hyödyntämällä elintarvikkeiden kulutuksen, tuotannon ja ulkomaankaupan bruttomääräisiä tilastoarvoja.

Julkaisu kuuluu yhtenä osiona tutkimushankkeeseen ”Ruokamarkkinoiden toimivuus ja elintarvikkeiden hinnanmuodostus Suomessa”, jonka tavoitteena on analysoida suomalaisten elintarvikemarkkinoiden toimivuutta ja kilpailullisuutta elintarvikeketjun eri osissa ulottuen aina alkutuotannosta vähittäiskauppaan. Tutkimushankkeessa ovat mukana Luonnonvarakeskus (Luke), Kuluttajatutkimuskeskus ja Pellervon taloustutkimus (PTT).

