

LAPPEENRANTA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY
Northern Dimension Research Centre
Publication 32

Jatta Kinnunen

**SIIRTYYKÖ ELINTARVIKETUOTANTOA
SUOMESTA VENÄJÄLLE?**

Lappeenranta University of Technology
Northern Dimension Research Centre
P.O.Box 20, FIN-53851 Lappeenranta, Finland
Telephone: +358-5-621 11
Telefax: +358-5-621 2644
URL: www.lut.fi/nordi

Lappeenranta 2006

ISBN 952-214-228-X (paperback)
ISBN 952-214-229-8 (PDF)
ISSN 1459-6679



Siirtyykö elintarviketuotantoa Suomesta Venäjälle?

Jatta Kinnunen

Sisällys

1	Johdanto	5
2	Elintarviketeollisuus Suomessa ja Venäjällä	8
2.1	Suomen elintarviketeollisuus	8
2.2	Venäjän elintarviketeollisuus	15
2.3	Suomen ja Venäjän kauppa	27
2.4	Suomen ja Venäjän väliset investoinnit	32
3	Siirtykö elintarviketuotantoa? – vaihtoehtoiset kehityskulut	40
3.1	Tuotannon siirtymistä vastustavia tekijöitä	41
3.2	Elintarviketeollisuuden laajeneminen Venäjälle	46
3.3	Tuotannon siirtymistä puoltavia tekijöitä	56
3.4	Tuotannon siirtymisen vaikutukset Suomeen	61
4	Johtopäätökset	64
	Lähteet	68

Liitteet

Taulukkoluetelo

Taulukko 1. Elintarvikevalmistajien kohtaamat ongelmat Suomessa	13
Taulukko 2. Maatalouden tuottavuus	16
Taulukko 3. Elintarvikkeiden ja juomien vienti Suomesta Venäjälle, Baltiaan ja Puolaan vuosina 1996-2005 (milj. euroa)	29
Taulukko 4. Elintarvikkeiden ja juomien tuonti Venäjältä, Puolasta ja Baltiasta Suomeen vuosina 1996-2005 (milj. euroa)	31
Taulukko 5. Venäjälle investoineet suomalaiset elintarvikeyritykset v. 2005	33
Taulukko 6. Esteet suomalaisten elintarvikeyritysten tuotannon laajentumiseksi Venäjälle ..	47
Taulukko 7. Tuotannon siirtymisen vaikutukset työllisyyteen	62

Kuvioluettelo

Kuvio 1. Suomen kokonaistuonti Venäjältä ja –vienti Venäjälle vuosina 1996-2005	28
Kuvio 2. Suomen vienti Venäjälle tavararyhmittäin v. 2005	28
Kuvio 3. Elintarviketuotannon vaihtoehtoiset kehityskulut	40
Kuvio 4. Elintarviketeollisuuden kustannusrakenne v. 2004	58
Kuvio 5. Haastateltujen tuotannon siirtymistä koskevien positiivisten ja negatiivisten kommenttien lukumäärän jakautuminen	60
Kuvio 6. Tuotannon bruttoarvo ja jalostusarvo teollisuusaloittain v. 2004.....	61

Esipuhe

Käsillä oleva selvityshanke käynnistettiin syyskuussa 2005 Tehokkaan Tuotannon Tutkimussäätiön aloitteesta. Tarkoituksena oli saada yleiskuva suomalaisyritysten mielenkiinnosta siirtää tuotantoa Venäjälle ja arvioida, miten tämä vaikuttaisi yritysten toimintaan Suomessa. Asiaa on selvitetty asiantuntijahaastatteluin elintarviketeollisuuden näkökulmasta. Säätiön hallitus on osallistunut selvityksen suunnitteluun ja ohjaukseen.

Tutkimus on toteutettu yhteistyönä Tehokkaan Tuotannon Tutkimussäätiön ja Pohjoisen ulottuvuuden tutkimuskeskuksen (Northern Dimension Research Centre, NORDI) toimesta. Tehokkaan Tuotannon Tutkimussäätiön toiminnan tarkoituksena on yritystoiminnan eri alojen tehokkuuden edistäminen tukemalla tähän tähtäävää tutkimus- ja selvitystoimintaa. Säätiön taustayhteisöjä ovat Elinkeinoelämän keskusliitto EK, Keskuskauppakamari, Suomen Pankkiyhdistys, Suomen Kaupan Liitto ja Liikkeenjohdon Konsultit LJK ry.

Pohjoisen ulottuvuuden tutkimuskeskus on saanut toimintaansa tukea mm. Opetusministeriöltä, EU:n Interreg IIIA-ohjelmasta, Lappeenrannan, Imatran ja Joutsenon kaupungeilta sekä elinkeinoelämän eri tahoilta. Tutkimuskeskus hyödyntää useita Lappeenrannan teknillisen yliopiston osaamisaloja, joista NORDI:ssa ovat edustettuina muun muassa Venäjän ja Itä-Euroopan liiketoiminta- ja talouskehitys, ICT, logistiikka, luonnonvarat sekä energia- ja ympäristösektori. Lisätietoja osoitteessa <http://www.lut.fi/nordi/>

Kiitämme kaikkia haastatteluihin osallistuneita heidän ajastaan ja panoksestaan tähän selvitykseen.

Helsingissä ja Lappeenrannassa kesäkuussa 2006

Heikki Bergholm	Professori Tauno Tiusanen
Hallituksen puheenjohtaja	Pohjoisen ulottuvuuden tutkimuskeskuksen johtaja
Tehokkaan Tuotannon Tutkimussäätiö	Lappeenrannan teknillinen yliopisto

1 Johdanto

Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää elintarviketuotannon siirtymisen kehittymistä Suomesta Luoteis-Venäjälle, ja sen vaikutusta suomalaiseen elintarviketeollisuuteen. Tuotannon siirtymisellä tarkoitetaan kotimaan tuotannon korvautumista jossakin toisessa maassa valmistetulla tuotannolla. Kotimaan markkinaa siis palvellaan tuonnin avulla oman tuotannon sijasta. Raportissa tarkastellaan mahdollisia elintarviketeollisuuden kehittymiskulkuja.

Venäjä on Suomen suurin vientimaa 11% osuudella ja toiseksi suurin tuontimaa 14% osuudella Suomen ulkomaankaupasta. Investoinnit voisivat rakentua tämän kaupan pohjalle. Suoria ulkomaisia investointeja on tullut Venäjälle yhä enemmän. Investointikanta Suomesta Venäjälle oli lähes kaksi miljardia euroa vuoden 2005 lopussa. Määrä on kasvanut nopeasti. Elintarviketuotannossa Kiina-ilmiö ei ole mahdollista tuotannon herkkyyden takia, useat elintarvikkeet eivät kestä pitkiä kuljetuksia, joten lähellä sijaitsevat markkinat ovat ainoa mahdollisuus tuotannon siirtymiselle.

Venäjän markkinoilla toimii jo muutamia suomalaisia elintarvikevalmistajia, joilla on tuotantoa Venäjällä. Esimerkiksi Fazer Leipomot, Raisio ja Atria ovat jo markkinoilla. Myös alun perin suomalainen panimoteollisuus on etabloitunut vahvasti Venäjälle. Suurin osa suomalaisten yritysten valmistamista elintarvikkeista menee kuitenkin Venäjälle viennin turvin. Suomen elintarvikevienti Venäjälle kasvoi 1990-luvun alusta aina vuoden 1998 kriisiin asti, jolloin vienti romahti, eikä se ole tähän päivään mennessä noussut lähellekään entistä tasoa.

Kaupan esteiden vähentyessä mahdollisuudet valmistaa vientituotteita Venäjällä paranevat. Venäjän kustannusrakenne on paljon Suomea edullisempi. Tehokkuuden Venäjän tuotantolaitoksissa odotetaan paranevan, ja se tulee saavuttamaan länsimaisen tason. Tuotannon siirtymistä Venäjälle on jo tapahtunut muilla toimialoilla ja siirtyminen voi olla mahdollista myös elintarviketuotannossa. Tuleeko elintarviketeollisuuden vienti Venäjältä Suomeen korvaamaan jossakin vaiheessa merkittävästi elintarviketuotantoa Suomessa?

Tutkimus toteutettiin haastattelututkimuksena. Tutkimuksen alkuvaiheessa syksyllä 2005 aihetta rajattiin Tehokkaan Tuotannon Tutkimussäätiön hallituksen jäsenien ja muutaman muun asiantuntijan haastatteluin (lista haastatelluista liitteessä 1). Varsinaisiin tutkimushaastatteluihin valittiin tutkimusaiheen kannalta keskeisten elintarvikesektorin suomalaisten yritysten, liittojen, ministeriöiden ja kaupan asiantuntijoita (lista haastatelluista

liitteessä 2). Haastatteluja tehtiin yhteensä 15 kappaletta 20.1.-6.3.2006 välisenä aikana. Raportissa vastauksia ei ole yhdistetty suoraan haastateltaviin, millä haluttiin varmistaa, että haastatellut kertovat mielipiteistään vapaammin. Vastaajat ovat tästä huolimatta noudattaneet tiettyä varovaisuutta vastauksissaan ja tulevaisuuden suunnitelmissaan. Haastattelulomake löytyy liitteestä 3.

Tutkimuksessa haastateltujen elintarvikeyritysten (lukuun ottamatta BBH:ta ja kauppoja) vuoden 2005 yhteenlaskettu liikevaihto (4,6 mrd. euroa) vastasi noin 50% suomalaisten elintarvikeyritysten liikevaihdosta vuonna 2004. Henkilöstöä haastatelluilla elintarvikeyrityksillä oli noin 57% (21 537) kaikista suomalaisista elintarvikeyrityksistä vuonna 2005. Suomen elintarviketeollisuuden koko viennistä kaikkiin maihin haastatellut elintarvikevalmistajat vastasivat 84% vuonna 2005. Kaikkien haastateltujen suomalaisten yritysten (sis. myös kaupat, ei BBH) liikevaihto Venäjällä oli vuonna 2005 yhteensä noin 569 miljoonaa euroa ja ne työllistivät Venäjällä noin 7 130 henkilöä. Vuoden 2004 kaikkien suomalaisyritysten tytäryritysten ja sivuliikkeiden työllistämästä henkilökunnasta Venäjällä määrä vastaa 84% ja liikevaihdosta 40%.

Yhdeksällä haastatellulla yrityksellä on vientiä Venäjälle ja viidellä tuotannollista toimintaa Venäjällä. Niillä haastatelluilla yrityksillä, joilla on vientiä Venäjälle, päämarkkina-alueena Venäjällä ovat Pietarin ja Moskovan alueet. Parin yrityksen tuotteita menee joka puolelle Venäjää.

Kuudella haastatellulla yrityksellä on tuotannollista toimintaa tai vähittäiskauppoja Pietarissa. Moskovassa tai Moskovan alueella on toimintaa neljällä haastatellulla yrityksellä. Eräällä haastatellulla yrityksellä toiminta kattaa koko Venäjän. Tuotantolaitokset sijoittuvat isojen väestökeskittymien, miljoonakaupunkien lähelle. Sekä Pietarissa että Moskovassa toimivien yritysten edustajat kertoivat markkinoiden painavan eniten sijainnin valinnassa.

Moskova on Venäjän kaupankäynnin ja jakelun keskus ja siellä pitää toimia, jos haluaa tehdä kattavaa myynti- ja markkinointityötä. Pietaria suositaan, koska se on lähellä ja siellä on suhteellisen korkea elintaso ja ostovoima kuten Moskovassakin, joten vähittäiskaupan myynti Pietarin ja Moskovan alueilla vetää paremmin kuin muilla Venäjän alueilla. Venäjän Tilastotoimiston (Rosstat) mukaan Moskovassa rahatulot asukasta kohti olivat vuonna 2005 noin 874 dollaria kuukaudessa, kun vastaava luku Venäjällä keskimäärin oli vain 234 dollaria. Moskova on lähes neljä kertaa ”rikkaampi” kuin Venäjä keskimäärin ostovoimaltaan.

Venäjällä henkilökohtainen tulo jakaantuu erittäin epätasaisesti. Kun väestö jaetaan viiteen 20%:n ryhmään (ns. kvintaaliin), ansaitsi paras viidennes 46,4% maan kokonaisrahatuloista vuonna 2004. Köyhin viidennes väestöstä puolestaan sai vain 5,5%. Alueelliset ja kotitalouskohtaiset tuloerot aiheuttavat sen, että kulutusmarkkinat ovat fragmentoituneet. Varakas väestönosa pystyy kaikilla kulutuksen osa-alueilla maksamaan merkkituotteisiin liittyvät hinnat. Tulohaitarin köyhin osa sitä vastoin joutuu tarkkailemaan erittäin huolellisesti keskimääräisen kulutuskorin sisältöä ja kokonaishintaa.

Pietarissa toimimista eräällä haastatellulla yrityksellä puoltavat logistiset syyt, koska tuotanto perustuu tuontiin, ja on logistisesti edullista tullata heti rajan jälkeen. Jos tuotantoa olisi Moskovassa, jouduttaisiin sieltä tuomaan tuotteita takaisin Pietariin. Pietarin kustannustasokin on alhaisempi kuin Moskovassa. Toinen haastateltu piti Pietaria hyvänä tuotannon aloituspaikkana, josta mahdollisesti voidaan laajentua muualle.

Erään pelkästään Moskovan alueella toimivan yrityksen syynä siellä toimimiseen on se, että Moskova on keskeinen markkina-alue. Myös alueen melko hyvä infrastruktuuri, hyvät vesivarat ja yritysystävällinen ilmapiiri olivat tärkeitä tekijöitä sijaintipäätöksessä. Myös mahdollisuus saada liikepaikkoja kohtuullisella panostuksella painaa päätöksenteossa.

Vuoteen 2010 mennessä haastatellut **elintarvikevalmistajat** arvioivat Venäjän liikevaihtonsa kasvavan keskimäärin 2,2-kertaiseksi nykyiseen verrattuna. Henkilöstön määrän arvioitiin nousevan keskimäärin 2,4-kertaiseksi samassa ajassa.

Kaksi haastateltavaa arvioi yritystensä **viennin** Venäjälle pysyvän suunnilleen samankokoisena kuin se on tällä hetkellä. Toiset kaksi haastateltavaa arvioi viennin Venäjälle vähintään kaksinkertaistuvan vuoteen 2010 mennessä. Lisäksi kaksi haastateltua arvioi yritystensä viennin vähenevän, koska Venäjä saa kyseisellä sektorilla omaa tuotantoa lisättyä, joten viennin tarve sinne laskee.

Kuusi yritystä arvioi **suorien sijoitustensa** lisääntyvän Venäjällä vuoteen 2010 mennessä. Rohkeimmat arvioivat investointiensa moninkertaistuvan nykyiseen verrattuna. Investointien arvioitiin sijoittuvan Pietarin ja Moskovan alueille sekä myös mustan mullan alueelle. Kahdessa yrityksessä ei oltu vielä varmoja tullaanko Venäjälle investoimaan vuoteen 2010 mennessä. Eräs haastateltu piti epätodennäköisenä, että yrityksellä olisi tuotantoa Venäjällä vielä vuonna 2010, mutta yritys tulee teettämään mahdollisesti alihankintana tuotantoa Venäjällä.

2 Elintarviketeollisuus Suomessa ja Venäjällä

Tässä kappaleessa tarkastellaan Suomen sekä Venäjän elintarviketeollisuuden kehittymistä eri tekijöiden osalta vuosina 2000-2010, suurimpia toimijoita alalla, Suomen Venäjän vientiä ja tuontia sekä suomalaisten yritysten investointeja Venäjällä.

2.1 Suomen elintarviketeollisuus

ETLA:n elintarviketeollisuuden toimialakatsauksen (ETLA 2005) mukaan EU:n laajentumisen ja ulkomaisten elintarvikekauppaketjujen Suomeen tulon myötä elintarvikemarkkinoiden kilpailu on kiristynyt ja tuonti Suomeen lisääntynyt. Kotimaisten elintarvikkeiden markkinaosuus on kuitenkin yhä noin 85%. Henkilöstön määrä Suomen elintarviketeollisuudessa on supistunut jyrkästi, ja supistumisen ennustetaan jatkuvan. Työn tuottavuus siis paranee selvästi, kun tuotanto lisääntyy edelleen joskin vähän. (ETLA 2005)

Elintarvikkeiden kulutus kasvaa nopeasti Venäjällä ja Itä-Euroopassa. Vientimahdollisuudet sinne ovat hyvät. Elintarvikkeita viedään Suomesta eniten Venäjälle, jopa 18% Suomen koko elintarvikeviennistä. Baltiaan ja Puolaan vastaava lukema on yhteensä 12%. Suomen elintarviketeollisuus on investoinut lähialueille kuten Baltiaan, mutta investoinnit Venäjälle ovat vielä vähäisiä verrattuna markkinan suureen potentiaaliin.

Tuottavuus

Suurin osa haastatelluista oli sitä mieltä, että tuottavuus Suomen elintarviketeollisuudessa on parantunut tasaisesti vuodesta 2000 tähän päivään. Koveneva kilpailu on pakottanut yrityksiä parantamaan tuottavuutta. Tällä hetkellä tuottavuutta pidettiin hyvänä. Erään haastatellun mukaan Suomessa tuottavuus on huomattavasti parempi kuin esimerkiksi Ruotsissa.

Lähes kaikki haastatellut arvioivat tuottavuuden elintarviketeollisuudessa kasvavan edelleen vuoteen 2010 mennessä. Useat haastatellut mainitsivat kilpailun, erityisesti vähittäiskaupan kilpailun, pakottavan tuottavuuden kehittämiseen. Yritykset keskittävät toimintaansa, tuotantolaitokset kasvavat, niiden määrä vähenee ja volyymit kasvavat voimakkaasti. Myös jatkuva automaation kehittyminen vaikuttaa tuottavuuden kasvuun. Erään haastatellun mukaan tuottavuus ei tule kasvamaan enää yhtä nopeasti kuin aiemmin, koska tuottavuuden eteen on jo tehty niin paljon.

Kilpailu

Haastatellut totesivat kilpailun elintarviketeollisuudessa kiristyneen voimakkaasti vuodesta 2000 kaupan yritysten konsolidoitumisen, kilpailun kiristymisen ja vahvan aseman vuoksi niiden vaatiessa yhä halvempia hintoja teollisuudelta. Lisäksi lisääntyneeseen kilpailuun on vaikuttanut tuonti muista EU-maista. Parin haastatellun mukaan tuontielintarvikkeet tulevat ottamaan tulevaisuudessa yhä suuremman osan Suomen perinteisistä elintarvikemarkkinoista.

Kuusi haastateltua arvioi kilpailun kiristyvän Suomessa vuoteen 2010 mennessä. Kilpailun koveneminen tulevaisuudessa on seurausta ulkomaisten kauppaketjujen tulosta Suomeen. Lidl:n tulo vaikutti osaltaan siihen, että kilpailu tapahtuu yhä enenevässä määrin hinnoilla. Samaan aikaan valmistajien tulisi kuitenkin tuottaa huippulaatua ja turvallisia tuotteita. Monessa Euroopan maassa teollisuus onkin oikonut turvallisuussäännöksiä, mikä on aiheuttanut suuria ruokaskandaaleja.

Kolme haastateltua arvioi, ettei kilpailutilanne Suomen elintarviketeollisuudessa tule välttämättä kiristymään lainkaan, koska markkinoiden konsolidoituessa lähes kaikilla segmenteillä toimijoiden määrä vähenee.

Infrastrukturi

Kaikkien haastateltujen mielestä infrastrukturi Suomessa on hyvässä kunnossa, koko Suomi on jo verkottunut, ja kaikki toimijat toimivat isolta osalta sähköisesti. Suomessa on ollut aina hyvät ja logistisesti tehokkaat kylmäketjut ja nekin paranevat koko ajan. Eräs haastateltu kertoi teollisuuden investoineen viime vuosina paljon ja investoivan jatkossakin logistiikan kehittämiseen.

Erään haastatellun mukaan Suomessa pitäisi rakentaa enemmän moottoriteitä. Hänen mielestään tulisi rakentaa kuusikaistatie Helsingistä itärajalle, jonka jälkeen tulisi saada Vainikkalan ja Pietarin välinen osuus kuntoon. Tällä hetkellä Kotkan ja Hangon kautta tuleva transitoliikenne kuormittaa Suomen alimitoitettuja teitä. Eteläisen Suomen läpi itärajalle kulkeva väylä muodostuu pullonkaulatekijäksi hyvin nopeasti. Haastateltu ei kuitenkaan uskonut tässä tapahtuvan muutosta vielä vuoteen 2010 mennessä.

Raaka-aineiden saanti

Seitsemän haastatellun mielestä raaka-aineen saanti Suomessa toimii hyvin, koska 85% teollisuuden käyttämistä raaka-aineista tulee kotimaasta. Teollisuuden kannalta on hyvä asia, että suuri osa raaka-aineen tuotannosta perustuu sopimustuotantoon, jolloin saadaan juuri oikeita lajikkeita ja tarpeenmukaista laatua.

Neljän haastatellun mielestä raaka-aineen saantiin liittyy ongelmia. Ongelmia aiheuttaa maatalouden tuotannon ajaminen pikkuhiljaa alas Suomessa, jolloin korkea omavaraisuusaste putoaa, ja joudutaan tuonnin varaan. Konkreettisenä esimerkkinä tätä kehitystä vastaan on Atrian ja HK:n kalkkunan raaka-ainetuotannon yhdistäminen, jotta voidaan kilpailla tuontiraaka-ainetta vastaan. Toisaalta voi olla myös niin, etteivät raaka-aineiden alas painuneet hinnat, eikä EU:n maatalouspolitiikka enää houkuttele viljelijöitä tuottamaan laadukasta raaka-ainetta Suomessa. Kaksi haastateltua oli sitä mieltä, että EU:n yhteisen maatalouspolitiikan muutokset tulevat vaikuttamaan koko elintarvikesektorilla.

Raaka-aineen saantiin vaikuttavat myös WTO-neuvottelujen aiheuttamat muutokset, lähinnä vientitukien poistumiset, jotka vaikuttavat koko maataloussektoriin. Myös yhteiskuntarakenteen kehittyminen ja se kuinka ikärakenteen muutos vaikuttaa luopumiseen alkutuotannosta, heijastuu vääjäämättä elintarvikesektorille raaka-aineiden saannin kautta.

Jakelukanavat

Jakelukanavissa haastatellut näkivät suuren muutoksen vuodesta 2000 tähän päivään. Vuonna 2000 toimijoita oli selkeästi enemmän, 6-7 kotimaista kohtuullisen kokoista yritystä verrattuna nykyiseen kolmeen päätoimijaan päivittäistavarakaupassa. Vuonna 2000 ei markkinoilla ollut vielä yhtään hard discounteria (halpamyymälää), mutta vuonna 2002 Lidl tuli markkinoille uutena tekijänä.

Kolmen haastatellun mukaan jakelukanavat ovat Suomessa tällä hetkellä kunnossa, tehokkaita ja toimivia. Erään haastatellun mukaan Suomi on edelläkävijä ja jopa Ruotsia edellä jakelukanavien kehityksessä. Eräs haastateltu näki toisaalta kaupan hyvät jakelujärjestelmät ongelmalliseksi, koska ne ovat mahdollisuus myös tuonnille.

Kolmen asiantuntijan mielestä jakelukanavat ovat Suomessa liian keskittyneet. Vähittäiskauppa kasvaa heidän mielestään teollisuuden tuottajien kustannuksella ja käyttää asemaansa hyväksi esimerkiksi private label -tuotteilla.

Neljä haastateltua uskoi, että tilanne jakelukanavissa tulee pysymään suurin piirtein samankaltaisena vuoteen 2010 mennessä kuin tällä hetkellä. Yhden haastatellun mielestä omat jakelujärjestelmät tulevat kehittymään ja vahvistumaan tulevaisuudessakin. Erään haastatellun mielestä jakelukanavat ovat nyt jo niin keskittyneitä, ettei kilpailuviranomainen salli enempää keskittymistä.

Kuusi haastateltua näkee, että jakelukanavissa tulee tapahtumaan muutoksia vuoteen 2010 mennessä. Eräs haastateltu uskoo, että kehitys menee lisääntyvän keskusliikejakelun suuntaan, mutta ei enää kovin nopeasti, koska osa elintarvikkeista ei sovellu keskusliikejakeluun lyhyiden säilyvyysaikojen vuoksi. Toisen haastatellun mukaan Suomeen tulee lisää ulkomaisia toimijoita, jotka vaikuttavat Lidl:n tapaan tavarantoimittajiin, elintarvikkeiden hintaan ja sitä kautta kaupan sekä teollisuuden toimintaedellytyksiin. Isojen kansainvälisten hypermarketien jalkautuminen Suomeen muuttaisi kaupan ja tavarantoimittajien toimintaolosuhteita. Esimerkiksi Puolassa maksuajat ovat 80-100 päivää. Kolmas haastateltu uskoi, että joku jakelutie saattaa mennä ulkomaiseen omistukseen ja että joku merkittävä vähittäiskauppa saattaa hakea uuden partnerin ulkomailta. Neljäs haastateltu totesi kilpailu kiristyvän jakelukanavissa edelleen. Viidennen haastatellun mukaan kauppa on tällä hetkellä liian keskittynyttä, ja hänen mukaansa voi olla niin, että vuoteen 2010 mennessä tilanteeseen on tultava jokin ratkaisu.

Kaupan omat merkkituotteet

Haastateltujen mukaan kaupan omat merkkituotteet (private label) ovat lisääntyneet Suomessa selvästi vuodesta 2000 tähän päivään. Osuus oli vuonna 2000 vain 2-3%. Kaupan omien merkkituotteiden osuus tällä hetkellä on noin 8-10%. Erään asiantuntijan mukaan kaupan omien merkkituotteiden valmistus on ainakin suuremmissa elintarvikeyrityksissä nykyisin itsestään selvää. Usein jo kaupan valikoimia suunniteltaessa sovitaan, mitkä ovat valmistajan oman merkin valikoimat ja sitä vastaan tehdään sovittu verran kaupan omia merkkituotteita.

Kolme neljästä haastatellusta uskoi, että kaupan omat merkkituotteet tulevat Suomessa kasvattamaan osuuttaan edelleen. Eräs haastateltu arvioi osuuden olevan 15% vuonna 2010. Kolme haastateltua viittasi arvioissaan kauppojen linjauksiin, joiden mukaan tavoitteena on, että private label -tuotteiden osuus olisi 20% vuonna 2010. Erään haastatellun mukaan Suomi menee kohti Länsi-Euroopan keskimäärää eli neljännes elintarvikkeista olisi kaupan omia merkkituotteita.

Kaupan omien merkkituotteiden lisääminen kiristää kilpailua, koska ne ovat halvempia kuin brändituotteet. Kauppa kilpailuttaa private label -tuotteiden tarjoajia Internetissä, ja se kuka tekee halvimmalla tietyn määrän tuotetta saa valmistussopimuksen pitkäksi aikaa eteenpäin. Tällainen kilpailutus on kovaa. Kaupan omia merkkituotteita kuitenkin valmistetaan, koska yhden tai kahden vuoden pituisen valmistussopimuksen saamisella on iso merkitys teollisuudelle. Kauppa kilpailuttaa kaupan omia merkkituotteita myös ulkomailla, esimerkiksi Baltiassa ja Puolassa. Kuluttaja ei välttämättä edes katso tuotteen alkuperämaata, eikä sitä ole pakko ilmoittaa, vaan tuotteessa voidaan ilmoittaa pelkkä valmistuttaja.

Erään haastateltavan mukaan vain vahvat brändit pärjäävät kilpailussa private label -tuotteita vastaan. Jos yrityksellä ei ole vahvaa brändiä, käy tilanne vaikeaksi, koska kauppa tulee rajaamaan brändituotteiden määrää valikoimissa. Myös toisen haastatellun mukaan on ongelmallista, kun kaupat ottavat valikoimiinsa brändiykkösen ja kaupan oman merkkituotteen, jolloin hyvät kakkoset ja kolmoset heitetään armotta pois. Haastatellun mielestä kauppa rajaa tällöin kuluttajien mahdollisuuksia valita vapaasti.

Kaksi haastateltua uskoi, että kaupan omien merkkituotteiden osuuden kasvu tulee hidastumaan ja että brändituotteet vastaavat kilpailuun. Monissa maissa, joissa private label – tuotteiden osuus on hyvin suuri, tilanne on jo kääntynyt toiseen suuntaan ja kuluttajat osoittavat kyllästymisen merkkejä niihin. Erään haastatellun mielestä Suomessakaan ei mene kovin montaa vuotta siihen, ettei kaupan omien merkkituotteiden osuus enää kasva. Yksi haastateltu antoi esimerkkinä tästä kehityksestä Lidl:n viimeisyksyisen päätöksen sallia brändituotteiden sisääntulon, mikä voi olla ennakkomerkki kehityksen siirtymisestä toiseen suuntaan.

Kahdeksan haastatelluista yrityksistä valmistaa private label -tuotteita. Seitsemän yritystä valmistaa kaupan omia merkkituotteita Suomessa kotimaan markkinoille. Yksi yritys ei valmista private label -tuotteita Suomen markkinoille, koska yrityksen brändi ja merkkiasema kotimaassa ovat sellaiset, että kaupan omien merkkituotteiden valmistus koetaan negatiiviseksi pitkäaikaisen linjauksen kannalta. Muilla markkinoilla tämä yritys kuitenkin valmistaa kaupan omia merkkituotteita. Kaksi haastatelluista yrityksistä ei ole valmistanut kaupan omia merkkituotteita lainkaan. Syynä on omien tuotteiden vahva brändi.

Seitsemän haastatelluista yrityksistä tekee private label -tuotteita myös muille markkinoille. Kaupan omien merkkien valmistusta haastatelluilla yrityksillä on Suomen lisäksi Virossa, Liettuassa, Puolassa, Tanskassa, Ruotsissa, Belgiassa ja USA:ssa. Kaksi yritystä valmistaa kaupan omia merkkituotteita Venäjälle, ja yksi yritys suunnittelee tätä. Pääosin kaupan omat merkkituotteet valmistetaan paikallisesti paikallisille markkinoille, vaikkakin eräs yritys tekee Liettuassa kaupan omaa merkkituotetta Suomeen. Yhdessä yrityksessä suunnitellaan myös, että private label –tuotteita valmistettaisiin Puolassa muille Keski-Euroopan markkinoille.

Elintarvikevalmistajien kohtaamat ongelmat Suomessa

Haastateltuja pyydettiin arvioimaan elintarvikevalmistajien kohtaamia ongelmia Suomessa asteikolla yhdestä viiteen (taulukko 1). Haastatellut saivat lisäksi kertoa muista havaitsemistaan ongelmista. Mainitsemisen arvoista on se, että eräs haastateltu ei nähnyt

lainkaan ongelmia Suomessa elintarvikevalmistajan kannalta, vaan hänen mielestään Suomessa on erittäin hyvä toimia elintarvikevalmistajana.

Taulukko 1. Elintarvikevalmistajien kohtaamat ongelmat Suomessa, keskiarvot (n=15, kulj.kust. n=14)

	Tuotantokust.	Verotus	Kulj.kust.	Raaka-ainekust.
Kaikki	3,6	3,2	3,0	2,9
Elintarvikeyritykset	3,5	3,3	2,9	3,0
Muut	3,8	3,2	3,2	2,6

1=ei ole ongelma, 5=erittäin merkittävä ongelma

Suurimmaksi ongelmaksi haastatellut kokivat **kalliit tuotantokustannukset** (ka=3,6). Monessa vastauksessa tuli kalliitten tuotantokustannusten syynä esille työn joustamattomuus ja siitä johtuvat erilaiset lisät. Joillain aloilla tuotantokustannuksia pidettiin poikkeuksellisen korkeina, esimerkiksi Suomessa leipomoalalla ne ovat neljä kertaa korkeammat kuin Virossa. Lisäksi Suomen pienet volyymit nostavat tuotantokustannuksia.

Toiseksi suurimmaksi ongelmaksi haastatellut kokivat **tiukan verotuksen** (ka=3,2). Jopa viiden haastatellun mielestä verotus on erittäin merkittävä ongelma. Neljässä vastauksessa kiinnitettiin huomiota erityisesti elintarvikkeiden arvonlisäveron korkeuteen Suomessa (17%). Elintarvikkeiden arvonlisävero Suomessa on keskimäärin korkeampi kuin EU:n sisällä (n. 8%). Erään asiantuntijan mukaan elintarvikkeiden arvonlisäveron alentamisella tai poistamisella yhteiskunnallinen tasa-arvoisuus toteutuisi parhaiten, sillä se auttaisi erityisesti pientuloisia ja niitä, joilla ruuan osuus on suuri kulutuskorissa. Yritysverotusta eikä palkkaverotusta koettu vastauksissa kovinkaan suuriksi ongelmiksi.

Kalliit kuljetuskustannukset koettiin kohtuulliseksi ongelmaksi (ka=3,0). Kukaan haastatelluista ei kuitenkaan kokenut sitä erittäin merkittäväksi ongelmaksi. Kuljetuskustannuksia kasvattavat iso maa ja harva jakeluverkko. Kuljetuskustannukset nostavat myös raaka-aineen hintaa. Suomen hyvä infrastruktuuri kuitenkin kompensoi pitkiä välimatkoja. Pitkät etäisyydet toisaalta myös suojaavat, sillä potentiaalisten kilpailijoiden on kallista tulla Suomeen.

Raaka-ainekustannukset koettiin pienimmäksi ongelmaksi (ka=2,9) taulukossa 1 lueteltujen tekijöiden joukosta. Kukaan haastatelluista ei kokenut sitä erittäin merkittäväksi ongelmaksi. Raaka-aineet eivät ole Suomessa periaatteessa kalliimpia kuin muuallakaan, koska avoimet markkinat sallivat raaka-aineiden tuonnin muualtakin. Tuodut raaka-aineet ovat kuitenkin

kuljetuksen verran kalliimpia. Raaka-aineiden saannissa on ollut aiemmin ongelmia, mutta tällä hetkellä erään vastaajan mielestä Suomessa on liikaakin raaka-ainetta. Huolenaiheena on löytykö Suomesta kohtuuhintaista raaka-ainetta tulevaisuudessa.

Muita ongelmia

Edellä mainittujen ongelmien lisäksi haastatellut kiinnittivät huomiota seuraavassa käsiteltäviin ongelmiin. Jopa viidessä vastauksessa mainittiin työmarkkinoiden joustamattomuus. Työmarkkinoiden tulisi olla joustavimmat koskien tuotannollista sekä kaupan henkilökuntaa. Paikallista sopimista tulisi sallia, että kilpailuun pystyttäisiin vastaamaan paremmin. Erään haastatellun mukaan ihmiset voisivat ansaita saman verran kuin aiemminkin, mutta työtä tehtäisiin enemmän sesonkiaikoina ja joinain aikoina taas vähemmän.

Eräs haastateltu oli myös sitä mieltä, että poliittis- ja verotusilmasto Suomessa on yritykselle erittäin vaikea. Jos irtisanomiset tehdään helpommaksi, loppuisivat pätkätyöt silloin lähes kokonaan. Esimerkiksi Virossa on haastatellun mukaan niin liberaalia, ettei Suomi yksinkertaisesti pärjää kilpailussa.

Kolmessa vastauksessa mainittiin ongelmaksi Suomen pienet kotimarkkinat, jolloin ei päästä hyödyntämään massatuotannon etuja. Myös investointien kannattavuus on tällöin aina haaste ja markkinan pienuus rajoittaa monia aktiviteetteja. Eräs haastateltu sanoikin, että *“voi kun saisi tällaisella yrityksellä, tällaisella osaamisella ja tällaisilla resursseilla toimia kymmenen kertaa suuremmilla markkinoilla.”*

Parin haastatellun mielestä ongelmana on olematon tutkimus- ja kehitysyhteistyö. Kun markkinat ovat hyvin pienet, olisi intresseissä jakaa ja myydä tutkimusta toisille, jolloin muutkin pystyisivät hyödyntämään sitä. Tämän lisäksi mainittiin ongelmaksi markkinointi. Ennen kaikkea vientiä ajatellen suomalaisilla elintarvikkeilla ei ole kovin hyvä imago ulkomailla. Vaikka innovaatioita on jonkin verran, ei tuotteita saada ulos eikä markkinoitua.

Eräs haastateltu mainitsi myös kaupan äärimmäisen keskittyneisyyden, kahden kauppaketjun hallitessa lähes 90 prosenttia markkinoista. Yritysten on pakko saada myytyä tuotteita molempiin ketjuihin.

Myös EU:n maatalouspolitiikan lyhytjänteisyys nousi eräässä vastauksessa esille. On ongelmallista, kun maataloustuottajat eivät tiedä minkä verran tukia saavat suunnilleen kahden vuoden päästä, eikä tiedetä kuinka säännöt muuttuvat. Tämä vähentää tuottajien halua

investoida. Yksi haastateltu mainitsi ongelmana Baltiasta tulevat halvat raaka-aineet, joilla on vaikutuksia suomalaisiin tuottajiin. Suuri ongelma on se, kuinka elintarviketeollisuus Suomessa pysyy kilpailukykyisenä ja tuottavana oman raaka-aineen turvin. Esimerkiksi sianliha maksaa Suomessa kolme kertaa enemmän kuin Virossa. Erään haastatellun mielestä myös työvoiman saanti tulevina vuosina tulee olemaan ongelma.

Elintarviketeollisuuden tilanne Suomessa on yleensä ottaen hyvä. Raaka-aineen saanti ja infrastruktuuri ovat hyvässä kunnossa. Tuottavuus on kehittynyt, kilpailu on kiristynyt erityisesti päivittäistavarakaupassa. Kaupan omien tuotemerkkien osuus on kasvanut. Ongelmia aiheuttavat muun muassa kalliit tuotantokustannukset, korkea arvonlisävero ja työmarkkinoiden joustamattomuus.

2.2 Venäjän elintarviketeollisuus

Venäjän maatalous oli kriisissä 1990-luvun lopulla. Maatalous on kuitenkin elpynyt 2000-luvulla myönteisen talouskehityksen ja hyvien viljasatojen turvin. Todellisia uudistuksia kuitenkin tarvitaan. Menestyneimmät tilat vastaavat valtaosasta maataloustuotantoa, kun suuri osa kaikista tiloista on pysynyt tappiollisina. (Mahlamäki ym. 2005) Kehitystä on kuitenkin tapahtunut. Vuonna 2000 vain 47% maatilayrityksistä Venäjällä oli taloudellisesti kannattavia, kun vastaava luku vuonna 2004 oli jo 62,2% (IET 2006).

Jo ennen vuosituhaten vaihtumista maataloussektorille alkoi ilmestyä uusia toimijoita. Suuret (usein muita toimialoja pääasiallisesti edustavat) yritykset sijoittivat maatalouteen luodakseen aukottoman vertikaalisen ketjun, jota ne pystyvät hallitsemaan kokonaan ja ohittamaan Venäjän maatalouden kehittymättömän tuotanto- ja jakeluportaan. (Mahlamäki ym. 2005) Esimerkiksi Danone, Wimm-Bill-Dann ja Tšerkisovon lihajalostamo ovat joutuneet investoimaan maidon ja lihan alkutuotantoon sekä koko arvoketjuun varmistaakseen laadukkaan raaka-aineen tasaisen saannin (Helanterä 2002).

Venäjällä strategisen ajattelun mukaan ruuan tuonti ei saa ylittää 20% kotimaisesta kulutuksesta, jonka takia Venäjä on asettanut tuontirajoituksia joillekin elintarvikkeille, esimerkiksi sokerille ja lihalle. Vuoden 2005 aikana lihan tuontikiintiötä on kuitenkin jouduttu nostamaan, koska kotimainen tuotanto ei pysty kaikilta osin tyydyttämään kysyntää.

Venäjä on siirtynyt 2000-luvulla viljan nettotuojasta nettoviejäksi. Tämän mahdollistivat hyvät sadot, sekä suurten viljanviejämäiden raju viljan viennin supistuminen. Mahdollisuudet viljan vientiin ovat kysynnän puolesta hyvät, mutta Venäjän tulisi investoida infrastruktuuriin, jakeluportaan tehokkuuden nostamiseen ja uuden maatalousteknologian käyttöönottoon. (Mahlamäki ym. 2005)

Taulukko 2. Maatalouden tuottavuus. Jalostusarvo/maanviljelijä, yhteensä vuosina 2001-2003

	Maatalouden tuottavuus (vuoden 2000 dollareina)
Liettua	4 071
Latvia	2 385
Valkovenäjä	2 259
Venäjä	2 204
Ukraina	1 442
Puola	1 358
Ranska	38 647
Suomi	30 391
Saksa	22 127

Lähde: Maailmanpankki 2005.

Siirtymätalouksissa maatalouden rakennemuutos on edennyt erittäin hitaasti. Tuottajat ovat joutuneet tyytymään alhaisiin hintoihin myydessään tuotteitaan. Pankit eivät ole olleet erityisen kiinnostuneita rahoittamaan maatalouden konehankintoja kiinnelainoilla. Maataloussektori ei näin ole päässyt kehittymään pääomavaltaiseksi, mikä näkyy yllä olevasta taulukosta 2: Suomen maatalous on noin 14 ja Ranskan noin 18 kertaa tuottavampaa kuin Venäjän vastaava sektori. Entiset neuvostotasavallat, Latvia ja Valkovenäjä ovat suunnilleen samalla tasolla Venäjän kanssa. Taulukon siirtymätalouksista Ukraina ja Puola ovat vielä selvästi Venäjän tuottavuustason alapuolella, vaikka näissä maissa on hyvät luontaiset edellytykset maataloudelle. Liettuassa maatalouden tuottavuus on lähes kaksinkertainen Venäjään verrattuna, mutta myös Liettua on erittäin kaukana taulukon läntisistä vertailumaista.

Elintarviketeollisuuden nopea kehittyminen Venäjällä on johtanut kapeikkoihin raaka-ainehuollossa. Arvioiden mukaan tuotetusta maidosta kulutetaan noin puolet ”raakana”, ts. maitoa käytetään tuottajapiireissä ja myydään toreilla, joko sellaisenaan tai voiksi ja maitotuotteiksi karjatiloilta prosessoituna (Ylä-Kojola 2006).

Kysynnän ja tarjonnan epätasapaino karjataloustuotteiden osalta johtaa luonnollisesti hintojen nousuun. Näin ollen pääomanmuodostumisen mahdollisuudet paranevat kyseisellä sektorilla. Venäjän ja kehittyneiden länsimaiden välillä ammottava tuottavuuskuilu maataloussektorilla on kuitenkin niin syvä, että sen kuroutuminen umpeen kestää vuosikymmeniä.

Siirtykö elintarviketuotantoa Suomesta Venäjälle?

Elintarviketeollisuus Venäjällä on nopeassa kasvussa. Se on ollut viime vuosina yksi nopeimmin kasvaneista teollisuuden aloista Venäjällä. Myös kuluttajien ostovoima on kasvanut nopeasti. Ruplan romahtamisen jälkeen (v. 1998) venäläiset joutuivat investoimaan elintarviketuotantoon, koska heillä ei ollut varaa ulkomailta tuotuihin elintarvikkeisiin. Myös laadukkaiden ja pidemmälle jalostettujen tuotteiden kysyntä kasvaa Venäjällä.

Venäjän elintarviketeollisuus on kolmanneksi suurin teollisuuden ala Venäjällä koneenrakennus- ja polttoaineteollisuuden jälkeen, muodostaen vuonna 2004 noin 15,4% teollisuustuotannosta (Rosstat 2005a).

Työn tuottavuus elintarviketeollisuudessa Venäjällä on parempi ja investointien kuoletus on nopeampaa kuin monella muulla teollisuuden alalla. Venäjän elintarviketeollisuuteen on investoitu toiseksi eniten öljy- ja kaasuteollisuuden jälkeen. Elintarvikeyritysten tuotanto on modernisoitunut investointien ansiosta. Venäläiset elintarvikeyritykset pystyvätkin kilpailemaan tasavertaisina ulkomaisten yritysten kanssa ja ne omaavat paremman tuottavuuden verrattuna useaan muuhun sektoriin. Vuonna 2002 Luoteis-Venäjän 14 parhaimman tuottavuuden omaavan yrityksen joukossa oli viisi elintarvikesektorin yritystä (Dudarev ym. 2004). Maatalouden tuottavuuden kehittyminen Venäjällä ei ole selkeästi pysynyt elintarvikeyritysten tuottavuuden kehityksen vauhdissa.

Useat ulkomaiset elintarvikeyritykset ovat ostaneet venäläisiä yrityksiä ja aloittaneet paikallisen tuotannon. Kaikista Venäjälle suuntautuneista suorista investoinneista 10% on tehty elintarviketeollisuuteen ja maatalouteen. Useimmilla suurimmilla ulkomaisilla elintarvikeyrityksillä onkin omaa tuotantoa Venäjällä. Paikallista tuotantoa ovat suosineet varsinkin virvoitusjuoma-, panimo-, makeis-, tupakka- sekä meijeriteollisuuden yritykset. Viime vuosina investoinnit ovat alkaneet lisääntyä myös kasviöljytuotannossa ja lihanjalostusteollisuudessa. (Finpro 2005)

Venäjän elintarvikemarkkinoiden ennustetaan kasvavan edelleen. Tämän hetkinen elintarvikemarkkinoiden arvo Venäjällä on noin 88 miljardia dollaria (Rosstat 2005b). Elintarvikemarkkinoiden kasvuun vaikuttaa ostovoiman kasvu. Vaikka Venäjän oma elintarviketuotanto on kasvanut, tarvitsee Venäjälle silti tuoda paljon elintarvikkeita. (Finpro 2005)

Elintarviketeollisuuden tuotantovolyymit ovat Rosstatin (2005a) mukaan yli kaksinkertaistuneet Venäjällä vuodesta 2000 vuoteen 2004. Vuoden 2004 kasvu oli 24% edelliseen vuoteen verrattuna. Elintarviketeollisuuden rahallisen arvon keskimääräinen kasvu

vuosina 2000-2004 oli noin 8%. Mehuteollisuus on ollut yksi nopeimmin kasvaneista aloista 20%:n vuosivauhdilla. Myös panimoteollisuus on kasvanut nopeasti. Leipä-, makeis- sekä maitoteollisuus ovat taas kasvaneet keskiarvoa hitaammin. (Mahlamäki ym. 2005)

Tuottavuus

Parin haastatellun mukaan tuottavuus Venäjällä oli vuonna 2000 vielä erittäin alhainen. Tuottavuus on parantunut valtavasti vuodesta 2000 tähän päivään. Erään haastatellun mukaan kehitys on johtunut siitä, että Venäjälle on tullut länsimaista osaamista ja pääomaa.

Erään haastatellun mukaan tuottavuudessa ei olla vielä Neuvostoliiton loppuaikojen tasolla. Neljän haastatellun mielestä fyysinen tuottavuus Venäjällä toimivissa elintarvikealan yrityksissä on länsimaisen mittapuun mukaan suhteellisen tehotonta, eivätkä yritykset yleisesti ottaen ole kansainvälisesti kilpailukykyisiä. Yhden haastatellun mielestä taas tuottavuus on jo aika lähellä monen länsiyrityksen tasoa. Toinen haastateltu kertoi, että Venäjällä on vielä erittäin suuria eroja maa- ja elintarviketuotannon tehokkuudessa. Siellä on suuria, hyviä toimijoita, mutta vielä on myös hyvin paljon pientä ja kehittymätöntä tuotantoa.

Lähes kaikki haastatellut uskovat tuottavuuden paranevan Venäjän elintarviketeollisuudessa vuoteen 2010 mennessä. Erään haastatellun mukaan tuottavuus tulee olemaan kuitenkin vuonna 2010 vielä selvästi jäljessä Suomeen verrattuna. Maa- ja elintarviketaloudessa tuottavuuden parantuminen tapahtuu hitaasti. Venäjä on priorisoinut tiettyjä aloja, joihin se tulee erityisesti panostamaan, esimerkiksi verohelpotusten ja tuotannon tukemisjärjestelmien muodossa. Ohjelmien tavoitteena on tulla omavaraisiksi näillä sektoreilla.

Suuret yritykset toimivat Venäjällä tehokkuuden kehityksen vetureina. Erään haastatellun mukaan Venäjällä on yhä enemmän sellaisia yrityksiä, jotka toimivat hyvin länsimaisin periaattein. Esimerkkinä hän mainitsee Wimm-Bill-Dannin, jonka liiketoiminta ja tuotteet ovat korkeata tasoa. Tuottavuuden kehityksessä on hänen mielestään osittain kyse siitä, että yritykset hakevat länsipartnerin. Toisen haastatellun mukaan pienemmillä toimijoilla on alhainen tuottavuus, ja kokonaistuottavuus tuleekin nousemaan näiden toimijoiden joutuessa pois markkinoilta.

Eräs haastateltu kertoi, että Venäjällä ollaan vielä erittäin vahvasti työvaltaisissa tehtaissa, sillä työvoima on Venäjällä paljon halvempaa ja automatisaatio maksaa yhtä paljon kaikissa maissa. Tämän yrityksen eräillä tuotantolinjoilla esimerkiksi Puolassa työskentelee kahdeksankertainen määrä ihmisiä Suomeen verrattuna, koska ihmiset tulevat halvemmiksi kuin koneet. Haastateltu uskoo, että vielä vuonna 2010 työvoima on automatisaatiota

edullisempää Venäjällä. Hänen mukaansa Venäjällä on vasta vuonna 2020 sellaiset markkinat, joille kannattaa investoida huippumoderneihin ja kalliisiin tehtaisiin korkeine pääomakustannuksineen.

Tuotannon kasvu elintarviketuotannon sektoreilla

Kolmasosa haastatelluista uskoi, että tuotannon kasvua tulee tapahtumaan kaikilla elintarvikesektoreilla. Venäjä pyrkii kasvattamaan tuotantoa, koska haluaa olla omavarainen. Vuoteen 1998 Venäjä eli käytännössä tuontielintarvikkeilta ja oman elintarviketuotannon kehittyminen lähti silloin nollassa liikkeelle. Erään haastatellun mukaan kaikki sektorit tulevat kasvamaan vielä seuraavat viisi vuotta, jotkut nopeammin ja toiset hitaammin. Toisen haastatellun mukaan tuotannon kasvu on kiinni Venäjän talouskasvusta. Kolmannen haastatellun mielestä kasvu johtuu siitä, että myynti ja kauppa kehittyvät venäläisten kulutuskyvyn parantuessa huimaa tahtia. Neljäs haastateltu näki, että lähes kaikki elintarvikesektorit kasvavat rahallisesti jalostusasteen kasvaessa, mutta tuotantovolyymien kasvuun hän ei uskonut juomia, makeisia, välipala/snacksituotteita, jogurtteja ja juustoja lukuun ottamatta.

Eräs haastateltu muistutti, ettei ihmisten syömisten määrä vaurauden lisääntyessä sinänsä kasva, vaan se muuttaa muotoaan. Venäläisten kulutuksen nähdään siirtyvän peruselintarvikkeista jalostetumpiin elintarvikkeisiin. Kulutuksen rakennetta Venäjällä verrattiin samantyyppiseksi kuin Suomessa 20 vuotta sitten. Kulutuksen nähdään länsimaistuvan, jolloin ihmiset tulevat ostamaan enemmän valmisruokaa, ruokapakasteita sekä hedelmiä ja kasviksia. Erään haastatellun mukaan Venäjällä on hyvin moninainen ruokakulttuuri, joka on olennainen osa yhdessäoloa. Varallisuuden kasvaessa on varaa lisätä kulutusta ja vaalia ruokakulttuuria.

Liha ja lihatuotteet

Lihan ja lihatuotteiden tuotannon kasvuun uskoo yli puolet vastanneista, sillä lihansyönti henkeä kohti nousee elintason kasvaessa. Eräs haastateltu uskoi, että koko tuotantoketjussa tulee tapahtumaan kehitystä, sillä ala on hyvin riippuvainen raaka-aineen tuotannosta. Kotieläintuotanto Venäjällä sukelsi syvälle 1990-luvun alussa, eikä se ole vielä kukaan toipunut entiselle tasolle. Raaka-aineita tuodaan paljon, ja nykyisin pyritäänkin edistämään tuontia korvaavaa tuotantoa vahvasti. Kaksi haastateltua uskoi, että erityisesti sianlihaan ja siipikarjanlihaan tullaan Venäjällä satsaamaan erittäin voimakkaasti. Venäjällä tullaan tuottamaan enemmän myös pidemmälle jalostettuja lihatuotteita.

Maito ja maitotaloustuotteet

Myös maitotaloustuotteiden tuotannon kasvuun uskoi yli puolet vastanneista. Erään haastatellun mukaan tuotannon kasvua maitotaloustuotteissa on tapahtunut jo nyt. Toisen haastatellun mukaan myös maitotuotteissa tulee koko ketjussa tapahtumaan kehitystä. Kuten lihassakin, kehitys on riippuvainen yhteiskunnan suomista edellytyksistä kehitykselle, esimerkiksi siitä, miten yrittäjäyys järjestetään alkutuotantosektorilla. Raaka-ainetta maitotaloustuotteiden tuotantoon joudutaan tuomaan Venäjälle. Maitotuotteiden tuonti on kasvanut vielä 2000-luvullakin. Kotieläinten määrä ei ole vielä kääntynyt kasvuun. Venäjä on kuitenkin asettamassa tuontitulleja ja -kiintiöitä maidolle, mikä kertoo siitä, että omaa tuotantoa halutaan kasvattaa.

Eräs haastateltu uskoi, että Venäjällä aletaan valmistaa enemmän funktionaalisia maitotaloustuotteita elintason kehittyessä. Toinen haastateltu taas uskoi erityisesti jogurttien ja juustojen tuotannon kasvuun. Eräs haastateltu epäili, ettei kehitys tule olemaan helppoa meijeripuolella, koska siellä ei ole tuottamisen perinteitä. Hänen mielestään on helpompaa lähteä viljelemään kuin hoitamaan eläimiä. Myös toinen haastateltu mainitsi, että lihan- ja maidontuotanto ovat huomattavan vaativia tuotannonaloja.

Vilja ja viljatuotteet

Viljassa ja viljatuotteissa haastatellut eivät uskoneet tapahtuvan tuotannon kasvua, vain yksi haastateltu uskoi hitaaseen kasvuun. Erään haastatellun mukaan Venäjä on jo melko omavarainen viljantuotannossa ja viljanjalostuksessakin tilanne on kohtuullisen hyvä. Hyvän tilanteen ylläpitäminen, viljelytekniikan ja muun siihen liittyvän kehittäminen on kuitenkin tärkeää. Toisen haastatellun mukaan hyvinä viljavuosina Venäjä on ollut viljan nettoviejä ja suuri viljajätti. Kolmas haastateltu puhui alueellisesta epätasapainosta. Alueellisesti voi olla puutetta jostain ja jostain taas ylituotantoa. Kysynnän ja tarjonnan alueellisten erojen tasoittaminen onkin Venäjän elintarvikehuollon keskeinen ongelma (Helanterä 2002).

Kolmen haastatellun mukaan tällä hetkellä viljassa ja viljatuotteissa myydään perustavaraa, mutta kulutus tulee muuttumaan jalostetumpiin tuotteisiin. Leivän kulutuksen odotetaan laskevan sen korvautuessa muilla elintarvikkeilla. Uutuustuotteiden tuotanto on vähäistä tällä hetkellä.

Muut

Kolme haastateltua uskoi, että juomien tuotannossa on vielä kasvunvaraa, vaikka tuotanto on kasvanut jo nyt melko rajusti. Erään haastatellun mukaan kasvua juomien tuotannossa voidaan selittää sillä, ettei juomien valmistukseen tarvita paikallista raaka-ainetta.

Parin asiantuntijan mukaan kalan ja kalavalmisteiden tuotannossakin on kasvunvaraa, koska Venäjä tuo paljon kalaa ja venäläiset pitävät kalasta. Erään haastatellun mukaan kalaa ja juomia ei kuitenkaan ole priorisoitu niin korkealle kuin muita edellä mainittuja aloja.

Pari haastateltua uskoi myös rehuteollisuuden tuotannon kasvavan muiden alojen kehittymisen myötä. Vain yksi haastateltu mainitsi hedelmien ja kasvien tuotannon kasvavan.

Kilpailu

Kilpailu Venäjän elintarviketeollisuudessa oli kahden haastatellun mukaan vielä vähäistä vuonna 2000. Laadukkaalla ja hyvällä tuotteella oli aiemmin rajattomat markkinat. Kilpailu on koventunut jatkuvasti. Eräänä syynä koventuneeseen kilpailuun ovat markkinoille tulleet kansainväliset yritykset. Erään haastatellun mukaan kilpailu on kiristynyt varsinkin Etelä-Venäjällä, jonne on tullut suuria elintarvikealan yrityksiä muun muassa Saksasta ja Yhdysvalloista.

Kolmen haastatellun mukaan merkittävät länsimaisetkin yritykset ovat jo investoineet paikalliseen tuotantoon, eikä Venäjän markkina poikkea nykyisin mistään länsieurooppalaisesta markkinasta. Uuden toimijan tuleminen markkinoille ei ole enää helppoa. Erään haastatellun mielestä kilpailu on myös kovaa siinä mielessä, että Venäjällä on erittäin kovatasoisesti koulutettuja ihmisiä ja jos siellä haluaa pärjätä, pitää sinne laittaa parhaat ihmiset.

Erään haastatellun mukaan Venäjän markkinoilla on hyvin paljon yrityksiä, ja kaikilla on pienet markkinaosuudet. Vaikka markkinoilla onkin joitain isompia yrityksiä, ei niiden osuus kokonaisuudesta ole kuitenkaan kovin suuri.

Lähes kaikkien haastateltujen mielestä kilpailu Venäjän elintarviketeollisuudessa tulee kiristymään vuoteen 2010 mennessä. Kolmasosa haastatelluista mainitsi, että kilpailu kovenee johtuen länsimaisten yritysten tulosta markkinoille enenevässä määrin. Eräs haastateltu uskoo, että ikkuna Venäjälle on auki noin vuoteen 2015 asti riippuen sektorista. Hänen mukaansa on olemassa isoja länsimaisia yrityksiä, jotka odottavat, että Venäjän markkina konsolidoituu ja vasta sen jälkeen tulevat markkinoille ostamalla yrityksiä sieltä. Toinenkin haastateltu uskoo kehityksen menevän siihen suuntaan, että yritykset alkavat ostaa toisiaan ja kasvavat sitä kautta. Hänen mukaansa Venäjällä tulee olemaan vuonna 2010 isompia yrityksiä kuin tänä päivänä. Erään haastatellun mukaan länsiyhtiöt ovat jo ostaneet mielenkiintoisimmat yritykset pois ja jäljellä olevista venäläisistä osa ei ole myynnissä tai sitten hinta on niin kova, etteivät

pienikokoiset, kuten suomalaiset elintarvikeyritykset pysty ostamaan niitä. Hinnat ovat vähintään yrityksen vuoden liikevaihdon suuruisia, mutta ne voivat olla jopa nelinkertaisia.

Infrastrukturi

Kolmen haastatellun mukaan infrastruktuuria ei ollut vuonna 2000 Venäjällä juuri lainkaan ja se on ollut jäsentymätön tähän päivään saakka. Infrastrukturi on parantunut vain vähän vuodesta 2000 vuoteen 2006. Eräs haastatellun mukaan maksuliikenne toimii Venäjällä hyvin nykyisin ja lainojakin siellä saa kilpailukykyiseen hintaan, jos on vakuuksia. Venäjällä on olemassa jo myös moderneja rahoitusinstrumentteja ja osakemarkkinatkin kehittymässä. Toisen haastatellun mukaan tietotekniikka on toiminut hyvin eikä energiankaan kanssa ole ollut vaikeuksia.

Haastatelluista useimpien mielestä infrastrukturi Venäjällä on edelleen puutteellinen ja selvästi jäljessä länsimaita. Erään haastateltu uskoo, että Venäjän eteläisissä osissa infrastruktuuria on parannettu, mutta ei niinkään Suomen lähialueilla. Parin haastatellun mukaan yhteiskunnan takaamat infrastruktuurirakenteet eivät vastaa lainkaan elinkeinoelämän vilkkautta ja aiheuttavat yritystoiminnalle omat hankaluutensa. Infrastruktuuria koskeviin investointeihin on huutava tarve. Erään haastatellun mukaan esimerkiksi jakelu Moskovassa on hyvin vaikeaa, koska liikenne ei suju siellä lainkaan huonon infrastruktuurin takia. Parin haastatellun mukaan yleisen ruuhkautumisen paheneminen onkin ainoa asia, joka infrastruktuurin osalta kehittyy negatiiviseen suuntaan.

Kahden haastatellun mielestä juridinen infrastrukturi ja oikeusjärjestelmä ovat valitettavan hitaita kehittymään tällä hetkellä. Myöskään fyysinen infrastrukturi ei kehity tarpeeksi nopeaa vauhtia ja se on eräänlainen pullonkaulatekijä Venäjällä. Erään haastatellun mukaan junaliikenne on alkanut toimia pikkujalaa, vaikkakin Venäjällä on pulaa rautatievaunuista. Tie- ja jakeluverkostoon, autokantaan, sekä kaikkeen muuhun täytyy investoida hyvin paljon, ennen kuin ne saadaan länsimaiselle tasolle.

Lähes kaikki haastatellut odottavat infrastruktuurin kehittyvän vuoteen 2010 mennessä. Erään haastatellun mukaan infrastrukturi kehittyä sitä myöten, kun ulkomaisia investointeja ja tietotaitoa tulee Venäjälle. Infrastruktuurin kehittymiseen vaikuttaa myös uusien yritysten ja alihankkijoiden syntyminen.

Erään haastatellun mukaan infrastruktuurin kehittämisessä on paljon kiinni siitä, mikä on Venäjän valtion politiikka ja kuinka öljyrahat tullaan kanavoimaan yhteiskunnan kehittämiseen. Toinen haastateltu uskoo, että Venäjän valtio tulee laittamaan rahaa

infrastruktuurin parantamiseen, varsinkin suuremmissa kaupungeissa. Kolmannen haastatellun mukaan varsinkaan Venäjän maaseudulla infrastruktuurin parantaminen ei kiinnosta ketään, koska vajavaisellakin infrastruktuurilla on pärjätty tähän asti.

Raaka-aineiden saanti

Neljä haastateltua mainitsi, että vuonna 2000 raaka-aineen saatavuus Venäjällä oli yleisesti ottaen huono. Pari haastatelluista yrityksistä joutui vielä vuonna 2000 tuomaan joitakin raaka-aineita Venäjälle. Erään haastatellun mukaan Venäjällä on ollut raaka-ainetta määrällisesti saatavissa, mutta laatu ei ole vastannut kriteerejä. Myöskään raaka-aineen saantiin liittyvä logistiikka ja infrastruktuuri eivät ole toimineet Venäjällä kunnolla. Vaikka pelloilta on tullut viljaa, ei sitä ole saatu paikoittain korjattua, koska ei ole ollut kuivausmahdollisuuksia eikä siilostoja. Köyhillä maanviljelijöillä ei ole ollut rahaa lannoitteisiin saati traktorin polttoaineeseen. Tärkeänä asiana maanviljelyn kehityksessä on ollut maareformi, maanomistamisella on kauaskantoiset vaikutukset.

Lähes kaikkien haastateltujen mukaan raaka-aineen saanti Venäjältä on yhä ongelma, vaikkakin se on parantunut vuodesta 2000. Erään haastatellun mukaan Venäjä ei pysty itse tuottamaan maitoa, viljaa, eikä lihaa edes omaan tarpeeseensa. Toisen haastatellun mukaan Venäjän raaka-ainesaannissa näkyy vielä Neuvostoliiton aikainen suunnitelmatalouden jälki siinä, ettei kaikkien raaka-aineiden suhteen olla paikallisesti kilpailukykyisiä.

Erään haastatellun mukaan raaka-aineen saanti on melko heikkoa varsinkin Suomen lähialueilla. Toisaalta se avaa Suomelle mahdollisuuden viedä raaka-ainetta Venäjälle, mutta yritykset haluaisivat viedä sinne mieluummin jalostettua tuotantoa. Suomi on niin lähellä Venäjää, että raaka-aineita voidaan viedä sinne tulleista riippuen.

Kahden haastatellun mukaan heidän yritystensä pääraaka-aineet Venäjällä alkavat olla pääosin paikallisia, eikä niitä jouduta tuomaan Venäjälle enää kuin hyvin pieniä määriä. Monet jalostusta harjoittavat elintarvikealan yritykset joutuvat kuitenkin yhä tukemaan alkutuotantoa Venäjällä turvatakseen tarvitsemiensa raaka-aineiden saatavuuden.

Raaka-aineen saanti on investoimisen este usealla toimialalla Venäjällä, koska raaka-aineen saantia ei voida taata määrällisesti eikä laadullisesti. Erään haastatellun mielestä yritysten tulisikin uskaltaa integroitua taaksepäin, näin pystyttäisiin takaamaan raaka-aineen saatavuus sekä laatu.

Erään haastatellun mukaan kasvinviljelytuotannossa, kuten viljassa Venäjä on kilpailukykyinen, ja Venäjälle ollaan parhaillaan kehittämässä isoja farmeja. Kotieläinpuolella tilanne on heikko. Lihajalostusteollisuudessa raaka-aine on selkeä pullonkaula ja sitä täytyy tuoda ulkomailta. Maahantuonti on lisensoitu, eikä lisensoija pysty saamaan samassa mittakaavassa kuin tuotantoa. Pahimmillaan ollaan riippuvaisia maahantuojista, joilla on lisenssit. Tilanne on huono teollisuuden kannalta. Venäjä on asettanut tavoitteekseen, että se olisi siipikarjatuotannossa vuoteen 2010 mennessä täysin omavarainen (Tekoniemi 2003), ja sille on asetettu tuontikiintiöitä ja -tulleja, mutta siipikarjanlihaa täytyy silti vielä tuoda.

Venäjällä juustojen kulutuksesta tällä hetkellä noin 40 prosenttia on tuontijuustoja, suurilta osin johtuen siitä, ettei pystytä takaamaan maidon korkeaa laatua, jonka juuston kypsymisprosessi vaatii. Maidon tuottaminen on selkeä ongelma Venäjällä. Esimerkiksi Venäjän jäätelötehtaat tekevät jäätelön maitojauheesta ja voista, koska tuoremaidon on siellä niin kallista, ettei sitä voi käyttää. Maitoa ostetaan EU-maista ja Ukrainastakin jonkin verran oman maidon lisäksi.

Suurin osa haastatelluista oli sitä mieltä, että raaka-aineen saanti tulee kehittymään positiiviseen suuntaan vuoteen 2010 mennessä. Eräs haastateltu jopa uskoo, että vuonna 2010 raaka-aineen hankinta muualta kuin Venäjältä on todella poikkeuksellista. Siihen mennessä raaka-aineen toimitusvarmuus ja laatu ovat parantuneet erittäin paljon. Toisen haastatellun mukaan vuonna 2010 raaka-ainetta tulee olemaan riittävästi saatavilla, mutta laatuongelma on vielä olemassa. Kolmannen haastatellun mukaan raaka-ainetta tullaan tuomaan Venäjälle pitkään ja huomattavia määriä. Neljännen haastatellun mukaan Venäjä tulee jäämään alijäämämaaksi erityisesti maitopuolella.

Jakelukanavat

Erään haastatellun mukaan vuonna Venäjällä vallitsi vielä vuonna 2000 vahvasti moniportainen jakelu ja tuotteita myytiin laajasti katukaupassa. Esimerkiksi erään haastatellun yrityksen tuotteita näkyi katukaupassa, eivätkä ne olleet varmasti pysyneet kylmäkuljetusketjussa.

Venäjälle ei ole muodostunut logistiikkakeskuksia eikä -terminaaleja isommassa mittakaavassa, ja tavaroita viedään pakettiautoilla myymälöihin. Erään haastatellun mukaan nykyisin jakelusta melkoinen osa tapahtuu erilaisten jakeluyhtiöiden kautta. Toisen haastatellun mukaan Venäjällä onkin vielä suurena ongelmana se, että valmistajat joutuvat itse toimittamaan tuotteet kauppaan. Häneen mukaansa Venäjällä ei saa minkäänlaista jakelua aikaiseksi, ellei itse hoida kuljetuksia, tai vähintään pitää toimia jonkun kanssa yhteistyössä.

Kolmannenkin haastatellun mukaan Venäjältä puuttuu edelleen tukkuporras länsimaisessa mielessä, mistä syystä jakeluun liittyy vaihtokaupan ominaisia piirteitä. Parin haastatellun mukaan jakelukanavissa eletään edelleen Pietari-Moskova kaksinapaisuus vaihetta, eli jakelu toimii hyvin suurkaupungeissa, Pietarissa ja Moskovassa, mutta muualla Venäjällä on ongelmia elintarvikkeiden jakelussa.

Haastateltujen mielestä jakelukanavat tulevat kehittymään Venäjällä hyvin nopeasti. Erään haastatellun mukaan jakelu on jopa yksi nopeimmin kehittyviä asioista Venäjällä vuosina 2005-2010, johon vaikuttaa eniten isojen länsimaisten kauppaketjujen esiinmarssi. Jakelukanavat tulevat kehittymään länsimaisen modernin vähittäiskaupan suuntaan. Ne tulevat toimimaan selkeästi myös HoReCa-sektorin ja teollisuusasiakkaiden suuntaan.

Erään haastatellun mukaan tulevaisuudessakin melkoinen osa jakelusta tapahtuu erilaisten jakeluyhtiöiden kautta, mutta kauppaketjujen koon kasvaessa ja niiden levittäytyessä eri alueille hän uskoo, että isot ketjut järjestävät itse omat jakeluterminaalinsa. Kolmen muunkin haastatellun mukaan vuonna 2010 Venäjällä tullaan näkemään esimerkiksi Suomen Inexin tapaisia toimijoita, jotka ottavat vastuun keskusvarastoinnista ja logistiikasta. Erään haastatellun mukaan tämä on positiivinen asia siinä mielessä, että jos tuotteensa saa logistiikkayhtiöiden valikoimiin, saa tuotteelle paremman peiton koko maassa. Toisaalta negatiivista on, että nämä yhtiöt ymmärtävät tilanteensa ja osaavat vaatia.

Neljä haastateltua mainitsi jakelukanavista puhuttaessa sen, että kaupankäynnissä on tapahtunut nopeasti selkeää siirtymistä perinteisestä osittain laittomasta torikaupasta strukturoituun vähittäiskauppaan. Torikauppa on kuitenkin edelleen merkittävää. Venäjän miljoonakaupungeissakin torikaupan osuus koko vähittäiskaupasta oli 59% vuonna 2003 (Louhivuori 2006). Myös kauppojen koko on kasvanut pienistä kaupoista supermarketeihin ja markkinoille on tullut uusia ulkomaisia vähittäiskauppoja. Erään haastatellun mukaan hypermarketit, isot supermarketit, halpamyymälät sekä convenience store -tyyppiset pienemmät myymälät ovat nouseva trendi Venäjällä.

Erään haastatellun mukaan Venäjällä toimii jo nyt kehittyneitä, erityisesti ulkomaisia, ketjuja, jotka toimivat länsiperiaatteella. Alennuksien pyytäminen teollisuudelta on yhtä raakaa kuin lännessäkin. Kolmen haastatellun mukaan venäläiset kauppaketjut tulevat olemaan ostokohteena, kun länsiyhtiöt menevät Venäjälle enenevässä määrin. Erään haastatellun mukaan kansainväliset yritykset avaavat uusia mahdollisuuksia, mutta toisaalta lisäävät kilpailua ja pienentävät marginaaleja. Kaupan rakenne tulee suosimaan esimerkiksi

suomalaisia toimijoita, jotka ovat tottuneet tekemään hyvin organisoidun kaupan kanssa vuosisopimus pohjalla työtä.

Kaupan omat merkkituotteet

Parin haastatellun mukaan Venäjällä ei vielä vuonna 2000 tunnettu käsitettä private label. Nyt kaupan omia merkkituotteita on jonkin verran. Parin haastatellun mukaan venäläiset uskovat brändeihin erittäin paljon, toisen haastatellun mukaan tämä voi olla jäännettä neuvostoajalta.

Yli kaksi kolmasosaa haastatelluista usko kaupan omien merkkituotteiden osuuden kasvavan Venäjällä. Viiden haastatellun mukaan kaupan omien merkkituotteiden osuus kasvaa sitä mukaa kun länsimaistyyppiset kaupan yritykset laajenevat Venäjälle. Useimpien mielestä tämä kehitys tulee olemaan rajua vuoteen 2010 mennessä. Erään haastatellun mukaan kaupan omat merkkituotteet tulevat kuitenkin vasta siinä vaiheessa, kun kauppaketjut muodostavat keskenään kilpailevia ehyitä ketjuja, johon Venäjällä menee vielä aikaa.

Eräs haastateltu uskoi, että kaupan omat merkkituotteet lähtevät Venäjällä kasvuun nopeammalla vauhdilla kuin monella muulla markkinalla. Pari haastateltua arvioi, että kaupan omat merkit edustavat vuonna 2010 jo 10-15% valikoimista. Erään haastatellun mukaan niillä olisi kuitenkin vain muutaman prosentin osuus vuonna 2010. Toisen haastatellun mukaan Venäjälle voimakkaasti investoiva monikansallinen teollisuus näkee kaupan omien merkkituotteiden kasvupotentiaalin erittäin suurena, jopa 40 prosenttina. Tämä on hänen mielestään hieman huolestuttavaa, koska se kiristää edelleen teollisuuden tavarantoimittajien kilpailua.

Venäjällä toimivat suurimmat elintarvikeyritykset

Liitteessä 4 on listattu suurimmat Venäjällä toimivat elintarvikeyritykset. Venäjän suurimpia elintarviketeollisuuden tuotantolaitoksia ovat Wimm-Bill-Dann (markkinajohtaja maitojalosteiden osalta) Unimilk, Baltika-panimo, Venäjän ja Euroopan suurin lihanjalostuslaitos Cherkizovsky, lihanjalostuslaitos Mikoyansk sekä Nestlé-konserniin kuuluva Rossija-konditoria. (Finpro 2005)

Jekaterinburgilainen SladKo-makeistehdas siirtyi norjalaisen Orklan omistukseen 2005. Orklalla on myös yli 95 prosentin osuus Volzhankan makeistehtaasta. Danone on merkittävin investoija meijeriteollisuudessa Wimm-Bill-Dannin ja Unimilkin jälkeen. Danone on suunnitellut kaksinkertaistavansa tuotantonsa Venäjällä vuoteen 2007 mennessä. Hankaluutena on maidon saanti, joten yritys aikookin laajentaa hankintaansa uusille alueille.

Saksalainen Ehrmann on myös laajentamassa toimintaansa Venäjällä.. Meijeriteollisuudessa merkittäviä ulkomaisia investoijia ovat myös Campina ja Onken. (Finpro 2005)

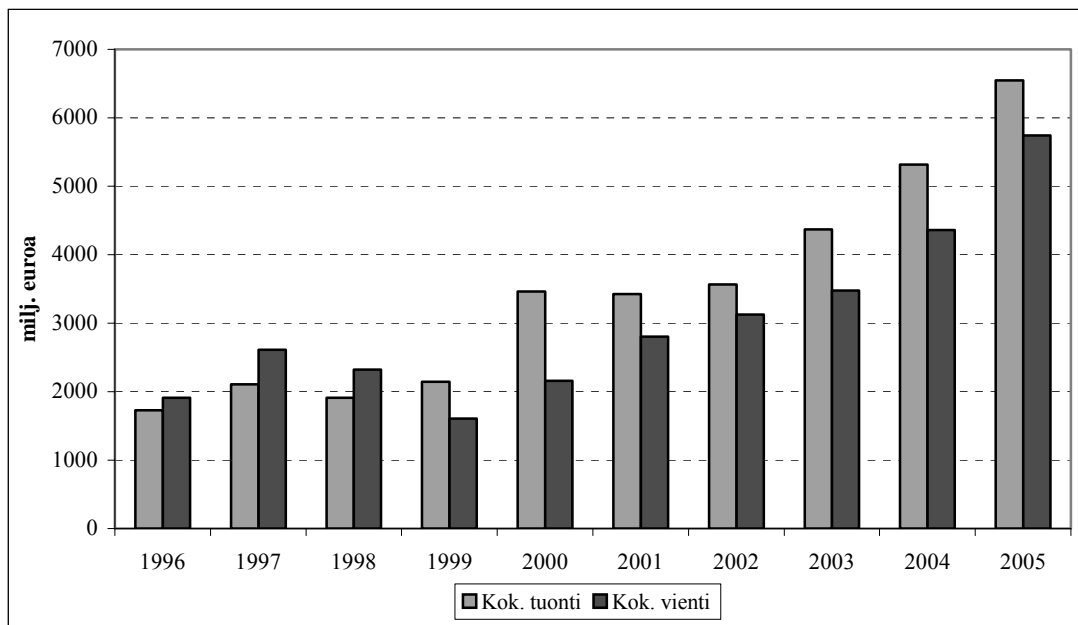
Juomateollisuuteen Venäjällä ovat investoineet Coca-Cola, PepsiCo, sekä panimoteollisuuden yritykset, kuten BBH (markkinaosuus olutmarkkinoilla 34,8% v. 2004), Sun Interbrew (16,4%), Heineken (8,5%), South-African Breweries (7,2%) ja turkkilainen Efes Beverages Group (6,7%). (Finpro 2005)

Elintarviketeollisuus Venäjällä on nopeasti kasvava ja kehittyvä ala. Venäläinen tuotanto kasvaa sen pyrkiessä omavaraisuuteen. Tuottavuus on vielä alhainen, infrastruktuuri huono ja raaka-aineiden saanti vaikeaa, mutta tilanne näiden kaikkien osalta on koko ajan kehittymässä parempaan suuntaan. Jakelukanavien kehitys on murroksessa. Kilpailu markkinoilla kiristyy ja markkinoilla on jo paljon ulkomaisia toimijoita.

2.3 Suomen ja Venäjän kauppa

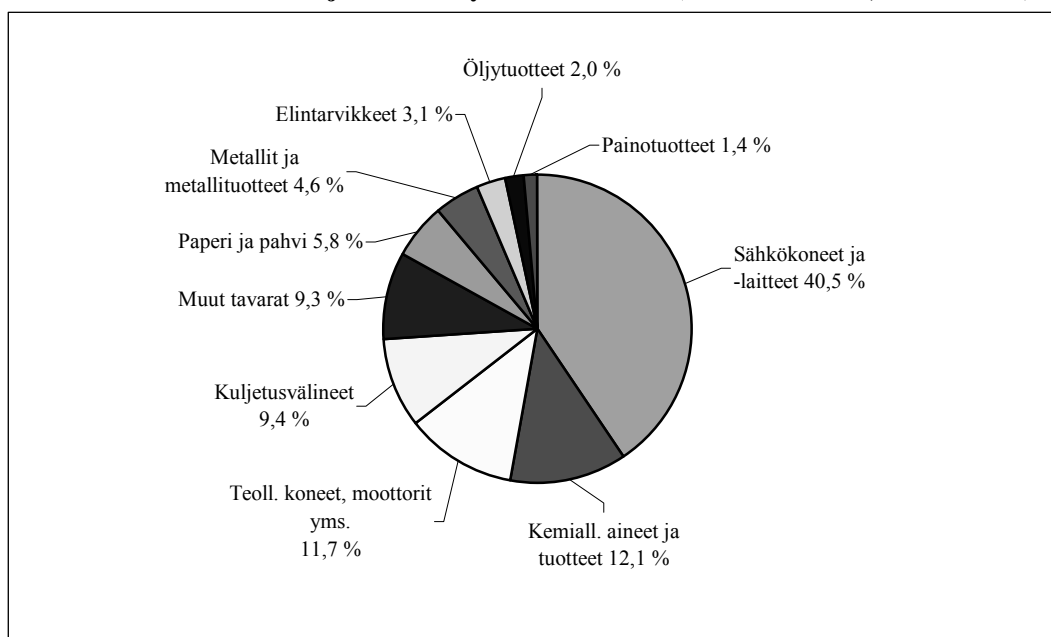
Vuonna 2005 Venäjä oli Suomen suurin vientimaa ja toiseksi suurin tuontimaa. Suomen kauppa Venäjän kanssa on kasvanut kokonaiskauppavaihtoa nopeammin. Viennin arvo Suomesta Venäjälle vuonna 2005 oli 5,7 miljardia euroa, joka oli 32% suurempi kuin vuotta aiemmin. Tuonnin arvo oli 6,5 miljardia euroa, ja kasvua siinä oli 23% edellisvuoteen verrattuna. (Tullihallitus 2006) Kuviossa 1 on kuvattu Suomen ja Venäjän välistä kaupan kehittymistä vuosina 1996-2005.

Suomen Venäjän vientiä vuonna 2004 harjoitti noin 4 400 yritystä ja tuontia noin 1 200. Viisi suurinta yritystä vastasi noin kolmasosasta Venäjän viennistä. Tuonti oli vielä vientiäkin keskittyneempää, sillä viisi suurinta yritystä vastasi kahdesta kolmasosasta Suomen tuonnin arvosta Venäjältä. (Idänkaupan vientipalvelut 2005)

Kuvio 1. Suomen kokonaistuonti Venäjältä ja -vienti Venäjälle vuosina 1996-2005

Lähde: Tullihallitus 2005&2006.

Tuonti Venäjältä Suomeen on kasvanut 1990-luvun lopusta tähän päivään saakka. Vienti Suomesta Venäjälle oli tuontia suurempaa vielä 1990-luvun lopussa, mutta 2000-luvulla tuonti on pysynyt suurempana. Öljyn ja öljytuotteiden osuus Venäjän tuonnista Suomeen on suuri, 53,3%. Osa Venäjän tuonnin kasvusta selittyikin öljyn hinnan nousulla. Seuraavaksi suurimmat tuontitarvoryhmät ovat puutavara (9,3%) sekä kaasut (8,8%). Suomen vienti Venäjälle on kasvanut samassa tahdissa tuonnin kanssa. Viennin rakenne eroaa selvästi tuonnista (kuvio 2).

Kuvio 2. Suomen vienti Venäjälle tavararyhmittäin v. 2005 (kokonaisvienti 5,7 mrd. euroa)

Lähde: Tullihallitus 2006.

Siiirtykö elintarviketuotantoa Suomesta Venäjälle?

Suomesta viedään Venäjälle eniten sähkökoneita ja laitteita (40,5%). Toiseksi eniten viedään kemiallisia aineita ja tuotteita (12,1%) sekä teollisuuden koneita, moottoreita yms. (11,7%). Elintarvikkeiden osuus Suomen kokonaisviennistä Venäjälle vuonna 2005 oli 3,1% (juomat mukaan lukien 3,2%). Vastaava luku Venäjän tuonnista Suomeen oli vain 0,1%

Suomesta vietiin elintarvikkeita vuonna 2005 noin 1,03 miljardin euron arvosta kaikkiin maihin. Suomen kokonaisviennistä elintarvikkeiden osuus oli noin 20%. (ETL 2006a) Vuonna 2005 elintarvikkeita ja juomia vietiin Venäjälle Suomesta 185 miljoonan euron arvosta, joka oli noin 8% edellisvuotta enemmän.

Elintarvikevienti Suomesta Neuvostoliittoon alkoi 1970-luvulla. Vienti Venäjälle oli korkeimmalla tasolla 1990-luvun lopulla, vaikkakin romahti 1998 ruplakriisin seurauksena. Vuodesta 2000 lähtien elintarvikevienti Suomesta Venäjälle on kasvanut hyvin hitaasti ja vuosina 2002-2003 se on jopa ollut laskussa. Vuonna 2005 viennissä nähtiin taas kasvua. Elintarvikevienti Suomesta Venäjälle ei kuitenkaan ole vielä lähelläkään valuuttakriisiä edeltänyttä tasoa.

Taulukko 3. Elintarvikkeiden ja juomien vienti Suomesta Venäjälle, Baltiaan ja Puolaan vuosina 1996-2005 (milj. euroa)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Juusto, juustoaaine	26,4	49,3	40,8	17,1	30,4	36,1	47,5	47,4	36,5	44,8
Voi, muut maidosta saadut rasvat ja öljyt	13,4	24,7	23,0	18,7	27,0	28,0	32,3	35,4	33,2	37,3
Vilja, viljatuotteet	40,8	49,1	33,7	22,1	28,3	36,0	35,4	35,8	37,0	27,7
Liha, lihatuotteet	15,6	21,8	15,9	10,2	7,7	7,9	12,5	11,4	12,0	18,9
Rehuaineet	5,8	10,8	10,0	7,9	8,2	13,7	12,6	11,4	9,5	14,0
Maito, kerma	18,0	18,1	14,3	6,9	3,9	5,0	4,5	6,7	9,3	10,5
Alkoholipit. juomat	15,3	10,1	11,2	8,4	6,8	8,7	11,5	8,3	8,1	9,7
Erinäiset elintarv.	58,9	70,1	52,4	24,1	21,0	15,8	16,7	14,7	11,0	8,0
Kala, kalavalmist.	6,1	8,5	6,7	3,6	2,9	3,9	3,4	3,9	4,7	6,4
Suklaa, kaakao, muut kaakaota sis. ravintovalmisteet	25,3	23,3	10,5	3,5	4,3	3,1	3,0	3,2	3,4	3,6
Hedelmät, kasvikset	30,4	29,5	23,3	4,8	4,1	5,6	4,4	3,4	1,4	1,3
Sokeri, melassi, hunaja	1,6	1,2	1,8	0,6	1,1	1,8	1,3	1,2	2,0	1,2
Kahvi, tee	8,1	14,4	5,5	7,0	6,8	7,5	3,8	2,9	1,0	0,6
Makeiset	5,3	5,5	3,1	2,5	3,0	4,7	4,5	3,3	2,0	0,6
Elävät eläimet	0,2	0,2	0,1	0,0	0,0	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2
Alkoholitt. juomat	7,2	5,2	2,5	0,2	0,3	0,4	0,5	0,4	0,2	0,1
Mausteet	0,7	0,3	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,2	0,1
Munat, muna-alb.	2,7	0,3	0,2	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Venäjä yhteensä	281,9	342,5	255,2	137,9	155,8	178,5	194,0	189,5	171,7	185,0
Viro	61,5	71,7	66,9	59,9	60,1	64,1	65,6	65,2	83,8	85,6
Puola	12,9	4,1	2,8	3,4	3,1	5,8	5,0	6,3	9,6	18,8
Latvia	11,4	8,2	8,1	5,2	5,5	6,2	6,3	6,1	7,6	10,0
Liettua	10,0	7,6	7,6	5,7	7,5	8,3	8,5	8,0	8,1	9,8

Lähde: ULTIKA 2005 & 2006

Taulukosta 3 voidaan tarkastella Suomen elintarvikeryhmien vientiä Venäjälle. Vuonna 2005 Suomesta Venäjälle on viety eniten juustoja ja juustoaineita (n. 45 miljoonaa euroa). Toiseksi suurimmat vientiartikkelit Venäjälle ovat voi ja muut maidosta saadut rasvat ja öljyt. Kolmanneksi eniten Venäjälle on viety Suomesta viljaa ja viljatuotteita. Tämän jälkeen tulevat liha ja lihatuotteet. Yllättäen Suomesta viedään Venäjälle myös alkoholipitoisia juomia lähes 10 miljoonan euron arvosta, kun vastaavasti tuonti Venäjältä on alle 200 tuhatta euroa. Munia ja muna-albumiinia ei ole juurikaan viety Venäjälle vuonna 1996 Venäjän EU:lle asettaman tuontikiellon takia.

Elintarvikkeiden vienti Suomesta Baltian maihin ja Puolaan on huomattavasti pienempää kuin Venäjälle. Venäjä onkin Suomen suurin elintarvikkeiden ostaja 20 prosentin osuudella (ETL 2006a). Seuraavaksi suurimmat kohdemaat Suomen elintarvikkeviennissä ovat Ruotsi (osuus v. 2005 15,4%), Viro (9,2%), Saksa (5,9%) ja Yhdysvallat (5,3%) (ETL 2006b).

Venäjä on elintarvikkeiden osalta nettotuontimaa, paitsi viljan osalta nettoviejä. Vuonna 2004 Venäjälle vietiin yhteensä elintarvikkeita kaikista maista noin 10,2 miljardin euron arvosta (Rosstat 2005b). Suomen elintarvikkevienti Venäjälle kattaa siis vain 1,6% kaikesta elintarvikkeviennistä Venäjälle. Suomi on hyvin pieni tekijä suurien elintarvikkevientimaiden joukossa. Eniten Venäjälle viedään elintarvikkeita ja juomia Brasiliasta (10,2%, osuus koko elintarvikkeiden ja juomien tuonnista Venäjälle v. 2004), Ukrainasta (9,6%), Saksasta (5,7%), Yhdysvalloista (5,5%) ja Puolasta (4,4%) (UNSD 2006). Venäjä tuo noin viidenneksen kuluttamistaan elintarvikkeista, mikä on huomattava määrä ottaen huomioon markkinoiden suuruuden (Virolainen 2005).

Venäjän elintarvikkeiden kokonaisvienti kaikkiin maihin vuonna 2004 oli noin 2,4 miljardia euroa (Rosstat 2005b). Suomen osuus tästä on erittäin pieni, vain 0,5% Venäjän viennistä. Taulukossa 4 on eritelty tarkemmin Venäjältä Suomeen tuotavia elintarvikkeita.

Taulukko 4. Elintarvikkeiden ja juomien tuonti Venäjältä, Puolasta ja Baltiasta Suomeen vuosina 1996-2005 (milj. euroa)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Hedelmät, kasvikset	1,7	1,6	1,9	1,9	3,3	3,8	4,6	5,5	9,8	7,5
Rehuaineet	0,0	..	0,0	..	0,0	0,0	0,2	0,7
Kala, kalavalmisteet	0,1	0,1	0,2	0,5	0,5	0,5	0,4	0,6	0,5	0,2
Alkoholipit. juomat	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2
Vilja, viljatuotteet	0,0	0,0	0,7	0,0	0,2	0,4	5,4	0,9	0,1	0,2
Erinäiset elintarv.	0,0	0,0	0,1	0,5	0,1
Elävät eläimet	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Venäjä yhteensä	2,0	1,9	3,0	2,5	4,2	4,9	10,6	7,3	11,4	8,9
Puola	10,2	11,9	12,9	11,9	12,1	13,9	14,5	18,4	27,8	46,9
Viro	4,7	5,2	5,5	7,1	7,3	8,1	9,7	11,4	18,1	23,7
Liettua	1,3	1,7	2,6	1,9	2,8	3,4	4,9	4,4	5,3	7,9
Latvia	0,0	0,1	0,5	0,3	0,3	1,5	2,1	1,9	1,5	5,5

Lähde: ULTIKA 2005 & 2006.

Tilastoista huomataan, että Suomen elintarviketeollisuuden vienti Venäjälle on yli 20-kertaista verrattuna tuontiin Venäjältä. Tuonti Venäjältä on ollut hienoisessa kasvussa, vaikkakin vientiin verrattuna määrät ovat hyvin marginaalisia. Myös tuotenumikkeiden määrä on paljon pienempi. Ylimääräisesti eniten Venäjältä tuodaan Suomeen hedelmiä ja kasviksia, vuonna 2005 yli 7 miljoonan euron arvosta. Toiseksi eniten vuonna 2005 Venäjältä tuotiin Suomeen rehuaineita. Kolmanneksi eniten Venäjältä tuotiin kalaa ja kalavalmisteita, ja sen jälkeen alkoholipitoisia juomia. Vilja- ja viljatuotteiden tuonti Venäjältä Suomeen oli huipussaan vuonna 2002, jolloin niitä tuotiin yli 5 miljoonan euron arvosta. Tämän jälkeen tuonti on ollut laskussa. Erinäisiin elintarvikkeisiin sisältyy muun muassa margariinit ja muut ravintorasvat. Venäjältä on tuotu Suomeen vuosina 1996-2005 myös pieniä määriä mausteita, suklaata, muita kaakaota sisältäviä ravintovalmisteita, alkoholittomia juomia, munia, munaalbumiinia, sokeria, melassia, hunajaa, maitoa, kermaa, lihaa, lihatuotteita ja makeisia.

Elintarvikkeiden tuonti Puolasta Suomeen on 2,5-kertaista verrattuna Suomen vientiin Puolaan. Puolasta tuodaan jo siis tällä hetkellä hyvin paljon elintarvikkeita Suomeen, viisi kertaa enemmän kuin Venäjältä. Elintarvikkeiden vienti Baltiaan Suomesta on suurempaa kuin tuonti sieltä Suomeen. Elintarvikkeiden tuonti Baltiastakin on silti kasvanut voimakkaasti viimeisten 10 vuoden aikana.

Elintarvikkeita tuotiin ulkomailta Suomeen vuonna 2005 enemmän kuin niitä vietiin, noin 2,43 miljardin euron arvosta. Venäjän osuus tästä tuonnista on vain 0,04%. Puolasta tulee 0,2% ja Baltian maista yhteensä 0,15%. Eniten Suomeen tuodaan elintarvikkeita Länsi-Euroopasta. Viiden suurimman elintarvikkeiden ja juomien tuontimaan, Saksan, Ruotsin,

Alankomaiden, Ranskan ja Tanskan osuus elintarvikkeiden ja juomien kokonaistuonnista Suomeen oli 50,5% vuonna 2005 (ETL 2006b).

Venäjä on Suomen suurin kauppakumppani, ja kauppaa on edelleen kasvussa. Suomi ja Venäjä ovat molemmat elintarvikkeiden ja juomien osalta nettotuontimaita. Venäjä on Suomen suurin elintarvikkeiden vientimaa. Elintarvikkeiden viennin kasvu Suomesta Venäjälle on kuitenkin ollut melko hidasta. Elintarvikkeiden ja juomien vienti Suomesta Venäjälle on monikymmenkertaista verrattuna tuontiin Venäjältä. Puolasta ja Baltian maista tuodaan Suomeen elintarvikkeita yhteensä lähes 10 kertaa enemmän kuin Venäjältä.

2.4 Suomen ja Venäjän väliset investoinnit

Venäjälle investointiin vuonna 2005 ulkomailta yhteensä noin 45,5 miljardin euron arvosta. Kasvua oli noin 32,5% edellisvuodesta. Suorien investointien osuus oli noin 11,1 miljardia euroa. Eniten investointeja Venäjälle on tehty Luxemburgista, Kyprokselta, Alankomaista, Britanniaista, Saksasta, Yhdysvalloista ja Ranskasta. (Rosstat 2006a)

Suomesta Venäjälle tehtyjen suorien investointien sijoitusten kanta Suomen Pankin (2006a) ennakoarvion mukaan vuoden 2005 lopussa oli 448 miljoonaa euroa. Suomesta Venäjälle tehdyissä investointien määrissä on kuitenkin huomattavia eroja eri tilastojen kesken johtuen osittain erilaisista laskutavoista ja siitä, ettei kaikkia yrityksiä saada mukaan tilastoihin. Teollisuuden ja työnantajain jäsenkyselyssä (TT 2003) vastanneet teollisuusyritykset ilmoittivat suorien sijoitusten kokonaismääräksi vuonna 2002 noin 1,4 miljardia euroa. KTM:n rahoittamassa tutkimuksessa (Filippov ym. 2005) saatiin kaikkien suomalaisyritysten sijoitetuksi pääomaksi Venäjällä vuonna 2005 lähes 1,8 miljardia euroa.

Suomen elintarviketeollisuuden Venäjälle tekemien suorien sijoitusten kanta Suomen Pankin (2006b) mukaan vuoden 2005 lopussa oli 31 miljoonaa euroa. KTM:n rahoittamassa tutkimuksessa (Filippov ym. 2005) päädyttiin kuitenkin huomattavasti suurempaan lukemaan. Tutkimuksen mukaan vuonna 2005 suomalaisten elintarvikeyritysten Venäjälle sijoitettu pääoma oli 186 miljoonaa euroa.

Suomen Pankin (2006b) lukujen mukaan Viroon on tehty Suomesta lähes puolet enemmän investointeja elintarviketeollisuudessa kuin Venäjälle. Liettuaankin on tehty elintarviketeollisuuden investointeja lähes yhtä paljon kuin Venäjälle.

Kun verrataan suomalaisia elintarvikeyrityksiä ja Venäjällä toimivia elintarvikeyrityksiä vastasivat Suomessa 10 suurinta elintarvikeyritystä 69% koko elintarviketeollisuuden liikevaihdosta vuonna 2004 (kts. liite 5, omat laskelmat, Talouselämä 2005, Tilastokeskus 2006a). Venäjällä toimivat 10 suurinta elintarvikeyritystä vastaavat Venäjän elintarviketeollisuuden liikevaihdosta vain noin 8% (kts. liite 4, omat laskelmat, Expert-RA 2005, Rosstat 2006b). Venäjän elintarvikeala on siis hyvin fragmentoitunut verrattuna Suomen keskittyneeseen elintarvikemyyntiin. Venäjälle investoineiden suomalaisyritysten liikevaihto Venäjällä vuonna 2005 vastasi vain alle 0,5% koko Venäjän elintarviketeollisuuden liikevaihdosta vuonna 2004. Suomalaiset yritykset ovat siis hyvin pieniä tekijöitä Venäjän elintarvikemarkkinoilla.

Suomalaiset elintarvikevalmistajat Venäjällä

Useat suomalaiset elintarviketeollisuusyritykset ovat jo investoineet Venäjälle. Taulukkoon 5 on koottu Venäjälle investoineiden suomalaisten elintarvikeyritysten liikevaihto ja henkilökunta Venäjällä, sekä yritysten koko henkilöstö ja liikevaihto vuonna 2005.

Taulukko 5. Venäjälle investoineet suomalaiset elintarvikeyhtiöt v. 2005

	Venäjän henkilöstö	Koko henkilöstö	Venäjän liikevaihto (milj. euroa)	Koko liike- vaihto (milj. euroa)
Valio	94	4 199	118,8	1 578,7
Fazer Leipomot	3 500	6 703	100,7	373,0
RavintoRaisio	125	1 054	30,4	380,6
Atria	1 300	4 400	14,0*	976,9
Myllyn Paras	25	110	3,0	35,0
Kometos	10**	31	1,0**	4,3
Yhteensä	5 054	16 497	267,9	3 348,5

*loka-joulukuu 2005

**arvio

Lähde: Haastattelut, yritysten vuosikertomukset.

Venäjälle investoineet suomalaiset elintarvikevalmistajat työllistävät Venäjällä yhteensä yli viisi tuhatta henkilöä. Fazer Leipomoiden osuus tästä määrästä on yli kaksi kolmasosaa. Valio toimii Venäjällä pääosin viennin kautta ja työllistää siksi Venäjällä vain alle sata henkeä. Valion liikevaihto Venäjällä on kuitenkin suurempi kuin niiden elintarvikeyritysten, joilla on tuotannollista toimintaa Venäjällä. Venäjälle investoineet suomalaiset elintarvikeyritykset tekevät liikevaihtoa Venäjällä yhteensä 268 miljoonaa euroa. Suhteellisesti eniten Venäjän

markkinaa näyttää panostaneen Fazer Leipomot, jonka koko henkilöstöstä yli puolet on Venäjällä ja koko liikevaihdosta Venäjän osuus on 27%.

Valiolla on edustustot Pietarissa ja Moskovassa. Valion toiminta Venäjällä perustuu vientiin, mutta se on investoinut Moskovan alueelle asiakaspalvelukeskuksen, johon tulee myös myyntiorganisaation toimistotiloja, jakeluvarasto kylmäketjua vaativille tuotteille, tilat voinin ja juuston pakkaamista sekä sulatejuuston valmistusta varten. Palvelukeskuksen odotetaan valmistuvan vuoden 2007 aikana. (Valio 2005) Lisäksi Valio avustaa uuden meijerin rakentamista Hatsinaan ja varaa mahdollisuuden teettää siellä tuoretuotteita Venäjän markkinoille. Valio tarjoaa hankkeeseen osaamistaan meijerirakentamisessa sekä Valion Suomessa suljettujen tehtaista vapautuneita koneita ja laitteita. (Valio 2006a)

Valion vientijohtaja Veijo Meriläisen mukaan suomalaisuus on brändinä vahva ja se yhdistetään laatuun Venäjällä (Toivonen 2005). Aikoinaan Neuvostoliitossa tunnetuksi tullut Viola-sulatejuusto on vieläkin merkkituote Venäjällä, mutta Valion valikoima Venäjällä kattaa juustojen lisäksi myös pakatun maidon, voinin, jogurtit, mehut, kermat, smetana-tuotteet sekä maitopohjaiset lastenruoat. Venäjällä Valion laadukkaita tuotteita arvostetaan, ja Valion Viola-sulatejuusto onkin markkinajohtaja tuoteryhmässään (Valio 2006b). Meriläisen mukaan Valio on hyötynyt siitä, ettei Venäjän oma maidontuotanto ole pysynyt kysynnän kasvun mukana. Tilanne alkaa kuitenkin olla normaali, koska vastassa on nopeasti kehittyneitä venäläisyrityksiä ja kansainvälisiä elintarvikejätettä. (Toivonen 2005)

Fazer Leipomoista tuli vuonna 1997 Pietarin suurimman leivänvalmistajan Hlebnyi Domin pääomistaja. Hlebnyi Domilla on Suur-Pietarin alueella markkinajohtajuus. Fazerin omistamien tehtaiden tuotanto Pietarissa on 330 tonnia vuorokaudessa, mikä on neljänneksen enemmän kuin Fazerin tuotantomäärät Suomessa. Fazer saa raaka-aineet Venäjältä joitain lisäaineita lukuun ottamatta. Rajan yli kulkevat vain koneet ja laitteet. Toiminnan alkuaikoina pakkauksia vietiin Venäjälle Suomesta, mutta Hlebnyi Dom siirtyi melko nopeasti käyttämään Venäjällä valmistettuja pakkauksia. (Mäkinen 2005)

Toukokuussa 2005 Fazer Leipomot osti 96,68% osuuden Zvjozdnyi konditoria- ja leipomoalan yrityksestä Moskovassa. Tavoitteena on edetä Moskovassa ja tutkia mahdollisuuksia laajentaa toimintaa muille Venäjän keskeisille alueille. (Fazer 2006) Zvjozdnyilla on Hlebnyi Domin kanssa selkeitä strategisia ja operatiivisia synergiaetuja. Yhteistyö on jo aloitettu ja Zvjozdnyin tuotteita viedään Pietarin alueelle ja päinvastoin, jolloin leipomot myös täydentävät toistensa tuotevalikoimaa ja leipomoiden jakeluketjuja voidaan hyödyntää aiempaa tehokkaammin. (Fazer 2005)

Venäjän elintarvikemarkkinoilla toimii myös **RavintoRaisio**, joka aloitti helmikuussa 2004 margariinin tuotannon Istrassa, 60 kilometrin päässä Moskovasta. Tehdas valmistaa kaikki Raision margariinit Venäjän markkinoille. Vuoden 2005 aikana aloitettiin vienti Venäjän tehtaalta Ukrainaan, Valko-Venäjälle ja Kazakstaniin. (Raisio 2006a) Raisio on sopinut perustavansa Tatfond Bank -ryhmään kuuluvan OOO UK Zolotoi Kolosin kanssa yhteisyrityksen, josta Raisio omistaa 75%. Yhteisyritys rakentaa hiutaletehtaan Burundukiin Tatarstaniin alueelle. Tehtaan arvioidaan valmistuvan vuoden 2007 aikana. (Raisio 2006b)

Raision ja Lännen Tehtaiden vuonna 2005 perustama yhteisyritys, ZAO Scandic Feed, hankki alkuvuodesta 2006 määräysvaltaansa rehujen valmistusta ja markkinointia harjoittavan ZAO Tosno Feed Factoryn Tosnon kaupungista Pietarin läheisyydestä. Tavoitteena on saavuttaa viiden vuoden kuluessa merkittävä markkina-asema Luoteis-Venäjän kasvavilla rehumarkkinoilla. (Raisio 2006c)

Atria hankki Pietarissa sijaitsevan PIT Produktin omistukseensa lokakuussa 2005. Yrityksellä on kaksi tuotantolaitosta ja markkinajohtajuus noin 20% osuudella Pietarin lihavalmistemarkkinoista. PIT Produkt on omalla maantieteellisellä alueellaan tunnettu toimija ja sillä on jo asiakkaita myös muun ohella Moskovin alueella (Atria 2005). Atria investoi uuteen logistiikkakeskukseen sekä tuotantolaitokseen, joiden on tarkoitus valmistua vuoden 2007 aikana. Pidemmällä aikavälillä laajeneminen Venäjän muihin osiin, kuten Moskovaan, on mahdollista. (Atria 2006)

Myllyn Parhaalla on ollut Pietarissa tuotantolaitos noin puolentoista vuoden ajan. Tuotantolaitoksessa valmistetaan annospakattuja aamiaispuurohiutaleita. Tuotteet menevät pääasiallisesti Venäjän markkinoille, mutta jonkin verran viedään myös IVY-maihin.

Kometos on kauhajokelainen yritys, jonka suunnittelee ja valmistaa elintarvikealalle erilaisia siirto-, tuotanto- ja käsittelylaitteita sekä kokonaisia tuotelinjoja ja tuotantolaitoksia. Kometoksella on pitkä kokemus projektiviennistä Venäjällä. Runsaan kymmenen vuoden aikana suomalaisyhtiö on rakentanut Pohjois-Venäjälle toistakymmentä porolaitosta. Kometos on mukana ZAO Izhma Reindeer Meat -yhteisyrityksessä, joka on perustanut poronlihan jatkojalostamon Komin Tasavallassa sijaitsevaan Dijuriin. Kesällä 2005 yhtiö pystytti alueelle myös uuden poroteurastamon. Lisäksi Kometos on perustanut Moskovaan erillisen markkinointiyhtiön edistämään porotuotteiden myyntiä. (Finnfund 2005)

Suurin elintarvikealan investoija Venäjällä on ollut **Baltic Beverages Holding** (Hartwallin ja Prippsin perustama, nykyiset omistajat Carlsberg ja Scottish & Newcastle), joka on

investoinut noin 1,5 miljardia euroa venäläiseen olutteollisuuteen. Sitä ei kuitenkaan lasketa Suomen suorien sijoitusten tilastoihin, koska se on siirtynyt ulkomaiseen omistukseen. Panimoista myös **Sinebrychoff** (siirtyi kokonaan Carlsbergin omistukseen vuonna 1999) on investoinut Venäjälle, Vena-panimo kuului konserniin vuodesta 1992 (Sinebrychoff 1997). Nykyisin BBH omistaa Vena-panimosta 93%. BBH:n markkinaosuus Venäjällä juotavasta oluesta on noin 36%. Tunnetuin merkki on Baltika, joka on kasvanut kokonaismarkkinoita nopeammin. BBH ei ole Fazerin tavoin korostanut alkuperäänsä ja toimii venäläisenä. BBH omistaa myös itse mallastamoita. Venäjältä saadaan myös oluen pakkaamiseen tarvittavat materiaalit. (Mäkinen 2005)

Venäjällä kauppa on ketjuuntunut hyvää vauhtia. Vähittäiskaupan lisäksi tukkukauppa on kehittynyt. **Stockmann** oli vuonna 1989 ensimmäinen länsimainen vähittäiskauppa Neuvostoliitossa. Stockmannilla on nykyisin tavarataloja ja myymälöitä Moskovassa, Pietarissa sekä Kazanissa. 1990-luvun alussa myös **Tradeka** laajentui Venäjälle. 1990-luvun puolivälissä Tradekan rautakauppojen toiminta loppui Venäjällä. Tällä hetkellä Tradekalla on Pietarissa kolme Siwaa. Kolmas Pietarin Siwa valmistui maaliskuussa 2005.

Motiivit

Tehdyissä haastatteluissa yli puolelle vastaajista suuret markkinat ja kysynnän kasvu BKT:n kasvun myötä Venäjällä ovat pääasiallinen motiivi Venäjällä toimimiseen. Suomessa kasvumahdollisuudet ovat hyvin rajalliset ja Venäjällä ne ovat paremmat kuin Länsi-Euroopassa. Erästä yritystä houkuttavat Venäjän markkinoiden lisäksi myös yli 100 miljoonan ihmisen markkinat muissa IVY-maissa. Kahdella yrityksellä syynä Venäjän toimintaan on se, että Venäjä on lähellä. Lisäksi kahden muun yrityksen motiivina ovat asiakassuhteet, halu palvella venäläisiä asiakkaita.

Erään yrityksen motiivina tuotannolliseen toimintaan Venäjällä on se, että Venäjä pyrkii mahdollisimman pieneen elintarviketuontiin tämän vuosikymmenen lopulla. Tämän päämäärän saavuttamiseksi voidaan kilpailevaa tuontia hankaloittaa tai se voidaan suorastaan estää. Toisen yrityksen motiivina Venäjä-toimintaan oli yrityksen hyvä osaaminen sekä taloudelliset resurssit lähteä Venäjälle. Kolmannessa yrityksessä päätökseen vaikutti yrityksen aiempi historia Venäjä-toiminnassa. Neljännen yrityksen motiivina ovat osittain myös kustannukset, vaikkakin haastateltavan mukaan työ ei ole Venäjällä kovin paljon halvempaa kuin Suomessakaan.

Pari yritystä mainitsi motiivinsa muuttuneen ajan kuluessa. Alkuvaiheessa näiden yritysten ylimääräistä kapasiteettia myytiin Venäjälle. Viime aikoina toiminta on muuttunut selvästi strategisemmaksi ja Venäjän laajaa markkinaa hyödyntäväksi.

Onnistumiset ja myönteiset kokemukset

Neljä haastateltua kertoi myönteisiä kokemuksia Venäjällä olleen todella runsaasti. Yksi haastateltu sanoi myönteisiä kokemuksia olleen jopa 99-prosenttisesti. Viisi yritystä mainitsi onnistumisten liittyvän Venäjän osuuden kasvuun viennissä, tuotteiden myynnissä sekä markkina-asemien ja asiakassuhteiden määrässä. Kolme haastateltua mainitsi onnistumisena sen, että tuotemerkeistä tai yrityksestä on onnistuttu luomaan vahva ja tunnettu brändi Venäjällä.

Neljän yrityksen edustajat kertoivat olevansa hyvin tyytyväisiä venäläiseen henkilökuntaansa. Venäläisen johdon ja henkilöstön osaaminen on ollut erittäin korkeatasoista. Venäläiset työntekijät ovat ahkeria, halukkaita oppimaan ja kehittymään. Erään haastatellun mielestä Venäjällä on erinomainen koulutus ja ihmisten perusvalmiudet on hyviä.

Kahdella haastatellulla yrityksellä onnistumiset liittyivät yhteistyöhön venäläisten jakeluyhtiöitten kanssa. Eräälle haastatellulle on ollut positiivinen kokemus se, kuinka hyvin strukturoitua ja tehokasta paikallinen jakelu on. Toiselle yritykselle mukanaolo modernin vähittäiskaupan kehittämisessä on mahdollistanut mukanaolon isojen kauppaketjujen valikoimissa.

Haastatteluissa tulivat ilmi myös seuraavat myönteiset kokemukset:

- Kertynyt valtava määrä osaamista Venäjään liittyen.
- Kyky toimia nopeasti Venäjällä.
- Tuotteita on joka puolella Venäjää myynnissä.
- Liikevoittoprosentti on länteen verrattuna kaksinkertainen, toiminta on hyvin kannattavaa.
- Kilpailu on vähäisempää Venäjällä.
- Kaikki on järjestynyt Venäjällä, vaikei ehkä samalla tavalla kuin lännessä ajatellaan.
- On myyty samoilla maksuehdoilla kuin lännessäkin, eikä ole ollut ongelmia.
- On läpiviety varsin mittavia investointeja ilman suurempia hankaluuksia.
- On vältetty hankaluuksilta viranomaisten kanssa.
- Ennen ruplakriisiä oli erittäin positiivisia kokemuksia, toiminta oli kannattavaa ja kasvavaa ja sinne pystyi viemään mielenkiintoisiakin tuotteita.

Epäonnistumiset ja vaikeudet

Kolmen yrityksen edustajat eivät osanneet sanoa mitään erityisiä vastoinkäymisiä tai vaikeuksia Venäjän toimintaan liittyen. Erään haastatellun mukaan kohdatut vaikeudet Venäjällä eivät ole poikenneet millään tavalla muihin maihin verrattuna.

Lähes puolet haastatelluista mainitsi vaikeutena vuoden 1998 valuuttakriisin Venäjällä. Muutama haastateltu kertoi yrityksellään olleen jonkin verran luottotappioita kriisistä johtuen. Kriisin jälkeen ei oltu enää kilpailukykyisiä Suomesta käsin, koska venäläiset pääsivät sen seurauksena parantamaan ja vahvistamaan omaa teollisuuttaan.

Kolme yritystä mainitsi liiketoimintaa hankaloittavana asiana Venäjällä byrokratian sekä viranomaisten toiminnan ja lahjonnan. Erään haastatellun mielestä byrokratia on Venäjällä suurin liiketoiminnan hidaste. Toinen haastateltu kertoi, että kilpailijat pystyvät lahjomalla viranomaisia vaikeuttamaan toisten yritysten toimintaa. Kaksi haastateltua kertoi yrityksilleen tapahtuneen epäonnistumisia koskien sitä, ettei jokin tuote ole mennyt kaupaksi tai jokin toiminta ei ole kannattanutkaan.

Myös seuraavat vaikeudet tulivat esille haastatteluissa:

- Juridisten prosessien hitaus.
- Vahva vähemmistösuoja, joka haittaa yritysjärjestelyjä.
- Voi tulla yllättäviä ongelmia, mikään ei suju niin nopeasti kuin kuvittelisi.
- Talouden pitkän aikavälin kehityksen ennustaminen on vaikeaa. Valuuttariski ei ole hävinnyt teoreettisena riskinä.
- Aliomavaraisuus. Tuontilisenssit ovat välttämättömiä jatkuvan tuotannon harjoittamisessa.
- Venäläistä henkilökuntaa on vaikea saada ymmärtämään markkinatalouden ehdot.
- Työntekijöitä pitää ohjata enemmän kuin Suomessa.
- Erilainen kulttuuri tehdä töitä.
- Aiemmin sopimuskulttuuri oli erilainen, venäläinen osapuoli ei kokenut kauppasopimusta 100-prosenttisesti sitovana.
- Rakennushankkeiden myöhästely.
- Moskovan liikenneongelmat.
- Se, ettei ymmärretty aikoinaan mennä Venäjälle.

Kehittämiskohteet

Kahdessa yrityksessä kehittämiskohteena Venäjän toiminnassa on oman tuotannon aloittaminen Venäjällä. Eräällä yrityksellä kehittämiskohteena on merkittävän investointiohjelman läpivieminen. Yhden yrityksen edustaja mainitsi kehittämiskohteena olevan mahdollisimman laajapohjaisen myynnin Venäjällä. Erään haastateltavan mukaan kehittämiskohteita ovat toimitusvarmuuden ja -kyvyn parantaminen, asiakassuhteiden hoitaminen, tuotteiden merkkipäätöksen säilyttäminen ja kehittäminen, sekä uusien tuotteiden tuonti markkinoille. Yhdellä yrityksellä suurin kehittämiskohde on henkilöstön osaamisen kehittäminen.

Erään haastatellun mielestä kehittämiskohteena Venäjällä liiketoimintaympäristöön liittyen on byrokratian vähentäminen. Toisen haastatellun mielestä suurin kehittämiskohde Venäjällä on

kehittää logistista toimivuutta ja sen hallintaa. Kolmannen haastattelun mukaan lainsäädäntöä tulisi vielä kehittää. Neljännen haastattelun mukaan kehittämiskohteena Venäjällä on laadukkaan raaka-aineen saannin varmistaminen.

Suomen investointikanta Venäjällä on kasvanut. Venäjältä ei ole investoitu lainkaan Suomen elintarviketeollisuuteen. Viroon on tehty Suomesta kaksi kertaa enemmän investointeja elintarviketeollisuuteen kuin Venäjälle. Suomalaiset ovat hyvin pieniä tekijöitä Venäjällä toimivien elintarvikeyritysten joukossa. Pääosin suomalaiset yritykset toimivat Venäjällä viennin kautta, vain neljällä suomalaisyrityksellä on elintarvikkeiden valmistusta Venäjällä. Yrityksiä houkuttavat Venäjän suuret, kasvavat markkinat.

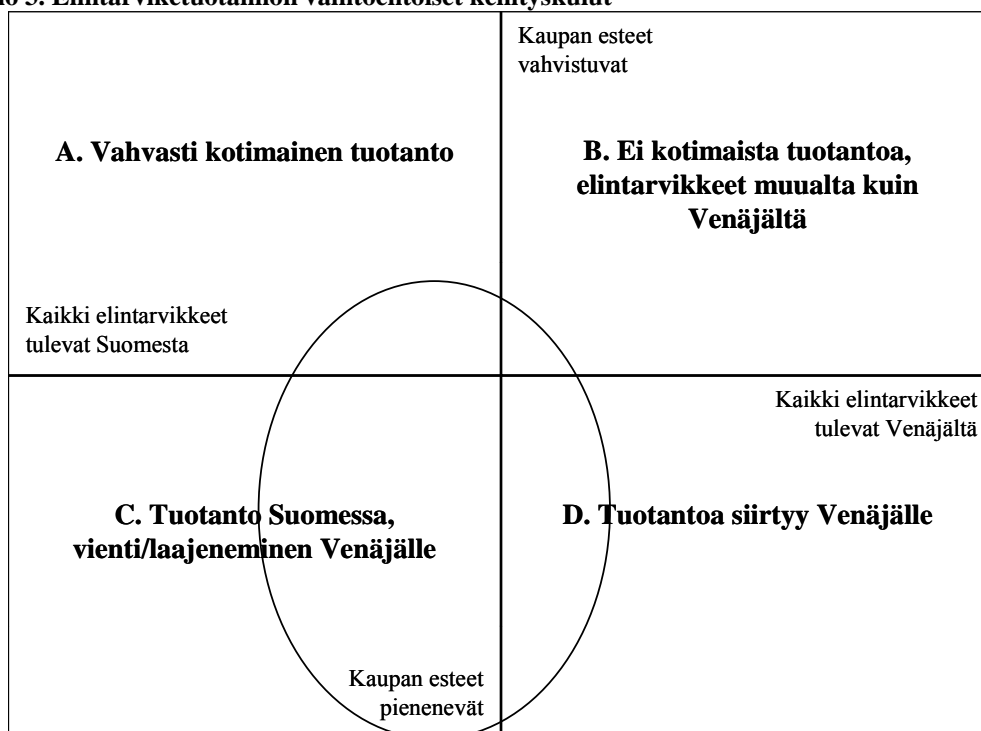
3 Siirtykö elintarviketuotantoa? – vaihtoehtoiset kehityskulut

Tämä kappale tarkastelee haastatteluiden perusteella elintarviketuotannon mahdollisia kehityskulkuja, joista muutamaa todennäköisempää tarkastellaan lähemmin.

Tällä hetkellä vain yksi haastatelluista yrityksistä, joilla on valmistusta Venäjällä, tuo valmistamia tuotteita Venäjältä Suomeen. Yksi yritys on tuonut tähän asti vain raaka-ainetta, mutta suunnittelee valmiidenkin tuotteiden tuomista Suomeen. Tällöin kyseessä olisivat sellaiset tuotteet, joita ei valmisteta kyseisen yrityksen tuotantolaitoksissa Suomessa. Myös toinen yritys suunnittelee tuotteiden tuontia Suomeen. Suomen markkina voi olla liian pieni, että tänne kannattaisi investoida, mutta Venäjällä taas olisi tuotteelle isot markkinat. Tiettyjen kiinnostavien niche-tuotteiden osalta tuotanto kannattaa perustaa isommalle markkinalle. Syynä tuontiin Venäjältä olisi hintakilpailukyky, ja tuotelaatukin olisi hyvä, kun tuotteet tehtäisiin omissa tuotantolaitoksissa.

Kahden yrityksen, joilla on valmistustoimintaa Venäjällä, edustajien mukaan heillä ei ole tuontia Venäjältä Suomeen, eikä ole suunnitelmassakaan. Syynä mainittiin tuotteita valmistettavan paikallisesti paikallisen maun mukaan. Myös EU:n suojatullit ovat tällä hetkellä esteenä yritysten elintarviketuonnille. Elintarviketuotannon eri kehityskulkuja voidaan tarkastella nelikentän avulla (kuvio 3).

Kuvio 3. Elintarviketuotannon vaihtoehtoiset kehityskulut



Kuvioon on merkitty soikiolla alue, jonka haastatellut näkivät todennäköisimmäksi suomalaisen elintarviketuotannon kehityssuunnaksi. Kotimaisen tuotannon ei nähdä tällä hetkellä häviävän Suomesta. Elintarvikeyritykset tulevat viemään elintarvikkeita ja laajentamaan toimintaansa Venäjälle, mutta elintarvikkeiden valmistuksen ei nähdä siirtyvän Venäjälle lukuun ottamatta joitakin tuoteryhmiä. Seuraavassa käydään läpi kuviossa 3 olevia kehityssuuntia haastateltujen näkökulmasta kehityssuunnasta A kehityssuuntaan D, lukuun ottamatta B-kohtaa, joka on hyvin epätodennäköinen kehityssuunta.

Haastatellut näkivät käytännössä vain nelikentän alaosassa olevat vaihtoehdot todennäköiseksi, sillä Venäjän oletetaan liittyvän lähitulevaisuudessa WTO:hon ja kaupan esteiden pienenevän sen myötä. Pääosin haastatellut suhtautuivat melko epäilevästi mahdollisuuteen, että suomalaiset elintarvikeyritykset investoisivat tuotantoyksiköihin Venäjällä, ja alkaisivat tuoda sieltä elintarvikkeita Suomeen. Tätä mallia viidestätoista haastatellusta vain kolme piti realistisena vaihtoehtona. Seuraavassa käydään läpi kotimaista tuotantoa suosivia näkökulmia kehityssuuntaa A koskien.

3.1 Tuotannon siirtymistä vastustavia tekijöitä

Yli puolet haastatelluista oli sitä mieltä, että ne elintarvikeyritykset, jotka investoivat Venäjälle, ajattelevat **Venäjän** suuria 150 miljoonan ihmisen **markkinoita** eivätkä länsimarkkinoita. Erään haastatellun mukaan Venäjä nielaisee kaiken tuotannon, mitä suomalainen yritys pystyy tekemään. Yhden haastatellun mukaan Venäjä pitäisi ottaa ensin kotimarkkinaksi, ja vasta siitä voisi ehkä seurata tuontia Suomeen.

Lähes puolet haastatelluista oli sitä mieltä, että jos elintarviketuotantoa jonnekin siirtyy, on todennäköisempi paikka **Baltia**, koska se on EU:n aluetta, sijaitsee lähellä ja palkkakustannukset ovat huomattavasti alhaisemmat kuin Suomessa. Erityisesti käsityövaltaisessa teollisuudessa tuotanto voisi tulla halvemmaksi. Baltian omilla markkinoillakin on vielä paljon kasvunvaraa. Toisaalta tällaista kehitystä hillitsee se, että Baltian kustannustaso kasvaa hurjaa tahtia, minkä lisäksi siellä on ankara työvoimapula. Kun EU laajentui, puhuttiin kovasti, että elintarvikkeita aletaan tuoda Baltiasta Suomeen, mutta määrät ovat jääneet hyvin pieneksi. Baltiasta on tuotu esimerkiksi Virossa valmistettuja maitotaloustuotteita, mutta niiden on ollut vaikea lyödä itseänsä läpi Suomessa, vaikka ne saattaisivat olla jopa paremman makuisia. Virossa toimivat Rakvere Lihakombinaat (HK Ruokatalo) ja Leibur (Vaasan & Vaasan) eivät ole edes olleet innokkaita tuomaan tuotteitaan Suomeen kapasiteetin riittämättömyyden sekä sen vuoksi, että Suomen elintarvikemarkkinat halutaan jättää konsernien suomalaisten yritysten hallintaan (CEMAT 2005).

Suurin este elintarviketuotannon siirtymiseksi Suomesta Venäjälle on se, ettei EU:lla ja Venäjällä ole kahdenvälistä sopimusta, eli elintarvikkeita ei voi tuoda Venäjältä Suomeen, koska ne eivät täytä EU:n **elintarvikelainsäädäntöä**. Säädoskokonaisuuksia on noin 60 kappaletta koskien muun muassa pakkausmerkintöjä, lisäaineita, vierasainejäämiä, hygieenisiä valmistustapoja, mikrobiologisia raja-arvoja ja tuotteiden koostumusta (ETL 2006a). Esimerkiksi Baltian maat joutuivat tekemään mittavia investointeja saavuttaakseen EU:n hygieniatason. Näiden hygieniavaatimusten täyttämiseen Venäjällä menee vielä useita vuosia, ja ne sisältävät monia osa-alueita lähtien karjan rokotusohjelmista. Vaikka tehdas olisikin suomalaisomisteinen, ei EU välttämättä hyväksy sen tuotteiden pääsyä EU:n alueelle. Erään asiantuntijan mukaan pitkällä aikavälillä EU tulee kuitenkin hyväksymään Venäjällä toimivat laitokset määräysten osalta ja sallimaan niiden tuotteiden tulon EU:n alueelle.

Kolmen haastatellun mukaan venäläiset tuotteet eivät tänä päivänä täytä sitä **laatutasoa** ja laatustandardeja mitä länsieurooppalaisella kuluttajalla on. Siksi venäläiset eivät ole kilpailukykyisiä länsimarkkinoilla. Laatu tietenkin paranee sitä mukaa mitä enemmän sinne menee länsimaista tuotantoa. Siinä vaiheessa kun laatuasiat on saatu kuntoon, voitaisiin Venäjältä tuoda private label –tuotteita Suomeen, mutta on hyvin epätodennäköistä, että yritykset alkaisivat tuoda sieltä tuotteita omilla kattobrändeillään.

Eräs haastateltu otti myös esiin sen näkökohdan, että **Venäjällä ei ole** loppujen lopuksi kovin **halpaa tuottaa**. Venäjällä raaka-aine on kallista, koska sitä on paikallisesti vähän saatavilla ja sitä joudutaan tuomaan ulkomailta. Palkkataso on toki Suomea alhaisempi, mutta esimerkiksi meijeripuolella palkat ovat vain 10% tuotannon arvosta. Liettuastakaan ei ole kannattanut hinnan takia tuoda meijerituotteita, koska lisättäessä hintaan vielä kuljetuskustannukset Suomeen, ovat erot lopputuotteen hinnassa hyvin pieniä verrattuna Suomessa tuotettuihin tuotteisiin. Vaikka Suomen ja Venäjän välillä ei olisi tullirajoja, ei silloinkaan kannattaisi siirtyä Venäjälle, vaan pikemminkin kannattaisi tuottaa Suomessa ja viedä tuotteet suoraan Moskovaan. Erään haastatellun mukaan sivukulut ovat todella suuret Venäjällä johtuen byrokraattisuudesta. Yritykselle tulee lisäkustannuksia, kun pitää palkata erikseen henkilöitä, jotka hoitavat sellaisia paperitöitä, joista ei ole Suomessa kuultukaan. Työnantajan sivukulut palkasta ovat lähes Suomen tasoa.

Venäjän **pankkisektori** on erittäin alkeellisella tasolla. Läntisten rahalaitosten tuloa maahan on tiukasti rajoitettu hallinnollisin toimin, mitä ei ole tehty monissa muissa siirtymätalouksissa. Esimerkiksi Virossa 99% pankkien pääomakannasta on läntisten rahalaitosten hallussa (UNCTAD 2004). Länsimaat ovat vaatineet Venäjän WTO-jäsenyyden eräänä ehtona pankkipääoman etabloitumisen helpottamista Venäjälle tultaessa. Useilla

venäläisillä suuryrityksillä on ”oma” pankkilaitoksensa, mikä vääristää kilpailua. Nominaaliset korot ovat korkealla tasolla ja pankkilainoja on vaikea saada.

Suomessa FINNVERA voi periaatteessa rahoittaa suomalaisten yritysten investointeja Venäjälle. Tällöin kuitenkin lainoihin vaaditaan länessä olevat takuut. Näin ollen Venäjälle etabloituvien yritysten on harkittava tarkkaan investointiensa rahoitus. Venäjällä mahdollisesti syntyviä voittoja voidaan vapaasti kotiuttaa.

Logistiikka ja liikenneinfrastruktuuri ovat yksi suuri ongelma, johon yritykset joutuvat panostamaan, jos haluavat perustaa tuotantoa Venäjälle. Tämä aiheuttaa sen, että vain suurilla yrityksillä on resursseja investoida Venäjälle. Liikenneinfrastruktuurin kehittymisen uskotaan vaativan vielä vuosia. Tämän lisäksi investoija elintarvikesektorilla joutuu panostamaan raaka-ainehuoltoon, kylmäketjuun jne. Rajamuodollisuudetkin vievät tällä hetkellä oman aikansa, eivätkä elintarvikkeet yleensä kestä pitkiä kuljetus- ja odotusaikoja.

Investointisuojausopimusta Suomen ja Venäjän välille ei ole saatu useista yrityksistä huolimatta allekirjoitettua. Keväällä 2002 yritys saada sopimus voimaan kaatui siihen, ettei Venäjä hyväksynyt metsäteollisuutta sopimuksen piiriin. Sopimuksella olisi suuri merkitys suomalaisille investoinneille, sillä sen avulla saataisiin estettyä muun muassa kaksoistariffit, ts. ulkomaiset yritykset maksavat enemmän sähköstä, vedestä ja kuljetuksista kuin venäläiset yritykset. (Finpro 2005) Investointien suojausopimuksen puuttuessa on riskinä, että lainsäädännön muuttuessa yritys voi joutua heikompaan asemaan kuin Venäjälle mennessään. Erään haastatellun asiantuntijan mukaan raja on jo madaltunut ja tuleva investointisuojausopimus koskee vain isoja investointeja. Kyse on siitä, tuleeko viranomaistoiminta koskaan paranemaan. Yhtä mieltä ollaan siitä, että Venäjän tilanne muuttuu koko ajan, ja rajamuodollisuudet helpottavat, mutta kukaan ei tiedä milloin.

Elintarviketuotannon siirtymistä vastustaa myös näkemys, että elintarvikeala on yleensä vahvasti **paikallista**, eikä maailmalla ole montakaan suurta merkki- tai vientielintarviketta, joka menisi kätevästi rajan yli, vaikka ala on volyymiltaan suuri. Elintarvikkeet tehdään suurimmaksi osaksi paikallisesti paikallisille mauille.

Suomalaiset kuluttajat eivät ostaisi Venäjällä valmistettuja elintarvikkeita

Seitsemän haastatellun mukaan suomalaiset eivät osta vapaaehtoisesti Venäjällä valmistettuja elintarvikkeita. Parin haastatellun mukaan niitä ei ostettaisi, vaikka tuotteet olisivat tutun turvallisen suomalaisen yrityksen valmistamia.

Eräs haastateltu sanoi, että hintaeron täytyisi olla valtava venäläisen tuotteen eduksi, jotta sitä ostettaisiin Suomessa. Suomalaisilla on vahva usko kotimaisen elintarvikkeen laatuun ja turvallisuuteen. Suomalaiset ovat valmiita maksamaan enemmän esimerkiksi suomalaisesta kuin uusiseelantilaisesta lampaasta.

Venäläisillä elintarvikkeilla on kyseenalainen vanha imago suomalaisten keskuudessa. Kuluttajat eivät luota venäläisten tuotteiden turvallisuuteen, eivätkä suostu ostamaan, kun pelkäävät salmonellaa tai muuta vastaavaa. Toisaalta erään haastatellun mukaan venäläisetkin kuluttajat ajattelevat, että heidän omat tuotteensa ovat kaikkein parhaimpia. Kuluttajalaadun saaminen niin hyväksi, että se houkuttelee suomalaisia kuluttajia ostamaan, mietitytti erästä asiantuntijaa. Hän mainitsikin, että *”kestää kyllä todella pitkään ennen kun suomalainen kuluttaja ostaisi venäläistä elintarviketta.”*

Eräs haastateltu uskoi, että jotain erikoistuotteita voisi mennä kaupaksi Suomessa, mutta ei kovin merkittäviä määriä. Toinen haastateltu sanoikin: *”Vaikea nähdä, että siitä mitään suurta bisnestä tulisi, mutta eihän se poissuljettua ole.”*

Kumpikaan haastatelluista vähittäiskaupoistakaan ei hanki Suomen kauppoihin Venäjällä valmistettuja elintarvikkeita. Toisen kaupan edustajan mukaan tuontiprosessi on monimutkainen ja toisaalta kuluttajien mielikuvat vaikuttavat.

Tuotannon pysymistä Suomessa edistäviä tekijöitä

Kuusi haastateltua mainitsi suomalaisten **asenteet** tuotannon Suomessa pysymistä edistäviksi asioiksi. Suomalaiset haluavat ostaa suomalaista, heidän mielikuvansa suomalaisista tuotteista on hyvä, eivätkä kuluttajat luota muualta tullessiin elintarvikkeisiin, varsinkaan tuoretuotteiden kohdalla.

Kuusi kertaa mainittiin myös **laatutekijät**, eli suomalaisen elintarviketuotannon tuotteet ovat korkealaatuisia ja ne on tehty hyvistä raaka-aineista. Laatutekijöihin liittyen mainittiin kuudesti myös **tuoteturvallisuus**. Tuotteet ovat puhtaita ja niiden alkuperä tiedetään. Kuluttajat arvostavat paljon kotimaista ruokaa ja luottavat laatujärjestelmään ja -ketjuihin, viranomaistoimintaan ja -valvontaan sekä omavalvontaan jne. Tätä kuvastaa hyvin se, että esimerkiksi eteläisessä Euroopassa ihmiset välttävät tällä hetkellä hysterian lailla syömästä siipikarjanlihaa lintuinfluenssan takia, mutta Suomessa se ei ole paljoakaan vaikuttanut lihankulutukseen.

Neljä haastateltua mainitsi sen, että **tuotannon** Suomessa tulee pysyä **kilpailukykyisenä**. Eräs haastateltu oli sitä mieltä, että kukaan ei ole valmis ostamaan suomalaista tuotetta pelkästään suomalaisuuden takia, jos se on selkeästi kalliimpi kuin ulkomainen tuote. Näin ollen myös tuottavuuden tulisi parantua Suomessa.

Raaka-aineen saanti kotimaasta oli neljän haastatellun mielestä tärkeä tekijä. Erään haastatellun mielestä kohtuuhintaisen raaka-aineen saanti on ylivoimaisesti tärkein tekijä tuotannon pysymisessä kotimaisena. Toisen haastatellun mukaan tähän auttaa esimerkiksi sopimusviljely.

Parin haastatellun mukaan tuotannon pysymistä Suomessa edistävät hyvässä kunnossa oleva **infrastrukturi** ja niiden ansiosta kohtuullisena pysyvät logistiikkakustannukset verrattuna pitkiin välimatkoihin. Myös suomalaisten **makutottumukset** ovat tärkeä tekijä. Tuotanto Suomessa on lähempänä asiakasta ja paikalliset yritykset pystyvät tuottamaan suomalaisiin kulutustottumuksiin oikean tuotteen. Suomalaisten yritysten etu on kuluttajaläheisyys sekä kuluttajan ymmärtäminen ja kuluttajien toiveisiin reagoiminen.

Neljä viidestä haastatellusta oli sitä mieltä, että elintarviketuotanto pysyy pääosin kotimaisena, eikä tuotannon siirtymistä Venäjälle tule tapahtumaan elintarviketeollisuudessa. Siirtyminen on ollut mahdollista jo pitkään muihin EU-maihin, mutta sitäkään ei ole tapahtunut. Kuluttajien asenteet venäläisiä elintarvikkeita kohtaan ovat suurena esteenä tuotannon siirtymiselle. Venäjällä tuotettu elintarvike ei tulisi välttämättä halvemmaksi kuin suomalainen, johtuen kuljetuskustannuksista, sivukuluista ja työvoimakustannusten pienestä osuudesta tuotannossa. Venäjän liiketoimintaympäristöön liittyen tuotannon siirtymiselle on monia esteitä kuten huono infrastrukturi.

3.2 Elintarviketeollisuuden laajeneminen Venäjälle

Vaikka suurin osa vastanneista ei uskonutkaan tuotannon siirtymiseen, uskoivat lähes kaikki elintarviketuotannon laajenevan Suomesta Venäjälle. Kehityssuunta C nähtiinkin kaikkein todennäköisimpänä elintarviketuotannon kehityssuuntana. Tätä kehitystä on jo tapahtunut, eikä se ole vähentänyt Suomessa tapahtuvaa tuotantoa.

Monet suomalaiset elintarvikevalmistajat toimivat jo nyt Venäjällä ja sinne investoidaan yhä enemmän. Suomessa elintarvikesektorilla ei ole juurikaan kasvunvaraa ja yritykset menevät hakemaan kasvua ja isoja markkinoita Venäjältä, niin kuin kasvua on haettu tähän mennessä Baltiasta ja Puolasta. Yrityksen kasvu on välttämätöntä, ja Länsi-Euroopasta on enää vaikea löytää kasvua, koska siellä on jo ylituotantoa elintarvikealalla. Tuotantoa laajentamalla pystytään parantamaan yrityksen kilpailukykyä Venäjällä ja myös Suomessa.

Jopa kolmasosa haastatelluista mainitsi, että seuraavan viiden vuoden aikana monet yritykset Suomesta laajenevat Venäjälle. Erään haastatellun mielestä sinne on turha enää mennä sen jälkeen, ainakaan muuten kuin yritysostolla. Ongelmana on, että yrityksistä maksetaan jo nyt todella kovia summia ja hinnat nousevat koko ajan. Myös ammattiosaajista maksetaan paljon.

Venäjän edut elintarviketuotteiden valmistusmaana

Yli kaksi kolmasosaa (11) vastanneista mainitsi suurimmaksi eduksi tuotannollisessa toiminnassa Venäjän isot markkinat. Erään haastatellun mukaan isot markkinat ovat Venäjän ainoa etu, eikä Venäjällä ole muuta hyvää tarjota elintarvikkeiden valmistusmaana. Hänen mielestään Venäjä on elintarviketuotteiden valmistusmaana suuria markkinoita lukuun ottamatta heikommassa asemassa verrattuna esimerkiksi uusiin EU-jäsenmaihin. Kuusi haastateltua mainitsi myös suuren kasvupotentiaalin Venäjällä. Suuret merkittävän ostovoiman kasvukeskukset ja osittain neitseellinen markkina mainittiin kerran.

Kaksi haastateltua korosti, että tuotteille saa Venäjällä valmistettuna kotimaisen leiman, paikallisen brändin ja niillä on paremmat mahdollisuudet saavuttaa vakaa markkina-asema segmentissään. Eräs haastateltu painotti lisäksi, että Venäjä on vanha ruokakulttuurimaa, joka arvostaa elintarviketuotantoa. Toisen haastatellun mielestä Venäjällä on mahdollisuus saavuttaa hyvä kustannus- ja kilpailukyky, jos yritys on hyvin johdettu.

Esteet tuotannon laajentumiselle Venäjälle

Tässä kappaleessa käsitellään tuotannon laajentumisen esteitä. Monet laajentumisen esteet ovat kuitenkin samanaikaisesti myös tuotannon siirtymisen esteitä. Esteet keskiarvoineen on koottu taulukkoon 6.

Taulukko 6. Esteet suomalaisten elintarvikeyritysten tuotannon laajentumiseksi Venäjälle, keskiarvot (n=15, asenteet n=13, tuontia koskevat EU:n määräykset n=12)

Vastaajat	Raaka- aineet	Liiketoiminta- ymp.	Infra- strukt.	Asenteet	Riskit	WTO- jäsenyys	Kilpailu- tilanne	Tuonti- mää- räykset	Tuotta- vuus
Kaikki	3,5	3,3	3,2	2,9	2,9	2,7	2,5	2,3	2,1
Elintarvike- yritykset	3,0	2,8	2,9	3,3	2,6	2,4	2,5	2,3	2,1
Muut	4,4	4,2	3,8	2,0	3,4	3,2	2,4	2,3	2,0

1=ei ole este, 5=erittäin merkittävä este

Suurimpana esteenä haastatellut pitivät **raaka-aineiden saantiongelmia** (ka=3,5) Venäjällä. Muut vastaajat pitivät tätä huomattavasti suurempana esteenä kuin elintarvikeyritykset. Tämä voi johtua siitä, ettei muilla vastaajilla ole niin realistista käsitystä raaka-aineen saannista kuin elintarvikevalmistajilla, jotka toimivat Venäjällä. Vain kahden haastatellun mielestä raaka-aineen saanti ei ole ongelma, muiden mielestä se on kohtuullisen suuri tai erittäin merkittävä ongelma.

Raaka-aineen saanti Venäjällä on hyvin alakohtaista. Venäjällä on kyllä viljaa, mutta laadussa on ongelmia, ei saada sellaista laatua kun haluttaisiin ja jos saadaankin, voi se olla jopa kalliimpaa kuin Suomessa johtuen liitännäis- tai sivukustannuksista. Raaka-aineiden saannin epävarmuus on jopa estänyt investointeja monella sektorilla Venäjällä. Näiden kommenttien valossa Venäjälle ei kannata siirtää Suomesta tuotantoa, joka on vahvasti riippuvainen paikallisen raaka-aineen saannista ja jota on Suomessa hyvin saatavilla. Eräs haastateltava kuitenkin huomautti, että jos investointi on esimerkiksi Pietarin alueella, voidaan raaka-aine tuoda tarvittaessa Suomestakin. Todennäköistä kuitenkin on, että tässä vaihtoehdossa tuotteen hinta muodostuu liian kalliiksi, kun raaka-aineesta joudutaan maksamaan tullit. Tämä este tulee tulevaisuudessa pienenemään, kun Venäjä saa lisättyä omaa raaka-ainetuotantoaan.

Yleisen liiketoimintaympäristön puutteet Venäjällä koettiin toiseksi suurimmaksi esteeksi (ka=3,3). Erään haastatellun mukaan ymmärtämättömyys yleisestä liiketoimintaympäristöstä voisi olla jopa kuusi asteikolla yhdestä viiteen. Hänen mielestään kuitenkin Venäjällä kaikki asiat järjestyvät ja elämä on pääpiirteissään samanlaista kuin muuallakin. Vastausten perusteella liiketoimintaympäristön puutteet nähdään Suomesta katsottuna suurempana

ongelmana kuin paikan päällä. Todellisuudessa yritykset toimivat monenlaisissa olosuhteissa, eikä mikään voi taata täydellistä suojaa yritykselle kuitenkaan.

Liiketoimintaympäristön ongelmallisuus yhdistyi usein vastauksissa epäselvään ja puutteelliseen lainsäädäntöön. Liiketoimintaympäristön puutteet eivät ole olleet ylitsepääsemättömiä esteitä niille, jotka ovat Venäjälle investoineet. Suomalaisten elintarvikeyritysten investoinnit Venäjälle eivät ole olleet niin suuria suhteessa liikevaihtoon, että yritys olisi kaatunut, jos Venäjällä olisi käynyt huonosti. Venäjälle on siis menty pieniin askelin. Ongelmia Venäjän liiketoiminnassa saattavat aiheuttaa asiat, joihin ei ole varauduttu kunnolla. Vaikkei niiltä voiskaan kokonaan välttyä, korostuukin Venäjällä toimimisessa osaavaa henkilökunta ja tuntemus Venäjän liiketoimintakulttuurista.

Kolmanneksi suurimaksi esteeksi tuotannon siirtymiseksi Venäjälle mainittiin (ka=3,2) Venäjän **heikko infrastruktuuri**. Erään haastatellun mielestä esimerkiksi varastoja on todella vaikea saada ja tiet ovat huonossa kunnossa. Myös hyviä rakennuspaikkoja ja -kohteita on vaikea löytää. Markkinoiden kuumentuminen vaikeuttaa infrastruktuuriin kuuluvien asioiden saamista.

Venäjän infrastruktuurin toimintaan liittyy tietty epävakaus, mikä näkyy esimerkiksi kovien pakkasten aikana. Investointeja voi osaksi estää se, että pelätään kuinka infrastruktuurin kanssa pärjää. Toisaalta tämä este tulee pienenevän tulevaisuudessa, koska lähes kaikki haastatellut uskovat infrastruktuurin paranevan jo vuoteen 2010 mennessä. Erään haastatellun mukaan infrastruktuuri alkaa olla aika hyvässä kunnossa, varsinkin kaupungeissa ja niiden lähialueilla. Maaseudulla infrastruktuuri ei kuitenkaan ole vielä kunnossa. Huono infrastruktuuri vaikuttaa siten myös raaka-aineen saantiin. Infrastruktuurin huono tila maaseudulla puoltaa myös sitä, että elintarviketeollisuuden investoinnit sijoittuvat todennäköisemmin kaupunkien läheisyyteen.

Suomalaisen yritysjohdon/omistajien asenteet olivat viidenneksi suurin este (ka=2,9). Tässä haastateltavien vastaukset olivat selkeästi jakautuneet kahtia. Joko ajatellaan, että asenteet ovat vain pieni este tai ei este ollenkaan, tai sitten ne ovat merkittävä tai erittäin merkittävä este. Huomionarvoista on, että haastatellut elintarvikevalmistajat kokivat asenteet suurimpana esteenä.

Monet suomalaiset yritykset lähtivät vuoden 1998 valuuttakriisin jälkeen Venäjältä ja ovat vasta nyt palaamassa takaisin. Kriisin takia moni yritys koki tappioita ja erään haastatellun mukaan asenteet periytyvät näistä tapahtumista. Erään haastatellun mukaan asenne venäläisiä

kohtaan on monelle suomalaiselle opetettu jo kotona, varsinkin sotien jälkeen syntyneille. Tunnetasolla vaikuttavat asenteet rajoittavat näkemästä mahdollisuuksia Venäjällä. Monien haastateltujen mielestä asenteellisuus on kuitenkin väistymässä. Monet yritykset ovat menneet Suomesta Venäjälle ja ovat nähneet selkeästi sen, että jos yritys haluaa olla kilpailukykyinen Suomessa, edellyttää se yritykseltä tiettyä kokoa, jota saadaan ulkomaan kasvun kautta.

Monet suomalaiset elintarvikeyritykset ovat osuustoiminnallisia, joten niillä ei ole intresseissä investoida Venäjälle. Esimerkiksi Valion toiminta-ajatuksessa sanotaan, että tuottajan täytyy saada mahdollisimman korkea hinta maidosta. Näillä periaatteilla ei voi kansainvälistyä, koska lopputuotteen pitäisi olla mahdollisimman kilpailukykyinen kuluttajalle. Atrialla pääomistajia ovat lihankarjankasvattajat ja heidän tehtävänä on varmistaa, että yhtiö ostaa heiltä raaka-aineen ja jalostaa sen markkinoilla. Tällöin omistaja on merkittävä este tuotannon siirtymiselle.

Poliittiset ja taloudelliset riskit Venäjällä nähdään kohtuullisena esteenä (ka=2,9). Monet haastatellut näkivät, ettei poliittista riskiä sinänsä enää ole Venäjällä, ainakaan elintarviketuotannossa. Strategisilla sektoreilla kuten energiasektorilla ja muussa luonnonvarojen hyödyntämisessä riski on suurempi johtuen valtion puuttumisesta sektorin asioihin. Erään haastatellun mukaan elintarvikepuoli on kuitenkin poliittinen asia Venäjällä, joten hyvät yhteydet keskus- ja aluehallintoon ovat välttämättömät. Eräs haastateltu sanoi, että monet pelkäävät poliittista riskiä enemmän kun se todellisuudessa onkaan johtuen asenteista. Yksi haastateltu mainitsi Putinin pitävän yllä poliittista vakautta, ja uskoi Putinin jälkeenkin saman linjan jatkuvan. Yksi haastateltu sanoi, ettei Venäjällä tehdä enää vallankumousta.

Myös taloudellisten riskien koettiin pienentyneen. Eräs haastateltava mainitsi, ettei taloudellinen riski ole enää merkittävä, koska pääomia Venäjälle tehtäviin investointeihin on hyvin saatavissa sikäläisesti tai länsimaisella rahoituksella. Riskejä voi tänä päivänä esiintyä esimerkiksi niin, että laitetaan ulkomainen yritys erilaiseen asemaan kuin venäläinen antamalla venäläisille etuja tai helpotuksia joita ulkomainen yritys ei saa. Myös yleinen lupabyrokratia ja virkamieskulttuuri voivat olla tietynlaisia riskejä. Korruptiokin aiheuttaa riskejä, yhden haastatellun mukaan ”*korruptio ei häviä Venäjältä ikinä!*”. Toisen haastatellun mukaan ei ole myöskään mitään merkkiä siitä, että byrokraattisuus vähenisi, vaan päinvastoin se lisääntyy. Venäjällä on yhä enemmän virkamiehiä ja byrokraattisuutta. Hänen mielestään voidaan kohta sanoa, että Neuvostoliitossa oli helppo toimia verrattuna Venäjän nykyiseen tilanteeseen.

Erään haastatellun mukaan suomalaisille yrityksille ei ole tapahtunut mitään dramaattista poliittisten tai taloudellisten riskien takia, mutta aina on otettava huomioon, että Venäjällä voi tulla erilaisia riskejä enemmän kuin lännessä. Eräs haastateltu kuitenkin muistutti, että *”usein suurin riski on se, ettei oteta mitään riskiä”*. Kokonaisuudessaan poliittinen tilanne Venäjällä voidaan nähdä stabiilina elintarvikevalmistajan kannalta. Taloudellista riskiäkään ei voida pitää tuotannon siirtymisen esteenä.

Kuudenneksi suurimmaksi esteeksi haastatellut näkivät Venäjän **WTO-jäsenyyden puuttumisen** (ka=2,7). Kenenkään vastanseen mielestä WTO:n jäsenyys ei ollut erittäin merkittävä este. Kolmen haastatellun mielestä WTO-jäsenyyden puuttuminen ei ole ollenkaan este Venäjän markkinoille menemiselle. Tätä perusteltiin muun muassa sillä, ettei epäselvä maansisäinen lainsäädäntö eikä byrokraattisuus sieltä kuitenkaan poistu mihinkään. WTO:n jäsenyys tietenkin pienentäisi tulleja, mutta sivukustannukset, kuten sertifiointikulut, kasvavat koko ajan. Erään haastatellun mielestä Venäjällä on kaikesta huolimatta kaikki toiminut vaikka WTO:ta ei ole ollut tähänkään saakka. Eräs haastateltu oli myös sitä mieltä, ettei WTO-jäsenyydellä ole niin suurta merkitystä, vaan asia on enemmänkin korvien välissä.

Monet taas kokivat WTO-jäsenyyden hyvin tärkeäksi asiaksi, koska tällä hetkellä kansainväliset säännöt puuttuvat ja Venäjä voi toimia miten haluaa, esimerkiksi asettamalla tuontikieltoja ilman selkeitä perusteita. WTO-maissa protektionistiset toimet menevät riitojenratkaisuelimiin. Näin ollen WTO myötävaikuttaa Venäjän avautumiseen ja pelisääntöjen tekemistä läpinäkyviksi. WTO:n toivotaan myös helpottavan tullin toimintaa, jonka eräs haastateltukin oli kokenut tähän saakka epämääräiseksi ja epäoikeudenmukaiseksi.

Erään haastatellun mukaan koko teollisuus Suomessa odottaa Venäjän WTO-jäsenyyden täyttymistä. Kun Kiina liittyi vuosituhanteen vaihteessa WTO:n jäseneksi, lähtivät investoinnit monella sektorilla kasvamaan Kiinassa huomattavan nopeasti. Samaa odotetaan myös Venäjän osalta. Eräs haastateltu kiteyttikin: *”Erittäin korkealla toivomuslistalla se (WTO-jäsenyys) on meillä kaikilla”*.

Kilpailutilanne Venäjällä koettiin kolmanneksi pienimmäksi esteeksi (ka=2,5). Kukaan ei kokenut kilpailutilannetta erittäin merkittäväksi esteeksi. Haastatellut katsoivat kilpailun kiristyvän koko ajan, jota lisää suurten kansainvälisten yritysten investoinnit. Erään haastatellun mukaan kilpailutilanne on kuitenkin selkeästi alhaisempi kuin lännessä. Eräs haastateltava myös huomautti, että hyvällä yrittäjällä on aina menestymisen mahdollisuuksia, jos tekee fiksummin kuin muut.

Kilpailutilanne riippuu Venäjän alueesta, erään haastatellun mukaan kilpailua ei voi noteerata kovin korkeaksi Luoteis-Venäjällä. Toisen haastatellun mukaan elintarviketeollisuuden kaikilla sektoreilla taas on kova kilpailu, joka on aivan eri luokkaa kuin Suomessa. Pelkkä elintarviketeollisuuden keskinäinen kilpailu on kovaa, johon lisäksi tulee asiakkaiden välinen kilpailu. Moskovassa on monia kymmeniä kauppaketjuja, joihin tuotteet pitää saada myytyä, kun Suomessa on vain muutama. Myös kynnyksrahat näihin ketjuihin ovat isoja.

Elintarviketuontia koskevat EU:n määräykset (ka=2,3) olivat toiseksi pienin elintarvikeyritysten Venäjän markkinoille meno este. Viiden haastatellun mukaan määräykset eivät ole este lainkaan. He perustelivat vastaustaan siten, ettei kukaan tai hyvin harva elintarvikeyritys siirrä tuotantoaan sinne, vaan kaikki menevät katsomaan suurta sisämarkkinaa. Tuontia koskevilla EU:n määräyksillä on merkitystä vain siinä tilanteessa, että tuotteita viedään EU:n alueelle. Tuotannon laajenemisessa ei niillä ole merkitystä.

Erään haastatellun mielestä EU:n määräykset eivät olisi este siinäkään tapauksessa, vaikka Venäjältä tuotaisiinkin elintarvikkeita. Tästä esimerkkinä on se, että Puolassa oli elintarvikelaitoksissa sertifioinnit ennen kuin Puola oli EU:n jäsen, joten sertifikaatit voisi saada Venäjälläkin, kun sinne viedään länsimaista teknologiaa ja osaamista.

Haastatellut kokivat **alhaisen tuottavuuden Venäjällä** kaikkein pienimmäksi esteeksi (ka=2,1). Kukaan ei nähnyt alhaista tuottavuutta erittäin merkittäväksi esteeksi. Jopa kuuden haastatellun mielestä alhainen tuottavuus ei ole ollenkaan este, vaan se nähtiin enemmänkin mahdollisuutena. Yleensä yritykset vievät mukanaan omat toimintatapansa ja rakentavat Venäjälle moderneja tuotantolaitoksia, jolloin saadaan melko nopeasti kohtuullinen tuottavuus aikaan. Useat yritykset Venäjällä pääsevät samanlaisiin ja parempiinkin tuottavuuslukuihin kun Suomessa. Katsottiin myös, että alhaisen tuottavuuden kanssa voi tulla toimeen kun kustannustasokin on alhainen. Yhden haastatellun mukaan alhainen tuottavuus on kuitenkin merkittävä este, eikä yritys olisi edes investoinut Venäjälle, ellei heidän olisi ollut pakko päästä tullimuurin sisälle.

Muita haastateltujen mainitsemia esteitä:

- Venäjään liittyvän liiketoimintaosaamisen huono saatavuus. Kielitaidon sekä markkinaosaamisen puute ja heikko kulttuurintuntemus.
- Työntekijöiden puute.
- Luotettavan ja hyvän yhteistyökumppanin löytäminen vaikeaa.
- Lainsäädäntö, tietty tuomarimielivalta. Aluehallinto, monella tasolla toimiminen vaikeaa.
- Rikollisuus ja korruptio.

Tuotannon laajenemismahdollisuudet toimialoittain

Kolmen haastatellun mielestä kaikki elintarvikesektorit ovat mahdollisia tuotannon laajentumisen kohteita. Hankaluutena on vain raaka-aineen saatavuus paikan päältä. Monen haastatellun mielestä Venäjälle todennäköisesti laajenee sellaisia yrityksiä, joilla on nykyisin vientiä Venäjälle ja elintarvikevalmistusta, jossa logistiikkakustannukset ovat keskeinen kustannustekijä.

Yli puolet haastatelluista mainitsi maitotaloustuotteet mahdollisena sektorina, jossa tuotantoa laajentuu Venäjälle, koska logistiikkakustannukset painavat viennissä päälle. Eräs haastateltu mainitsi erityisesti juustot mahdollisena tuoteryhmänä.

Kuusi haastateltua mainitsi lihan ja lihatuotteet mahdollisina investointikohteina. Eräs haastateltu perusteli sitä sillä, ettei lihanjalostustoiminta Venäjällä ole sillä tasolla mitä se on Suomessa. Kuusi haastateltua uskoi myös mahdollisuuksiin viljassa ja viljatuotteissa, erityisesti leivän tuotannossa. Viljaa on Venäjällä saatavissa ja sen tuottamiseen on erinomaiset edellytykset mustan mullan alueella. Kaksi kertaa laajentumiskohteena tulivat mainituksi myös juomat, terveysvaikutteiset tuotteet ja rehuntuotanto. Kerran mainittiin einekset, makeiset ja kalatuotteet.

Sijainti

Kun haastatelluilta kysyttiin mahdollisia elintarviketuotannon sijoittumisalueita Luoteis-Venäjällä, oli eräs haastateltu sitä mieltä, että tärkeitä asioita elintarviketuotannolle sijainnin kannalta ovat raaka-aineen saanti, logistiikkayhteydet, markkinat, henkilökunnan saanti, sähkön saanti ja infrastruktuuri. Jokainen yritys päättää mitkä näistä asioista painavat eniten päätöksenteossa.

Suurin osa haastatelluista mainitsi Pietarin ja Pietarin alueen todennäköisinä elintarviketuotannon sijoittumisalueina Venäjällä. Nämä mainittiin, koska ne ovat lähellä ja Pietari on suuri kulutuskeskus. Pietari koetaan turvalliseksi paikaksi toimia, se on kooltaan hahmotettava Moskovaan verrattuna. Erään asiantuntijan mukaan mikään ei sulje pois sitä mahdollisuutta, että Karjalaan voisi tulla esimerkiksi kalarehun valmistusta tai muuta pienimuotoisempaa, mutta isompi teollisuus sijoittuu mitä todennäköisimmin lähelle Pietaria. Sijainti Viipurintien varrella voisi olla ihanteellinen Suomeen tuonnin kannalta, varsinkin jos sinne saadaan moottoritie. Jos tuotantolaitos perustetaan Suomen ja Venäjän rajaseudulle, ei markkinaa välttämättä löydy. Toisen haastatellun mukaan Karjalan alueet ovat vielä niin paljon alkeellisempia, että investoinnit sinne ovat tällä hetkellä epätodennäköisiä. Myös maataloustuotannon harjoittaminen luovutetussa Karjalassa edellyttäisi perustavaa laatua

olevia muutoksia Venäjällä alkaen aina maanomistusoloista. Venäjän ympäristömääräykset on tehty niin tiukoiksi, että ne tarjoavat viranomaisille lähinnä mielivaltaiset sakotusmahdollisuudet.

Erään haastatellun mukaan Novgorodiin ja Viipuriin voisi siirtyä sellaista teollisuutta, joka valmistaa säilyvämpää tuotantoa ja jota voidaan kuljettaa pidemmälle. Näiden kaupunkien etu Pietariin nähden on se, että niissä on selkeästi edullisempaa työvoimaa ja työvoiman saatavuus on parempi. Jos yritys valmistaa huonommin säilyviä tuotteita, on Pietari silloin lähes ainoa mahdollinen paikka. Kolme haastateltua mainitsi myös mahdollisuutena investoida Pietarin ja Moskovan väliin, niin kuin moni on jo erään haastatellun mukaan tehnytkin. Novgorodin mainitsi kolme haastateltua.

Eräs haastateltu oli sitä mieltä, ettei kannata investoida ollenkaan Luoteis-Venäjälle. Hänen mielestään suomalaisilla on sellainen kuvitelma, että on jotenkin helpompaa mennä vähän rajan taakse, vaikka rajan ylityksen jälkeen on periaatteessa sama, jäädäänkö Pietariin vai lähdetäänkö saman tien kauemmas. Pietarin alueella on ongelmana se, että siellä on vähän viljantuotantoa. Luonnonolosuhteet Luoteis-Venäjällä ovat niin rankat ja ankeat, ettei elintarvikkeiden jalostuksessa tarvittavien perusraaka-aineiden tuottaminen ota onnistuakseen paikan päällä. Eräs haastateltu sanoi, että isot tuotantolaitokset hakeutuvat niille alueille, joilla viljaa tuotetaan. Lihanjalostus taas on järkevää olla lähellä isoa kulutusaluetta, samoin meijerituotteiden valmistus. Toinen haastateltu piti Moskovaa Venäjän elintarviketuotteiden kaupan ja jakelun keskipisteenä. Moskovan alueella kulutetaan paljon, ja sieltä lähtee tuotteita Itä- ja Etelä-Venäjälle. Sieltä katsottuna Pietari on aika periferiaa.

Ovatko kansainväliset elintarvikevalmistajat uhka Suomessa?

Kehityssuunta C:ssä on vaarana se, että joko kansainväliset tai venäläiset elintarvikevalmistajat alkavat tuoda halvempia elintarvikkeita Venäjältä Suomeen. Kuitenkin haastatelluista vain pieni osa piti tätä uhkaa realistisena.

Yli kaksi kolmasosaa haastatelluista oli sitä mieltä, etteivät kansainväliset elintarvikevalmistajat venäläisellä tuotannolla ole uhka Suomessa. Erään haastatellun mielestä tällä hetkellä ei ole näkyvissä minkään näköistä uhkaa, että Venäjältä tuotaisiin elintarvikkeita Suomeen. Jos se olisi teknisesti mahdollista, laatutasot olisivat hyvä ja kuluttajat hyväksyisivät tuotteet, ei Pietarin alueelta kestäisi montaa tuntia heittää elintarvikkeita rekalla Unileverin tai Nestlén tuotantolaitokselta Suomeen. Se ei ole kuitenkaan vielä erittäin pitkään aikaan todennäköistä Venäjän kohdalla.

Kolme haastateltua ei usko, että Venäjällä valmistettu tuotanto on uhka Suomessa, koska Venäjälle tehdyt investoinnit teolliseen elintarviketuotantoon tehdään nimenomaan nopeasti kasvavaa Venäjän kysyntää tyydyttävänä investointina, eivätkä he usko, että siellä tulee olemaan kapasiteettia hakea vientimarkkinoita.

Parin haastatellun mielestä Venäjällä tuotetut elintarvikkeet eivät tulisi paljonkaan halvemmiksi, koska työvoimakustannukset eivät ole niin edullisia palkkojen noustessa, inflaatio on korkea, ja lisäksi tuotteisiin tulisi rahti Suomeen.

Kolme asiantuntijaa oli sitä mieltä, että kansainvälisten elintarvikeyritysten osalta suurempi uhka tulee muualta kuin Venäjältä, koska EU:n sisällä ei ole mitään tuontirajoituksia. Eräs haastateltu sanoi, että kansainväliset elintarvikevalmistajat toimivat Venäjällä enemmän etelämpänä ja Moskovan alueella, joten hän ei näe niitä kovin suurina uhkina Suomessa. Toisen haastatellun mielestä Baltian maat tai Puola ovat paljon potentiaalisempia maita, joista kansainvälisten yritysten tuotantoa saattaisi tulla. Esimerkiksi Arla teettää edamia Puolassa ja tuo sitä Suomeen Arla-brändillä erittäin halvalla, mikä on jo aiheuttanut suuria vaikeuksia Suomessa. Lisäksi jogurtteja ja muita meijerituotteita tehdään Virossa nimenomaan kaupan omilla merkeillä. Ne eivät ole vielä päässeet massiiviseksi Suomessa, mutta ovat uhkana hintatason ollessa halvempi. Kolmannen haastatellun mielestä Länsi-Eurooppa on paljon suurempi uhka jos halutaan uhkia nähdä. Eräs haastateltu mainitsi esimerkkinä Danonen, jonka tuotteita tuodaan Länsi-Euroopasta. Toisaalta erään haastatellun mielestä ulkomaisia valmistajia ei voida pitää varsinaisena uhkana, koska se on kilpailua siinä missä mikä tahansa kilpailu. Jos venäläinen valmistus pyyhkäisee pois tuotantoa Suomessa, on se hänen mielestään vain normaalia bisneselämän darwinismia.

Pari haastateltua oli sitä mieltä, että Suomen elintarvikemarkkinoille on vaikea tulla ainakaan uusilla tuotteilla tai tuotemerkeillä, koska näiden lanseeraaminen vie hyvin kauan aikaa. Erään haastatellun mielestä tämänkaltaista tarjontaa on jossain ajassa kuitenkin odotettavissa. Elintarviketeollisuus Suomessa on hyvin kehittynyttä, ja nykyisillä valtamerkeillä on suurimmat markkinaosuudet. Hänen mukaansa elintarvikemarkkinat ovat 80-prosenttisesti kansallisia markkinoita, vaikka joissakin tuoteryhmissä on merkkejä, jotka ovat paneurooppalaisia, esimerkiksi Danonen, Nestlén ja Unileverin tuotteissa. Näiden yritysten tuotteet kilpailevat kuitenkin hyvin tarkkaan valituissa kategorioissa: jäätelöissä, lastenruoassa, pitkälle jalostetuissa jogurteissa, jälkiruoissa jne. Koko elintarvikemyynnistä niiden osuus on kuitenkin marginaalinen. Tämän haastatellun mukaan marginaalisia asioita tuotannon siirtymisen suhteen voi tapahtua, mutta kokonaisuuden kannalta ei mitään mullistavaa. Lisäksi jokaisen maan kuluttajat pitävät omaa kotimaassaan tuotettua

elintarviketta puhtaimpana ja parhaimpana. Pari haastateltua oli sitä mieltä, että suomalaiset ovat niin skeptisiä ja ennakkoluuloisia venäläisiä elintarvikkeita kohtaan, ettei esimerkiksi Venäjällä valmistettu Coca-Cola menisi kaupaksi Suomessa. Kuluttajalla on aina joku tunne elintarviketuotteeseen, jossa yrityksen tai tuottajan arvot ovat iskostuneet kuluttajalle.

Vain neljä haastatelluista yrityksistä piti ulkomaisia elintarvikevalmistajia uhkana Suomen markkinoilla Venäjällä valmistetun tuotannon turvin. Yksi haastateltu sanoi, että Suomessa on jo nyt ulkomaisia hyviä tuotteita ja jos tullit alenevat, ovat myös venäläiset tuotteet uhka Suomessa valmistetuille tuotteille. Toinenkin haastateltu uskoi, että siinä missä muualta tuleva elintarvike löytää Suomeen, tulee tuontia Venäjältäkin olemaan tietyissä tuotteissa. Venäjälle tulee muodostumaan vahvoja toimijoita samalla tavalla kuin muillekin markkinoille. Kolmas haastateltu uskoi, ettei Venäjä pitkällä tähtäimellä (2015) poikkea millään tavalla mistään muista markkinoista. Hänen mukaansa Pietariin tulee syntymään iso premium-tuotteita kuluttava segmentti ja pietarilaiselle paremmalle väelle sekä paremmalle keskiluokalle tullaan kehittämään tuotteita, jotka vastaavat Suomen laatutasoa, ja jotka kelpaavat myös Suomen sofistikoituneilla markkinoilla. Erään haastatellun mielestä kansainvälisiä elintarvikevalmistajia voidaan pitää uhkana, koska suurilla kansainvälisillä yhtiöillä on kyky lähteä ja toimia alhaisen kustannustason maissa sekä saada vientiä liikkeelle tehokkailla ja kansainvälisillä myynti- ja markkinointiorganisaatioillaan. Esimerkiksi Unileverin ja Nestlén ja muiden samantyyppisten valmistajien tuotteissa ei valmistusmaalla ole merkitystä. Turun Sinappiakkin myydään edelleen, vaikka myynnin piti loppua tuotannon siirryttyä Ruotsiin. Haastatellun mielestä tämä osoittaa kuinka nopeasti kuluttajat unohtavat jotkut asiat, vaikka tuotteena tässäkin tapauksessa oli ns. kansallinen aarre.

Monet elintarvikeyritykset, joilla on nykyisin vain vientiä Venäjälle, tulevat laajentamaan tuotantoaan Venäjälle. Laajentuminen ei kuitenkaan tarkoita tuotannon vähenemistä Suomessa. Tulevaisuudessa Venäjälle laajentumaan tulee ainakin maitotaloustuotteiden tuotanto, koska niitä viedään tällä hetkellä paljon Suomesta Venäjälle. Suomalaisten elintarvikevalmistajien tuotanto tulee sijoittumaan todennäköisimmin Pietarin alueelle. Suurimpina esteinä tuotannon laajentumiselle ovat raaka-aineiden saanti Venäjältä, liiketoimintaympäristön puutteet ja maan huono infrastruktuuri, sekä elintarvikeyritysten omistajien ja johdon asenteet Venäjää kohtaan. Kansainvälisiä elintarvikevalmistajia ei nähdä suurena uhkana Suomessa venäläisen tuotannon turvin.

3.3 Tuotannon siirtymistä puoltavia tekijöitä

Tässä kappaleessa käydään läpi näkökulmia, jotka liittyvät kehityssuuntaan D eli tuotannon siirtymiseen Venäjälle. Erään haastatellun mielestä on tosiasia, että kehitys tulee menemään **rajojen avautumiseen**. Raja tulee kyllä olemaan aina Venäjän ja Suomen välillä, mutta hänen mukaansa noin 10-15 vuoden päästä voi tulla vapaakauppasopimus. Erään haastatellun mielestä on tervettä ajatella, että maailma menee avoimempaan suuntaan ja on vain ajan kysymys milloin erilaiset rajasuojat häviävät. Silloin Venäjä on yksi ensimmäisiä vaihtoehtoja mihin elintarviketuotantoa siirtyy. Monella suomalaisella yrityksellä voi olla jo 10 vuoden päästä sellainen tilanne, että Venäjä on päämarkkina-alue, jolloin myös tuonti Venäjältä Suomeen olisi luontevaa.

WTO:n merkitys Venäjälle on tärkeä. WTO:n ajatellaan lisäävän kahdenvälistä kauppaa, koska se tuo toimintaan ennustettavuutta ja vakautta. WTO:hon liittymisen jälkeen Venäjä ei saa enää asettaa yksipuolisia tuonnin esteitä. Jos riitatilanteita esiintyy, ne menevät kansainvälisiin riitojenratkaisuelinten käsittelyyn. Hyvä hallintotapa lisääntyy Venäjällä sääntöjen takia. Yhtenäinen investointipolitiikka tuo suojaa investoinneille muun muassa koskien maanomistusta, rakentamista ym.

Erään haastatellun näkemys oli, että vuoden 2015 paikkeilla tapahtuu **tuotannon optimointia**: esimerkiksi jos yhtiöllä on toimintaa Virossa, Venäjällä ja Suomessa, keskitytään tekemään jonkin tyyppistä tuotantoa jossakin maassa ja toisenlaista toisaalla.

Eräs haastateltu uskoi, että **suomalaisuuden** ja esimerkiksi joutsenlipun **merkitys tuotteessa pienenee**. Kaupoissa on jo nykyisin paljon tuontielintarvikkeita verrattuna esimerkiksi viiden vuoden takaiseen tilanteeseen. Tulisi tottua siihen, että Suomi on osa EU:ta ja Eurooppaa, eikä pitäisi kiinnittää huomiota niinkään tuotteiden alkuperään, vaan niiden turvallisuuteen. Haastateltu ei nähnyt, että Suomen elintarviketeollisuus vierastaisi raaka-aineen ostamista Venäjältä. Suomeen joudutaan jo nykyisin tuomaan viljaa ulkomailta, koska se ei riitä omaan tuotantoon. Esimerkiksi suomalaisen ruisleivän rukiista suuri osa tuodaan Keski-Euroopasta, muun muassa Saksasta ja Puolasta. Raaka-ainetta on kuitenkin helpompi tuoda kuin kuluttajatuotteita, joihin asenteet vaikuttavat vielä vahvasti. Erään haastatellun mukaan on kuitenkin väärin luulla, että ruoka on nationalistinen kysymys, sillä markkinatalous toimii siinäkin, eli jos kuluttaja saa hyvän tuotteen halvemmalla, ei valmistusmaalla ole silloin merkitystä. Samoin Venäjälläkin muka suositaan kotimaisia tuotteita, mutta ostetaan todennäköisesti tuontituotteita tai ulkomaisia brändejä, jos vain on varaa.

Eräs haastateltu perusteli tuotannon siirtymistä sillä, että sitä on tapahtunut **muillakin teollisuuden aloilla**, esimerkiksi IKEA:n kaltaiset ketjut ovat löytäneet mahdollisuuksia Venäjältä. Samaa kehitystä voisi siis olettaa tapahtuvan elintarviketuotannonkin osalta.

Suomesta Luoteis-Venäjälle siirretty tuotantolaitos voisi tyydyttää Suomen ja Venäjän kysyntää, jolloin tuotantovolyymit voitaisiin suunnitella niin suuriksi, että ne ylittäisivät Suomen sisämarkkinoiden asettamat, vaatimattomat raamit. Tällöin saavutettaisiin kustannussäästöjen lisäksi merkittäviä mittakaavaetuja ja parempi **kustannustehokkuus**.

Kuljetuskustannukset ovat suhteellisen pienet Venäjältä Etelä-Suomeen. Toisaalta, jos öljyn hinta jatkaa nousua, voi se aiheuttaa tuotannon paikallistamisen, eikä mennäkään Venäjälle. Monia tuoretuotteita, kuten leipää, ei kannata kuljettaa kovin kaukaa. Jakelu kauas ei muutenkaan kannata, sillä tuotteen hintataso on alhainen.

Kahdeksan haastateltua mainitsi **alhaisen kustannustason** ja halvan työvoiman Venäjällä. Edullinen energia mainittiin neljässä vastauksessa kuten myös edulliset raaka-aineet, jos niitä on ylipäänsä saatavissa. Kahden haastatellun mukaan raaka-ainepohjan kehittämässä on potentiaalia ja uskottiin, että pitkällä aikavälillä Venäjällä on paikallista alkutuotantoa. Eräs haastateltu mainitsi myös Venäjän edulliset rakentamiskustannukset.

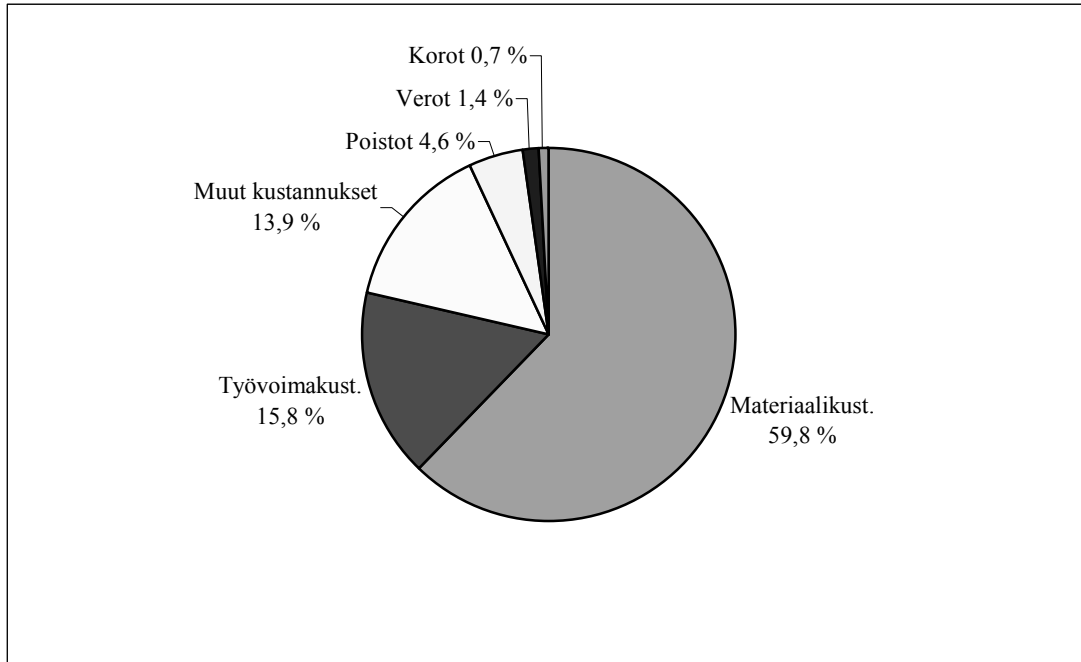
Kaikissa siirtymätalouksissa **hinta- ja palkkatasot** ovat huomattavasti alhaisempia kuin läntisen Euroopan teollisuusmaissa. Tästä seikasta johtuen lukuisat kansainväliset yritykset ovat tehneet suoria sijoituksia siirtymätalouksiin ollakseen hintakilpailukykyisiä paikallisilla markkinoilla. Näiden yritysten joukossa on runsaasti elintarvikkeiden ja juomien tuottajia.

Tyypillisinä esimerkkeinä voidaan mainita Coca-Cola ja PepsiCo, jotka pullottavat tuotteitaan laajalla verkostolla siirtymätalousalueella. Näistä edellinen on investoinut siirtymätalouksissa yhdessä läntisten franchising-partnereittensa kanssa (Hellenic Bottling Company on Coca-Colan kreikkalainen partneri. Amatil on Australiassa Coca-Colan yhteistyökumppani, joka pullottaa Coca-Colaa myös Unkarissa).

Wienin vertailevan taloustieteen laitoksen (Vienna Institute for International Economic Studies, WIIW 2006) mukaan Venäjän hintataso oli 48 prosenttia EU:n (25 maan) keskimääräisestä hintatasosta vuonna 2005, jolloin venäläinen bruttokeskipalkka oli 242 euroa kuukaudessa. Suomessa vastaava keskiansio oli noin 2 300 euroa.

Näiden numeroiden valossa voidaan olettaa, että tuotannon siirtäminen Venäjälle on potentiaalisesti kannattavaa. Tämä potentiaali konkretisoituu luonnollisesti vain siinä tapauksessa, että kyseessä on työvoimaintensiivinen toiminta, jossa halpa työvoima saadaan tuottavuudeltaan kohtuulliseksi.

Kuvio 4. Elintarviketeollisuuden kustannusrakenne v. 2004, % liikevaihdosta (9 mrd. euroa)



Lähde: ETL 2006c.

Työvoimakustannusten osuus elintarviketeollisuuden kustannusrakenteesta on vain hieman alle 16% (kuvio 4). Työvoiman tulisikin siis olla hyvin halpaa kohdemaassa, että tuotantoa kannattaisi lähteä siirtämään sinne pelkkien työvoimakustannusten takia. Kustannusrakenteessa korostuvat materiaalikustannukset, joten raaka-aineen saanti kohtuuhintaan korostuu elintarviketuotannossa.

Läntisten investointien kehitystä Venäjällä seurattaessa voidaan todeta, että läntisten yhtiöiden pääasiallisena motiivina etabloitumisessa Venäjälle on ollut uusien markkinoiden haku (market-seeking motive). Oluen kulutus on Venäjällä noussut vuoden 1995 noin 15 litrasta henkeä kohti noin 60 litraan vuonna 2005. Tässä valtavassa kasvussa ovat mukana olleet useat kansainvälisesti tunnetut panimot paikallisilla investoinneillaan.

Monet läntiset yritykset ovat edenneet yritysostojen kautta Venäjän markkinoilla. Tuoremehuja tuottava Multon, jolla oli suosittuja merkkituotteita, siirtyi vuonna 2005 Coca-Colan omistukseen. Kauppa on yksi suurin Venäjällä tehty investointi energiasektorin ulkopuolella.

Siirtykö elintarviketuotantoa Suomesta Venäjälle?

Muutama vuosi sitten sveitsiläinen Nestlé totesi, että Venäjällä juodaan 250 kupillista pikakahvia vuodessa per asukas, mikä on enemmän, kuin missään muualla maailmassa. Tähän arvioon perustuen kyseinen yritys investoi 120 miljoonaa dollaria uuteen pikakahviyksikköön, joka aloitti toimintansa Krasnodarin kaupungissa, eteläisellä Venäjällä (Business Week 2006).

Näissä tapauksissa ei ilmeisestikään ole kyse siitä, että investointien tekijät olisivat pyrkineet minimoimaan työvoimakustannukset. Perimmäisenä tarkoituksena on se, että paikallisilla tuotantolaitoksilla pyritään hakemaan jalansijaa Venäjän massamarkkinoilla, joilla hintasensitiivisyys pitää ottaa huomioon. Kalliiden erikoistuotteiden kysyntää voidaan monessa tapauksessa kattaa suoralla viennillä läntisistä tuotantolaitoksista Venäjän markkinoille. Erikoistuotteissa on myös ehkä tärkeää, että tuotanto tapahtuu lännessä, mikä oikeuttaa eksklusiivisen tuotteen korkean hinnan.

Vuosina 2003-2005 kuluttajahinnat nousivat Venäjällä noin 12%:n vuosivauhdilla. Samalla kolmevuotiskaudella eurolla sai noin 35 ruplaa. Näin ollen ruplan reaalin valuuttakurssi nousi selvästi (yli 10 prosentin inflaatiota ei kompensoitu vastaavalla ruplan devalvoitumisella). Etabloituminen Venäjälle investointien avulla on siis jossain määrin menettänyt houkuttelevuuttaan viime vuosien aikana ruplan ”vahvistumisen” myötä.

Eräs haastateltu nosti esille sen, että tuotannon siirtyminen on työmarkkinakysymyksenä hyvin arkaluontoinen, ja se edellyttäisi asian tekemistä mielekkääksi myös poliittisella sektorilla. Tuotannon siirtymistä voi tapahtua siis vain jos yhteiskunta tukee senkaltaista kehitystä.

Suomalaiset kuluttajat ostaisivat Venäjällä valmistettuja elintarvikkeita

Seitsemän haastateltua oli sitä mieltä, että suomalaiset ostaisivat Venäjällä tuotettuja elintarvikkeita. Yhden haastatellun mielestä tämä on sellainen asia, että gallupissa sata prosenttia ihmisistä sanoo, ettei missään tapauksessa osta venäläisiä tuotteita, mutta kun ne ovat kaupassa **halvempia**, niin ostavat kuitenkin. Toisenkin haastatellun mielestä hinta on aika hyvä konsultti, alhainen hinta madaltaa kuluttajien kokeilemisen kynnystä.

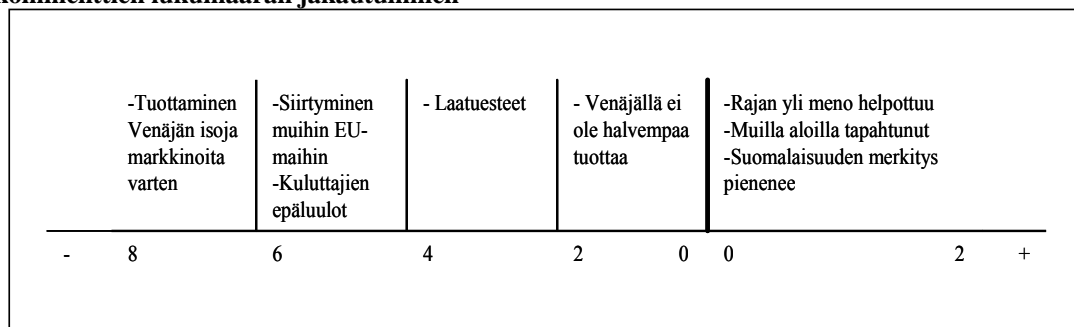
Yksi haastateltu uskoi, ettei olisi mitään ongelmaa, jos Venäjällä tuotetut tuotteet ovat **hyvälaatuisia**. Toinen haastateltu heijasti mielipiteessään omia kokemuksiaan, hänellä ei ole ollut mitään ongelma syödä tai juoda Venäjällä valmistettuja elintarvikkeita, kun ne ovat olleet länsimaisten valmistamia ja tietotaito on viety sinne.

Erään haastatellun mukaan **asenteet** eivät ole enää esteenä, jos vain kilpailukykyistä tarjontaa on olemassa. Toinen haastateltu sanoi, että negatiivinen asenne venäläisten kanssa toimimiseen on jo muuttunut todella oleellisesti. Lopullinen asenteiden muutos varmasti vie aikansa. Myös kolmas haastateltu oli sitä mieltä, että heti kun Neuvostoliitto-ajatus poistuu, on Venäjällä valmistettuja elintarvikkeita helpompi myydä, koska Neuvostoliitto herätti aivan toisenlaisia tunteja kuin Venäjä.

Erään haastatellun mielestä suomalaiset ovat oppineet ostamaan jo niin paljon ulkomailla tuotettuja elintarvikkeita, ettei hän näe Venäjää mitenkään poikkeukselliseksi tässä asiassa. Esimerkkinä käy hyvin se miten baltialaisiin elintarvikkeisiin on suhtauduttu, ne eivät ole saavuttaneet valta-asemaa, mutta niitä menee kuitenkin kaupaksi.

Eräs haastateltu uskoi, ettei **kotimaisuuden merkitys** ole enää niin suuri. Jos tuotteen valmistaja on tunnettu suomalainen yhtiö ja sitä myydään selkeästi halvempaan hintaan kun vastaavaa Suomessa tehtyä tuotetta, niin hän uskoo, että kuluttaja ostaa. Kuluttaja ei välttämättä tässä tapauksessa edes katso pakkauksen pienellä painettua tekstiä, josta valmistusmaa selviää. Myös toisen asiantuntijan mielestä suomalaisuuden merkitys pienenee, eikä valmistusmaata mietitä, vaan muut tekijät ohjaavat ostopäätöstä, kuten tuoteturvallisuus ja tuotteen terveellisyys.

Kuvio 5. Haastateltujen tuotannon siirtymistä koskevien positiivisten ja negatiivisten kommenttien lukumäärän jakautuminen



Kuvioon 5 on koottu haastateltujen kommentteja tuotannon siirtymisen puolesta ja vastaan kysyttäessä siirtykö elintarviketuotantoa Suomesta Venäjälle. Vasemmalla puolella ovat negatiiviset kommentit ja oikealla positiiviset. Luku alapuolella kertoo kuinka monta haastateltua on maininnut kyseisen asian. Suurin osa kommentteista on tuotannonsiirtymistä vastustavia. Esimerkiksi se, että Venäjällä valmistetaan tuotteita vain paikallisia markkinoita varten, on mainittu jopa kahdeksan kertaa. Positiivisia kommentteja on mainittu huomattavasti vähemmän.

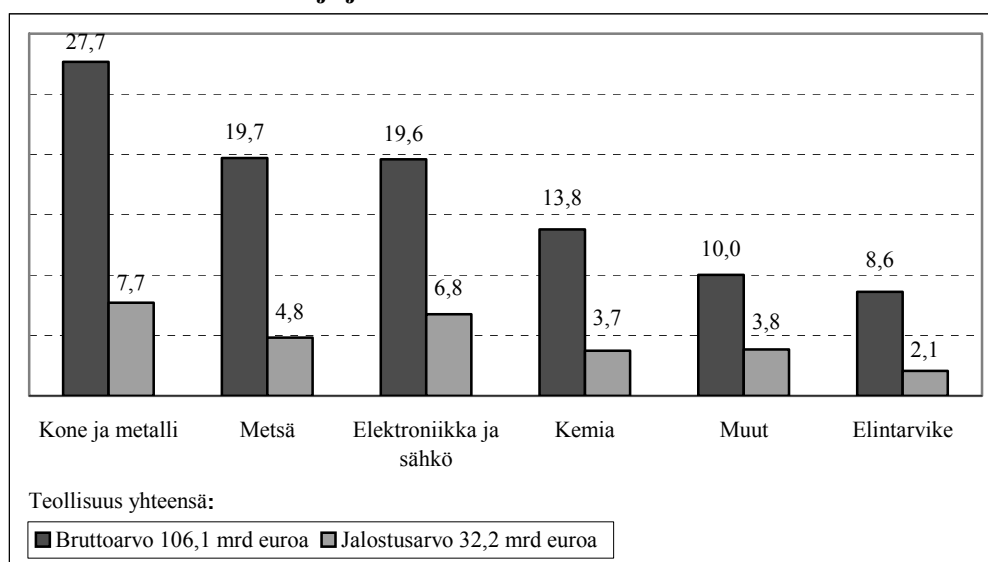
Vain yksi viidesosa haastatelluista pitää tuotannon siirtymistä Venäjälle mahdollisena. Tuotannon siirtymistä Venäjälle puoltavat rajan madaltuminen WTO:n kautta, asenteiden muuttuminen positiivisemmiksi Venäjää kohtaan, suomalaisuuden merkityksen väheneminen sekä Venäjän halvemmat kustannukset. Venäjälle siirtyneellä tuotantolaitoksella voitaisiin palvella Suomen lisäksi myös Venäjän markkinaa, jolloin kustannustehokkuus on parempi.

3.4 Tuotannon siirtymisen vaikutukset Suomeen

Elintarviketuotannon siirtymisellä olisi monia eri vaikutuksia koko Suomen kansantalouteen. Erään haastateltavan mukaan tuotannon siirtyminen ei kuitenkaan välttämättä ole pois Suomelta, koska vaihtoehtona voisi olla yritysten liiketoiminnan loppuminen kokonaan.

Elintarviketeollisuus on yksi suurimmista teollisuuden aloista Suomessa. Sen bruttoarvo vuonna 2004 oli 8,6 miljardia euroa, ja jalostusarvo 2,1 miljardia euroa (kuvio 6).

Kuvio 6. Tuotannon bruttoarvo ja jalostusarvo teollisuusaloittain v. 2004



Lähde: Tilastokeskus 2006b.

Suurimman osan vastanneiden mielestä tuotannon siirtyminen alhaisen kustannustason maihin merkitsisi vaikeita aikoja Suomessa pysyville elintarvikevalmistajille. Kilpailu kiristyy elintarviketuotannossa. Kustannukset nousevat ja kustannustehokkuus heikkenee. Suomalainen tuotanto vähenee, eikä suomalaisen työn ja tuottamisen hinnalla pärjätä

halvemman kustannustason maissa tuotettuja elintarvikkeita vastaan. Elintarviketeollisuudessa tämä merkitsee ensin liikevaihdon ja volyymin supistumista.

Tuotannon siirtyessä myös alkutuotanto joutuu vaikeuksiin, koska ei olisi yrityksiä, joille toimittaa raaka-ainetta. Raaka-aineen viennin Suomesta estää logistiikkatekijät, sillä maa on kaukana. On hyvin vaikeaa löytää uusia kohteita maataloustuotannossa, joilla korvata menetettyä alkutuotantoa. Erään haastatellun mukaan voitaisiin mahdollisesti viljellä jotain energiakasvia. Erään haastatellun mukaan kotimaisen alkutuotannon menettämisen jälkeen, on sama mitä kaupan katolla lukee, että onko se Wal-Mart tai joku muu.

Yksi tuotannon siirtymisen suurimmista haittapuolista on työpaikkojen väheneminen. Elintarviketeollisuus työllisti Suomessa vuonna 2005 noin 37 800 henkilöä. Koko elintarvikeketju yhteensä työllisti noin 300 000 henkilöä eli 13% Suomen työllisestä työvoimasta. Elintarviketeollisuudessa työskentelevä henkilökunta on laskenut vuodesta 1998 10% vuoteen 2004 mennessä. Laskua on tapahtunut niin toimihenkilö- kuin työntekijäpuolella. (ETL 2006a&d)

Suomessa valmistettujen elintarvikkeiden markkinaosuus on 83% Suomessa myydyistä ruuasta. Elintarviketeollisuuden käyttämistä raaka-aineista noin 85% on kotimaisia. (ETL 2006a) Suomessa on yhteensä noin 153 000 maataloustyötä tekevää henkilöä. Työntekijöiden määrä on pudonnut 14% vuodesta 2000. Syynä on maatilojen määrän väheneminen. (Tike 2006) Päivittäistavaroiden vähittäiskaupassa työllisti vuonna 2004 noin 52 000 ja tavaratalokauppa noin 20 000 henkilöä. Päivittäistavaroiden tukkukauppa- ja logistiikkatoiminnoissa työskenteli noin 20 000 palkansaajaa. (PTY 2005)

Taulukko 7. Tuotannon siirtymisen vaikutukset työllisyyteen

	2005	2010
Kotimaan tuotannon osuus myydyistä elintarvikkeista	83%	70%
Elintarvikkeiden tuonnin osuus	17%	30%
Elintarvikeketjun työllistämä henkilömäärä kotimaassa:		
Elintarviketeollisuus	37 000	31 000
Maataloustyö	153 000	129 000
Päivittäistavaroiden vähittäis- ja tavaratalokauppa	72 000*	72 000
Päivittäistavaroiden tukkukauppa- ja logistiikkatoiminnot	20 000*	20 000
Yhteensä	282 000	252 000

* v. 2004

Taulukossa 7 on esimerkkilaskelma tilanteesta, jossa tuotannon siirtymisen takia vuonna 2010 vain 70% Suomessa myydyistä elintarvikkeista valmistetaan kotimaassa. Laskelmien mukaan elintarvikeketju työllistäisi 30 000 ihmistä vähemmän nykytilanteeseen verrattuna eli

työllisyys elintarvikeketjussa vähenisi 11% muiden tekijöiden pysyessä vakiona. Päivittäistavaroiden kaupassa ei voida olettaa työntekijämäärän vähenevän, sillä elintarvikkeita myydään siinä missä ennenkin, mutta niistä suurempi osa tulee tuontina. Luonnollisesti työllisyys vähenisi sitä enemmän, mitä suurempi osa tuotannosta siirtyisi.

Muutaman haastatellun mukaan tuotannon siirtyminen kiristäisi kilpailua Suomessa entisestään ja voisi aiheuttaa loppujenkin yritysten päätöksen lopettaa tuotanto Suomessa ja siirtyä myös alhaisen kustannustason maahan. Erään haastatellun sanoin: *”Tuotannon siirtyminen olisi erittäin ikävä asia Suomessa toimivalle teollisuudelle, työllisyydelle, maataloudelle, kaikelle”*.

Parin haastatellun mukaan Suomessa pysyville valmistajille tarjoutuisi mahdollisuus korostaa tuotteidensa suomalaisuutta ja laatua, ja käyttää sitä myynti- ja markkinointityössä. Erään haastatellun sanoin kuitenkin *”siinä ei pelkkä siniristilippu auta”*. Hänen mukaansa Suomeen jäävien yritysten pitäisi erikoistua ja keskittyä, tehdä pienempää tuotesortimenttia ja korkeamman lisäarvon tuotteita, koska hinnalla ei pystytä kilpailemaan alhaisen kustannustason maiden kanssa. Toisen haastatellun mukaan Suomi on kuitenkin liian pieni maa, että voitaisiin keskittyä johonkin ja yrittää olla siinä vahva, koska Länsi-Euroopassa tuotantolaitokset ovat 10–20 kertaa suurempia ja pääsevät suurempaan kustannustehokkuuteen. Ainoa keino tämän haastatellun mielestä on se, että lisätään elintarvikkeiden jalostusarvoa. Hän arvioi, että Suomeen alkaisi syntyä yrityksiä, jotka valmistaisivat jatkona esimerkiksi valmisruokaa. Kolmannen haastatellun mielestä elintarviketeollisuuden pitäisi lisätä kilpailukykyään jo nyt pystyäkseen kilpailemaan muualta tulevalle tuonnille.

Elintarviketeollisuuden tuotannon siirtyminen Suomesta Venäjälle aiheuttaisi kilpailun kiristymisen Suomessa. Kiristynyt kilpailu saattaisi johtaa kaikkien yritysten päätökseen siirtää tuotantoa Venäjälle. Tuotannon siirtymisen myötä Suomesta häviää työpaikkoja sekä alkutuotanto joutuu vaikeuksiin. Vaikutukset ovat sitä laajemmat mitä enemmän tuotantoa siirtyy.

4 Johtopäätökset

Johtopäätös 1. Elintarvikevalmistajat eivät ole siirtämässä tuotantoa Suomesta suurissa määrin Venäjälle tällä hetkellä.

Haastattelujen perusteella voi vetää johtopäätöksen, ettei elintarvikkeiden tuotantoa tule siirtymään Suomesta Venäjälle ainakaan lähivuosina. Tällä hetkellä tuontiin Venäjältä liittyy vielä teknisiäkin esteitä kuten EU:n säädökset eläinperäisistä elintarvikkeista. Lisäksi tullimaksut ja kuljetuskustannukset lisääisivät useimpien tuotteiden hintaa, joten ne eivät olisi olennaisesti halvempia kuin vastaavat Suomessa valmistetut elintarvikkeet. Mahdollisen Venäjän WTO-jäsenyyden myötä nämä tullimaksut tulisivat kuitenkin pienenemään.

Tuotannon siirtymistä Suomesta Baltiaan ei ole vielä tapahtunut, vaikka suomalaiset elintarvikeyritykset ovat investoineet esimerkiksi Viroon kaksi kertaa enemmän kuin Venäjälle. Baltialla on Venäjään nähden se etu, että se on EU-maa ja raaka-aineen saatavuus on siellä parempi kuin Venäjällä. Tästä huolimatta tuotteita Baltiasta tulee Suomeen vain hyvin pieniä määriä. Tämä tekee tuotannon siirtymisen Venäjälle vielä epätodennäköisemmäksi.

Elintarvikkeista puhuttaessa myös psykologisilla tekijöillä on vaikutusta. Kuluttajien asenteet vaikuttavat elintarvikkeen ostopäätökseen. Suomalaiset kuluttajat luottavat kotimaiseen laatuun ja tuoteturvallisuuteen. Monella kuluttajalla mielikuva venäläisestä tuotteesta on negatiivinen, tuotteita pidetään huonolaatuisina ja tuoteturvallisuutta heikkona. Suomalaisuuden merkitys on kuitenkin vähenemässä ja monet kuluttajat ovat tottuneet ostamaan ulkomaisia elintarvikkeita. Asenteet Venäjääkin kohtaan muuttuvat.

Tuotannon siirtymiseen Venäjälle liittyy monia ongelmia. Raaka-aineen saanti on Venäjällä ongelma, varsinkin lihaa ja maitoa ei ole riittävästi saatavissa paikallisesti. Raaka-aineissa on myös paljon laatuongelmia. Tuotannon aloittaminen Venäjällä vaatisi paljon investointeja logistiikkaan. Monet liiketoimintaympäristönkin puutteet vaikeuttavat toimintaa vielä kovasti Venäjällä, esimerkiksi epäselvän lainsäädännön, byrokratian ja korruption muodossa. Suomalaisen elintarvikevalmistajien yritysjohdolla ja omistajilla on negatiivisia asenteita Venäjän investointeja kohtaan, eivätkä nämä asenteet aina edes perustu tosiasioihin.

Täytyy muistaa, etteivät palkkakustannukset ole suurin tekijä elintarvikkeiden tuotantokustannuksissa. On aloja, joilla ne vastaavat vain 10% tuotannosta. Venäjällä työvoimakustannukset ovat koko ajan kasvussa. Kun yhtälöön lisätään vielä kuljetuskustannukset ja tullimaksut Suomeen, ei tuote ole enää välttämättä halvempi kuin

vastaava Suomessa valmistettu elintarvike. Jos tuotanto Venäjällä tapahtuu moderneissa, pitkälle automatisoiduissa tuotantolaitoksissa, ei työvoimakustannuksilla ole juurikaan eroja eri maiden välillä.

Tuotannon siirtymistä todennäköisempi vaihtoehto saattaa olla tuotannon optimointi eri maiden kesken. Jos yrityksellä on valmistusta Suomessa, Venäjällä ja Virossa, voitaisiin yrityksen eri tuotteita valmistavilta tehtailta viedä tuotteita maihin, joissa kyseistä tuotetta ei valmisteta yrityksen tuotantolaitoksilla.

Suomalaiset elintarvikevalmistajat ovat kiinnostuneita Venäjän markkinasta ja monilla on suunnitteilla investointeja sinne. Nämä investoinnit liittyvät kuitenkin tuotannon laajenemiseen ja yritysten kasvuun, jolloin tuotanto menee Venäjän markkinoille.

Johtopäätös 2. Tuotannon siirtyminen todennäköisempää joissain tuoteryhmissä.

Jos tuotannon siirtymistä tulisi tapahtumaan Venäjälle, on joitakin tuoteryhmiä, joissa siirtyminen on todennäköisempää kuin muissa. Varsinkaan tuoretuotteet eivät siedä pitkiä kuljetuksia ja odotusaikoja. Venäjältä Suomeen tuotavien elintarvikkeiden tulisi olla pitkään säilyviä. Mahdollisia tuoteryhmiä voisi olla esimerkiksi pakatut tuotteet, kuten keksit, hapankorput, makeiset ja juomat. Myös pakastetuotteet voisivat olla yksi vaihtoehto, mutta ne vaativat investointeja kylmäkuljetusketjuun.

Tässä yhteydessä on hyvä muistaa, että EU:n komission täytyy hyväksyä EU:n ulkopuoliset eläinperäisiä elintarvikkeita valmistavat tuotantolaitokset, ennen kuin ne voivat tuoda tuotteita EU:n alueelle. Venäjällä vain viidellä maitoa ja maitotaloustuotteita valmistavalla tuotantolaitoksella on EU:n laitoshyväksyntä (MMM 2006). Laitoshyväksynnän saaminen vaatii suuria investointeja tuotantolaitoksiin.

Venäjällä tuotettaviin elintarvikkeisiin tulisi saada raaka-aine paikallisesti. Tuotanto ei tule kannattavaksi, jos raaka-ainetta joudutaan tuomaan ulkomailta. Raaka-ainetta Venäjältä löytyy esimerkiksi lasten purkkiruokiin ja hilloihin, sillä Venäjältä tuodaan jo nyt Suomeen paljon hedelmä- ja marjasäilykkeitä sekä -valmisteita.

Myös joidenkin Suomessa sekä Venäjällä myytävien niche-tuotteiden osalta tuotanto kannattaisi laittaa Venäjän isommalle markkinalle. Venäjällä rikkaammalle väestölle tarkoitettut premium-tuotteet menisivät laatunsa puolesta kaupaksi myös Suomessa.

Tuotemerkkien osalta private label -tuotteet ovat varmasti ensimmäisiä tuotannon siirtymisen kohteita, sillä niissä ei ole pakko ilmoittaa tuotteen alkuperämaata. Private label -tuotteita valmistutetaan jo tällä hetkellä paljon ulkomailla. Vuonna 2004 private label -tuotteet toivat vain 8,9% kauppojen myynnin arvosta Suomessa (PTY 2005), kun osuuden on ennustettu olevan tulevaisuudessa jopa 20%.

Kaikkia tuotteita ei voida valmistaa Venäjällä, kuten sellaisia, joissa on vahvasti kotimainen leima ja joiden markkinoinnissa suomalainen alkuperä on oleellinen, esimerkiksi Varsinais-Suomen leipä, Lahden leipälevite, Lapin Kulta jne. Toisaalta joidenkin hyvin vahvasti suomalaisten tuotemerkkien valmistusta on jo siirtynyt ulkomaille.

Johtopäätös 3. Kansainväliset yritykset eivät ole tällä hetkellä uhka Suomessa venäläisellä tuotannolla.

Suurilla kansainvälisillä elintarvikevalmistajilla ei ole ollut sen enempää mielenkiintoa tuoda tuotteita Venäjältä Suomeen kuin suomalaisillakaan yrityksillä. Elintarvikeyritykset ovat menneet Venäjälle paikallista markkinaa varten, eivätkä ajattele Venäjää vientimaana. Yrityksillä ei välttämättä ole vielä kapasiteettiakaan hakea vientimarkkinoita Venäjältä käsin. Kansainvälisten yritysten tuotannon tuontia muista EU-maista voidaan pitää lyhyellä tähtäimellä suurempana uhkana kuin Venäjältä, mutta sekään ei ole vielä horjuttanut kotimaisten elintarvikevalmistajien asemaa.

Vaikka kansainväliset yritykset alkaisivatkin tuoda elintarvikkeita Venäjältä, tapahtuisi sitä luultavasti vain tietyissä tuotekategorioissa ja tuotemerkeissä, joita voidaan pitää paneurooppalaisina. Näiden osuus on kuitenkin melko pieni koko elintarvikkeiden myynnistä. Uusien tuotteiden ja tuotemerkkien lanseeraaminen Suomen markkinoille olisi vaikeaa ja hidasta, koska markkinoilla on valta-asema perinteikkäillä ja vahvoilla tuotemerkeillä.

Johtopäätös 4. Suurimpia ongelmia Suomen elintarviketuotannossa ovat kalliit tuotantokustannukset, korkea arvonlisävero, työmarkkinoiden joustamattomuus ja pienet kotimarkkinat.

Tuotantokustannukset ovat kalliita Suomessa osittain johtuen työmarkkinoiden joustamattomuudesta. Kalliit tuotantokustannukset korostuvat entisestään, kun niitä verrataan Suomen ympäristössä oleviin halvemman kustannustason maihin, kuten Venäjään ja Baltian maihin. Suomen markkinan pienuus aiheuttaa myös sen, ettei tuotannossa päästä niin suureen massatuotannon etuun kuin esimerkiksi Länsi-Euroopan isoissa elintarvikkeita valmistavissa tuotantolaitoksissa. Yritysten onkin lähes välttämätöntä hakea kasvua ulkomailta.

Elintarvikkeiden arvonlisävero Suomessa on 17%. Se on huomattavasti suurempi kuin EU-maiden noin 8% keskiarvo. Elintarvikkeiden arvonlisäveron pudottaminen lisäisi kotimaisten elintarvikkeiden kulutusta, parantaisi työllisyyttä ja auttaisi erityisesti pienituloisia kotitalouksia.

Johtopäätös 5. Tuotannon siirtymisellä olisi laajat vaikutukset elintarviketeollisuuteen ja alkutuotantoon Suomessa.

Tuotannon siirtymisen myötä Suomeen jäävät valmistajat eivät pystyisi kilpailemaan enää Venäjältä tulevalle tuonnille, joka voisi johtaa kaikkien yritysten päätökseen siirtää tuotanto pois Suomesta. Tuotannon siirtyminen toiseen maahan aiheuttaisi työpaikkojen vähenemisen Suomessa. Jos kotimaassa valmistettujen elintarvikkeiden osuus putoaisi nykyisestä 83%:sta 70%:iin, tarkoittaisi se sitä, että elintarvikeketju työllistäisi 30 000 henkilöä vähemmän nykytilanteeseen verrattuna. Suomalainen alkutuotanto joutuisi suuriin vaikeuksiin, koska se ei voisi enää toimittaa raaka-ainetta elintarvikevalmistajille. Jos elintarviketuotantoa siirtyisi suuressa määrässä muualle, voisi se aiheuttaa jopa vaihtotaseongelmia.

Johtopäätös 6. Elintarviketuotannon kilpailukyvyyn varmistaminen Suomessa ehkäisee tuotannon siirtymistä.

Tuotannon siirtyminen tulevaisuudessa on kiinni siitä pysyykö tuotanto Suomessa kilpailukykyisenä verrattuna muihin maihin. Kotimainen raaka-aine on usealla elintarvikesektorilla kotimaisen tuotannon ehto, joten raaka-aineiden hinnan nouseminen voi vaikuttaa tuotannon siirtymiseen.

Pysyäkseen kilpailukykyisenä elintarviketeollisuuden Suomessa tulisi erikoistua, ja valmistaa korkeamman lisäarvon tuotteita. Tuotteiden hinnalla ei elintarvikevalmistus Suomessa pysty kilpailemaan alhaisen kustannustason maista tulevaa tuontia vastaan. Elintarvikeyritysten laajentuminen uusille markkinoille vaikuttaa yritysten kasvuun ja tuotannon kilpailukykyisyyteen myös Suomessa. Elintarviketeollisuuden toimintaedellytyksiä parantaisi niiden välisen yhteistyön lisääminen tutkimuksessa ja tuotekehityksessä kuin viennissäkin. Myös innovaatioiden hyödyntämiseen ja markkinointiin tulisi panostaa enemmän.

Elintarviketeollisuuden vahvuudet Suomessa tulevaisuudessakin ovat niiden laatu ja hyvä tuoteturvallisuus. Elintarvikevalmistajien asemaa Suomessa auttaa niiden hyvä tuntemus kotimaan markkinoista, kuluttajien toiveista ja makutottumuksista.

Lähteet

- Atria (2005) Atrian PIT Produkt -yrityskauppa päätökseen. [viitattu 25.4.2006] Saatavissa: <http://www.atria.fi/asp/empty.asp?P=1506&VID=default&SID=645145851328712&S=0&C=20690>
- Atria (2006) Atria Yhtymä Oyj vuosi 2005. [viitattu 25.4.2006] Saatavissa: [http://www.atria.fi/uploads/Atria_vsk_FIN_FINAL\(1\).pdf](http://www.atria.fi/uploads/Atria_vsk_FIN_FINAL(1).pdf)
- Business Week (2006) Russia: Shoppers Gone Wild. 20.2.2006
- CEMAT (2005) Helsingin kauppakorkeakoulu, Kansainvälisten markkinoiden tutkimuskeskus. Suomalaisten yritysten kansainvälistyminen Baltiassa 1987-2004 ja investointikokemukset Virossa. [viitattu 3.1.2006] Saatavissa: http://www.hkkk.fi/netcomm/ImgLib/2/43/suomalaiset_baltiassa.pdf
- Dudarev, Grigory; Boltramovich, Sergey; Filippov, Pavel ja Hernesniemi Hannu (2004) Advantage Northwest Russia. The New Growth Centre of Europe? Sitran raportteja 33. [viitattu 13.9.2005] Saatavissa: <http://www.sitra.fi/Julkaisut/raportti33.pdf>
- ETL (2006a) Elintarviketeollisuusliitto ry. Elintarviketeollisuus Suomessa. [viitattu 5.5.2006] Saatavissa: http://www.etl.fi/files/Elintarviketeollisuusesittely.ppt#258,1,Elintarviketeollisuus_Suomessa
- ETL (2006b) Elintarviketeollisuusliitto ry. Vienti- ja tuontitilastot. [viitattu 1.6.2006] Saatavissa: <http://www.etl.fi/tilastot/vienti.asp?akt=6>
- ETL (2006c) Elintarviketeollisuusliitto ry. Elintarviketeollisuuden kustannusrakenne 2000-2004. [viitattu 9.5.2006] Saatavissa: <http://www.etl.fi/tilastot/pdf/muut/kustannusrakenne.pdf>
- ETL (2006d) Elintarviketeollisuusliitto ry. Henkilökunta elintarviketeollisuudessa 1998-2004 [viitattu 24.5.2006] Saatavissa: <http://www.etl.fi/tilastot/pdf/rakenne/henkilokunta1998-2004.pdf>
- ETLA (2005) Elinkeinoelämän Tutkimuslaitos. Suhdanne. Nro 3/2005.
- Expert-RA (2005) Expert-400 Annual rating of Russian companies. [viitattu 30.11.2005] Saatavissa: <http://www.expert.ru/expert/ratings/exp200/exp2005/38-exp400ogl.shtml>
- Fazer (2005) Fazerin leipomotoiminta laajenee Moskovaan. [viitattu 25.4.2006] Saatavissa: http://www.fazergroup.com/templates/Fazer_News.aspx?id=2129&epslanguage=FI
- Fazer (2006) Fazer vuosikertomus 2005. [viitattu 25.4.2006] Saatavissa: http://193.65.156.108/pdf/Fazer_vsk_LR_FIN.pdf
- Filippov, Pavel; Boltramovich, Sergey; Dudarev, Grigory; Smirnyagin, Danil; Sutyryn, Dmitry ja Hernesniemi, Hannu (2005) Investoinnit ja investointiedellytykset Venäjällä. KTM Rahoitetut tutkimukset 8/2005.
- Finnfund (2005) Finnfund tukee porotalouden kehittämistä Komin tasavallassa. [viitattu 25.4.2006] Saatavissa: http://www.finnfund.fi/ajankohtaista/uutiset05/fi_FI/kometoskomi/

- Finpro (2005) Venäjä: Maaraportti. [viitattu 17.10.2005] Saatavissa: <http://www.finpro.fi/fi-FI/Market+Information/Country+Information/Europe/Russia/Maaraportti/>
- Helanterä, Antti ja Tynkkynen, Veli-Pekka (2002) Maantieteelle Venäjä ei voi mitään. Gummerus Kirjapaino.
- Idänkaupan Vientipalvelut (2005) Suuryritykset hallitsevat myös Venäjän-vientiämme. 7-8/2005. [viitattu 7.11.2005] Saatavissa: <http://www.compiler.fi/ivp-pdf/e-IVP.7-8.2005.pdf>
- IET (2006) The Institute for the Economy in Transition. Russian Economy in 2005. Trends and Perspectives. [viitattu 17.5.2006] Saatavilla: http://www.iet.ru/files/text/trends/2005_en/2005.pdf
- Louhivuori, Jani (2006) Russia's Food Retail Sector from the Point of View of Finnish Food Producers. [viitattu 20.4.2006] Saatavissa: http://www.lut.fi/nordi/fin/julkaisut/2006/Julkaisu26_Russia_Food_Retail.pdf
- Maa- ja metsätaloustuotealan ulkomaankaupasta (2005) World Development Report 2006.
- Mahlamäki, Anna; Solanko, Laura; Tekoniemi, Merja ja Ollus, Simon-Erik (2005) Venäjän keskeiset tuotantoalat 2000-luvulla – sektorikatsaus. Suomen Pankki, BOFIT Online No. 8. [viitattu 7.11.2005] Saatavissa: <http://www.bof.fi/bofit/eng/7online/05abs/05pdf/bon0805.pdf>
- MMM (2006) Maa- ja metsätaloustuotealan ulkomaankaupasta. Eläinperäisten elintarvikkeiden tuonti EU:n ulkopuolisista maista. [viitattu 9.5.2006] Saatavissa: http://www.mmm.fi/el/raj/tuo_elintarvikkeet_3maat.html
- Mäkinen, Tapani (2005) Suuri maa, pitkä kvartaali: Suomalaisyrittäjien kokemuksia Venäjän kehittyvästä kapitalismista. Sitran raportteja 48. [viitattu 13.9.2005] Saatavissa: <http://www.sitra.fi/Julkaisut/Raportti48.pdf>
- PTY (2005) Päivittäistavarakauppa ry. Päivittäistavarakauppa 2005-2006. [viitattu 15.5.2006] Saatavissa: <http://www.pty.fi/Paivittaistavarakauppa%202005-2006.pdf>
- Raisio (2006a) Raisio vuosikertomus 2005. [viitattu 25.4.2006] Saatavissa: <http://www.raisio.com/uploads/5bxx24xbzhf7y7z.pdf>
- Raisio (2006b) Raisio rakentaa kaurahiutaletteen Venäjälle. [viitattu 7.6.2006] Saatavissa: <http://www.raisio.com/asp/system/empty.asp?P=2&VID=default&SID=115672562397357&A=open:news:item:562&S=3&C=31925>
- Raisio (2006c) Raision ja Lännen Tehtaiden yhteisyritykselle päänavaus Venäjältä. [viitattu 25.4.2006] Saatavissa: <http://www.raisio.com/asp/system/empty.asp?P=14&VID=default&SID=978933036829042&A=open:news:item:541&S=1&C=31538>
- Rosstat (2005a) Russia in figures 2005. Statistical handbook. Venäjän federaation tilastokeskus. Moskova.
- Rosstat (2005b) Россия в Цифрах 2005. Venäjän federaation tilastokeskus. Moskova.

- Rosstat (2006a) Об иностранных инвестициях в экономику России в 2005 году. Venäjän federaation tilastokeskus. [viitattu 19.5.2006] Saatavissa: http://www.gks.ru/bgd/free/b04_03/IssWWW.exe/Stg/d010/i010180r.htm
- Rosstat (2006b) Торговля в России 2005. Статистический сборник. Venäjän federaation tilastokeskus. Moskova.
- Sinebrychoff (1997) Vena Panimo - edelläkävijä Venäjällä. [viitattu 25.4.2006] Saatavissa: <http://www.koff.fi/fi/ajankohtaista/yhtiotiedotteet/148.html>
- Suomen Pankki (2006a) Suorien sijoitusten pitkät aikasarjat. [viitattu 12.5.2006] Saatavissa: http://www.bof.fi/fin/5_tilastot/5.2_Tilastojulkaisut/index.stm
- Suomen Pankki (2006b) Elintarviketeollisuuden suorat sijoitukset. Salminen Nina Maksutase@bof.fi Henkilökohtainen sähköpostiviesti 17.5.2006.
- Talouselämä (2005) Suomen 500 suurinta yritystä. [viitattu 13.9.2005] Saatavissa: <http://www.talouselama.fi/te500list.te>
- Tekoniemi, Merja (2003) Venäjän maatalous 2000-luvulla – Venäjästäkö viljanviejä? [viitattu 24.10.2005] Saatavissa: <http://www.bof.fi/bofit/eng/7online/03abs/03pdf/bon0903.pdf>
- Tike (2006) Maa- ja metsätalousministeriön tietopalvelukeskus. Viljelijäväestön ja vakinaisesti palkattujen lukumäärä vuosina 2000, 2003 ja 2005. [viitattu 30.5.2006] Saatavissa: http://www.mmmtike.fi/attachments/5dvTTVSpH/5fNOjWsV3/Files/CurrentFile/060512__viljelijaesto_taulukko1.pdf
- Tilastokeskus (2006a) Yritysten tilinpäätöstilasto (PX-Web). [viitattu 16.5.2006] Saatavissa: <http://tilastokeskus.fi/til/tetipa/tau.html>
- Tilastokeskus (2006b) Tuotannon brutto- ja jalostusarvo, vienti sekä investoinnit vuonna 2004. [viitattu 10.5.2006] Saatavissa: http://www.stat.fi/til/atoi/2004/atoi_2004_2006-02-23_tau_006.html
- Toivonen, Sarianna (2005) Talouskasvu vauhdittaa elintarvikealaa Venäjällä. Etelä-Saimaa 17.11.2005
- TT (2003) Teollisuus ja Työnantajat. Teollisuuden ulkomaantoiminta, löytyykö kasvu kehittyviltä markkinoilta? [viitattu 24.4.2006] Saatavissa: <http://www.ek.fi/arkisto/ekarchive/20030917-102032-2180.pdf>
- Tullihallitus (2005) Suomen ja Venäjän välinen kauppa. [viitattu 13.9.2005] Saatavissa: http://www.tulli.fi/fi/05_Ulkomaankauppatilastot/01_Tilastokatsaukset/pdf/2005/2005_M14.pdf
- Tullihallitus (2006) Suomen ja Venäjän välinen kauppa. [viitattu 16.5.2006] Saatavissa: http://www.tulli.fi/fi/05_Ulkomaankauppatilastot/01_Tilastokatsaukset/pdf/2006/2006_M10.pdf
- ULTIKA (2005) Ulkomaankaupan tilastotietokanta. [viitattu 25.10.2005] Saatavissa: <https://eportti.tietopalvelut.com/>
- ULTIKA (2006) Ulkomaankaupan tilastotietokanta. [viitattu 16.5.2006] Saatavissa: <https://eportti.tietopalvelut.com/>

- UNCTAD (2004) United Nations Conference on Trade and Development. World Investment Report 2004 - The Shift Towards Services [viitattu 26.4.2006] Saatavissa: http://www.unctad.org/en/docs/wir2004_en.pdf
- UNSD (2006) United Nations Statistic Division. Commodity Trade Statistics Database. [viitattu 12.5.2006] Saatavissa: <http://unstats.un.org/unsd/comtrade>
- Valio (2005) Valio perustaa asiakaspalvelukeskuksen Moskovan alueelle. [viitattu 25.4.2006] Saatavissa: http://www.valio.fi/channels/konserni/fin/tanaan/uutiset/unnamed_489.html
- Valio (2006a) Valio avustaa meijerihanketta Hatsinassa Venäjällä. [viitattu 25.4.2006] Saatavissa: http://www.valio.fi/channels/konserni/fin/tanaan/uutiset/unnamed_564.html
- Valio (2006b) ZAO Valio St. Petersburg. [viitattu 25.4.2006] Saatavissa: http://www.valio.fi/channels/konserni/fin/konserni/unnamed_3/unnamed_5.html
- Virolainen, Meri (2005) Venäjän maatalous- ja elintarvikesektori muutoksessa. Pellervon taloudellisen tutkimuslaitoksen työpapereita, N:o 79.
- WIIW (2006) The Vienna Institute for International Economic Studies. Research Reports and Monthly Reports 2006. [viitattu 26.4.2006] Saatavissa: <http://www.wiiw.ac.at/>
- Ylä-Kojola, Anna-Mari (2006) Assessment of Russian Food Processing Industry – Finnish Perspective. [viitattu 20.4.2006] Saatavissa: http://www.lut.fi/nordi/publications/29_Food_processing_industry_Russia.pdf

LIITE 1. TUTKIMUSAIHEEN RAJAUKSEN HAASTATTELUT

Heikki Bergholm, toimitusjohtaja, Suominen Yhtymä, 26.8.2005

Pirkko Haavisto, erityisasiantuntija, Elinkeinoelämän keskusliitto, 6.9.2005

Hannu Hernesniemi, tutkimusjohtaja, Etlatieto, 14.10.2005

Klaus Katara, toimitusjohtaja, Teknisen Kaupan Liitto, 15.9.2005

Kari Koivisto, konsulttijohtaja, Devcons, 5.9.2005

Jyrki Laakso, osastopäällikkö, Suomen Pankkiyhdistys, 29.8.2005

Lea Lastikka, johtaja, Elintarviketeollisuusliitto, 14.9.2005

Timo Laukkanen, asiantuntija, Elinkeinoelämän keskusliitto, 6.9.2005

Pentti Mäkinen, johtaja, Keskuskauppakamari, 7.9.2005

Timo Rautajoki, toimitusjohtaja, Lapin kauppakamari, 7.9.2005

Matti Räisänen, asiamies, Suomen Kaupan Liitto, 14.9.2005

LIITE 2. RAPORTISSA HAASTATELLUT ASiantuntijat

Robert Ingman, toimitusjohtaja, Ingman, 6.3.2006

Juha Karimaa, johtaja, kansainväliset projektit, Fazer Leipomot, 10.2.2006

Panu Kimmo, aluejohtaja, Myllyn Paras, 20.1.2006

Seppo Koivula, kaupallinen neuvos, Maa- ja metsätalousministeriö, 26.1.2006

Olavi Kuusela, toimitusjohtaja, RavintoRaisio, 1.2.2006

Jussi Kuutsa, ulkomaantoimintojen johtaja, Stockmann, 23.1.2006 puhelinhaastattelu

Lea Lastikka, johtaja, Elintarviketeollisuusliitto, 8.2.2006

Veijo Meriläinen, vientijohtaja, Valio, 3.2.2006

Jouko Nieminen, asiantuntija, Maa- ja metsätaloustuottajain keskusliitto, 25.1. ja 13.2.
sähköpostihaastattelu

Bertel Paulig, hallituksen puheenjohtaja, Paulig, 30.1.2006

Christian Ramm-Schmidt, toimitusjohtaja, Baltic Beverages Holding, 17.2.2006

Kai Seikku, toimitusjohtaja, HK Ruokatalo, 24.1.2006

Katharina Stenholm, toimitusjohtaja, Polttimo Yhtiöt, 20.2.2006

Matti Tikkakoski, toimitusjohtaja, Atria, 3.3.2006

Markku Uitto, toimitusjohtaja, Tradeka, 7.2.2006

Elintarviketeollisuuden tuotannon siirtyminen Venäjälle
Haastattelulomake

Hyvä vastaanottaja,

Teen tutkimusta, jolla pyritään selvittämään **elintarvikesektorin tuotannon siirtymistä Venäjälle**, ja sen vaikutusta suomalaisen elintarviketeollisuuteen. Tavoitteena on arvioida Suomen elintarviketeollisuuden haasteita ja mahdollisia vaihtoehtoisia kehityssuuntia Venäjän kehittyvien markkinoiden läheisyydessä. Tutkimus toteutetaan Tehokkaan Tuotannon Tutkimussäätiön aloitteesta yhteistyössä Lappeenrannan teknillisen yliopiston Pohjoisen ulottuvuuden tutkimuskeskuksen ja Elinkeinoelämän keskusliiton kanssa.

Haastatteluihin on valittu tutkimusaiheen kannalta keskeisten elintarvikesektorin suomalaisten yritysten, liittojen, ministeriöiden ja kaupan asiantuntijoita. Kiitämme Teitä osallistuessanne X:n edustajana tutkimukseen liittyvään haastatteluun.

Viitaten aiempaan yhteydenottooni puhelimitse **haastatteluajankohdaksi sovimme X.X.2006 klo XX.XX**. Pyydän ystävällisesti tutustumaan haastattelukysymyksiin etukäteen.

Haastattelulomakkeen ensimmäisen osan kysymykset koskevat yrityksenne perustietoja ja kansainvälisiä toimintoja. Toisen ja kolmannen osion kysymykset käsittelevät elintarviketeollisuutta ja sen mahdollisuuksia toimia Venäjällä sekä tuotannon siirron vaikutuksia Suomeen. Valmiissa tutkimusraportissa vastauksia ei yhdistetä haastateltaviin, mutta lista kaikista haastatelluista liitetään raportin loppuun.

Haastattelun arvioitu kesto on noin yksi tunti. Vastaan mielelläni kaikkiin tutkimusta koskeviin kysymyksiin.

Ystävällisin terveisin,

Jatta Kinnunen
Tutkija

Lisätietoja tutkimuksesta:

Tauno Tiusanen
Johtaja, professori
Pohjoisen ulottuvuuden tutkimuskeskus
Lappeenrannan teknillinen yliopisto

Pirkko Haavisto
Erityisasiantuntija
Elinkeinoelämän keskusliitto EK
Tehokkaan Tuotannon Tutkimussäätiön asiamies

**Elintarviketeollisuuden tuotannon siirtyminen Venäjälle
Haastattelulomake****A. Haastattelun perustiedot**

Haastattelun aika ja paikka

Haastateltavan nimi ja asema yrityksessä

B. Yrityksen perustiedot

Yritystoiminnan aloitusajaksi

1. Yrityksen päätuotteet/palvelut, sekä liikevaihto ja henkilöstö tällä hetkellä
2. Vientitoiminnan alkamisaika, kohdemaat ja viennin osuus liikevaihdosta
3. Mahdolliset investoinnit ulkomaille (alkamisaika, kohdemaat ja investointien suuruus euroissa)
4. Venäjä-toimintojen laajuus (liikevaihto ja henkilöstö vuonna 2005)
5. Oletteko valmistaneet/suunnitelleetko kaupan omien merkkituotteiden valmistamista? Missä?
6. Alueet Venäjällä, joissa yrityksellänne on toimintaa, tai joilla yhteistyökumppaneita sijaitsee. Miksi juuri näissä paikoissa?
7. Oletteko tuoneet/suunnitelleetko Venäjällä valmistettujen tuotteiden tuontia Suomeen? Miksi/miksi ei?
8. Arvioikaa millaista toimintaa yrityksellänne tulee olemaan Venäjällä vuonna 2010
 - Arvio viennin/tuonnin kasvusta %/v
 - Edustusto tai myyntiyhtiö
 - Suorat sijoitukset (sijaintipaikka, investoinnin määrä euroissa ja tuotantosuurta). Mitä olisi tapahtuva, jotta teillä olisi vuonna 2010 valmistustoimintaa Venäjällä?
 - Arvio liikevaihdosta ja henkilöstömäärästä
9. Miten Venäjän kauppa/toiminta on koettu yrityksessänne?
 - Motiivit (vuonna 2000, nyt ja arvio vuodesta 2010)
 - Onnistumiset ja myönteiset kokemukset (millaisia ja milloin ovat tapahtuneet?)
 - Epäonnistumiset ja vaikeudet (millaisia ja milloin ovat tapahtuneet?)
 - Kehittämiskohteet

C. Elintarviketeollisuus Venäjällä

10. Millainen oli tilanne Venäjän elintarviketuotannossa ja -markkinoilla vuonna 2000, millaiseksi näette tilanteen nyt ja millaiseksi arvioitte sen kehittyvän tulevaisuudessa vuonna 2010 seuraavien asioiden suhteen?
 - 10.1. Tuottavuus
 - 10.2. Kilpailu
 - 10.3. Infrastruktuuri
 - 10.4. Raaka-aineiden saanti
 - 10.5. Jakelukanavat
 - 10.6. Kaupan omat merkit
 - 10.7. Tuleeko mieleenne edellä mainittujen lisäksi muita tärkeitä tekijöitä?
11. Millä elintarvikealan sektoreilla Venäjällä tulee tapahtumaan tuotannon kasvua, millä ei? (Liha ja lihatuotteet, maitotaloustuotteet, vilja ja viljatuotteet, kala ja kalavalmisteet, hedelmät ja kasvikset, juomat, tai joku muu ala, mikä?) Mistä arvioitte kasvun johtuvan?
12. Jos yrityksellänne on valmistusta esim. Baltiassa, viedäänkö Baltian tehtaiden tuotantoa Venäjälle tai Suomeen? Miksi tuotantoa sijaitsee Baltiassa, mutta ei Venäjällä? Pääasialliset syyt?

LIITE 3. HAASTATTELULOMAKE

Elintarviketeollisuuden tuotannon siirtyminen Venäjälle Haastattelulomake

13. Minkälaista elintarviketavaraa Venäjälle Suomesta tai muualta voisi todennäköisimmin siirtyä (Liha ja lihatuotteet, maitotaloustuotteet, vilja ja viljatuotteet, kala ja kalavalmisteet, hedelmät ja kasvikset, juomat, tai joku muu ala, mikä?)?
14. Mitkä olisivat mahdollisia ulkomaisen, esim. suomalaisen, elintarviketuotannon sijoittumisalueita Luoteis-Venäjällä? Miksi?
15. Mitkä asiat ovat esteenä elintarvikeyritysten tuotannon siirtymiseksi Venäjälle (ao. taulukko)?

	5	4	3	2	1	Kommentit
a) Suomalaisen yritysjohton /omistajien asenteet						
b) Alhainen tuottavuus Venäjällä						
c) Kilpailutilanne Venäjällä						
d) Heikko infrastruktuuri Venäjällä						
e) Raaka-aineiden saantiongelmat/mahdollisuudet						
f) Yleisen liiketoimintaympäristön puutteet Venäjällä						
g) Elintarviketuontia koskevat EU:n määräykset						
h) WTO-jäsenyyden puuttuminen						
i) Poliittiset ja taloudelliset riskit Venäjällä						

Mitä muita tärkeitä esteitä tulee mieleenne?

16. Minkälaisia etuja Venäjällä on tarjota elintarviketuotteiden valmistusmaana?
17. Siirtyykö Suomesta elintarviketuotantoa Venäjälle, ja jos niin millä aikajänteellä tuotantoa tulee näkemysesenne mukaan siirtymään?

D. Tuotannon siirtymisen vaikutukset

18. Millainen oli tilanne Suomen elintarviketuotannossa ja -markkinoilla vuonna 2000, millaiseksi näette tilanteen nyt ja millaiseksi arvioitte sen kehittyvän tulevaisuudessa vuonna 2010 seuraavien asioiden suhteen?
- 18.1. Tuottavuus
 - 18.2. Kilpailu
 - 18.3. Infrastruktuuri
 - 18.4. Raaka-aineiden saanti
 - 18.5. Jakelukanavat
 - 18.6. Kaupan omat merkit
 - 18.7. Tuleeko mieleenne edellä mainittujen lisäksi muita tärkeitä tekijöitä?
19. Jos/Kun osa suomalaisesta elintarviketuotannosta siirtyy Venäjälle/johonkin toiseen alhaisen kustannustason maahan, mitä se merkitsee Suomessa pysyville valmistajille?
20. Ostavatko suomalaiset kuluttajat Venäjällä valmistettuja elintarvikkeita Suomessa?
21. Onko mahdollista investoida Venäjälle tuotantoon, joka palvelee merkittävin osin Suomen markkinoita? Jos on, niin mitä se edellyttää ja keneltä?
22. Ovatko kansainväliset (ml. venäläiset) elintarviketavara valmistajat Venäjällä valmistetun tuotannon turvin uhka suomalaisille valmistajille Suomen markkinoilla?
23. Mitkä tekijät edistävät tuotannon pysymistä Suomessa?

LIITE 3. HAASTATTELULOMAKE

Elintarviketeollisuuden tuotannon siirtyminen Venäjälle Haastattelulomake

24. Minkälaisia vaikeuksia ja ongelmia elintarvikevalmistaja kohtaa Suomessa? Voitte lisätä tyhjiin kohtiin muita kohtaamianne ongelmia.

(5=Erittäin merkittävä ongelma, 1=Ei ole ongelma)

	5	4	3	2	1	Kommentit
a) Tiukka verotus						
b) Kalliit tuotantokustannukset						
c) Kalliit kuljetuskustannukset						
d) Kalliit raaka-ainekustannukset						
e)						
f)						
g)						
h)						

25. Miten liiketoimintaympäristöä Suomessa tulisi parantaa ja kehittää elintarvikevalmistajan kannalta?

E. Kysymyksiä kaupan edustajille

26. Kuinka suuri osuus (liikevaihto ja volyymi) ja mitkä tuoteryhmät elintarvikkeista Venäjällä toimivissa kaupoissanne ovat venäläisten ja suomalaisten valmistamia? (Liha ja lihatuotteet, maitotaloustuotteet, vilja ja viljat tuotteet, kala ja kalavalmisteet, hedelmät ja kasvikset, juomat, tai joku muu ala, mikä?)
27. Hankkisitteko enemmän suomalaisen yrityksen valmistamia tuotteita venäläisiin kauppoihinne, jos siihen olisi mahdollisuus?
28. Hankitaanko Suomessa toimiviin kauppoihinne Venäjällä tuotettuja elintarvikkeita?
29. Valmistutatteko tai oletteko valmistuttaneet kaupan omia merkkejä? Missä? Oletteko havainneet omien merkkituotteiden myynnin kasvua Venäjällä?

LIITE 4. SUURIMMAT VENÄJÄLLÄ TOIMIVAT ELINTARVIKEYRITYKSET

		Myynti Venäjällä v. 2004 (milj. dollaria)
1	Wimm-Bill-Dann	1189,3
2	Baltika Brewery	994,0
3	Sun Interbrew	859,1
4	Razgulay-Ukrros Holding	700,0
5	United Confectionery	571,9
6	Mars	570,8
7	Cherkizovsky	524,6
8	Tsaritsyno Group	444,0
9	Coca Cola	434,1
10	Sunny Food	383,3
11	Lebedyansky	376,0
12	Obyedinennaya Prodovolstvennaya Kompania	371,7
13	Aladushkin Group	353,0
14	Mikoyansk	335,9
15	Multon	333,3
16	Ochakovo	331,9
17	Moskva-Efes	312,7
18	Kraft Foods	273,8
19	Danone	265,7
20	Nizhegorodskii Maslozhirovoi Kombinat	255,2
21	Wrigley	250,8
22	Rossija	248,1
23	Heineken	238,9
24	Roskhlebprodukt	218,0
25	Yarpivo	216,2
26	PepsiCo Holding	184,7
27	OST Group of Enterprises	181,9
28	Orimi Trade	179,0
29	Nidan-Foods	175,3
30	Nutritek Group	169,1
31	Rollton	168,8
32	Vena	161,1
33	Efirnoe	160,6
34	Dirol Cadbury	159,8
35	Tatarstan Sete	157,1
36	SladCo Confectionery Association	155,4
37	Makfa	149,8

Lähde: Expert-RA 2005.

LIITE 5. SUURIMMAT SUOMESSA TOIMIVAT ELINTARVIKEYRITYKSET

		Liikevaihto v. 2004 (milj. euroa)
1	Valio	1581,9
2	Fazer	916,3
3	Atria	833,7
4	HK Ruokatalo	680,4
5	Raisio	626,9
6	Lännen Tehtaat	473,8
7	Hartwall	330,5
8	Sinebrychoff	322,5
9	Ingman Group	315,5
10	Chips	314,9
11	Vaasan & Vaasan	286,0
12	Saarioinen	277,2
13	Danisco Sugar	223,8
14	Paulig	200,5
15	Cloetta Fazer Makeiset	146,2
16	Tuottajain Maito	135,4
17	Cloetta Fazer Suklaa	134,5
18	Olvi	128,9
19	Järvi-Suomen Portti	125,9
20	Promilk	116,3
21	Leaf	109,6
22	Danisco Sweeteners	106,2
23	Snellman	104,7
24	Maitojaloste	89,3
25	Pohjolan Maito	86,5
26	Finlandia Vodka Worldwide	81,9
27	Felix Abba	79,7
28	A-Tuottajat	78,6
29	Idän Maito	72,3
30	Suomen Nestlé	67,2
31	Keski-Pohjan Juustokunta	64,2
	Yhteensä	9111,3

Lähde: Talouselämä 2005.