

Poronlihatuotteiden markkinat 2008

Kaija Saarni, Jorma Kemppainen ja Jari Setälä



RIISTA - JA KALATALOUS — SELVITYKSIÄ

6/2009

RIISTA- JA KALATALOUS

S E L V I T Y K S I Ä

6 / 2 0 0 9

Poronlihatuotteiden markkinat 2008

Kaija Saarni, Jorma Kemppainen ja Jari Setälä



RIISTAN- JA KALANTUTKIMUS

Julkaisija:

Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos
Helsinki 2009

Kannen kuvat:

Kai Lindqvist / Plugi Oy, Kaija Saarni

Julkaisujen myynti:

www.rktl.fi/julkaisut

www.juvenes.fi/verkkokauppa

Pdf-julkaisu verkossa:

<http://www.rktl.fi/julkaisut/>

ISBN 978-951-776-685-2 (painettu)

ISBN 978-951-776-686-9 (verkkojulkaisu)

ISSN 1796-8887 (painettu)

ISSN 1796-8895 (verkkojulkaisu)

Painopaikka: Tampereen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print

Sisällys

Tiivistelmä	4
Sammandrag	5
Abstract	6
1. Johdanto.....	7
2. Markkinamuutokset voimakkaita.....	7
2.1. Hinnat kohonneet elintarvikemarkkinoilla	7
2.2. Poronlihan tuottajahinnat nousseet.....	8
3. Markkinatiedot kerättiin yrityskyselyllä	11
4. Poronlihatuotteiden jalostus ja myynti keskittyy	12
4.1. Suuret yritykset entistä tärkeämpiä poronlihanjalostajia	12
4.2. Raaka-aineen hankinta	13
4.3. Poro myydään pakasteina ja savutuotteina.....	13
4.4. Pääkaupunkiseudun kasvavat markkinat.....	15
5. Poronlihatuotteiden vahvat vähittäismarkkinat	16
5.1. Tuotteisto monipuolista.....	16
5.2. Kallistuneet kuluttajahinnat.....	17
6. Raaka-ainekilpailu ja talouskehitys ohjanneet markkinoita	17
Kiitokset.....	19
Viitteet.....	19
Liite 1	20
Liite 2	21

Tiivistelmä

Poronlihan tuotantomäärät ovat pysyneet tasaisina. Vuonna 2004 poronlihaa tuotettiin noin 2,5 miljoonaa kiloa ja vuonna 2007 vajaa 2,7 miljoonaa kiloa. Vakaasta tuotannosta huolimatta lihanjalostus oli aiempaa keskittyneempää ja yhä suurempi osa poronlihasta jalostettiin muutamissa suurissa jalostusyrietyksissä.

Suurin osa poronlihasta myydään edelleen pakastekäristeenä vähittäiskaupan kautta. Sen sijaan tuoreena myydyin lihan määrä on vähentynyt ja liha jalostetaan entistä pidemmälle leikkeiksi tai yksittäispakatuiksi pakasteiksi. Tärkeimpien tuotteiden myyntikanavat eivät ole olennaisesti muuttuneet. Edelleen 70 % pakastekäristeistä ja runsaat 85 % savutuotteista myytiin vähittäiskauppoihin tai keskusliikkeisiin. Samoin pakastetuista fileistä ja paisteista myytiin edelleen kolmannes ravintoloihin tai muihin suurtalouksiin. Pääkaupunkiseutu on poronlihan tärkein markkina-alue ja sen asema on yhä vahvistunut.

Tuottajahinnat ovat nousseet huomattavasti vuodesta 2004. Poronlihantuottajien aiempaa aktiivisemmän markkinoinnin seurauksena suurille lihanjalostusyrietyksille tarjottu lihamäärä on vähentynyt ja kilpailu jalostusyrietyksien välillä kiristynyt. Poronlihan tuottajahinta on kohonnut poikkeuksellisen paljon, koska jalostusyrietyksien raaka-aineen saanti on vähentynyt samaan aikaan, kun kuluttajien ostovoima on kasvanut. Taloudellisen noususuhdanteen ansiosta jalostajat ja kauppa ovat pystyneet nostamaan poronlihatuotteiden kuluttajahintoja, jotka ovat kohonneet muita elintarvikkeita voimakkaammin.

Vuonna 2009 alkanut taloudellinen epävarmuus saattaa heikentää kalliiden poronlihatuotteiden kysyntää. Vaikutus voi jäädä vähäiseksi, jos poronlihatuotteilla on riittävän vahva asema erikoislihamarkkinoilla. Kysynnän heikkeneminen hillitsee kuluttajahintojen nousua, mutta ei välttämättä johda hintojen laskuun.

Asiasanat: elintarvikkeet, lihateollisuus, lihavalmisteet, markkinat, poronliha

Saarni, K., Kemppainen, J. & Setälä, J. 2009. Poronlihatuotteiden markkinat 2008. *Riista- ja kalatalous – Selvityksiä 6/2009*. 23 s.

Sammandrag

Produktionsvolymerna för renkött har hållit sig konstanta. År 2004 producerades c. 2,5 milj. kg renkött och år 2007 knappt 2,7 milj. kg. Trots den jämna produktionen var köttförädlingen mer koncentrerad än tidigare och en allt större del av renköttet förädlades av några stora förädlingsföretag.

Största delen av renköttet säljs fortfarande som frusen renskav via detaljhandeln. Däremot har den mängd som säljs färskt minskat och köttet förädlas i större utsträckning än tidigare till färdigskurna köttbitar eller individuellt förpackade frysvaror. De viktigaste försäljningskanalerna för produkterna har inte väsentligt förändrats. Fortfarande såldes 70 % av den frusna renskaven och drygt 85 % av de rökta produkterna till detaljhandeln eller centralaffärerna. Likartat såldes fortfarande en tredjedel av de frusna fileerna till restauranger och övriga storköket. Huvudstadsregionen är den viktigaste marknaden för renkött och dess ställning har ytterligare stärkts.

Producentpriserna har stigit betydligt sedan år 2004. Som en följd av den marknadsföring renköttproducenterna tidigare bedrev, har den köttmängd som de stora förädlingsföretagen erbjudits minskat och konkurrensen mellan förädlingsföretagen skärpts. Renköttets produktionspris har stigit extremt mycket, eftersom tillgången på råmaterial har minskat för förädlingsföretagen samtidigt som konsumenternas köpkraft har ökat. Tack vare den ekonomiska uppgången har förädlarna och handeln kunnat höja renköttprodukternas konsumentpris, som också stigit kraftigare än övriga livsmedel.

Den ekonomiska osäkerhet som uppstod år 2009 kan komma att minska efterfrågan på dyra renköttprodukter. Effekten kan bli liten, förutsatt att renköttprodukterna har en tillräckligt stark ställning på marknaden för specialkött. En förvagad efterfrågan bromsar en höjning av konsumentpriserna, men leder inte nödvändigtvis till sänkta priser.

Nyckelord: livsmedel, köttindustri, köttprodukter, marknaden, renkött

Saarni, K., Kemppainen, J. & Setälä, J. 2009. Marknaden för renkött 2008. Riista- ja kalatalous – Selvityksiä 6/2009. 23 s.

Abstract

The production of reindeer meat has remained stable in Finland. In 2004, the total production was about 2.5 million kilos, and in 2007 about 2.7 million kilos. Despite steady production, the reindeer meat processing is more concentrated, and the bigger share of reindeer meat is processed in a few large companies.

The reindeer meat markets have reminded relatively stable between 2004–2008. The majority of reindeer meat is sold frozen. Still, the main product is frozen, sliced reindeer, which is sold to consumers through the retail sector. However, less fresh reindeer meat was sold, because an increasing share of meat was processed as high-valued products. The marketing channels of processing companies have not changed during the last years. About 70 % of frozen, sliced reindeer and 85 % of smoked products are sold through retail stores or grocery chains. One-third of frozen fillets and roasts were still sold to restaurants and others in the catering sector. The Helsinki metropolitan area was the most important market area, and the importance seems to be growing.

Despite steady production, the producer price of reindeer has increased since 2004. During the last years, the reindeer herders have been marketing and selling more actively to different actors. Since diminishing amounts of meat have been supplied to the biggest producers, the competition among them has become sharper. The increase in the reindeer producer price has been exceptional, since the diminishing supply of bigger producers coincided with the growing purchasing power of Finnish consumers. Due to economic expansion, processors and retailers have been able to raise the consumer prices of reindeer products, which actually has risen considerably more than other food stuff.

However, the global economic instability has been growing since the beginning of 2009. This development may affect the demand of expensive reindeer meat products. If they have a sufficiently steady position in Finnish special meat markets, the effect can have minor importance. The falling demand of expensive products will control the rise of consumer prices, but not necessarily lead to decreasing prices.

Keywords: food market, meat processing, reindeer

Saarni, K., Kemppainen, J. & Setälä, J. 2009 Finnish reindeer meat markets in 2008. Results of Lake Inari watercourse fisheries studies in 2007. *Riista- ja kalatalous – Selvityksiä 6/2009*. 23 p.

Johdanto

Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos selvitti vuoden 2004 poronlihatuotteiden markkinoita (Saarni ym. 2005). Tuolloin poronlihan tuottajahinta oli viennin tyrehtyttyä pudonnut poikkeuksellisen alas ja edullinen raaka-aine houkutteli alalle uusia poronlihaa jalostavia yrityksiä. Myös suoramyyni lisääntyi, kun tuottajat kompensoivat hinnanlaskua myymällä poronlihaa suoraan kuluttajamarkkinoille. Poronlihan tuottajahinnat ovat selvityksen jälkeen nousseet ja vuoteen 2007 mennessä palautuneet pitkäaikaisen keskihinnan tasolle. Viennin supistuminen on kuitenkin saattanut johtaa toimialan rakenteellisiin muutoksiin. Tässä selvityksessä tarkastellaan jalostusyriyten toiminnassa ja porotuotteiden markkinoilla tapahtuneita muutoksia tilastojen ja vuotta 2007 koskevan poronlihatuotteiden jalostajille tehdyn kyselyn perusteella.

2. Markkinamuutokset voimakkaita

2.1. Hinnat kohonneet elintarvikemarkkinoilla

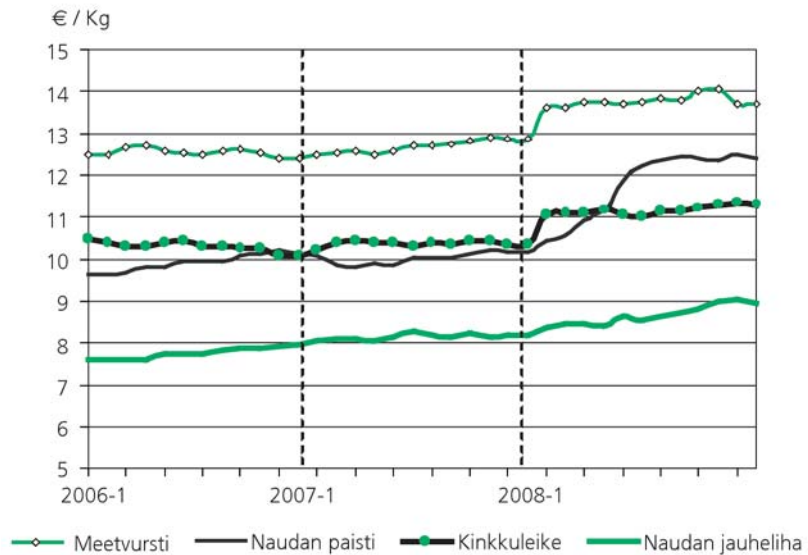
Markkinoiden kansainvälistyminen, vähittäiskaupan keskittyminen ja kuluttajien ostovoiman nousu ovat ohjanneet Suomen elintarvikemarkkinoiden kehittymistä. Elintarvikkeiden tuonin vuosittainen kasvu on ollut 10 % ja kansainvälisten markkinoiden muutokset välittyvät aiempaa nopeammin Suomen markkinoille. Vuoteen 2008 jatkunut myönteinen talouskehitys on heijastunut myös elintarvikemarkkinoille, sillä vaurastunut kuluttaja on käyttänyt ruokaan aiempaa runsaammin rahaa. Samaan aikaan elintarvikkeiden poikkeuksellisen voimakas maailmanlaajuinen tuottajahintojen kohoaminen on nostanut kuluttajahintoja myös Suomessa. Vielä vuonna 2007 hintojen kohoaminen oli maltillista, mutta tämän jälkeen nousu on vuoden 2008 loppuun ollut hyvin voimakasta (kuva 1). Myös lihatuotteiden vähittäishinnat ovat nousseet (kuva 2).

Elintarvikkeiden hinnat ovat nousseet Suomessa huomattavasti enemmän kuin muissa vanhoissa EU15-maissa (Tilastokeskus). Keskeinen syy poikkeukselliseen kehitykseen on maamme elintarvikemarkkinoiden rakenteessa. Päivittäistavara-kaupan vähittäismarkkinat ovat erittäin keskittyneet. Vähittäismarkkinatuotteiden hinnoittelu on keskitettyä ja perustuu muutaman suuren valtakunnallisen kaupparyhmittymän hinnoittelumekanismiin (Kilpailuvirasto).

Kaupan osuus ruuan kuluttajahinnoista on kasvanut, teollisuuden pysynyt lähes ennallaan ja alkutuotannon osuus vähentynyt. Kahden suurimman ketjun neuvotteluvoima pientä ja keskisuurta teollisuutta kohtaan on noussut. Elintarvikeyritysten on saatava tuotteensa ainakin toisen ketjun valikoimiin toimiakseen valtakunnallisesti. Kaupan tiukka kilpailutus ja elintarviketeollisuuden ajoittainen liikkaparasiteetti ovat johtaneet epäterveeseen kilpailuun ja jalostuksen kannattavuuden alenemiseen. Etenkin lihanjalostusteollisuuden ongelmana on ollut kova sisäinen kilpailu. Yhteistyö on ollut vaatimatonta ja tuotannollisten yhteistyöverkoston rakentaminen hidasta (Välimäki 2008).



Kuva 1. Elintarvikkeiden kuluttajahintojen kehitys vuosina 2005–2008. Muutosta kuvataan vuoden 2005 tammikuuhun nähden (100). Lähde: Tilastokeskus.

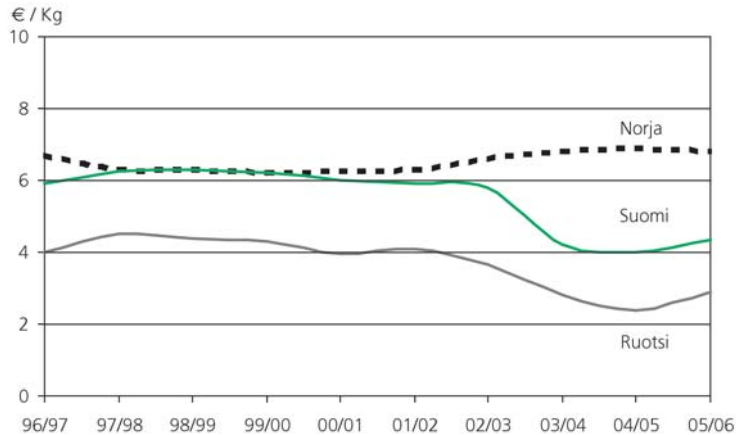


Kuva 2. Lihatuotteiden vähittäishintojen kehitys 2006–2008. Lähde: Tilastokeskus.

2.2. Poronlihan tuottajahinnat nousevat

Poronlihan tuotantomäärät ovat kasvaneet viimeisen kolmen vuoden aikana Pohjoismaissa. Tuotanto oli vuonna 2007 vajaa seitsemän miljoonaa kiloa. Suomessa poronlihaa tuotettiin 2,7, Ruotsissa 2,0 ja Norjassa 1,8 miljoonaa kiloa (Paliskuntain yhdistys, Sametinget, Reindrifts-

fortvaltningen 2008). Ruotsissa laiduntavalle poromäärälle ei ole asetettu tiukkaa alueittais- ta ylärajaa, minkä seurauksena poronmestajan teurastuspäätökset riippuvat pääosin markki- noista ja hintatasosta. Ruotsissa teurasmäärien vuosittaiset vaihtelut voivat näin olla suuria (Laanikari 2007, Sveriges officiella statistik 2008,). Koska Suomen ja Ruotsin tuottajahinto- jen vaihtelut ovat yhdensuuntaisia ja markkinat ovat pitkälle yhtenevät, heijastuvat tarjonnan muutokset molempien maiden markkinoihin (kuva 3).

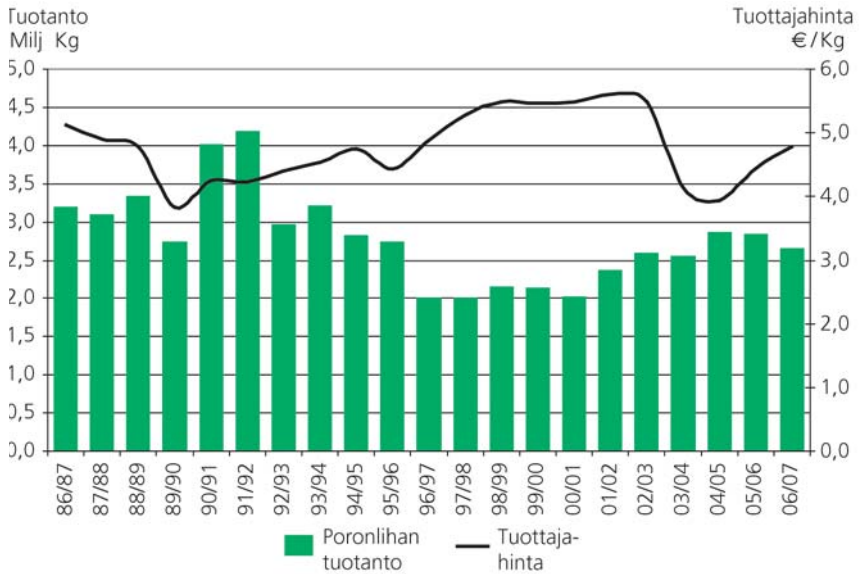


Kuva 3. Norjan, Ruotsin ja Suomen reaalin tuottajahintojen kehitys kuvattuna vuoden 2005 hinta- tasossa. Lähde: Reindrifftsfortvaltningen 2006.

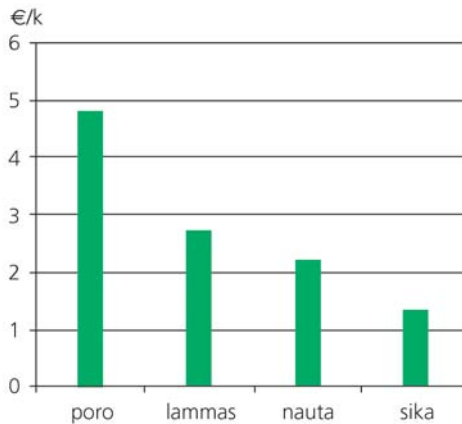
Suomessa poronlihan tuotanto on pysynyt viime vuosina vakaana. Vuosittainen teuras- määrä on ollut 105 000–125 000 poroa, joista on saatu 2,5–3 miljoonaa kiloa lihaa. Vuositu- tuhannen vaihteesta tuotanto on kasvanut noin puoli miljoonaa kiloa. Poronhoitovuonna 2006/2007 Suomessa teurastettiin runsas 117 000 poroa ja poronlihan kokonaistuotanto oli vajaa 2,7 miljoonaa kiloa. Poronmestajat myivät aiempaa pienemmän osan tuotannostaan suoraan jalostusyriyksille. Osuus oli vajaa 60 % vuonna 2007. Neljännes tuotannosta myytiin suoraan kuluttajille ja omistajien omaan käyttöön päätyi 15 % tuotannosta (Paliskuntain yhdis- tys). Vuonna 2004 suoramyynnin ja oman käytön osuus oli pienempi.

Poronhoitovuonna 2006/2007 keskimääräinen tuottajahinta oli 4,8 euroa kilolta, mikä oli melkein 10 % edellistä vuotta korkeampi (kuva 4). Ostoliikkeet maksoivat poronlihasta vajaa 4,7 euroa kilolta ja suoramyynnissä kilohinta oli noin 0,5 euroa korkeampi.

Poronliha on poikkeuksellinen raaka-aine lihateollisuudelle. Kulutukseen tuleva lihamää- rä on rajallinen ja sen osuus lihamarkkinoista jää alle prosenttiin. Niukasta tarjonnasta ja kor- keasta arvostuksesta johtuen sen tuottajahinta oli vuonna 2007 noin kaksinkertainen maatalou- den perinteisiin tuotantoeläimiin verrattuna (kuva 5).

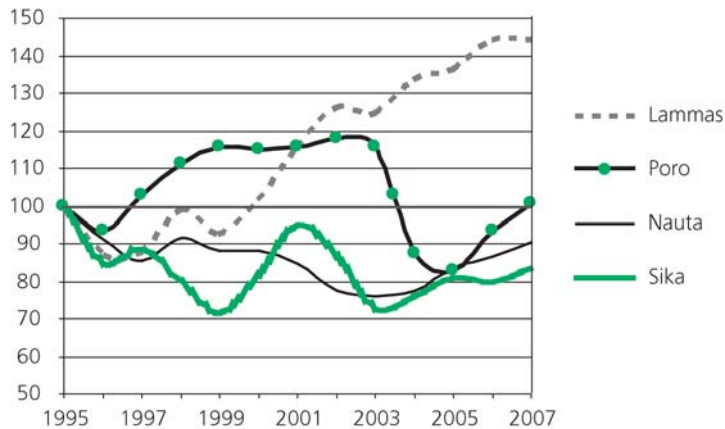


Kuva 4. Poronlihan tuotantomäärän ja reaalin tuottajahinnan kehitys poronhoitovuosina 1988/89–2006/07 kuvattuna vuoden 2006 hintatasossa. Lähde: Paliskuntain yhdistys.



Kuva 5. Maatalouden kotieläinten keskimääräinen tuottajahinta ja poron tuottajahinta poronhoito vuonna 2006/2007. Lähde: Paliskuntainyhdistys ja Suomen Gallup Elintarviketieto Oy 2008.

Poronlihan tuottajahinta ei seuraa muiden lihatuotteiden hintakehitystä (kuva 6). Useimpien lihatuotteiden tuottajahinnat laskivat Suomen EU-jäsenyyden jälkeen, mutta poronlihan hinta nousi Norjan viennin ansiosta. Hinta pysyi korkeana aina vuoteen 2003 asti. Tämän jälkeen Norja kiristi tuontimääräyksiä, minkä seurauksena vientimäärät romahtivat ja poronlihan tuottajahinnat laskivat. Vuonna 2007 kotimarkkinoiden kysynnän kasvaessa hinta on palautunut EU-jäsenyyttä edeltävälle tasolle.



Kuva 6. Kotieläinten ja poron tuottajahintojen kehitys 1995–2007. Muutosta kuvataan vuoden 1995 nähdessä (100). Lähde: Paliskuntainyhdistys ja Suomen Gallup Elintarviketieto Oy 2008.

3. Markkinatiedot kerättiin yritys­kyselyllä

Tiedot poronlihan jalostuksesta ja myynnistä kerättiin suurimmilta poronlihaa jalostavilta yrityksiltä. Kohdejoukkoon valittiin 18 suurinta yritystä, joiden kunkin vuosittain käsittelemän poronlihan määrän arvioitiin ylittävän 20 000 kiloa. Tiedot kerättiin kaksivaiheisella postikyselyllä keväällä 2008. Puuttuvia tietoja kysyttiin myöhemmin puhelinhaastatteluilla syksyllä 2008. Kyselylomake oli lähes samansisältöinen kuin vuotta 2004 koskenut kysely. Tutkimukseen valitut yritykset on esitetty liitteessä 1 ja kyselylomake liitteessä 2.

Tiedot kerättiin kaiken kaikkiaan 14:ltä poronlihaa jalostavalta yritykseltä. Aineisto koski vuoden 2007 poronlihajalosteiden tuotantoa ja markkinointia. Jalostamoiden kokonaisliiketoiminta laskettiin yritysten antamien tarkkojen liikevaihtotietojen tai liikevaihtoluokan keskiarvojen perusteella. Yksi kyselyyn vastanneista yrityksistä ei antanut tarkkoja tietoja poronlihamääristä. Tämän yrityksen poronlihanjalostuksen oletettiin säilyneen samansuuruisena kuin aiemmin toteutetussa jalostustutkimuksessa. Lisäksi yksi suuri yritys, joka vuonna 2004 jalosti yli 300 000 kiloa poroa, ei halunnut osallistua vuoden 2007 tutkimukseen. Yrityksen tiedot puuttuvat tämän selvityksen tuloksista. Haastateltujen yritysten jalostama poromäärä laskettiin luullisena painona.

Poronlihatuotteiden markkinaselvitystä täydennettiin Rovaniemen ja Turun marketeista kerätyillä marraskuun 2008 hintatiedoilla. Saman valmistajan samassa myymälässä myytävien tuotteiden hintoja verrattiin kahta vuotta aikaisemmin samana ajankohtana kerättyihin hintoihin (Saarni ym. 2008). Poronlihatuotteiden hintojen muutosta verrattiin elintarvikkeiden yleiseen hintakehitykseen.

4. Poronlihatuotteiden jalostus ja myynti keskittyy

4.1. Suuret yritykset entistä tärkeämpiä poronlihanjalostajia

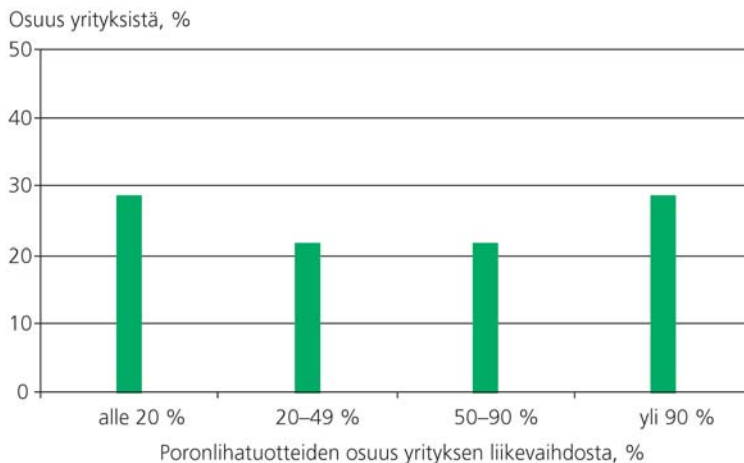
Kyselyyn vastanneiden yritysten käsittelemä yhteenlaskettu poronlihamäärä oli noin 1,65 miljoonaa kiloa. Määrään sisältyy jalostusyritysten välistä välituotekauppaa, jonka osuutta ei erikseen kysytty tai arvioitu. Yrityksissä käsiteltiin myös 60 000 kiloa muiden yritysten tai poromiesten asiakkaiden omistamaa poronlihaa.

Kyselyyn vastasi 14 yritystä. Viisi yrityksistä oli valtakunnallisille markkinoille keskittyneitä jalostajia, kuusi lähialuemarkkinoihin tai oman poronlihan jalostukseen erikoistuneita yrityksiä ja kolme yritystä oli rajakauppaan tai erikoistuuotteisiin keskittyneitä jalostajia.

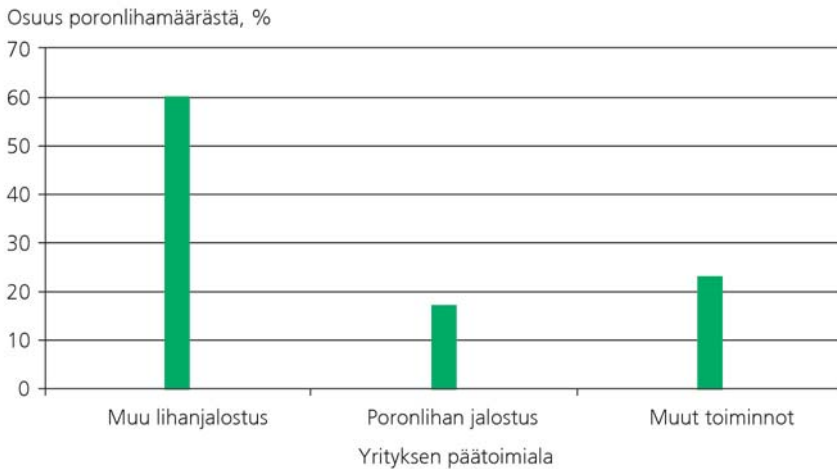
Yritykset olivat hyvin erikokoisia. Kolmannes oli suuria, yli 10 miljoonan euron liikevaihdon yrityksiä. Viidennes oli pieniä alle 100 000 euron liikevaihdon yrityksiä. Myös poronlihanjalostuksen osuus yrityksen liikevaihdosta vaihteli huomattavasti. Viidennekselle osuus nousi yli 90 prosenttiin liikevaihdosta (kuva 7). Sen sijaan merkittävin osa isojen yritysten liikevaihdosta muodostui muusta kuin poronlihanjalostuksesta. Suurin osa vuosittain tuotetusta poronlihasta jalostetaan yrityksissä, joiden päätoimiala ei ole poronlihanjalostus (kuva 8).

Yhä suurempi osa poronlihasta jalostettiin muutamissa suurissa jalostusyrityksissä. Kun vuonna 2004 neljä suurinta yritystä jalosti alle puolet kaikesta vuosittaisesta poronlihantuotannosta, vuonna 2007 niiden osuus oli noussut jo selvästi yli puoleen.

Suuret jalostusyritykset ovat sijoittuneet Etelä-Lappiin ja valtaosa poronlihasta jalostetaan 150 kilometrin säteellä Rovaniemeltä. Erityisesti poronhoitoa varten tarkoitettulla alueella tuotetaan lähes 60 % poronlihasta, mutta alueen osuus poronlihan jalostuksesta jää 10–15 prosenttiin.



Kuva 7. Yritykset poronlihan liikevaihto-osuuden mukaan.



Kuva 8. Poronlihamäärän jakaantuminen jalostusyrittäjien päätoimialan mukaan.

4.2. Raaka-aineen hankinta

Poronlihan hankinta oli aiempaa keskitetymppää. Vaikka jalostusliikkeille myydyin poronlihan määrä on suoramyyntin kasvun seurauksena vähentynyt, muutama iso yritys ostaa poronlihasta yhä suuremman osan. Vuonna 2007 neljä suurinta yritystä hankki 85 % ostoliikkeille myydyistä poronlihasta. Kolme vuotta aiemmin niiden osuus oli noin 80 %.

Muutama yritys osti kotimaisen poronlihan lisäksi myös hieman ulkomaista raaka-ainetta. Moni yritys totesi, että poronlihan hankinta on vaikeampaa kuin aiemmin. Raaka-aineesta on pulaa ja hinta on korkea.

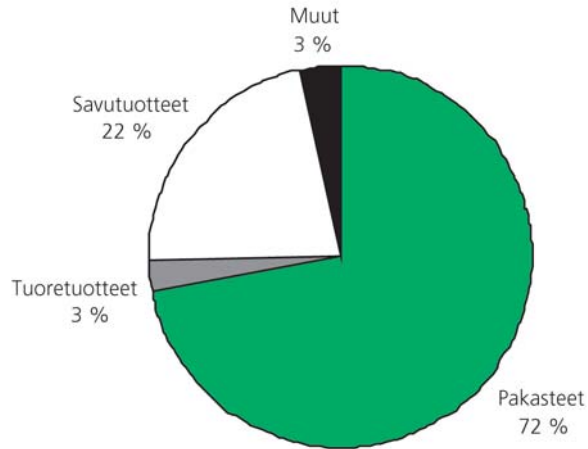
4.3. Poro myydään pakasteina ja savutuotteina

Lähes kolme neljäsosaa jalostetusta poronlihasta myytiin pakasteena. Savutuotteiden osuus oli runsas viidennes ja loput myytiin muina jalosteina tai tuoretuotteina (kuva 9).

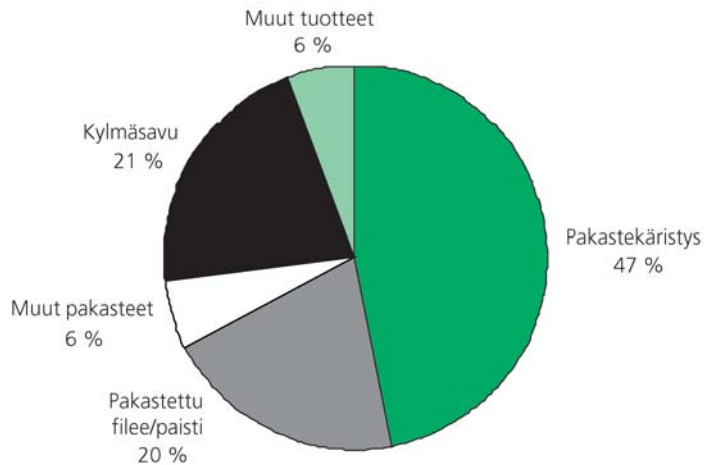
Pakastekäristys, kylmäsavustettu poronliha sekä pakastetut fileet ja paistit olivat myydyimpiä poronlihatuotteita. Lähes puolet jalostetusta poronlihasta myytiin pakastekäristeenä (kuva 10). Sekä kylmäsavustettujen tuotteiden että pakastettujen fileiden tai paistien osuus oli noin viidennes.

Poronlihatuotteisto on muuttunut vuodesta 2004. Tuoretuotteiden osuus oli aiemmin huomattavasti suurempi ja pakasteita tuotettiin nykyistä vähemmän. Muutos on ollut suurinta arvokkaimmissa tuotteissa: aiempaa merkittävämpi osa paistista ja fileestä savustettiin tai myytiin yksittäispakattuina pakasteina.

Kaksi kolmannesta yritysten jalostamasta poronlihasta myytiin tukku- ja vähittäiskauppojen kautta (kuva 11). Ravintoloiden ja muiden suurkeittiöiden osuus myynnistä oli noin viidennes. Kyselyyn osallistuneet jalostusyrittäjät myivät vähän suoraan kuluttajille.



Kuva 9. Poronlihatuotteiden myynti tuoteryhmittäin.

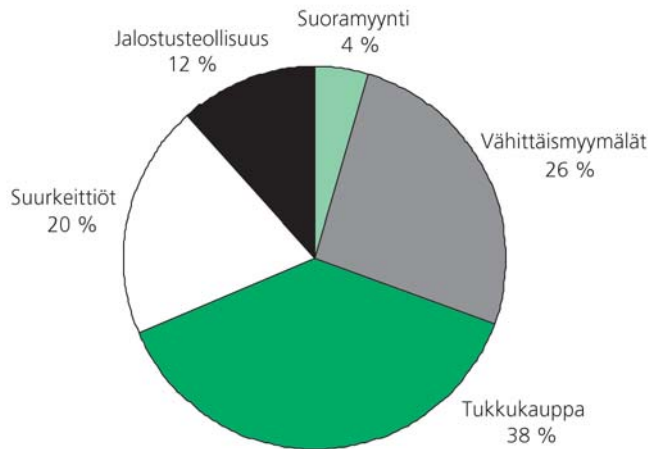


Kuva 10. Poronlihan myynti tuotteittain.

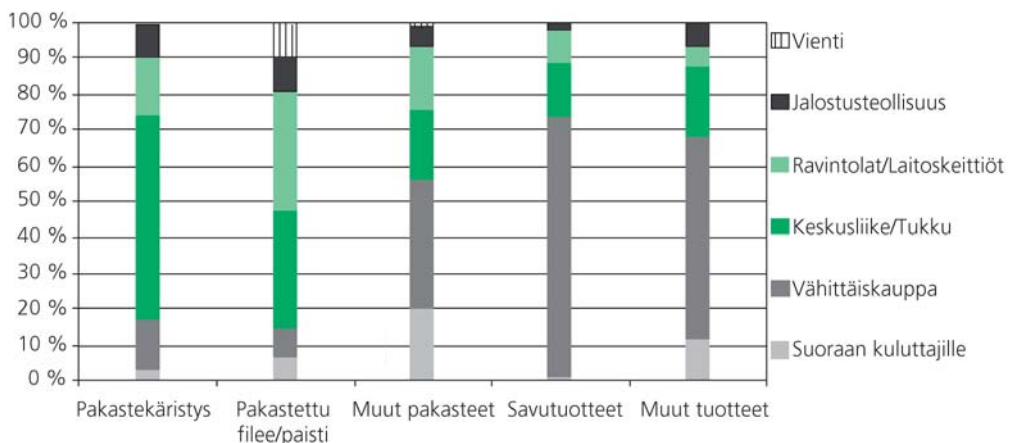
Jalostajien myyntikanavat olivat pysyneet tarkastelujakson aikana samanlaisina. Vuonna 2007 suurkeittiöihin ja jalostusteollisuuteen myytiin suurin piirteen sama osuus jalostetuista poronlihatuotteista kuin aiemmin. Jalostusyrietykset käsittelivät aiempaa vähemmän suoraan kuluttajille myytävää poronlihaa.

Jalostusyrietykset myivät 60 % pakastekäristyksestä joko tukku- tai keskusliikkeisiin. Savutuotteista lähes kolme neljännestä myytiin vähittäiskauppoihin. Merkittävä osa arvokkaimista pakasteista, eli fileistä ja paisteista, myytiin ravintoloihin tai muihin suurталouksiin.

Tärkeimpien tuotteiden myyntikanavat eivät ole olennaisesti muuttuneet. Edelleen 70 % pakastekäristeestä ja runsaat 85 % savutuotteista myytiin vähittäiskauppoihin tai keskusliikkeisiin (kuva 12). Samoin pakastetuista fileistä ja paisteista myytiin edelleen kolmannes ravintoloihin tai muihin suurталouksiin.



Kuva 11. Poronlihatuotteiden myynti asiakasryhmittäin.

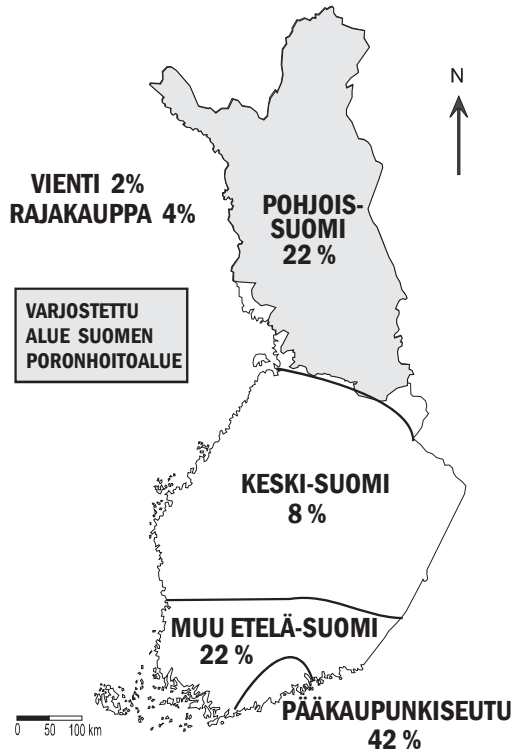


Kuva 12. Tärkeimpien poronlihatuotteiden myynti tuotteittain ja myyntikanavittain.

4.4. Pääkaupunkiseudun kasvavat markkinat

Pääkaupunkiseudun asema poronlihan markkina-alueena on edelleen vahvistunut. Pääkaupunkiseutu on poronlihan tärkein markkina-alue. Sinne myytiin yli 40 % yritysten jalostamasta poronlihasta (kuva 13). Sen sijaan Keski-Suomessa poronlihaa kulutetaan entistäkin vähemmän.

Poronlihatuotteiden vienti on vähäistä, vaikka muutaman poronlihaa jalostavan yrityksen toiminta tukeutuukin raja-kauppaan.



Kuva 13. Poronlihatuotteiden myynti alueittain.

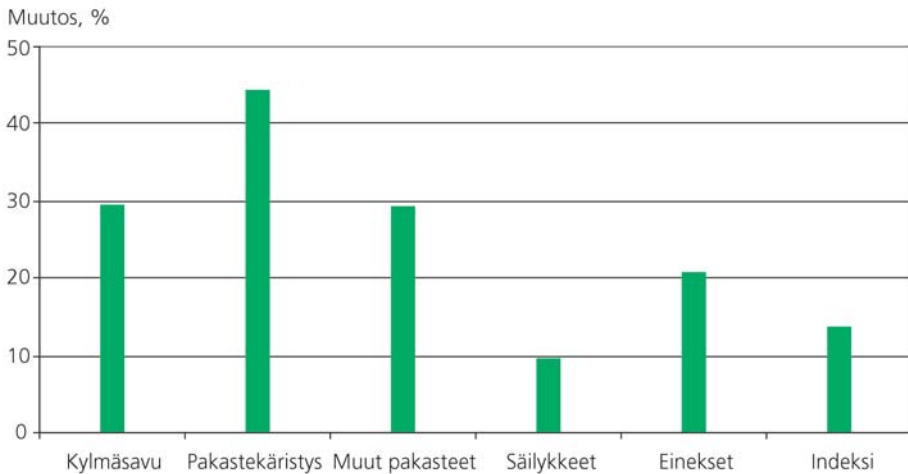
5. Poronlihatuotteiden vahvat vähittäismarkkinat

5.1. Tuotteisto monipuolista

Yleisimpiä poronlihatuotteita olivat kylmäsavupaisti, poronkäristys ja porosäilykkeet. Kaikissa myymälöissä oli tarjolla kylmäsavustettua poronlihaa. Neljä eri valmistajaa tarjosi jopa yhdeksää erilaista savutuotetta. Siivutetun kylmäsavuleikkeen lisäksi myytiin usein myös kylmäsavustettua rouhetta. Myymälöiden kylmäsavuosastolla löytyi myös kilpailevia hevosesta, naudasta tai häränlihasta valmistettuja tuotteita.

Poronkäristystä myytiin lähinnä pakasteena ja valmisruokana. Kaikki valtakunnallisilla markkinoilla toimivat poronlihan jalostajat markkinoivat pakastettua poronkäristystä. Useassa liikkeessä oli myynnissä myös kilpailevia käristystuotteita. Hirvikäristys oli hieman poronkäristystä huokeampaa, mutta saksanhirvikäristys oli huomattavasti poroa edullisempaa.

Useimpien myymälöiden pakastealtaasta löytyi myös muita poronlihatuotteita – fileitä, potkapihvejä, jauhelihaa, paahtopaistia, keittolihaa. Pakastettua porojauhelihaa oli tarjolla lähes kaikissa myymälöissä. Ulkofileet myytiin usein kokonaisuina, mutta myös valmiina pihveinä 240 gramman pakkauksessa.



Kuva 14. Poronlihatuotteiden hinnanmuutos tuoteryhmittäin Rovaniemen ja Turun marketeissa 11/2006–11/2008 välisenä aikana. Tilastokeskuksen kuluttajahintaindeksi kuvaa kaikkien elintarvikkeiden keskimääräistä hintakehitystä samalla ajanjaksolla.

Lähes kaikissa myymälöissä oli tarjolla poronlihasta tehtyjä eineksiä: mikroaaltouunissa lämmitettävää poronkäristystä tai savuporokeittoa. Muita eineksiä porosta ei juuri valmisteta. Poronlihasta valmistettuja makkaroita ei ollut myymälöissä tarjolla ja ilmakeitteen poronlihan tarjonta oli vähäistä. Yksi yritys on erikoistunut poronlihasäilykkeisiin. Se myy säilykkeenä poronlihaa, poronkäristystä, poropyöryköitä, poronlihakeittoa ja poropateeta.

5.2. Kallistuneet kuluttajahinnat

Poronlihatuotteiden hinnat ovat nousseet lähes kaikissa tuoteryhmissä muiden elintarvikkeiden hintoja enemmän (kuva 14). Pakastetun poronkäristyksen hinta on noussut kahden vuoden aikana lähes 45 %, kylmäsavustettujen poronlihatuotteiden ja muiden pakastettujen poronlihatuotteiden lähes 30 % ja poronlihasta valmistettujen einesten runsaan viidenneksen. Sitä vastoin poronlihasta valmistettujen säilykkeiden hinnat ovat nousseet elintarvikkeiden yleistä hintakehitystä vähemmän, alle 10 %.

6. Raaka-ainekilpailu ja talouskehitys ohjanneet markkinoita

Poronlihan tuottajahinta on viimeisen kolmen vuoden aikana noussut merkittävästi. Nopea kehitys on osittain johtunut poronlihantuottajien aiempaa aktiivisemmasta markkinoinnista.

Viennin tyrehtyttyä tuottajat pystyivät avaamaan uusia myyntikanavia kotimaassa ja porras-tamaan entistä paremmin hintoja asiakaskunnan mukaan. Tämän seurauksena suurille lihanja-lostusyrietyksille tarjotun lihan määrää vähentyi ja suoramyynnin ja erikoistuneiden pienjalos-tusyrietysten määrä lisääntyi.

Suurilla lihanjalostusyrietyksillä on kuitenkin edelleen keskeinen asema poronlihamark-kinoilla. Vaikka toimiala on entisestään keskittynyt, kilpailu niukasta raaka-aineesta on jalos-tusyrietysten välillä säilynyt kovana. Tuottajahinta on noussut, koska suuret lihanjalostajat ovat halunneet pitää poronlihatuotteet valikoimissaan ja säilyttää markkinaosuutensa poronliha-markkinoilla. Porotuotteilla on elintarvikemarkkinoilla vahva mielikuva-arvo, joka on usein tärkeä osa yritysten kilpailustrategiaa. Poronlihatuotteet antavat pienille tai keskisuurille lihan-jalostusyrietyksille mahdollisuuden erilaistua kilpailijoista. Porolla saattaakin olla huomattava merkitys yrityksille, jotka toimittavat myös muita lihatuotteita vähittäiskauppamarkkinoille keskusliikkeiden kautta.

Raaka-aineen tarjonnan niukkeneminen ja tuottajahinnan kohoaminen on vaikeuttanut erityisesti pienimpien yritysten toimintaa. Niiden maksuvalmius tai mahdollisuudet hyödyn-tää suurtuotannon etuja yksikkökustannusten alentamiseksi ovat rajalliset. Useat haastatellut yritykset toivat esiin muuttuneen markkinatilanteen, muun muassa raaka-aineen hankintaon-gelmat, vaikean saatavuuden, ajoittaisen raaka-aineepulan ja korkean hintatason.

Raaka-aineen niukkeneminen ei ole olennaisesti vaikuttanut tuotteistoon tai lihanjalosta-jien myyntikanaviin. Suurin osa poronlihasta myydään edelleen pakastekäristeenä vähittäis-kaupan kautta. Sen sijaan raaka-aineen hinnan nousu on vaikuttanut jossain määrin muiden tuotteiden tarjontaan. Tuoreena myydyin lihan määrä on supistunut ja poron jalostusarvo on noussut. Etenkin arvokkaimmat osat jalostetaan entistä pidemmälle leikkeiksi tai yksittäispa-katuiksi pakasteiksi. Lihanjalostajat ovat yritysten välistä hintakilpailua pienentääkseen pyrki-neet aiempaa paremmin erilaistamaan tuotteensa ja laajentamaan valikoimaansa.

Jalostajien keskinäinen kilpailu on johtanut poronlihan tuottajahinnan muita liharaaka-aineita voimakkaampaan hinnannousuun. Tuottajahinta onkin kohonnut poikkeuksellisen pal-jon, koska raaka-aineen niukkeneminen on tapahtunut samanaikaisesti, kun kuluttajien os-tovoima on kasvanut. Pitkään jatkuneen taloudellisen noususuhdanteen ansiosta jalostajat ja kauppa ovat pystyneet nostamaan poronlihatuotteiden kuluttajahintoja. Kuluttajien tulojen noustessa arvokkaiden poronlihatuotteiden hinnat ovatkin kohonneet muita elintarvikkeita voimakkaammin.

Pitkään jatkunut vahva talouskasvu taittui vuoden 2009 alussa. Talouden taantuma ei yleensä näy elintarviketeollisuudessa yhtä voimakkaasti kuin monilla suhdanneherkillä toi-mialoilla. Elintarvikemarkkinoillakin taantuma näkyy kuitenkin ainakin ylellisyystuotteiden kysynnässä. Poronliha on kalleimpia lihatuotteita, minkä vuoksi taloudellisten suhdanteiden heikentyminen vähentää kysyntää. Tämä näkyy todennäköisimmin erityisesti kalliimpien ru-honosien hinnoissa. 1990-luvun alun lamakautena kodin ulkopuolella tapahtunut ruokailu ja erityisesti ravintolasyöminen väheni. Taantumun aikana erityisesti eteläsuomalaisten kulutus voi vähentyä, koska pääkaupunkiseudulla poronlihatuotteiden kysyntä ei perustu vahvaan pe-rinteeseen.

Vaikutukset riippuvat taantuman kestosta ja syvyydestä. Jos taloudellinen tilanne heikentyy yhtä paljon kuin 1990-luvun alussa, osa kuluttajista siirtyy väistämättä edullisempiin vaihtoehtoihin. Kuluttajien ostovoiman vähentymisen vaikutus voi jäädä vähäiseksi, jos laskusuhdanne on lyhyt ja poronlihatuotteilla on riittävän vahva asema Suomen erikoislihamarkkinoilla. Poronlihan rajallinen tarjonta ja aiempaa monipuolisemmat myyntikanavat vakauttavat markkinoita.

Kiitokset

Tekijät kiittävät tutkimukseen osallistuneita yrityksiä hyvästä yhteistyöstä. Kiitämme myös tutkimusavustaja Leena Aikiota, joka kokosi tutkimusaineistoa. Lisäksi tekijät kiittävät Maa- ja metsätalousministeriötä, joka on rahoittanut pääosan tutkimuksesta.

Viitteet

- Kilpailuvirasto. Tietojen vaihto Suomen päivittäistavara-kaupan välillä. <http://www.kilpailuvirasto.fi/cgi-bin/suomi.cgi?sivu=ratk/r-2007-61-0154>. [Luettu 1.2.2009].
- Laanikari J. 2007. Poronlihan tuotanto Pohjoismaissa. *Poromies* 4/2007.
- Reindriftsfortvaltningen 2006. *Totalregnskap for Reindriftsnaringen, Okonomisk Tuvalg*. Fartrykk Alta AS. 139 s.
- Reindriftsfortvaltningen 2008. *Resurssregnskap for Reindriftsnaringen*. Fartrykk Ide AS. 169 s.
- Saarni, K., Setälä, J. & Honkanen A. 2008. Poronlihatuotteet vähittäiskaupassa. *Riista- ja kalatalous – Selvityksiä* 20/2008. 14 s.
- Saarni, K., Aikio, L., Kempainen, J., Setälä, J. & Honkanen A. 2005. Poronlihatuotteiden markkinat. *Kala- ja riistaraportteja* 364. 21 s.
- Sametinget. Statistik över renslakt för slaktåret 2006/2007. <http://www.sametinget.se/3284>. [Luettu 12.2.2009].
- Suomen Gallup Elintarviketieto Oy. 2008. *Elintarviketalous 2008, elintarvikkeiden tuotanto-, kulutus-, markkinointi- ja hintatilastoja 2002–2007*. Espoo. 95 s.
- Sveriges officiella statistik 2008. *Jordbruksstatistik årsbok 2008 ned data om livsmedel*. Elanders AB. 380 s. Tilastokeskus. www.stat.fi [Luettu 1.2.2009].
- Välämäki, K. 2008. Elintarviketeollisuus. Toimialaraportti 5/2008. TEM:m ja TE-keskusten julkaisu. 59 s.

Liite 1. Tutkimukseen valitut jalostusyrietykset

- ArctiFood Oy
- Insku Ky
- Ivalojoen poro Oy
- Juotasniemi Ay
- Kota-Poro
- Kotivara Oy,
- Kuusamon Liha- ja Pakkauspalvelu M. Määttä
- Kuusamon Lihatuote Oy,
- Kylmänen Food Oy
- Lapin Liha Oy
- Lapin Palvi Oy / Veljekset Rönkä Oy,
- Levi Food Oy
- Länsikairan Poro
- Maltiolan Jaloste Oy,
- Polarica Ab
- Polarwild
- PP Poroppi Ky
- Riipisen Riistaherkut Oy

Liite 2. Kyselylomake

KYSELYLOMAKE

YRITYKSEN NIMI:

Mikä oli poronlihanjalostuksen osuus yrityksen liikevaihdosta vuonna 2007 _____ %

Mitkä ovat yrityksen tärkeimmät toimialat suhteessa yrityksen kokonaisliikevaihtoon (tärkein =1, toiseksi tärkein=2)

- | | | |
|---|--------------------------|-------------------------------------|
| 1 | <input type="checkbox"/> | Poronlihatuotteiden jalostus |
| 2 | <input type="checkbox"/> | Muiden lihatuotteiden jalostus |
| 3 | <input type="checkbox"/> | Poronlihatuotteiden tukkukauppa |
| 4 | <input type="checkbox"/> | Poronlihatuotteiden vähittäiskauppa |
| 5 | <input type="checkbox"/> | Poronlihatuotteiden vienti |
| 6 | <input type="checkbox"/> | Muu porotuotteiden valmistus |
| 7 | <input type="checkbox"/> | Matkailupalvelut |
| 8 | <input type="checkbox"/> | Muu, mikä _____ |

Mikä oli yrityksen liikevaihto vuonna 2007 _____ Euroa

Tai - mihin liikevaihtoluokkaan yritys kuuluu

- | | | |
|----|--------------------------|----------------------|
| 1 | <input type="checkbox"/> | alle 20 000 |
| 2. | <input type="checkbox"/> | 20 000 – 100 000 |
| 3. | <input type="checkbox"/> | 100 000 – 500 000 |
| 4. | <input type="checkbox"/> | 500 000 – 1,0 milj. |
| 5. | <input type="checkbox"/> | 1,0 milj. – 10 milj. |
| 6. | <input type="checkbox"/> | 10 milj. - 20 milj. |

PORONLIHAN HANKINTAMÄÄRÄT

Kuinka paljon yritys hankki poronlihaa kotimaasta vuonna 2007 ?

- Lihan kilomäärä joko luullisena painona tai luuttomana painona.

	LUULLISENA TEURASPAINONA	LUUTTOMANA LIHANA
Kiloja yhteensä		

Kuinka paljon yritys hankki poronlihaa muualta kuin Suomesta vuonna 2007 ?

	LUULLISENA TEURASPAINONA	LUUTTOMANA LIHANA
Kiloja yhteensä		

Onko raaka-aineen hankinnassa tapahtunut huomattavia muutoksia viimeisten 1-2- vuoden aikana?
Minkälaisia muutoksia?

PORONLIHATUOTTEIDEN MYYNTI & MYYNTIKANAVAT:

Kuinka paljon yritys myi eri poronlihatuotteita vuonna 2007?
Miten myynti jakaantui eri asiakasryhmien välillä ?

Tuote/ Tuoteryhmä	Kokonais- määrä	Suoraan kuluttajille	Vähittäis- kauppa	Kaupan keskusliike / Tukku- kauppa	Ravintolat/ Laitos- keittiöt	Jalostus- teollisuus	Vienti	100 %
	kg	%	%	%	%	%	%	%
Pakastetuotteita yhteensä								
Pakastekäristys								
Pakastettu filee tai paisti								
Pakastettu ruho tai runon osa								
Muut pakastetut tuotteet								
Tuoretuotteita yhteensä								
Tuore filee								
Tuore paisti								
Tuore ruho tai ruhon osat								
Muut tuoretuotteet								
Savutuotteita yhteensä								
Kylmäsavu								
Viileä/lämminsavu								
Einekset								
Wurstit/ makkarat								
Ilmakuivattu liha								

Mitkä ovat poronlihatuotteiden tärkeimmät markkina-alueet?

Markkina- alue	%-osuus poronlihatuotteiden myynnistä
Pohjois-Suomi	
Keski-Suomi	
Pääkaupunkiseutu	
Muu Etelä-Suomi	
Vienti	
Erityisalue	

**VIENTI**

Harjoittaako yrityksenne poronlihatuotteiden vientiä? _____

Miten paljon yritys vei eri poronlihatuotteita ?

- Kilomäärä luuttomana painona.

	LUUTTOMANA LIHANA
Kiloja yhteensä	

Onko viennissä tapahtunut muutoksia? _____

Mitkä ovat olleet tärkeimmät syyt muutoksiin?

MARKKINANÄKEMYKSIÄ

Miten poronlihatuotteiden kysyntä on viime vuosina kehittynyt?

Mitä merkittäviä muutoksia uskotte poronlihamarkkinoilla lähivuosina tapahtuvan?



JULKAISIJA

Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos

Viikinkaari 4

PL 2

00791 Helsinki

Puh. 0205 7511, faksi 0205 751 201

www.rktl.fi