

TUTKIMUKSIA JA SELVITYKSIÄ

8 • 2014

# Lihasektorin hintarakenteet

---

**Ari Peltoniemi\***, **Kyösti Arovuori\*\***, **Jyrki Niemi\*\*\***, **Perttu Pyykkönen\*\***

\* Kuluttajatutkimuskeskus

\*\* Pellervon taloustutkimus PTT

\*\*\* Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus MTT





TUTKIMUKSIA JA SELVITYKSIÄ 8 • 2014

# Lihasektorin hintarakenteet

**Ari Peltoniemi, Kyösti Arovuori, Jyrki Niemi, Perttu Pyykkönen**



## **Lihasektorin hintarakenteet**

Ari Peltoniemi, Kyösti Arovuori, Jyrki Niemi, Perttu Pyykkönen  
Kuluttajatutkimuskeskuksen tutkimuksia ja selvityksiä 8 • 2014

Julkaisija

Kuluttajatutkimuskeskus

Kaikukatu 3, 00530 Helsinki

PL 142, 00531 Helsinki

Puh. 029 505 9000

Faksi 09 876 4374

[www.kuluttajatutkimuskeskus.fi](http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi)

ISSN 2342-0928 (PDF)

ISBN 978-951-698-280-2 (PDF)

**Peltoniemi, A., Arovuori, K., Niemi, J. ja Pyykkönen, P. 2014. LIHASEKTORIN HINTARAKENTEET.**

**Tiivistelmä:** Tutkimuksessa tarkastellaan kotimaisen lihasektorin hintarakenteita ja rahavirtojen jakautumisessa tapahtuneita muutoksia vuosien 2008 ja 2012 välisenä aikana. Tutkimuksessa kuluttajan tuotteesta maksama hinta jaetaan raaka-aineen hintaan sekä jalostuksen, kaupan ja valtion osuuteen. Lisäksi tutkimuksessa analysoidaan kotimaisen lihaketjun rahavirtoja hyödyntämällä elintarvikkeiden kulutuksen, tuotannon ja ulkomaankaupan bruttomääräisiä tilastoarvoja. Tulokset osoittavat, että kaupan osuus lihatuotteiden kuluttajahinnoissa on kasvanut. Myös teollisuuden osuus on hieman kasvanut, mutta tuottajan ja verottajan osuus on sitä vastoin hieman pienentynyt. Kauppa on pystynyt hyödyntämään teollisuuden kohtaamaa kilpailua hyvin. Samalla kaupalta on löytynyt muita elintarvikeketjun osapuolia enemmän sopeutumiskykyä markkinatilanteen muutoksiin ja sen asema kaupan ja teollisuuden välisissä sopimusneuvotteluissa on entisestään vahvistunut. Vahva neuvottelu- ja ostovoima ovat puolestaan mahdollistaneet kustannusnousujen siirtymisen kuluttajahintoihin ja kaupan marginaalin kasvun.

*Asiasanat: hintamarginaalit, rahavirrat, lihasectori, elintarviketeollisuus.*

**Peltoniemi, A., Arovuori, K., Niemi, J. and Pyykkönen, P. 2014. PRICE STRUCTURES IN THE FINNISH MEAT SECTOR.**

**Abstract:** In this paper the price and pricing structures in the domestic meat markets in Finland are analysed. In the analysis, price margins for meat are calculated by dividing consumer price between different sectors within the food chain. These sectors are raw-material (agriculture), food industry, retailers and government. In addition, the development and distribution of money flows in the Finnish meat sector are analysed. Time period covered range from 2008 to 2012. Our results show that the share of retailers on the consumer price of meat has increased. Also food industry has gained increasing share, but agriculture and taxes have lost their relative positions. Retailers have been able to benefit from both the domestic and import competition faced by Finnish meat producers. In addition, retailers have shown greater ability to adjust on changes in market situation and structures, and thus been able to increase their relative power in price negotiations with the meat industry. This stronger position has made it possible to transfer increasing costs in the meat sector to consumer prices and the increase in retailers' price margin.

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



## Esipuhe

Elintarvikkeiden hintataso ja hintojen kehitys pitävät jatkuvasti yllä vilkasta keskustelua ja kysymyksiä kotimaisen elintarvikeketjun toimivuudesta ja kilpailullisuudesta. Elintarvikkeiden hintakehityksen lisäksi keskustelua herättää kuluttajan maksaman hinnan jakautuminen elintarvikeketjun sisällä, mikä antaa aiheen tarkastella elintarvikeketjun eri osien keskinäisiä voimasuhteita ja näiden merkitystä kilpailulle, elintarvikeketjussa tapahtuvalle tulonjaolle ja elintarvikkeiden hinnanmuodostukselle.

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

Käsillä olevassa julkaisussa pureudumme tarkastelemaan lihan kuluttajahinnan muodostumista sekä lihaketjun eri osien ja kustannustekijöiden vaikutusta lihatuotteiden hinnanmuodostukseen. Samalla analysoimme ulkomaankaupan eli tuonnin ja viennin vaikutusta lihaketjun hinnanmuodostukseen.

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

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

Helsingissä kesäkuussa 2014

Tekijät

## YHTEENVETO

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

Tutkimustulokset osoittavat, että kaupan osuus lihatuotteiden kuluttajahinnoissa on viime vuosina kasvanut. Myös teollisuuden osuus on hieman kasvanut, mutta tuottajan osuus on pysynyt lähes ennallaan. Verottajan saama osuus on pienentynyt.

Vuonna 2008 kaupan osuus lihatuotteiden verollisesta kuluttajahinnasta oli keskimäärin 28,7 prosenttia. Lihateollisuudella oli 33,6 prosentin osuus ja tuottajilla 23,2 prosentin osuus. Neljä vuotta myöhemmin, vuonna 2012, kaupan osuuteen oli kertynyt 2,6 prosenttiyksikön lisäys. Teollisuuden osuus oli kasvanut vajaalla prosenttiyksiköllä.

Elintarviketeollisuuden rahavirtojen tarkastelu tukee hintamarginaalilaskelman tuloksia. Vuosien 2008–2012 välisenä aikana kaupan ja ravintoloiden osuus lihan kulutusmenoista kasvoi noin seitsemän prosenttiyksikköä. Tuonnin osuus kasvoi samassa ajassa hieman yli kaksi prosenttiyksikköä. Kotimaisen maatalouden lasku hidastui noin prosenttiyksikön. Kotimainen elintarviketeollisuus menetti suhteellisesta asemastaan vajaat neljä prosenttiyksikköä. Arvonlisäveromuutosten kokonaisvaikutuksen seurauksena verojen osuus lihan kulutusmenoista laski yli neljä prosenttiyksikköä.

Syyt kaupan osuuden muita nopeampaan kasvamiseen lihatuotteissa ovat moninaiset. Tutkimuksen tarkasteluvuosien 2008 ja 2012 välille osui useita sisä- ja ulkosyntyisiä Suomen elintarvikemarkkinoita heilauttaneita tekijöitä. Samalla lihan kuluttajahinta nousi Suomessa selvästi nopeammin kuin euromaissa keskimäärin. Eroa hintojen nousuvauhdissa selittävät niin tehdyt palkkaratkaisut, veromuutokset, hintamuutosten erilainen ajoittuminen kuin kaupan ja teollisuuden kotimaiset sopimuskäytännötkin. Näiden tekijöiden yhteisvaikutuksena lihan kuluttajahinta oli Suomessa vuonna 2012 keskimäärin 12 prosenttia korkeampi kuin neljä vuotta aiemmin.



## Sisällys

Esipuhe .....	7
YHTEENVETO .....	8
1. JOHDANTO .....	11
1.1 Katsaus aiempiin hintarakennetutkimuksiin.....	12
1.2 Lihatuotteiden hintakehitys .....	14
2. LIHATUOTTEIDEN HINTAMARGINAALIT .....	23
2.1 Aineistokuvaus .....	23
2.2 Menetelmäkuvaus .....	25
2.3 Tulokset: lihatuotteiden hintamarginaalit vuosina 2008 ja 2012.....	30
3. LIHASEKTORIN RAHAVIRTOJEN JAKAUTUMINEN .....	39
3.1 Aineisto- ja menetelmäkuvaus.....	39
3.2 Tulokset .....	42
4. JOHTOPÄÄTÖKSET.....	47
LÄHTEET .....	49
LIITE 1:Aineistokuvaus: elintarvikkeiden hintamarginaalit.....	51
LIITE 2: Elintarvikkeiden hinta- ja määrätietojen luovuttamispyyntö .....	56



# 1. JOHDANTO

Elintarvikkeiden hintataso ja hintojen kehitys herättävät aika ajoin keskustelua ja kysymyksiä kotimaisen elintarvikeketjun toimivuudesta ja kilpailullisuudesta. Hintakehityksen lisäksi keskustelua herättää kuluttajan maksaman hinnan jakautuminen elintarvikeketjun sisällä, mikä antaa aiheen tarkastella elintarvikeketjun eri osien keskinäisiä voimasuhteita ja näiden merkitystä kilpailulle, elintarvikeketjussa tapahtuvalle tulonjaolle ja elintarvikkeiden hinnanmuodostukselle. Mistä ruoan kuluttajahinta muodostuu? Kuinka suuren osuuden kukin elintarvikeketjun toimija saa elintarvikkeen hinnasta?

Nykyisessä tietoa tulvivassa yhteiskunnassa arvostetaan erityisesti läpinäkyvyyttä. Informaatioteknologian kehityksen myötä kuluttajien on ollut helppo hakea tietoa esimerkiksi elintarvikkeiden ominaisuuksista ja uusista kulutustrendeistä. Tietoa halutaan myös ruoan hinnan muodostumisesta. Suomessa poliittisten päätösten tekijöiden keskusteluista aina tavallisten kuluttajien keskusteluun, on tuotu esiin tarve pitkäkestoisen ja tietoon pohjautuvan koko elintarvikeketjun kattavan hintarakenneselvityksen toteuttamisesta.

EU:n tasollakin (Euroopan komissio, 2009) on korostettu terveen kilpailun edistämisen tärkeyttä elintarvikemarkkinoilla. Komissio on ilmaissut huolestumisensa muun muassa elintarvikeketjun toimijoiden epätasaisista neuvotteluvoimista. Puutteellisen kilpailun kotimarkkinasektorilla, esimerkiksi vähittäiskaupassa, on todettu nostavan tuotteiden hintatasoa, vähentävän kannusteita innovointiin ja alentavan siten tuottavuutta ja kasvua.

Tässä tutkimusraportissa luodaan kokonaiskuva suomalaisen lihasektorin hintarakenteista sekä lihaketjun eri osien ja eri kustannustekijöiden vaikutuksesta lihatuotteiden hinnanmuodostukseen. Raportin rakenne on seuraava: Luvussa 1 tarkastellaan aiempia tehtyjä hintarakennetutkimuksia sekä suomalaisen liha-alan markkinatilannetta ja kehitystä. Luvussa 2 tehdään selkoa lihatuotteiden hinnanmuodostuksesta eriyttämällä kuluttajan tuotteesta maksama hinta raaka-aineen hintaan, jalostuksen, kaupan ja valtion osuuteen. Luvussa 3 analysoidaan kotimaisen lihaketjun kokonaisrahavirtoja hyödyntämällä elintarvikkeiden kulutuksen, tuotannon ja ulkomaankaupan bruttomääräisiä tilastoarvoja. Luvussa 4 esitetään tutkimuksen yhteenveto ja johtopäätökset.

## 1.1 Katsaus aiempiin hintarakennetutkimuksiin

Kuluttajatutkimuskeskus, Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus (MTT) ja Pelleron taloustutkimus (PTT) ovat omissa aiemmissä laskelmissaan ja tutkimuksissaan analysoineet elintarvikkeiden hintarakenteita eri näkökulmista siltä osin kuin käytettävissä olevat tiedot ovat siihen antaneet mahdollisuuden.

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

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

PTT on analysoinut elintarvikeketjun rahavirtoja hyödyntämällä elintarvikkeiden kuluksen, tuotannon ja ulkomaankaupan bruttomääräisiä tilastoarvoja. Lähestymistapa perustuu ruokaan käytettävien kokonaiskulutusmenojen jakamiseen elintarvikeketjun eri osille: maatalouteen, elintarviketeollisuuteen, tuontiin, veroihin sekä kauppaan ja ravintolapalveluihin. Tulosten perusteella kauppa ja ravintolat kasvattivat omaa osuuttaan elintarvikeketjussa vuosina 2000-2009. Lisäksi tuonnin merkitys on ollut voimakkaassa kasvussa. Kotimainen maatalous ja elintarviketeollisuus ovat vastaavasti menettäneet asemiaan (Arovuori ym. 2011).

Tehdyt hintamarginaalitutkimukset osoittavat kautta linjan, että kaupan osuus ruuan verollisesta kuluttajahinnasta on EU-jäsenyysaikana kasvanut. Kasvavaa eroa elintarvikkeiden vähittäismyynti- ja tuottajahintojen välillä selittävät Kuosmasen ja Niemen

(2009) mukaan ainakin seuraavat kuusi tekijää: 1) tuotteiden korkeampi jalostusaste, 2) parempi elintarvikehygienia, 3) erot tuottavuuden kasvussa eri sektoreilla, 4) maatalouspoliittiset uudistukset, 5) kansainvälisen kaupan vapautuminen ja 6) epätäydellinen kilpailu. Kaikkia mahdollisia selityksiä on tarkasteltava yhdessä, jotta ymmärretään paremmin elintarvikeketjun dynamiikkaa.

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

Ali-Yrkkö (2013) on osaltaan avannut ruoan hinnan muodostumista, kun hän tutki eri alojen tuotteiden arvonlisän syntyä. Tutkimuksessa analysoitiin kaikkiaan kahdeksan Suomessa valmistetun elintarvikkeen<sup>1</sup> arvon syntyä. Näissä elintarvikkeissa tukku- ja vähittäiskaupan osuus tuotteen arvonlisäverottomasta loppuhinnasta oli keskimäärin 38 prosenttia. Kinkkuleikkeleessä kaupan osuus oli keskimäärin 47 prosenttia ja hunajamarinoidussa broilerisuikaleessa 30 prosenttia.

Vastaavasti brändinomistajalla eli tuotteen valmistajalla oli 41 prosentin ja logistiikalla 3 prosentin osuus tuotteen arvosta keskimäärin. Ruis- ja paahtoleivän kohdalla selvitetiin myös alkutuotannon osuus. Ruisleivässä viljanviljelijä synnytti runsaat 4,5 prosenttia tuotteen arvosta ja paahtoleivässä 4 prosenttia.

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

---

<sup>1</sup> Ruisleipä, vehnäpaahtoleipä, suklaapatukka, makeispussi, valmisruoka-annos, hunajamarinoitu broilerisuikale, kinkkuleikkele ja marjahillo.

## 1.2 Lihatuotteiden hintakehitys

Suomen lihamarkkinat ovat voimakkaasti integroituneet Euroopan unionin sisämarkkinoihin. Lihan hintakehitys seuraa eurooppalaista hintakehitystä etenkin tuottajahinnoissa.

Lihatuotteiden hintakehitykseen Suomessa vaikuttavat Euroopan sisämarkkinoiden ja kotimaan kysyntä-tarjontatilanne, teollisuuden kohtaaman tuontakilpailun määrä, kotimainen kulutusrakenne sekä kaupan markkinatilanteen mukaan vaihtelevat mahdollisuudet kilpailuttaa kotimaista elintarviketeollisuutta tuontituotteilla.

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

Suomen hintatasossa tapahtuneet muutokset seuraavat EU:n keskimääräisiä hintamuutoksia sekä kuluttaja- että tuottajahinnoissa. Hintojen nousu on Suomessa ollut kauttaaltaan hieman nopeampaa (taulukko 1). EU:n keskiarvoa nostaa kuitenkin etenkin uusissa EU12 jäsenmaissa koettu nopea hintojen nousu. Euroalueen hintakehitykseen vertailtaessa kehitys näyttäytyy hieman toisessa valossa. Kuluttajahinnat ovat vuosien 2008 ja 2012 välisenä aikana nousseet Suomessa euroalueen keskiarvoa enemmän. Etenkin elintarvikkeiden hintojen nousu on ollut selvästi euroalueen keskimääräistä hintojen nousua nopeampaa. Lihan hinta on noussut sekä euroalueella että Suomessa elintarvikkeiden keskimääräistä hintojen nousua nopeammin.

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

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

	<b>Suomi</b>	<b>Euro-alue</b>	<b>EU27</b>
Kuluttajahinnat	10,2 %	7,3 %	9,1 %
Elintarvikkeet	9,9 %	5,4 %	8,3 %
Lihan kuluttajahinnat	12,3 %	7,1 %	9,7 %
Sianlihan tuottajahinta	12,9 %		11,2 %

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

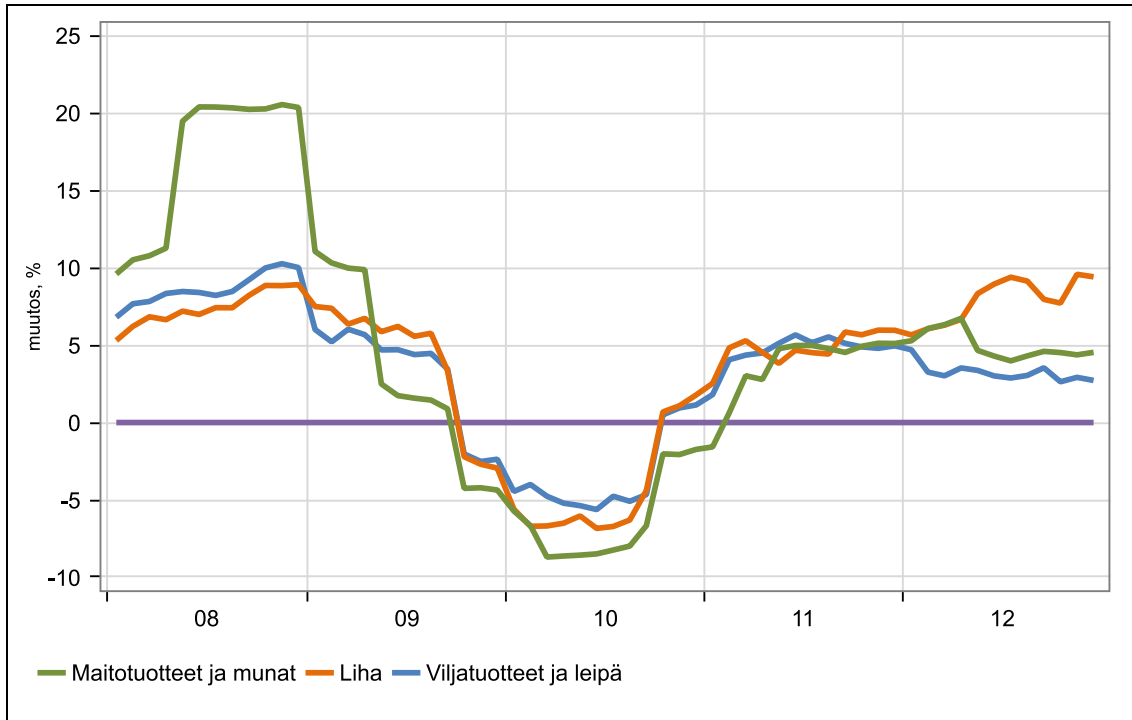
Verotuksen kokonaismuutokset huomioiden elintarvikkeiden hinnat ovat vuosien 2008 ja 2012 välillä nousseet Suomessa EU:n keskimääräistä hintojen nousua enemmän. Osa muutoksen eroista selittyy erilaisella hinnoittelujärjestelmällä sekä hintojen nousun ajoittumisella eri ajanjaksoille. Ruuan suhteellisesti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

### **Lihan hintakehitys**

Ajanjaksolla 2008-2012 Euroopan lihamarkkinoilla on nähty nopeita suhdannekäänteitä. Näiden käänteiden nopeus näkyy myös toteutuneessa hintakehityksessä. Poliitiikan rooli lihamarkkinoiden ohjauksessa on maatalouspolitiikan uudistusten sekä kaupan esteiden poistumisen seurauksena vähentynyt. Tämän seurauksena hinnat reagoivat kysynnän ja tarjonnan muutoksiin aikaisempaa nopeammin. Toisaalta myös muutokset tuotannossa ovat aikaisempaa nopeampia.

Euroopan lihamarkkinoiden heilahtelut vaikuttavat Suomen hintatasoon kahdella tavalla. Tuottajahintakehitys seuraa EU:n hintakehitystä ja on täysin riippuvainen sisämarkkinoiden kysyntä-tarjonta tilanteesta. Toisaalta EU:n tuotannossa ja hinnoissa tapahtuvat muutokset näkyvät suoraan kotimaisissa kuluttajahinnoissa lihan tuontihintojen ja -määrien kehityksen kautta.

Suomessa lihan kuluttajahintakehitys on noudatellut maitotuotteiden sekä viljatuotteiden ja leipien hintakehitystä muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta. Vuonna 2008 viljatuotteiden ja leipien hinnat nousivat Suomessa selvästi muiden tuotteiden hintoja nopeammin. Vuonna 2012 lihan hintojen nousu oli markkinatilanteen muutoksen seurauksena selvästi kahden muun päätuoteryhmän hintojen nousua nopeampaa.



**Kuvio 1.** Kuluttajahintojen kehitys tuoteryhmittäin (Lähde: Tilastokeskus)

Markkinatilanteen muutoksen taustalla oli vuodesta 2008 lähtien kiristynyt Euroopan liharakenteiden kysyntä-tarjonta tilanne. Viljan hintatason nousun seurauksena sian- ja siipikarjanlihan rehukustannukset nousivat nopeasti. Kustannusten nousu heikensi tuotannon kannattavuutta ja hidasti tuotannon kasvua. Vuonna 2012 kokonaisuuden kannalta tärkeimmän sianlihan kokonaistuotanto kääntyi Euroopan unionissa laskuun.

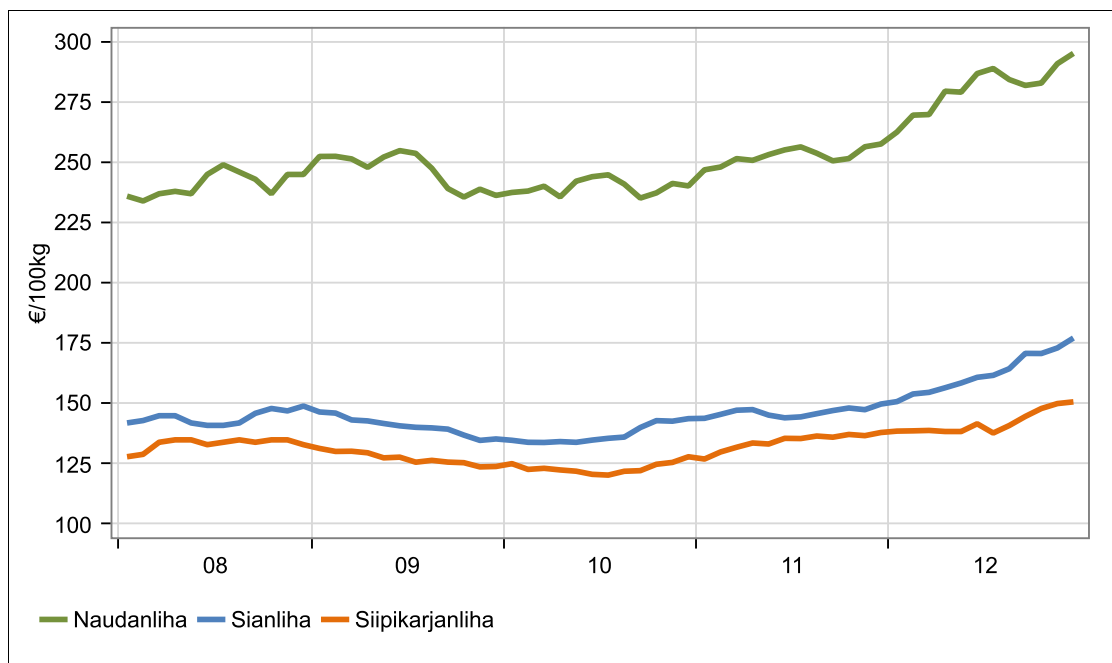
Myös Suomessa sianlihan tuotanto laski jyrkästi vuodesta 2008 vuoteen 2012. Tuotannon laskua vauhditti vuoden 2008 politiikkamuutos, jossa sika- ja siipikarjanlihan tuotanto jäi Etelä-Suomen vakavien vaikeuksien tuen ulkopuolelle. Samaan aikaan lihan tuotanto kärsi nopeasti kohonneiden tuotantopanoshintojen aiheuttamasta kannattavuuden heikentymisestä. Tuotannon lasku ja tasaisesti kasvanut kulutus käänsivät tuottajahinnat nousuun sekä EU:ssa että Suomessa kesällä 2010. Hintojen nousu kiihtyi vuoden 2012 loppua kohden.



Siipikarjanlihan osalta markkinatilanne on kehittynyt huomattavasti tasaisemmin. Tuotanto on voimakkaasti sopimusohjattua. Sopimusohjauksella kysynnän ja tarjonnan suhde pystytään pitämään suhteellisen tasaisena ja äkillisiltä markkinasuhteiden muutoksilta vältytään. Myös siipikarjanlihan hintakehitys on yleensä muita tuotteita maltillisempaa. Siipikarjanlihan markkinat ovat kasvaneet kulutuksen voimakkaan kasvun seurauksena. Tämä on mahdollistanut myös tuotannon maltillisen kasvun.

Naudanlihan osalta kotimainen markkinatilanne poikkeaa sian- ja siipikarjanlihasta. Suomessa tuotetaan naudanlihaa selvästi kotimaista kulutusta vähemmän. Lisäksi erikoistuneen naudanlihan tuotannon osuus kokonaistuotannosta on pieni. Tästä seuraa, että kotimaisen naudanlihan tarjonnan määrä on lihamarkkinoita enemmän sidoksissa maitomarkkinoiden kehitykseen, kun naudanlihan tarjonta on Suomessa suoraan sidoksissa lypsylehmien lukumäärään. Vuosien 2008 ja 2012 välillä maidontuotanto on Suomessa pysynyt vakaana, joten naudanlihan tuotannossakaan ei ole nähty merkittäviä muutoksia.

Tuonnin ja tuontihintojen merkitys korostuu naudanlihan kuluttajahintojen muodostumisessa ennen kaikkea arvokkaimmilla lihan osilla. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että kansainvälisillä lihamarkkinoilla tapahtuvat muutokset näkyvät suhteellisen suoraan esimerkiksi naudan sisäfileen kuluttajahinnoissa.



**Kuvio 2.** Lihan tuottajahintakehitys Suomessa (Lähde: Tike)

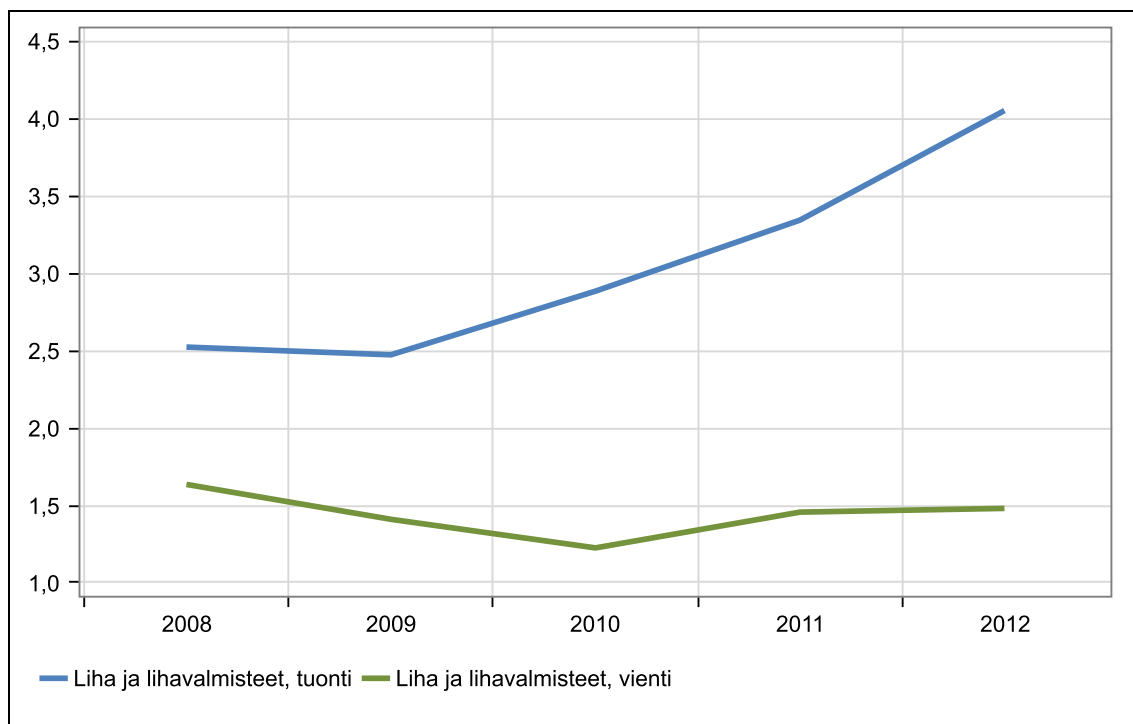
Tuotannon muutosten lisäksi lihamarkkinoita on kiristänyt kulutuksen kasvu. Lihan kulutus on kasvanut voimakkaasti koko maailmassa ja sama kehitys on näkynyt Euroopan sisämarkkinoilla. Yleisen talouden pitkään jatkunut heikko kehitys on

kuitenkin hidastanut kulutuksen kasvua. Suomessa lihan kokonaiskulutuksen kasvu on jatkunut suhteellisen tasaisesti. Sianlihan kulutus kääntyi pidempään jatkuneen laskun seurauksena nousuun vuosina 2010 ja 2011. Kasvu kuitenkin pysähtyi, mutta kulutus on sen jälkeen vakiintunut uudelle korkeammalle tasolle. Vastaavasti siipikarjanlihan kulutuksen pidempään jatkunut trendikasvu notkahti hieman sianlihan kulutuksen noustessa, mutta vuonna 2012 kasvu kiihtyi uudelleen. Naudanlihan kokonaiskulutuksessa ei ole tapahtunut merkittäviä muutoksia.

Markkinoiden integroitumisen vaikutukset näkyvät lihan tuonnin voimakkaana kasvuna. Tuonnin merkitys lihan kuluttajahinnan muodostumisessa on kasvanut sekä määrän kasvun että sen strategisen merkityksen seurauksena. Vuodesta 2008 lihan kokonaistuonnin arvo kasvoi 2,5 miljardista eurosta noin 4 miljardiin euroon vuonna 2012. Samaan aikaan lihan viennin arvo on kokonaistuotannon laskusta huolimatta muuttunut suhteellisen vähän. Lihan vienti oli vuonna 2012 lähes samalla 1,7 miljardin euron tasolla kuin vuonna 2008.

Kansainvälisen kaupan kasvu vahvistaa kaupan asemaa kotimaisessa elintarvikeketjussa. Lihan tuontitarjonnan kasvu mahdollistaa sen, että kauppa pystyy markkinatilanteesta riippuen kilpailuttamaan kotimaisen elintarviketeollisuuden tuotteet tuontituotteita vastaan. Myös kaupan omien merkkien määrän kasvu lisää kotimaisen teollisuuden kohtaamaa kilpailua.

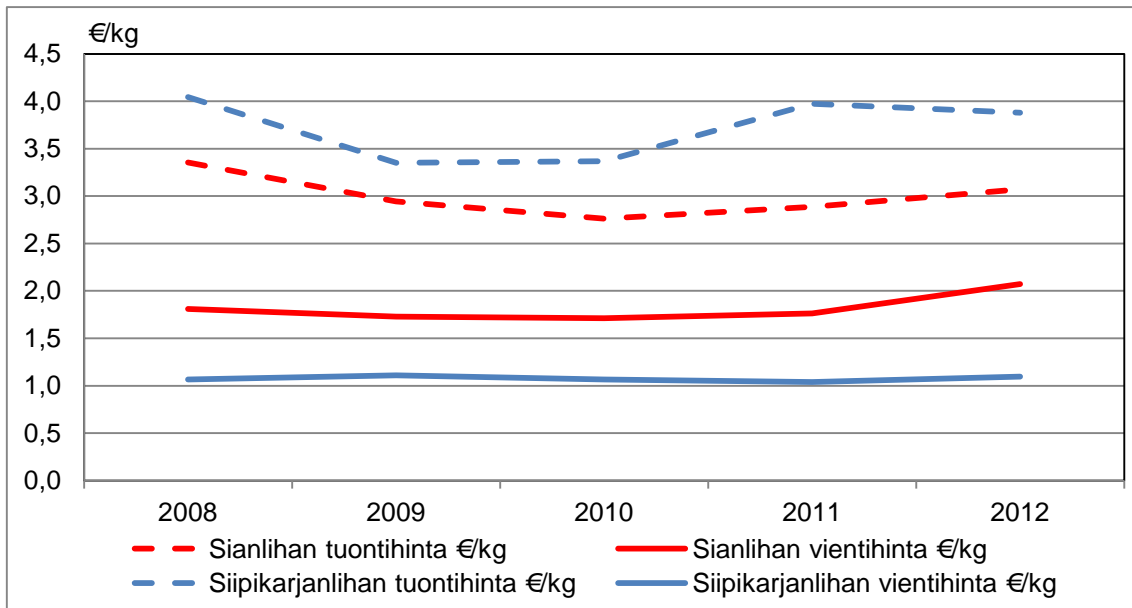
Tuonnin merkitys lihan kotimaisten kuluttajahintojen määräytymiseen on suoraan sidoksissa EU:n sisämarkkinoiden markkinatilanteeseen. Tuontihintojen nousu ja tuonnin määrän pienentyminen parantavat kotimaisen teollisuuden ja lihantuotannon asemaa. Vastaavasti tuontihintojen lasku ja tuonnin määrän kasvu heikentävät kotimaisen teollisuuden ja lihantuotannon mahdollisuuksia kaupan kanssa käytävissä hinta- ja määräneuvotteluissa.



**Kuvio 3.** Lihan ja lihavalmisteiden vienti ja tuonti (mrd. €) (Lähde: Tulli)

Kotimaisella lihan kulutusrakenteella on merkittävä vaikutus lihan viennin ja tuonnin rakenteeseen. Suomessa lihan kulutuksen painopiste on niin sanotuissa arvokkaammissa lihanosissa. Näitä arvokkaampia lihan osia ovat ennen kaikkea fileet. Tuotantoon suhteutettuna epätasapainoinen kulutus rakenne on johtanut siihen, että lihan kulutuksen kasvu on kasvattanut lihan tuontitarvetta, vaikka kotimaan kokonaistuotannon taso on sian- ja siipikarjanlihan osalta kokonaiskulutusta suurempaa. Viennin ja tuonnin rakenteen ero on merkittävä syy siihen, että lihan tuonnin ja viennin arvon välinen ero on kasvanut koko tarkastelujakson ajan.

Erot lihan vienti- ja tuontihintojen välillä ovat suhteellisen suuria (kuvio 4). Sianlihan kilo kohti määritetyt tuontihinnat ovat vuosien 2008 ja 2012 välillä vaihdelleet 3 euron molemmin puolin. Samaan aikaan vientihinnat ovat vuotta 2012 lukuun ottamatta pysyneet alle 2 eurossa. Siipikarjanlihan osalta ero on suurempi. Jokaisesta tuodusta siipikarjanlihakilosta on maksettu 3,5-4 euroa, mutta viedystä kilosta on saatu noin euro.

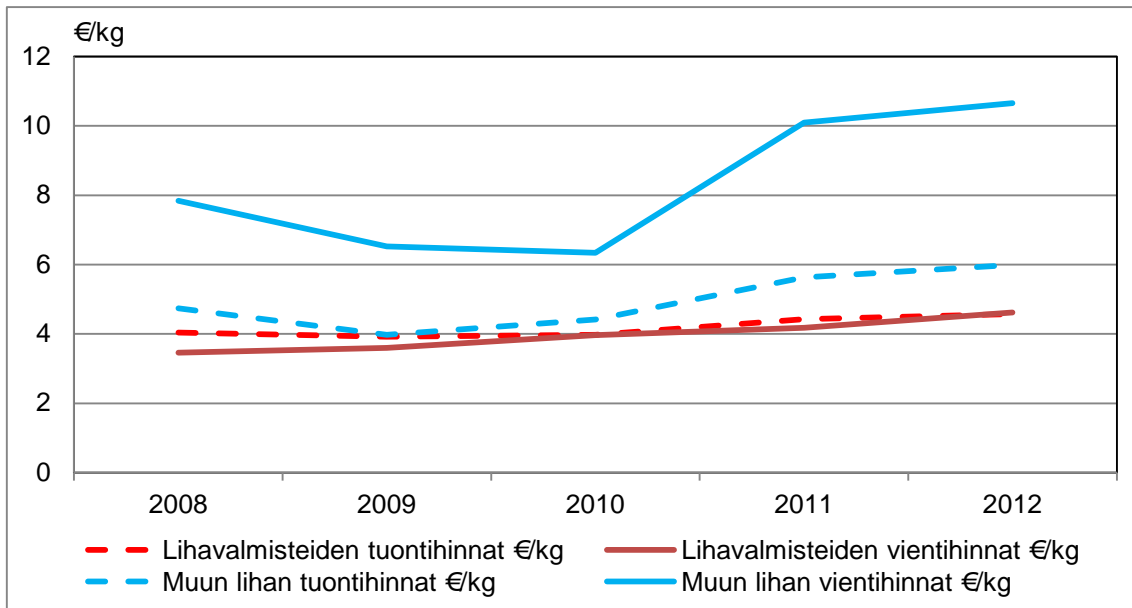


**Kuvio 4.** Sian- ja siipikarjanlihan vienti- ja tuontihinnat (Lähde:Tulli)

Lihamarkkinoiden muutokset näkyvät suoraan vienti- ja tuontihintojen kehityksessä. Sekä sian- että siipikarjanlihan tuontihinnat laskivat vuodesta 2008 vuoteen 2009. Hinnat kääntyivät nousuun 2010. Siipikarjanlihalla hintojen nousu jatkui vielä vuonna 2012, mutta sianlihan keskimääräiset tuontihinnat jäivät edellisvuotta alemmalle tasolle. Markkinatilanteen parantuminen näkyy vuoden 2012 kohonneina keskimääräisinä vientihintoina.

Kotimaisen lihan suhteellisesti matalammat vientihinnat selittyvät sillä, että vientiin menevät lihanosat ovat ruhon edullisempia osia, joita Suomessa ei kuluteta. Heikosta kannattavuudesta huolimatta vienti on ollut välttämätöntä, jotta kotimainen tuotanto saadaan purettua pois markkinoilta. Kotimaisen viennin kilpailukyky on korkeiden kustannusten seurauksena jo lähtökohtaisesti heikko. Viennin ongelmia lisää se, että kotimainen elintarviketeollisuus kilpailee omilla vientimarkkinoillaan tehokkaiden ja kilpailukykyisten tuottajien, ennen kaikkea Saksan, Tanskan ja Hollannin, kanssa. Sianlihan tuotannon laskun seurauksena lihan vientitarve on vähentynyt.

Lihavalmisteiden ja muiden lihojen osalta vienti- ja tuontihintojen suhde on erilainen (kuvio 5). Suomeen tuotujen valmisteiden vientihinnat ovat vuosina 2008 ja 2012 olleet samaa tasoa tuontituotteiden kanssa. Muun lihan osalta Suomesta on viety tuotteita, jotka ovat merkittävästi Suomeen tuotua lihaa arvokkaampia.



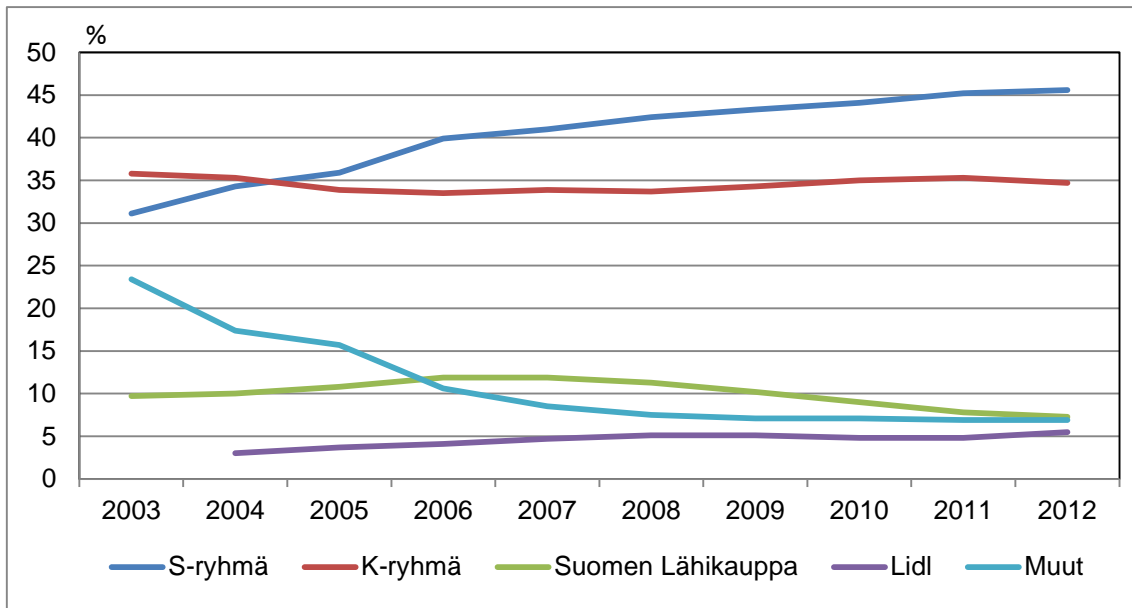
**Kuvio 5.** Lihavalmisteiden ja muun lihan tuonti- ja vientihinnat (Lähde:Tulli)

Lihasektorilla vallitsevan kilpailuasetelman selkein hyötyjä on päivittäistavarakauppa. Lihamarkkinoiden tuonnin kautta kohtaama kilpailu yhdistettynä kotimarkkinoihin, joissa kaksi kansainvälisesti toimivaa yritystä kilpailevat sekä toisiaan että kahta suhteellisen suurta kotimarkkinoille keskittynyttä toimijaa vastaan, parantaa kaupan neuvotteluvoimaa suhteessa teollisuuteen. Lisäksi lihasektorilla toimii useita alueellisia ja paikallisia toimijoita, jotka kiristävät teollisuuden kohtaamaa kilpailua alueilla.

Päivittäistavarakauppa on Suomessa keskittynyt. Keskittymisen taustalla ovat parin viime vuosikymmenen aikana tapahtuneet rakenteelliset muutokset, joista viimeisin on saksalaisen kauppaketjun lähes koko maahan laajentama myymäläverkosto. Viime vuosina ketju on onnistunut kasvattamaan markkinaosuuttaan.

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

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



**Kuvio 6.** Kaupan markkinaosuuksien (prosenttia) kehitys (Lähde: AC Nielsen, Kaupan liitto)

Kauppa pystyy kilpailuttamaan kotimaista teollisuutta tuontituotteiden lisäksi myös kaupan omien merkkien kautta. Kauppa on elintarvikeketjun ainoa toimija, joka hyötyy suoraan tuonnin kautta lisääntyvästä kilpailusta. Samaan aikaan kotimaisen maatalouden ja teollisuuden mahdollisuudet kannattavaan kilpailuun lihan vientimarkkinoilla ovat edelleen suhteellisen vähäiset.

## 2. LIHATUOTTEIDEN HINTAMARGINAALIT

Tässä tutkimuksessa lihatuotteen hintamarginaalilla tarkoitetaan tuottajien (alkutuotannon), lihateollisuuden ja kaupan (sisältää vähittäiskaupan ja tukkukaupan) osuutta lihatuotteen kuluttajahinnasta. Lihatuotteiden hintamarginaalien selvittäminen vaati ensinnäkin lihatuotteiden hinta- ja määrätietojen keräämistä. Tätä tutkimusta varten teollisuusyrityksiltä pyydettiin valittujen lihatuotteiden myyntihintoja ja myyntimääriä. Kaupalta pyydettiin lihatuotteiden ostohintoja, ostomääriä sekä kuluttajahintoja. Kuluttajahinnat saatiin pääosin Kuluttajatutkimuskeskuksen hintakeräyksistä, mutta myös Tilastokeskuksen ja edellä mainittuja kaupan ilmoittamia kuluttajahintatietoja hyödynnettiin. Tuottajahinnat ovat peräisin maa- ja metsätalousministeriön tietopalvelukeskuksen (Tike) tilastoista. Liitteessä 1 kuvataan yksityiskohtaisesti koko hintamarginaalitutkimuksen aineisto.

Lain antamat oikeudet pyytää elintarvikeharjoittajilta hintoihin liittyviä tietoja on annettu nimenomaan Kuluttajatutkimuskeskukselle. Tämän seurauksena tässä tutkimustyössä on kiinnitetty erityistä huomiota siihen, miten hinta- ja määrätietoja on kerätty ja analysoitu. Teollisuudelta ja päivittäistavarakaupalta pyydettyjen hinta- ja määrätietojen keräyksestä ja tuotekohtaisesta analysoinnista on vastannut yksinomaan Kuluttajatutkimuskeskus (Ari Peltoniemi). Siten teollisuudelta ja kaupalta saadut lihatuotteiden tuote- ja yrityskohtaiset tiedot ovat olleet vain Kuluttajatutkimuskeskuksen käytettävissä.

### 2.1 Aineistokuvaus

Lihatuotteiden hinta- ja määrätietoja kysyttiin yhteensä viideltä lihateollisuusyritykseltä. Näistä neljä toimitti pyydetty tiedot sekä vuosilta 2008 että 2012. Kyseisten yritysten yhteenlaskettu markkinaosuus kattaa enemmistön Suomen lihamarkkinoista sekä liikevaihdon että lihanhankinnan osalta. Vuodelta 2012 teollisuusyritykset toimittivat hinta- ja määrätiedot 38 lihatuotteesta ja vuodelta 2008 31 lihatuotteesta.

Teollisuuden lisäksi kolme kaupparyhmittymää toimitti lihatuotteiden hinta- ja määrätietoja. Yksi kaupparyhmittymä ilmoitti, että sillä ei ole resursseja toimittaa pyydettyjä tietoja. Vuodelta 2012 kauppa toimitti hinta- ja määrätiedot kymmenestä lihatuotteesta ja vuodelta 2008 kahdeksasta. Kaupan vuoden 2012 aineistossa kaksi tuotetta ei kuulunut teollisuudelta kysytyjen tuotteiden joukkoon, joten yhteensä vuodelta 2012 kertyi 40 lihatuotteen hinta- ja määrätiedot. Aineistoon sisältyy sekä raaka-aineiksi luokitelta-

via tuorelihatuotteita (16 kpl) että puolivalmisteiden kaltaisia lihajalosteita (24 kpl) (ks. taulukko 1).

Kaikkiaan vuoden 2008 osalta tietoja saatiin hieman pienemmästä joukosta tuotteita kuin vuodelta 2012, koska osa kaupan omista merkkituotteista<sup>2</sup> ei kuulunut aiemmin yritysten tuotevalikoimaan. Vuonna 2012 kohdejoukon 40 lihatuotteesta 11 oli kaupan omia merkkituotteita, kun vuonna 2008 kaupan omia merkkituotteita lihatuotteiden (31 kpl) joukossa oli vain viisi kappaletta. Tämä kertoo siitä, että kaupparyhmittymien lisääntyneet panostukset omiin merkkituotteisiin näkyvät muutoksina suomalaisten liha-teollisuusyritysten tuotevalikoimassa.

Teollisuudelta ja kaupalta kerätyissä aineistoissa oli molempien ajankohtien osalta kahdeksan samaa lihatuotetta. Siten tutkimuksessa oli mahdollista tehdä vertailua teollisuuden ja kaupan antamien tietojen välillä. Teollisuuden ja kaupan ilmoittamat hinnat kohtasivat yleensä hyvin, sillä enimmilläänkin teollisuuden myyntihinta<sup>3</sup> oli vain muutaman prosentin korkeampi kuin kaupan ostohinta<sup>4</sup>. Jo oletusarvona oli, että hinnat olisivat lähellä toisiaan, mutta tuskin missään tilanteessa täysin samoja. Tähän vaikuttaa erityisesti se, että teollisuusyrityksen ilmoittama tuotteen keskimääräinen myyntihinta on laskettu kyseisen tuotteen kokonaismyynnistä kaikille kaupparyhmittymille, kun vastaavasti kaupan keskimääräinen tuotteen ostohinta on laskettu vain tutkimukseen sisältyneiden kaupparyhmittymien antamista tiedoista.

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

---

<sup>2</sup> Kaupan omilla merkeillä (private labels) tarkoitetaan tuotteita, jotka myydään kauppaketjujen omilla väreillä ja tunnuksilla varustettuina. Ne kuitenkin tuotetaan usein myös vastaavia brändituotteita valmistavan elintarviketeollisuusyrityksen toimesta, jonka kanssa kauppa on tehnyt sopimuksen private label -tuotteiden valmistuksesta (Peltoniemi 2012)

<sup>3</sup> Toteutunut arvonlisäveroton myyntihinta kaupalle vähennettynä annetuilla alennuksilla.

<sup>4</sup> Toteutunut arvonlisäveroton ostohinta teollisuudelta vähennettynä saaduilla alennuksilla.



## 2.2 Menetelmäkuvaus

Hintamarginaalilaskelmien toteuttaminen edellytti toimialakohtaisten laskentamallien rakentamista.

**Ensimmäiseksi** lihasektorin yksittäisille lihatuotteille laskettiin toimijakohtaiset hintamarginaalit.

Yksittäisen lihatuotteen hintamarginaalit saadaan seuraavasta yhtälöstä:

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

missä

$p_c$  = lihatuotteen verollinen kuluttajahinta

$p_{tax}$  = arvonlisäveron osuus lihatuotteen verollisesta kuluttajahinnasta laskettuna

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

$p_i$  = teollisuuden osuus lihatuotteen verollisesta kuluttajahinnasta

$p_p$  = tuottajan eli alkutuotannon osuus lihatuotteen verollisesta kuluttajahinnasta

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

Kaupan osuus lihatuotteen kuluttajahinnasta ( $p_g$ ) lasketaan seuraavasti:

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

missä

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

Teollisuuden osuus lihatuotteen kuluttajahinnasta ( $p_i$ ) lasketaan seuraavasti:

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

missä

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

$p_p$  = tuottajan osuus lihatuotteen kuluttajahinnasta

Tuottajan osuus lihatuotteen kuluttajahinnasta ( $p_p$ ) vaihtelee sen mukaan, mihin tuoteryhmään (naudanliha, sianliha, siipikarjanliha ja jalosteet) ja lihalajiin lihatuote kuuluu. Tuottajahinnan jakamiseen käytetty laskentakaava esitetään laatikossa 1.

**Toiseksi** yksittäisistä lihatuotteista muodostettiin tuoteryhmät ja hyödykekimput (päätuoteryhmät). Lihatoimialan tuotteista muodostettiin kuluttajahintaindeksin (Tilastokeskus) COICOP -luokittelua<sup>5</sup> hyödyntäen 12 tuoteryhmää: naudan paisti, naudan jauheliha, porsaan sisäfile, sika-nauta jauheliha, broilerin file, broilerin koipireisi, kinkkuleikkeleet, siipikarjanlihaleikkele, grillimakkara, lenkkimakkara, nakit ja lihapyörökät. Näistä tuoteryhmistä muodostettiin edelleen neljä hyödykekimppua: naudanliha, sianliha, siipikarjanliha ja jalosteet. Esimerkiksi naudanlihan tuoteryhmät, naudan paisti ja naudan jauheliha, muodostavat naudanlihan hyödykekimpun. Sika-nauta jauheliha on kokonaisuudessaan osa sianlihan hyödykekimppua, vaikka siihen sisältyy myös naudanlihaa (taulukko 2).

Tutkimuksen kohdejoukkoon kuuluvalle naudan paistin tuoteryhmälle annettiin myös naudan ulkofilen ja suikalepaistien paino-osuudet kuluttajahintaindeksistä, sillä naudan paisti edustaa tutkimuksessa myös näitä kahta muutakin naudanlihatuotetta. Näin menetteliin myös muiden hyödykekimppujen kohdalla, joten edellä mainittujen naudanlihatuotteiden lisäksi riistapakasteiden, meetvurstin, pekonin ja maksamakkaran kulutuspainoja voitiin käyttää laskennassa täysimääräisesti, vaikka ne eivät kuuluneet tutkimuksen kohdejoukkoon.

Vuonna 2012 kokonaiskulutusmenoista 2,724 prosenttia (27,24 promillea) käytettiin lihaan. Vastaava osuus vuonna 2008 oli 2,674 prosenttia. Taulukossa 2 esitetään tutkimuksessa mukana olevat lihatuoteryhmät ja hyödykekimput sekä niille kuuluvat vuoden 2012 kulutuspainot. Niiden muodostamisessa on hyödynnetty kuluttajahintaindeksin tuotejakoa ja painorakennetta.

Taulukon 2 tuotenimet ja COICOP -luokat olivat voimassa vuoden 2012 kuluttajahintaindeksissä (2010=100). Vuoden 2008 kuluttajahintaindeksin (2005=100) tuotenimet ja luokittelu poikkeavat muutamien tuotteiden osalta vuoden 2012 kuluttajahintaindeksistä. Siten myös tämän tutkimuksen tuoteryhmäluokittelussa on pieniä eroja vuosien 2012 ja 2008 välillä.

---

<sup>5</sup> Kuluttajahintaindeksissä käytettävä yksilöllisen kulutuksen käyttötarkoituksen mukainen luokitus -COICOP, Classification of Individual Consumption According to Purpose - on laadittu kotitalouksien yksilöllisten kulutusmenojen luokittelua ja analysointia varten.

**Taulukko 2. Tutkimuksen lihatuotteiden kulutuspainot (Tilastokeskus 2010 = 100, omat laskelmat).**

Hyödyke- kimppu	Tuoteryhmä	COICOP- luokka	Tuote	Paino, 0/00	Osuus, %
Naudanliha	Naudan paisti	01.1.2.1.1.1	Naudan paisti	0,51	1,87
		01.1.2.1.1.2	Naudan ulkofile	0,57	2,09
		01.1.2.1.1.3	Naudan suikalepaisti	0,37	1,36
	Naudan jauhe- liha	01.1.2.8.1.2	Naudan jauheliha	3,46	12,70
Sianliha	Porsaan sisäfile	01.1.2.2.1.1	Porsaan sisäfile	1,66	6,08
		01.1.2.2.1.2	Porsaan suikale- ja palaliha	0,90	3,30
		01.1.2.2.1.3	Porsaan paisti	0,52	1,91
	Sika-nauta jauheliha	01.1.2.8.1.3	Sika-nauta jauheliha	1,15	4,22
Siipikarjanliha	Broilerin file	01.1.2.4.1.1	Broilerin suikale	1,86	6,83
		01.1.2.4.1.2	Broilerin rintafile	1,57	5,76
		01.1.2.4.1.3	Broilerin koipi- reisi	0,46	1,69
Jalosteet	Kinkkuleikkelet	01.1.2.7.1.1	Palvikinkku	3,04	11,14
		01.1.2.7.1.2	*Meetvursti	0,43	1,59
		01.1.2.7.1.3	Keittokinkku	0,90	3,29
		01.1.2.7.1.5	Kinkkumakkara	0,37	1,36
		01.1.2.7.1.6	Maksamakkara	0,42	1,52
		01.1.2.7.1.4	Siipikarjanlihaleikkele	1,42	5,21
		01.1.2.5.2.1	Riistapakaste	0,18	0,66
	Grillimakkara	01.1.2.7.2.1	Grillimakkara	2,03	7,43
		01.1.2.7.1.2	*Meetvursti	0,43	1,59
	Lenkkimakkara	01.1.2.7.2.2	Lenkkimakkara	1,08	3,95
		01.1.2.7.3.1	Pekoni	0,32	1,17
		01.1.2.7.1.2	*Meetvursti	0,43	1,59
	Nakit	01.1.2.7.2.3	Nakit	1,90	6,97
01.1.2.7.1.2		*Meetvursti	0,43	1,59	
	Lihapyörökät	01.1.2.8.1.1	Einespyörökät	0,85	3,12
Liha	Yhteensä	01.1.2		27,24	100

\* Meetvurstin paino-osuus (1,73) on jaettu neljän tuoteryhmän (kinkkuleikkele, grillimakkara, lenkkimakkara ja einespyörökät) kesken.

**Kolmanneksi** tuoteryhmien sisällä tuotteiden hintamarginaaleja painotettiin teollisuuden myyntimäärillä<sup>6</sup>. Tällöin tuotteet, joiden teollisuuden myyntimäärät ovat suurimmat, vaikuttavat tuoteryhmien keskimääräisiin hintamarginaaliprosentteihin suurimmilla painoilla.

<sup>6</sup> Muutamissa tuotteissa hintamarginaaliprosentteja painotettiin teollisuuden myyntimäärän sijaan kaupan ostomäärillä.

**Neljänneksi** hyödykekimppujen sisällä tuoteryhmien keskimääräiset hintamarginaaliprocentit painotettiin kuluttajahintaindeksin (Tilastokeskus) kulutusosuuksilla. Esimerkiksi sianlihan hyödykekimpuissa kulutusosuuksilla painotettiin siihen kuuluvien tuoteryhmien eli porsaan sisäfileen ja sika-nauta jauhelihan hintamarginaaleja. Näin saatiin laskettua hyödykekimppujen hintamarginaaliprocentit kaikille toimijoille.

**Viidenneksi** kulutusosuuksilla painotetut hyödykekimppujen hintamarginaaliprocentit yhdistettiin toimijakohtaisesti, jolloin muodostuivat koko lihatoimialan keskimääräiset hintamarginaaliprocentit tuottajille, teollisuudelle ja kaupalle.

### Laatikko 1. Tuottajahinnan jakaminen lihalajeittain

Tutkimuksessa laskettujen tuotekohtaisten hintamarginaalien lähtökohta on, että lihan eri osien arvo ei ole keskenään sama kaupalle ja teollisuudelle. Teollisuuden maksama tuottajahinta määräytyy kaupan ja sitä kautta kuluttajan maksuvalmiudesta eri osien suhteen. Yksinkertaistettu oletus on, että niukemmat lihan osat ovat muita arvokkaampia. Esimerkiksi sisäfile tai paisti ovat jauhelihaa arvokkaampia, koska niitä saadaan yksittäisestä eläimen ruhosta suhteellisesti vähemmän.

Laskelman oletuksena on, että ruhon arvo määräytyy teollisuudelle saannon mukaan. Teollisuuden kaupalta saama kokonaishinta määrittää maatalouden tuottajahintatason, joka teollisuudella on vara maksaa. Teollisuus kattaa tuottajahinnan pyrkimällä ruhon osien hinnoittelulla mahdollisimman korkeaan lisäarvoon. Oletuksena on lisäksi se, että teollisuus saa kaikki tulonsa kaupalta. Näin ollen lihan tuottajahinta on laskettu teollisuuden kaupalta saamien tulojen perusteella, eikä siinä huomioida muualle kuin kaupalle myytävien osien, kuten nahan, rasvan, luiden ja jätteiden arvoa.

Tuottajan osuus lihalajin hinnasta muodostuu seuraavan kaavan kautta,

$$P_{t\_lj\_osuus} = \left( \frac{p_{lj}}{p_{teoll\_ave}} \right) p_t, \text{jossa}$$

$p_{t\_lj\_osuus}$  = tuottajan osuus lihalajin hinnasta, €/kg

$$p_{teoll\_ave} = x_1 p_{lj1} + x_2 p_{lj2} + \dots + x_n p_{ljn}$$

jossa  $x_n$  = lajin suhteellinen osuus teollisuuden lihan saannosta,

$p_{lj}$  = lihalajin  $k$  teollisuuden myyntihinta kaupalle,

jossa  $k$  = file, paisti jauheliha..., €/kg

$p_{teoll\_ave}$  = teollisuuden lihatuotteiden keskimääräinen myyntihinta kaupalle painotettuna eri lihalajien suhteellisen osuuden mukaan, €/kg

$p_t$  = lihan maatalouden tuottajahinta, €/kg

Sovelletun lähestymistavan hyöty suhteessa aikaisempiin hintamarginaalilaskelmiin on siinä, että tuottajahinnan osuus pystytään suhteuttamaan eri osien suhteellisen arvon mukaan.

Ruhon eri osien merkitystä maatalouden tuottajahinnan muodostuksessa voidaan tarkastella suhteuttamalla teollisuuden saama hinta lihalajeittain maataloudelle maksettavaan tuottajahintaan. Tämä tulosuhde kertoo, kuinka monta kiloa valittua lihalajia teollisuuden täytyy myydä kattaakseen maataloudelle maksettava kilokohtainen tuottajahinta. Tulosuhde valituille lihalajeille on esitetty taulukossa L1.

**Taulukko L1.** *Kuinka monta kiloa teollisuuden pitää myydä tiettyä lihakiloa kattaakseen maatalouden tuottajahinnan (vuoden 2012 hinnoilla)*

	<b>Nauta</b>	<b>Sika</b>	<b>Broileri</b>
Jauheliha	1,35	1,13	
Paistit ja fileet, rintapalat	0,61	0,69	0,49
Koivet ja reidet			1,88
Jalosteet		1,59	
Vienti		5,23	2,80

Taulukosta L1 nähdään, että vuonna 2012 teollisuuden piti myydä 1,35 kiloa naudan jauhelihaa kattaakseen naudanlihan maatalouden tuottajahinnan 2,81 euroa/kg. Suhteellisesti arvokkaampaa naudan paistia piti vuonna 2012 myydä 0,61 kiloa, jotta myyntituloilla pystyttiin rahoittamaan vuoden 2012 keskimääräinen tuottajahinta.

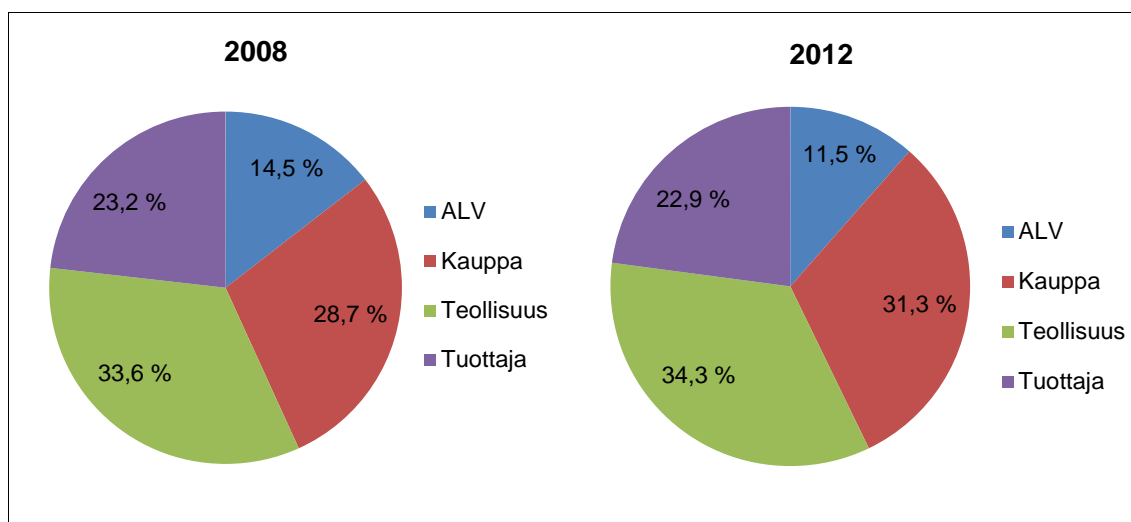
Viennin rakenne ja suhteellisesti matalien vientihintojen merkitys korostuvat esitetystä laskentatavasta. Matalat vientihinnat ja viennin kohdistuminen vähemmän arvokkaisiin lihan osiin tarkoittaa sianlihan osalta sitä, että teollisuuden piti vuoden 2012 hinnoilla viedä 5,25 kg sianlihaa, jotta se pystyi rahoittamaan sianlihan tuottajahinnan 1,63 euroa/kg. Teollisuus pääsi samaan tulokseen myymällä 1,13 kiloa sian jauhelihaa. Myös broilerin osalta vientihinnat ovat suhteellisesti heikot. Vuoden 2012 hinnoilla teollisuuden piti viedä 2,8 kiloa broileria rahoittaakseen broilerin tuottajahinnan 1,42 euroa/kg. Vastaavasti fileitä ja rintapaloja piti myydä 0,49 kiloa jokaista tuottajalta ostettua broilerin lihakiloa kohti.

## 2.3 Tulokset: lihatuotteiden hintamarginaalit vuosina 2008 ja 2012

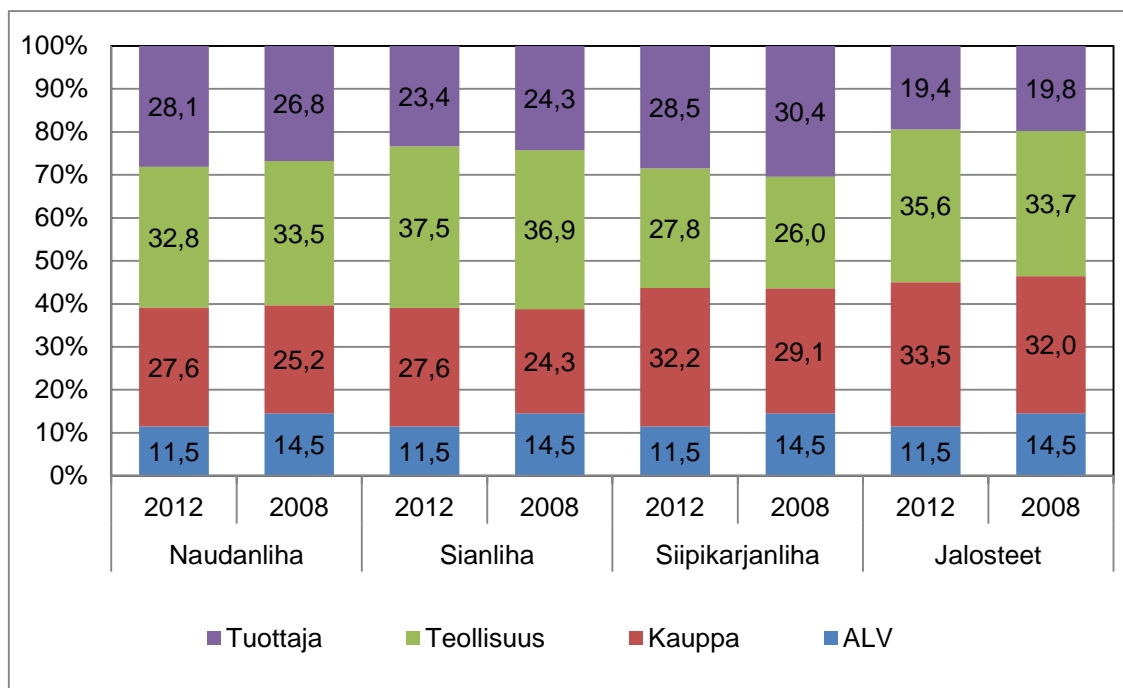
### Lihasektori

Tässä tutkimuksessa lihasektori muodostuu neljästä hyödykekimpusta eli päätuoteryhmästä: naudanliha, sianliha, siipikarjanliha ja jalosteet. Hyödykekimput pitävät puolestaan sisällään tuoteryhmiä, jotka on kokonaisuudessaan lueteltu taulukossa 2. Tuoteryhmät koostuvat useista eri valmistajien tuotteista, joista osa kuuluu kaupan omaisiin merkkituotteisiin. Vuonna 2012 tämän tutkimuksen kohderyhmään kuuluneista 40 lihatuotteesta 11 oli kaupan omia merkkituotteita, kun vuonna 2008 kaupan omia merkkituotteita lihatuotteiden (31 kpl) joukossa oli vain viisi kappaletta. Toisin sanoen tutkimuksen tuotteista kuuden kaupan oman merkkilihatuotteen valmistus ei ollut vielä alkanut vuonna 2008.

Vuonna 2008, elintarvikkeiden alv-kannan ollessa 17 prosenttia, arvonlisäveron osuus elintarvikkeen verollisesta kuluttajahinnasta oli 14,5 prosenttia. Kaupan osuus lihatuotteiden verollisesta kuluttajahinnasta oli tuolloin keskimäärin 28,7 prosenttia. Lihateollisuudella oli 33,6 prosentin osuus ja tuottajilla 23,2 prosentin osuus. Neljä vuotta myöhemmin, vuonna 2012, kaupan osuuteen oli kertynyt 2,6 prosenttiyksikön lisäys. Teollisuudenkin osuus oli kasvanut hieman, vajaalla prosenttiyksiköllä, mutta tuottajan osuus oli hieman laskenut (kuvio 7).



**Kuvio 7.** Lihasektorin keskimääräisten hintamarginaaliprosenttien (osuus verollisesta kuluttajahinnasta) jakautuminen arvonlisäveron, kaupan, teollisuuden ja tuottajan kesken vuosina 2008 ja 2012.



**Kuvio 8.** Naudanlihan, sianlihan, siipikarjanlihan ja jalosteiden keskimääräisten hintamarginaaliprosenttien (osuus verollisesta kuluttajahinnasta) jakautuminen arvonlisäveron, kaupan, teollisuuden ja tuottajan kesken vuosina 2008 ja 2012.

Lihasektorilla on eroja hintamarginaalien jakautumisessa eri hyödykekimppujen välillä ja myös kehityssuunnissa (kuvio 8). Tuottaja saa leikkeleiden ja makkaratuotteiden kaltaisista korkeamman jalostusarvon tuotteista suhteessa pienemmän osan kuin raaka-aineisiin laskettavista vähän jalostetuista tai jalostamattomista lihatuotteista. Molempina vuosina tuottajan osuus jalosteista on vajaat 20 prosenttia. Siipikarjanlihatuotteissa tuottajan saama osuus on suurempi kuin muissa hyödykekimpuissa, vaikka se hieman laski sianlihan tavoin vuodesta 2008. Naudanlihassa tuottajan osuus on sitä vastoin noussut, reilun prosenttiyksikön verran, noin 28 prosenttiin eli lähes samoihin lukemiin siipikarjalihan kanssa.

Teollisuuden osuudessa suurin kasvu on näkynyt jalosteissa ja siipikarjanlihatuotteissa, sillä molemmissa osuus on noussut lähes 2 prosenttiyksikköä. Teollisuuden keskimääräinen hintamarginaaliprosentti on silti edelleen melko selvästi alempi siipikarjanlihatuotteissa kuin muissa lihalajeissa.

Kaupan osuus on kasvanut eniten sianlihassa ja siipikarjanlihassa. Molemmissa kaupan hintamarginaaliprosenttiin tuli neljässä vuodessa yli kolmen prosenttiyksikön lisäys. Myös naudanlihassa ja jalosteissa kertyi kasvua.

Sekä sianlihassa että naudanlihassa tämän tutkimuksen tuloksia kaupan osuudesta voi suuntaa antavasti vertailla Pohjosen (1992) tutkimuksen kanssa. Pohjosen tulosten mukaan vuonna 1991 kaupan osuus sianlihatuotteen liikevaihtoverollisesta hinnasta vaihte-

li porsaan ulkofileen reilusta 22 prosentista porsaan kyljen 28,4 prosenttiin. Naudanliha-tuotteissa kaupan osuus vaihteli 21,4 prosentin ja 30,7 prosentin välillä. Tämän tutkimuksen tulokset osoittavat, että 23 vuodessa kaupan osuus on hieman kasvanut molemmissa lihalajeissa. Vuonna 2012 kaupalla oli sekä sian- että naudanlihassa keskimäärin vajaan 28 prosentin osuus tuotteiden verollisesta kuluttajahinnasta.

Syyt kaupan osuuden muita nopeampaan kasvamiseen lihatuotteissa ovat varmasti moninaiset, mutta ilmeistä on, että elintarvikkeiden arvonlisäverokannan alentuminen pysyttiin parhaiten hyödyntämään kaupan keskuudessa. Kaupan osuuden kasvamiseen lienee vaikuttanut myös kaupan omien merkkituotteiden markkinaosuuden voimakas kasvu päivittäistavara-kaupoissa vuosien 2008 ja 2012 välillä<sup>7</sup>. Tämä arvion taustalla on hintarakennetutkimuksen tulokset, joiden mukaan sika-nauta jauheliassa kaupan osuus on sen omissa merkkituotteissa selvästi suurempi kuin teollisuuden vastaavissa brändituotteissa (ks. sika-nauta jauheliha). Nämä havainnot eivät kuitenkaan ole suoraan yleistettävissä kaikkiin lihatuotteisiin. Tuoteryhmissä, joissa brändituotetta vastaavan kaupan oman merkkituotteen valmistuttaminen on helppoa esimerkiksi vähäisen jalostusasteen ja yksinkertaisen reseptin vuoksi, on kaupan osuus sen omissa merkkituotteissa mitä todennäköisimmin hieman suurempi kuin brändituotteessa.

### **Sika-nauta jauheliha**

Sika-nauta jauhelihatuotteita on vuoden 2012 aineistossa kuusi kappaletta – ja näistä kolme on kaupan omia merkkituotteita. Tuotteiden rasvapitoisuudet vaihtelevat 17 prosentin ja 23 prosentin välillä. Rasvapitoisuuksien lisäksi tuotteissa on pieniä eroja sianlihan ja naudanlihan suhteissa, mutta pääosin pakkauksissa on 50 prosenttia molempia lihalajeja. Koska kyseessä on moneen muuhun elintarviketuotteeseen verrattuna melko homegeenisestä tuotteesta, on kiinnostavaa tehdä vertailua hintamarginaalien jakautumisessa teollisuuden omien brändituotteiden ja kaupan omien merkkituotteiden välillä. Vuodelta 2008 vastaavaa vertailua ei voitu tehdä, koska tuolloin kaupan omia merkkituotteita ei näistä tuotteista valmistettu.

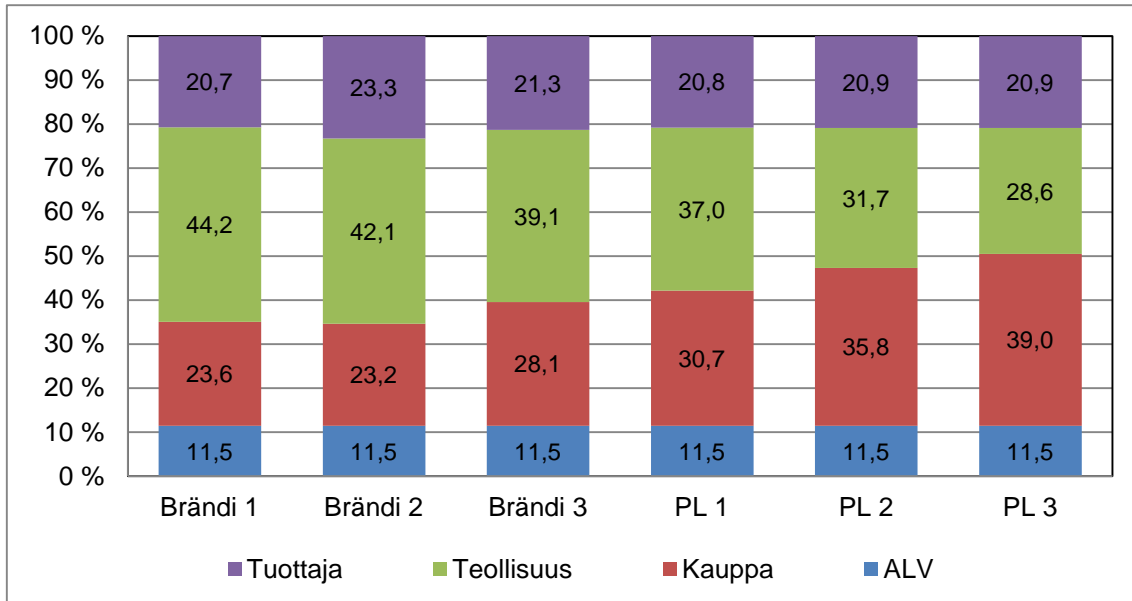
Vuonna 2012 sika-nauta jauhelihan verollinen kuluttajahinta oli keskimäärin 6,60 €/kg. Arvonlisäveron osuus verollisesta kuluttajahinnasta on luonnollisesti kaikissa tuotteissa 11,5 prosenttia, mutta myös alkutuotannon osuus on hyvin tasainen, sillä se vaihtelee vajaasta 21 prosentista reiluun 23 prosenttiin. Teollisuuden ja kaupan hintamarginaalitasoissa on eroja. Teollisuuden osuus sika-nauta jauhelihan kuluttajahinnasta on suurimmillaan 44 prosenttia ja pienimmillään vajaat 29 prosenttia. Vastaavasti kaupan osuus vaihtelee 23 prosentista 39 prosenttiin (kuvio 9).

---

<sup>7</sup> Päivittäistavara-kaupan (PTY) vuosijulkaisujen (2010 ja 2013) mukaan vuonna 2008 PTY:n jäsenyritysten omien merkkien osuus päivittäistavaramyynnin arvosta oli vuonna 8,6 % ja vuonna 2012 jo 14,6 %.



Näyttää siltä, että kauppa saa suuremman osan sika-nauta jauhelihatuotteesta, mikäli se kuuluu kaupan omiin merkkituotteisiin. Kaupan omissa merkkituotteissa kaupan osuus vaihteli noin 31 prosentista 39 prosenttiin, kun teollisuuden brändituotteissa kaupan osuus nousi parhaimmillaankin vain 28 prosenttiin. Kahdessa kolmesta kaupan omasta merkkituotteesta kaupan hintamarginaali oli teollisuuden marginaalia suurempi.

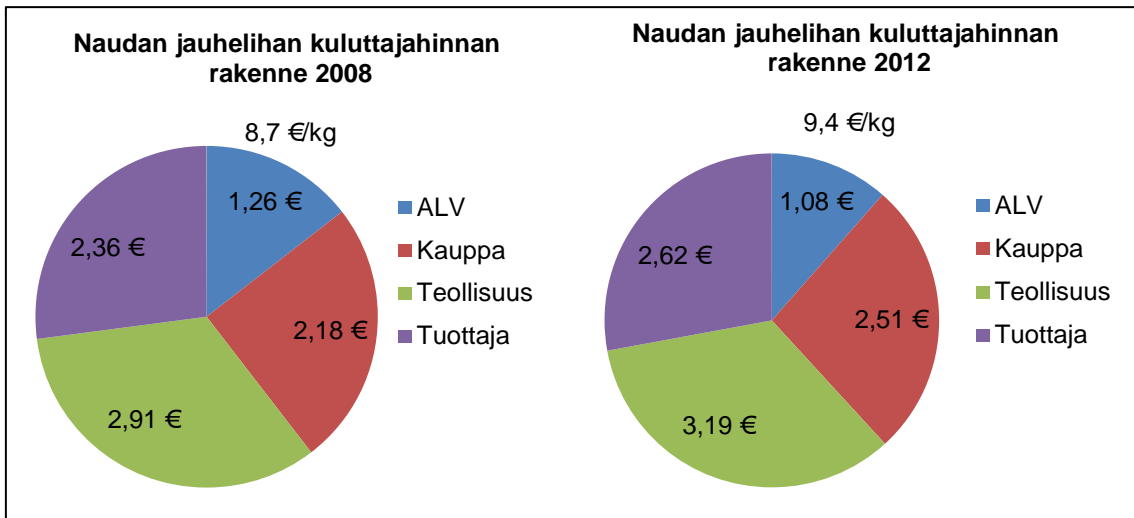


**Kuvio 9.** Kuuden sika-nauta jauhelihatuotteen hintamarginaaliprosenttien (osuus verollisesta kuluttajahinnasta) jakautuminen arvonlisäveron, kaupan, teollisuuden ja tuottajan kesken vuonna 2012. Brändi = teollisuuden brändituote ja PL= kaupan oma merkkituote.

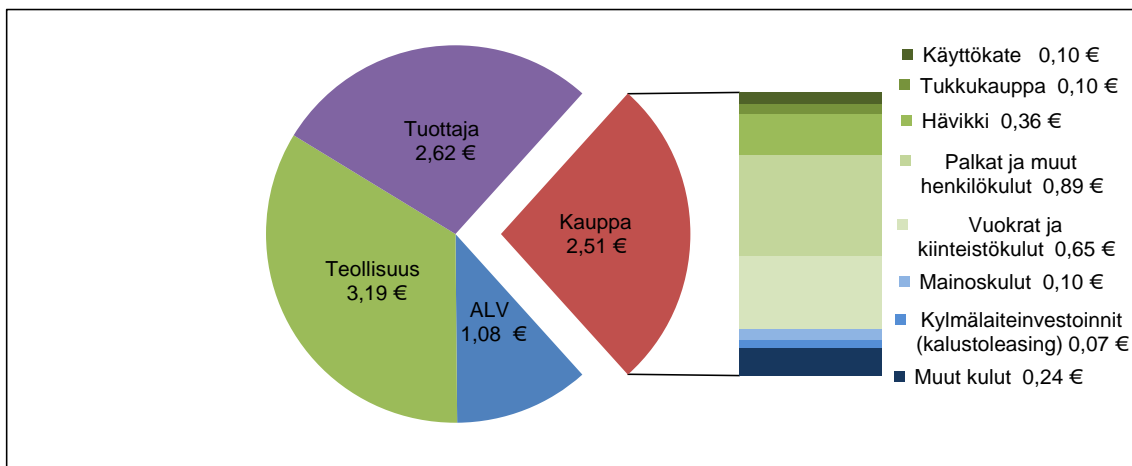
## Naudan jauheliha

Vuoden 2012 aineistossa on kolme naudan jauhelihatuotetta ja vuoden 2008 aineistossa kaksi tuotetta. Niiden joukossa on sekä 10 prosentin että 17 prosentin rasvapitoisuuden omaavia tuotteita.

Vuonna 2008 nautajauheliha maksoi keskimäärin 8,70 €/kg päivittäistavarakaupoissa, ja arvonlisäveron osuus verollisesta kuluttajahinnasta oli 14,5 prosenttia. Vuonna 2012 nautajauhelihan verollinen kuluttajahinta oli keskimäärin 9,40 €/kg, ja arvonlisäveron osuus verollisesta kuluttajahinnasta oli elintarvikkeiden arvonlisäverokannan alentumisen myötä 11,5 prosenttia. Siten naudan jauheliha maksoi vuonna 2012 keskimäärin 8 prosenttia enemmän, vaikka arvonlisäveron osuus elintarvikkeiden verollisesta kuluttajahinnasta oli kolme prosenttiyksikköä alempi (kuvio 10).



**Kuvio 10.** Naudan jauhelihan keskimääräisen verollisen kuluttajahinnan jakautuminen hintamarginaaliprosenttien mukaisesti arvonlisäveron, kaupan, teollisuuden ja tuottajan kesken vuonna 2008 ja 2012.



**Kuvio 11.** Naudan jauhelihan keskimääräisen verollisen kuluttajahinnan (9,40 €/kg) jakautuminen hintamarginaaliprosenttien mukaisesti arvonlisäveron, kaupan, teollisuuden ja tuottajan kesken vuonna 2012. Kuvassa on lisäksi yhden kaupparyhmittymän keskimääräinen laskennallinen kulujakauma ja käyttökate naudan jauhelihassa.

Teollisuuden osuus naudan jauhelihan verollisesta kuluttajahinnasta, noin 34 prosenttia, oli vuonna 2012 hieman suurempi kuin muilla toimijoilla. Tuottajat saivat 28 prosentin osuuden ja kauppa vajaan 27 prosentin osuuden. Vuoteen 2008 nähden kaikkien toimijoiden osuudet nousivat hieman. Kaupan osuudessa oli puolentoista prosenttiyksikön kasvu neljän vuoden takaiseen tilanteeseen nähden. Tuottajien osuus kasvoi vajaan prosenttiyksikön ja teollisuuden puoli prosenttiyksikköä.

Tässä tutkimuksessa päästiin pureutumaan aiempaa yksityiskohtaisemmin eri lihatuotteiden hintamarginaalien jakautumiseen alkutuotannon, teollisuuden ja kaupan välillä.

Siten pystyimme esittämään tuloksissa eri portaiden saamia osuuksia lihatuotteiden kuluttajahinnoista. On kuitenkin syytä pitää mielessä, että lihatuotteiden hintamarginaalit eivät ole sama asia kuin liikevoitot lihatuotteista. Liikevoiton selvittäminen edellyttää tuotteiden yksityiskohtaista kustannuserittelyä sekä käyttökateen ja poistojen selvittämistä.

Kuluttajatutkimuskeskuksen käymät keskustelut tutkimukseen kuuluneiden kaupparyhmittymien kanssa osoittivat, että lihatuotteiden kustannusrakenteen selvittäminen ja käyttökateen avaaminen on haasteellinen tehtävä. Yksi kaupparyhmittymä siihen kuitenkin pystyi, joten kuviossa 11 on esitetty eri toimijoiden hintamarginaalien lisäksi esimerkinomaisesti yhden kaupparyhmittymän keskimääräinen laskennallinen kulujakauma ja käyttökate naudan jauhelihasa. Kulujakaumaan ei ole sisällytetty naudan jauhelihan kuljetuskustannuksia, koska tuotteen toimitusehdoksi on oletettu ”vapaasti kaupassa”.

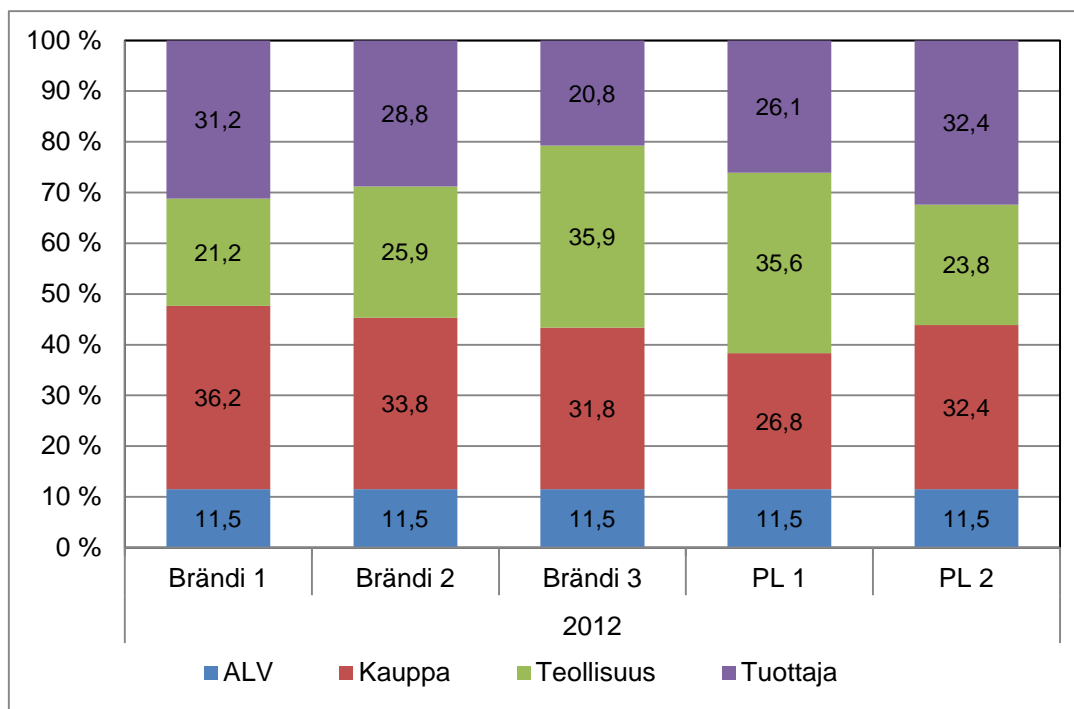
Vuonna 2012 kaupalle jäi vajaat 27 prosenttia eli 2,51 € naudanlihan verollisesta keskimääräisestä kuluttajahinnasta (9,40 €/kg). Naudan jauhelihan kulujakauman mukaan palkat ja henkilökulut sekä vuokrat ja kiinteistökulut ovat selvästi suurimmat kustannuserät kaupassa. Kaupan osuudesta yli 60 prosenttia menee näihin kahteen kulueryhmään. Myös hävikillä on suhteellisen iso osuus, sillä reilut 14 prosenttia kaupan osuudesta katoaa hävikkeihin. Hävikin suuri osuus naudan jauhelihan kulurakenteessa selittyy ainakin osaksi sillä, että jauhelihan myyntiaika kaupassa on lyhyt. Toisaalta naudan jauheliha kiertää kaupassa melko nopeasti, joten hitaammin kiertävissä lihatuotteissa hävikki on vieläkin suurempi. Toiminnan kannattavuutta kuvaava käyttökate on kaupan osalta 4 prosenttia naudan jauhelihasa.

### **Broilerin filetuotteet**

Siipikarjanlihan hyödykekimppuun kuuluvat broilerin filetuotteet sisältävät broilerin filesuikaleita ja filepihvejä. Jaottelumme mukaan raaka-aineisiin luettavien broilerin fileiden hintamarginaalikakku jakautuu hyvin tasaisesti alkutuotannon, teollisuuden ja kaupan kesken. Tuotteesta riippuen edellä mainittujen toimijoiden hintamarginaaliosuudet vaihtelevat 30 prosentin molemmin puolin sekä vuonna 2008 että 2012. Tuottajan broilerin fileistä saama osuus onkin hieman korkeampi kuin muissa raaka-aineisiin luettavissa tuorelihatuotteissa ja jalosteissa. Eri toimijoiden väliset erot osuuksissa ovat silloinkin melko pienet, kun vertaillaan brändituotetta ja vastaavaa kaupan omaa merkkituotetta.

Teollisuusyritysten hintamarginaalit vaihtelevat broilerin filetuotteissa 21-36 prosentin välillä, joten ne ovat pienemmät kuin teollisuuden marginaalit keskimäärin muissa lihatuotteissa (kuvio 12). Tuotteista teollisuudelle jäävä osuus ei ilmeisesti ole aina riittävä,

sillä Ali-Yrkön (2013) tutkimuksessa marinoiduista broilerisuikaleista koitui sitä valmistavalle yritykselle tappiota.



**Kuvio 12.** Viiden broilerin filetuotteen hintamarginaaliprosenttien (osuus verollisesta kuluttajahinnasta) jakautuminen arvonlisäveron, kaupan, teollisuuden ja tuottajan kesken vuonna 2012. Brändi = teollisuuden brändituote ja PL = kaupan oma merkkituote.

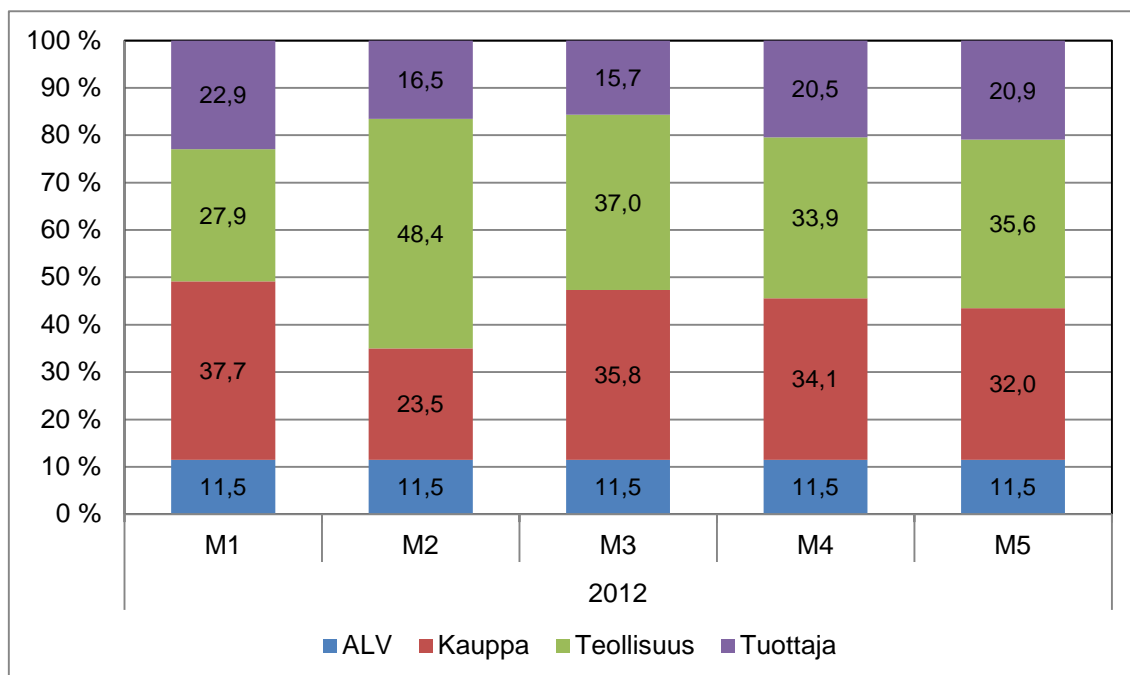
Logistiikan<sup>8</sup> kustannusosuudesta lihatuotteissa on mahdollisuus tehdä suuntaa antava arvio Ali-Yrkön (2013) tutkimuksen tulosten perusteella. Sen mukaan kinkkuleikkelessä logistiikalla on noin 2 prosentin osuus tuotteen arvosta ja broilerisuikaleessa vastaavasti noin 3 prosentin osuus. Siten jalostetuiden tuotteiden logistiikkakustannukset näyttäisivät olevan hieman pienemmät kuin raaka-aineissa.

## Jalosteet

Jalosteiden hyödykekimpusta tarkastellaan hieman yksityiskohtaisemmin makkaratuotteita. Makkaratuotteiden joukossa ei ole kaupan omia merkkituotteita. Makkaratuotteiden jalostusaste on korkeampi kuin yhden raaka-aineen tuorelihatuotteissa. Makkaratuotteiden lihapitoisuus puolestaan vaihtelee ja se on luonnollisesti pienempi kuin yhden raaka-aineen tuorelihatuotteissa. Lihapitoisuuden vaihtelut on huomioitu, kun lihatuotteiden tuottajahintaosuuksia on laskettu.

<sup>8</sup> Logistiikkakustannusten määräytyminen vaihtelee tuotteesta ja sopimuksesta riippuen. Teollisuus voi hinnoitella tuotteen kaupan varastoon toimitettuna, jolloin teollisuus hoitaa kuljetuskustannukset. Vastavasti osassa tuotteista kauppa hoitaa kuljetuksen, jolloin kauppa vastaa koituneista logistiikkakustannuksista.

Kun otetaan huomioon makkaratuotteiden korkeampi jalostusaste ja alempi lihapitoisuus, ei ole yllättävää, että tuottajan hintamarginaali on makkaratuotteissa huomattavasti alempi kuin esimerkiksi broilerin filetuotteissa. Vuonna 2012 tuottajan osuus makkaratuotteiden keskimääräisestä verollisesta kuluttajahinnasta oli enimmilläänkin vain noin 23 prosenttia (kuvio 13). Vain yhdessä makkaratuotteessa tuottajan saama osuus oli suurempi kuin vuonna 2008. Teollisuudessa ja kaupassa suuntaus oli toisenlainen, sillä molempien kohdalla vain yhdestä makkaratuotteesta saatu osuus oli pienempi kuin neljä vuotta aiemmin.



**Kuvio 13.** Viiden makkaratuotteen hintamarginaaliprosenttien (osuus verollisesta kuluttajahinnasta) jakautuminen arvonlisäveron, kaupan, teollisuuden ja tuottajan kesken vuonna 2012.

Teollisuuden ja kaupan välillä erot hintamarginaaliprosenteissa tasoittuivat huomattavasti vuodesta 2008 vuoteen 2012, mutta suurimmat tuotekohtaiset hintamarginaalit löytyivät edelleen vaihtelevasti molempien toimijoiden joukosta. Mielenkiintoista on, että yhdessä makkaratuotteessa valmistajan eli teollisuusyrityksen hintamarginaali on huomattavan suuri suhteessa kauppojen saamaan osuuteen molempina ajankohtina. Vuonna 2012 valmistajalla oli kyseisessä tuotteessa yli 48 prosentin osuus, kun vastaavasti kaupan osuus jäi 23,5 prosenttiin. Tähän vaikuttaa ainakin se, että kyseessä on vahva brändi, jonka myyntimäärät kaupalle ovat erittäin suuret. Mitä todennäköisimmin kaupan omat merkit eivät ole ainakaan toistaiseksi kyenneet heilauttamaan tämän makkaratuotteen saavuttamaa markkina-asemaa.

Kaupan osuuksista makkaratuotteissa on mahdollista tehdä suuntaa antavaa vertailua Pohjosen (2000) tutkimuksen kanssa. Pohjosen mukaan vuonna 1999 kaupan osuus verollisesta vähittäismyyntihinnasta oli ruokamakkaroiden osalta noin 21 prosenttia. Tämän tut-

kimuksen tulosten mukaan kaupan osuus makkaratuotteiden verollisista kuluttajahinnoista oli keskimäärin noin 28 prosenttia vuonna 2008 ja noin 31 prosenttia vuonna 2012. Siten makkaran kaltaisessa jalosteessa kauppa on onnistunut nostamaan marginaalejaan vuosien saatossa.

Edellä on kuvattu lihatuotteiden hintamarginaalien jakautumista elintarvikeketjussa. Raportin seuraavassa luvussa tarkastellaan lihasektorin kokonaistason muutoksia elintarvikkeisiin käytettyjen kulutusmenojen jakautumisen ja niissä tapahtuneiden muutosten kautta.

## 3. LIHASEKTORIN RAHAVIRTOJEN JAKAUTUMINEN

### 3.1 Aineisto- ja menetelmäkuvaus

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

Tutkimuksessa hyödynnetään mukailtuna Arovuoren ym. (2009, 2011) laskentakehikkoa kokonaiskulutusmenojen jakautumisesta elintarvikeketjun eri osapuolille<sup>9</sup>. Laskentakehikossa kotimaisten elintarvikkeiden, alkoholittomien juomien ja ravintolapalveluiden kokonaiskulutusmenot jaetaan maatalouden, elintarviketeollisuuden, tuonnin sekä kaupan ja ravintolapalveluiden kesken. Lisäksi erotetaan elintarvikkeisiin kohdistuvat valmisteverot sekä arvonlisävero.

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

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

Bruttomarginaalien laskentakehikossa elintarviketeollisuuden kokonaismyynnistä on irrotettu alkoholin ja eläinten ruokien valmistus ja myynti sekä valmistukseen tarvittava maatalousraaka-aineen käyttö. Panimoteollisuudesta sekä alkoholijuomien valmistuksesta samoin kuin rehujen valmistuksesta on saatavissa omat toimialakohtaiset tilastot.

---

<sup>9</sup> Tämän tutkimuksen tulokset eivät ole suoraan verrattavissa Arovuoren ym. 2011 tuloksiin kahdesta syystä: 1) Tilastot ja tilastointiperusteet ovat muuttuneet, joten laskelman taustalla käytetty aineisto ei ole keskenään vertailukelpoista; 2) Teollisuuden, maatalouden ja ravintolakulutuksen osalta laskentatapaa on muutettu. Muutokset vaikuttavat ketjun eri osapuolten absoluuttisiin osuuksiin, mutta niillä on vain hiukan vaikutusta havaittuun kehitykseen.

Ravintolapalveluiden kulutusmenojen jakaminen ruokaan, alkoholiin ja tämän laskelman osalta lihatuotteisiin on tehty hyödyntämällä kuluttajahintaindeksin painorakennetta.

Laskelmissa hyödynnetty yksinkertaistettu elintarvikeketjun bruttomarginaalien laskentakaava on esitetty laatikossa 2.

### **Laatikko 2. Elintarvikeketjun rahavirtojen laskentakaava**

#### **Maatalouden osuus**

- = Maatalouden bruttoarvo (EAA, Eurostat)
- Maataloustuotteiden vienti (Tullin ulkomaankauppatilasto Uljas, SITC3)
- Vientielintarvikkeiden valmistukseen menevä osuus maataloudesta

#### **Elintarviketeollisuuden osuus**

- = Elintarviketeollisuuden myynnin arvo (Teollisuuden tuotantotilasto, Tilastokeskus)
- Elintarvikkeiden vienti (Tullin ulkomaankauppatilasto Uljas)
- Maatalouden osuus

#### **Kaupan ja ravintolapalveluiden osuus**

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

#### **Verot**

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

#### **Elintarvikkeiden ja alkoholittomien juomien tuonti (Tullin ulkomaankauppatilasto Uljas)**

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

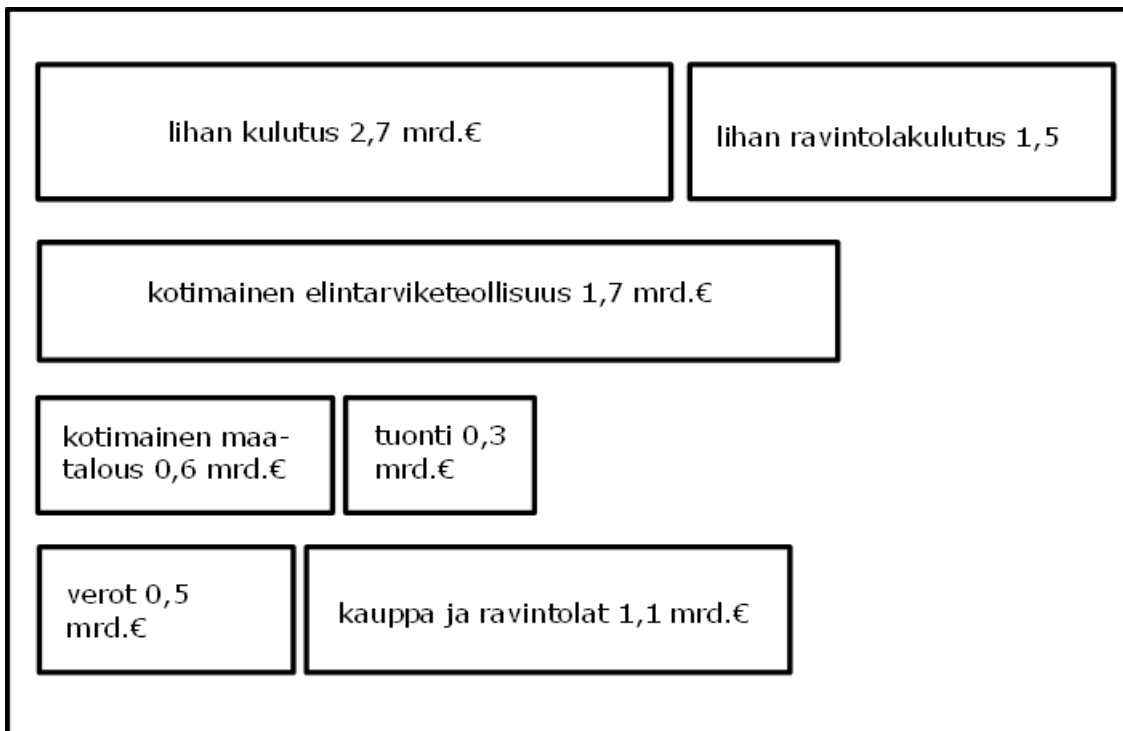
Kotimaisen lihasektorin rakenteen ja toteutuneen kehityksen analysoimiseksi tässä raportissa sovelletaan bruttomarginaalien laskentakehikkoa lihan kokonaiskulutusmenojen jakautumiseen elintarvikeketjussa. Analyysikehikko on sovitettu lihasektorille poimimalla teollisuuden tuotantotilastoista ainoastaan lihatuotteisiin kohdistuva myynti, ul-



komaankauppatilastosta liha sekä lihavalmisteet ja huomioimalla maatalouden osalta erilainen välituotekäytön rooli. Lisäksi verojen osalta laskelmassa jää huomioitavaksi ainoastaan elintarvikkeisiin ja ravintolapalveluihin sovellettava arvonlisävero.

Kuviossa 14 on esitetty lihan kulutusmenojen euromääräinen jakauma vuodelle 2012. Lihan kokonaiskulutusmenot vastasivat noin viidennestä elintarvikkeisiin ja alkoholi-juomiin käytetyistä kulutusmenoista. Ravintolakulutuksessa ruokaan käytetystä osuudesta liharuokien osuus on kuluttajahintaindeksin painorakenteesta johdettuna vajaa kolmannes. Ravintolakulutus mukaan luettuna lihaa kulutettiin noin 4,2 miljardilla eurolla.

Volyymin kannalta merkittävin osuus lihan kulutuksesta kohdistuu jalostamattomaan lihaan. Lihan hinnanmuodostuksen kannalta merkittävimmät lisäarvoa tuottavat tekijät maatalouden ja kaupan välillä ovat kuljetus, teurastus, leikkaus ja pakkaus. Lihaa hyödynnetään myös puolivalmisteissa ja einesruuissa, mutta näissä varsinaiset lihapitoisuudet ovat usein suhteellisen pieniä ja lihan jalostusarvo jää pieneksi. Lihasektorin osalta oletuksena onkin, että teollisuuden ja maatalouden bruttomarginaalit ovat suhteellisesti suurempia verrattuna elintarvikeketjun keskimääräisiin marginaaleihin.



**Kuvio 14.** Lihan kulutusmenot ja niiden jakautuminen (mrd. €) vuonna 2012.

### 3.2 Tulokset

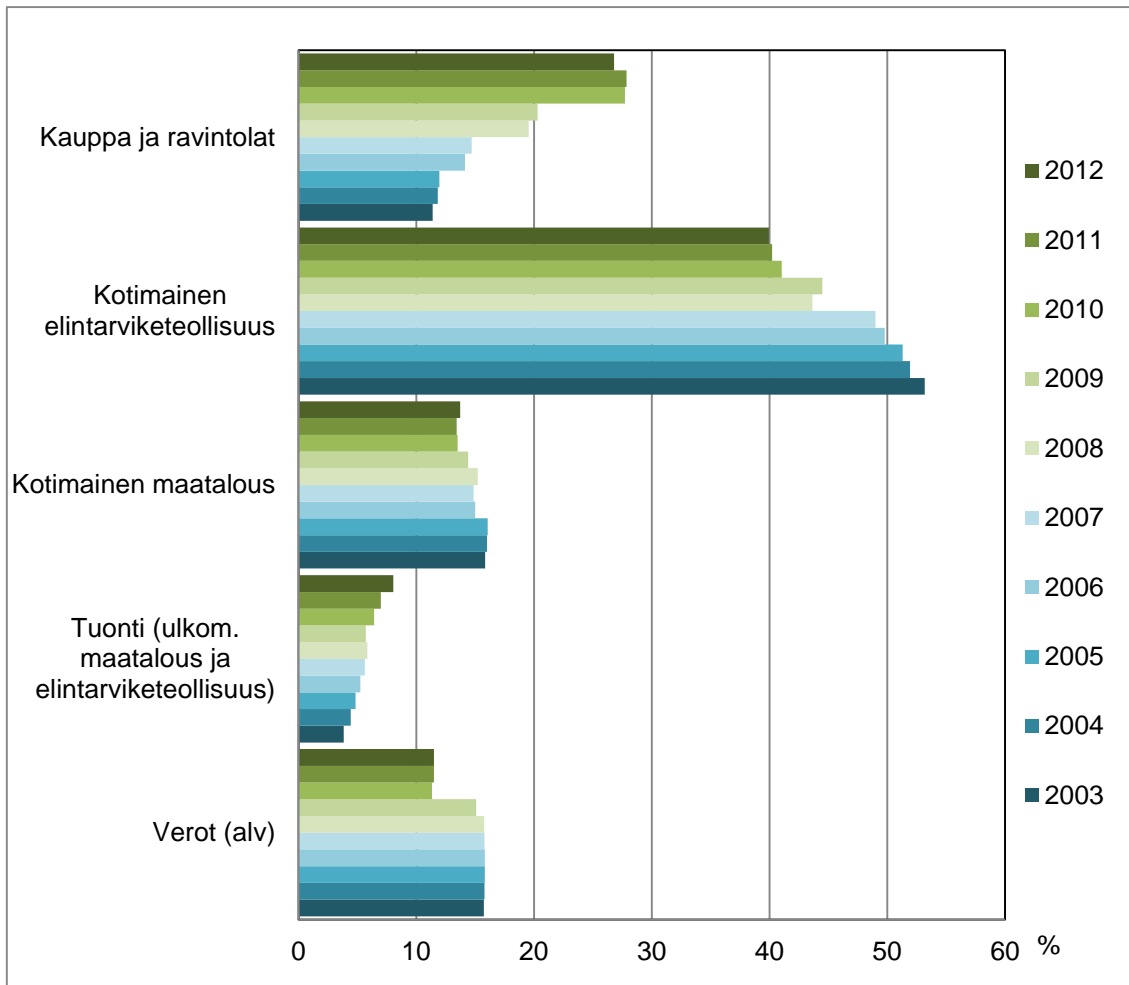
Seuraavaksi tarkastellaan kotimaisen lihasektorin bruttomarginaalien kehitystä ja keskustellaan kehitykseen vaikuttaneista tekijöistä. Analyysin pääpaino on vuosien 2008–2012 välisen ajan tarkastelussa. Analyysin vahvistamiseksi lihasektorin bruttomarginaalit ja niiden kehitys on kuitenkin laskettu myös vuosille 2003–2012.

Kaupan ja ravintoloiden suhteellinen osuus lihaan käytetyistä kulutusmenoista on kasvanut käytännössä jatkuvasti vuodesta 2003 vuoteen 2012 (kuvio 15). Suhteellista osuuttaan ovat menettäneet ennen kaikkea kotimainen elintarviketeollisuus sekä kotimainen maatalous. Myös tuonnin osuus on kasvanut tasaisesti. Verojen osalta kehityksessä näkyvät arvonlisäveroon tehdyt muutokset lokakuussa 2009 sekä heinäkuussa 2010. Arvonlisäveromuutosten seurauksena verojen osuus lihaan kohdistuneista kulutusmenoista oli vuonna 2012 pienempi vuoteen 2003 verrattuna.

Vuosien 2007 ja 2008 poikkeuksellinen hintakehitys näkyy myös kokonaiskulutusmenojen jakautumisessa. Maatalouden suhteellisen osuuden lasku taittui väliaikaisesti. Toisaalta kotimainen elintarviketeollisuus menetti markkinoiden muutoksen seurauksena osuuttaan. Tämä erottuu selvänä rakenteellisena hyppäyksenä bruttomarginaalien kehityksessä. Vastaava rakenteellinen muutos näkyy vuoden 2010 kehityksessä, kun kaupan osuus kasvaa hyppäyksenä elintarviketeollisuuden osuuden laskiessa.

Lähes vuosikymmenen jatkunut samansuuntainen kehitys on linjassa lihasektorin kokonaiskehityksen kanssa. Päivittäistavarakaupan keskittyminen, elintarvikkeiden kansainvälisen kaupan kasvu sekä lihasektorin pitkään jatkunut erittäin tiukka kilpailu EU:n sisämarkkinoilla ovat pitäneet lihamarkkinat suhteellisen sekavana. Esimerkiksi Suomessa tuotettiin lihaa 2000-luvun aikana järjestelmällisesti yli kotimaisen kulutuksen. Yhdessä tuonnin kasvun kanssa tämä aiheutti sen, että lihan tuottajahintakehitys oli vuoden 2009 loppupuolelle asti erittäin maltillista ja teollisuuden kannattavuus oli heikko.

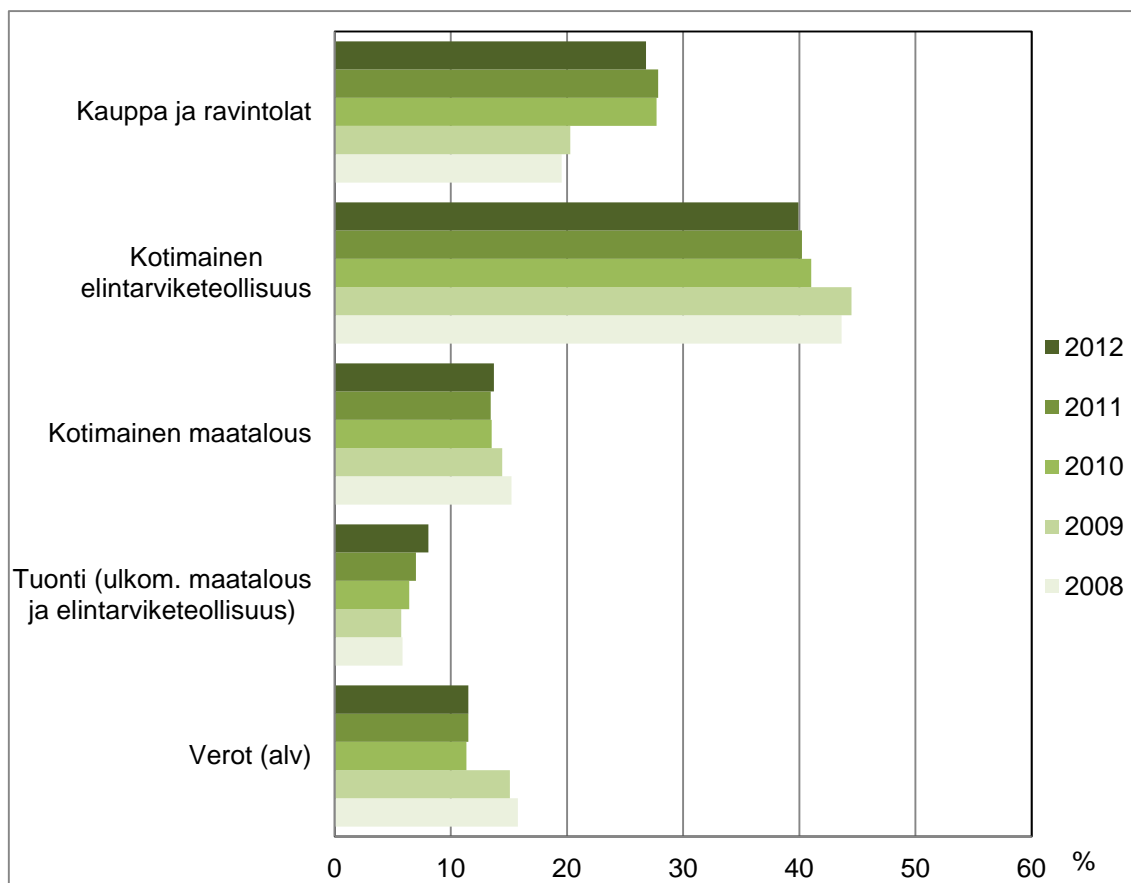
Kauppa on pystynyt hyödyntämään elintarviketeollisuuden sekä kotimaassa että lähimarkkinoilla kohtaamaa kilpailua sekä tasaisesti kasvanutta tuontia siten, että entistä suurempi osa lihan kulutusmenoista jää kaupan myyntikatteeseen. Myös kaupan omien merkkien määrän kasvu siirtää rahavirtoja teollisuudelta kaupalle. Samaan aikaan kauppa on itse muuttanut toimintatapojaan siten, että se on ottanut hoitaakseen etenkin tuotteiden jakelua ja muuta logistiikkaa. Tämän seurauksena myös aikaisempaa suurempi osa ketjun kustannuksia on siirtynyt kaupan hoidettavaksi. Kauppa on elintarvikeketjun suurin työllistäjä, joten 2000-luvun lopun suhteellisesti korkeat palkankorotukset näkyvät osaltaan kaupan ja ravintoloiden osuuden kasvussa.



**Kuvio 15.** Lihaan käytettyjen kokonaiskulutusmenojen jakautuminen (prosenttia) elintarvikeketjussa (Lähde: Tilastokeskus, Tulli, PTT:n omat laskelmat)

Vuosien 2008–2012 kehitys poikkeaa jossain määrin pidemmän aikavälin kehityksestä (kuvio 16). Maatalousmarkkinoiden muutos näkyy siten, että kotimaisen maatalouden osuuden lasku taittui ja kääntyi vuonna 2012 lievään nousuun. Vuoden 2010 hyppäyksen jälkeen myös teollisuuden osuuden lasku on hidastunut selvästi. Tämä näkyy suoraan kaupan ja ravintoloiden osuudessa, joka vuonna 2012 kääntyi ensimmäisen kerran vuosikymmeneen laskuun. Tuonnin osuuden kasvu on jatkunut tasaisena.

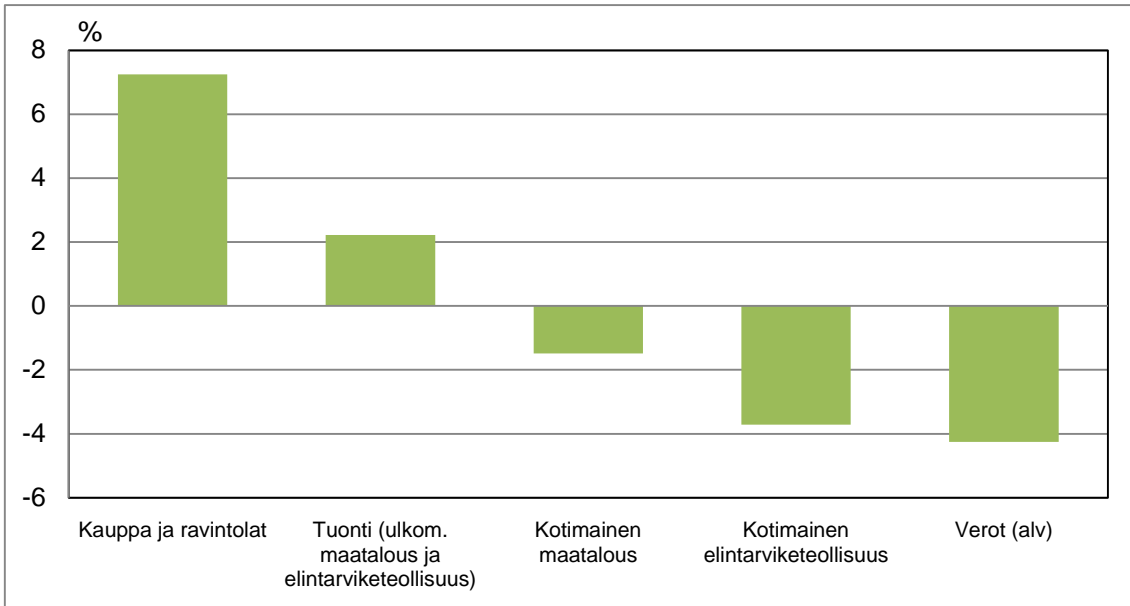
Vuoden 2010 korostumisesta tekee mielenkiintoisen myös se, että elintarvikkeiden arvonlisäveron lokakuussa 2009 toteutettu viiden prosenttiyksikön alennus tuli täysipainoisesti voimaan. Veromuutokset jatkuivat heti heinäkuussa 2010, kun arvonlisävero korotettiin prosenttiyksiköllä. Veromuutoksista aiheutuneet muutokset ovat kuitenkin rahamääräisesti kaupan osuuden kasvua pienemmät. Tästä seuraa, että kaupan osuuden kasvusta ainoastaan osa voidaan selittää veromuutoksen aiheuttaman siirtymän kautta. Merkittävämpi muutos on se, että kauppa pystyi markkinoiden murrostilanteessa etupainotteisesti varautumaan tulevaan hintakehitykseen selvästi elintarviketeollisuutta paremmin.



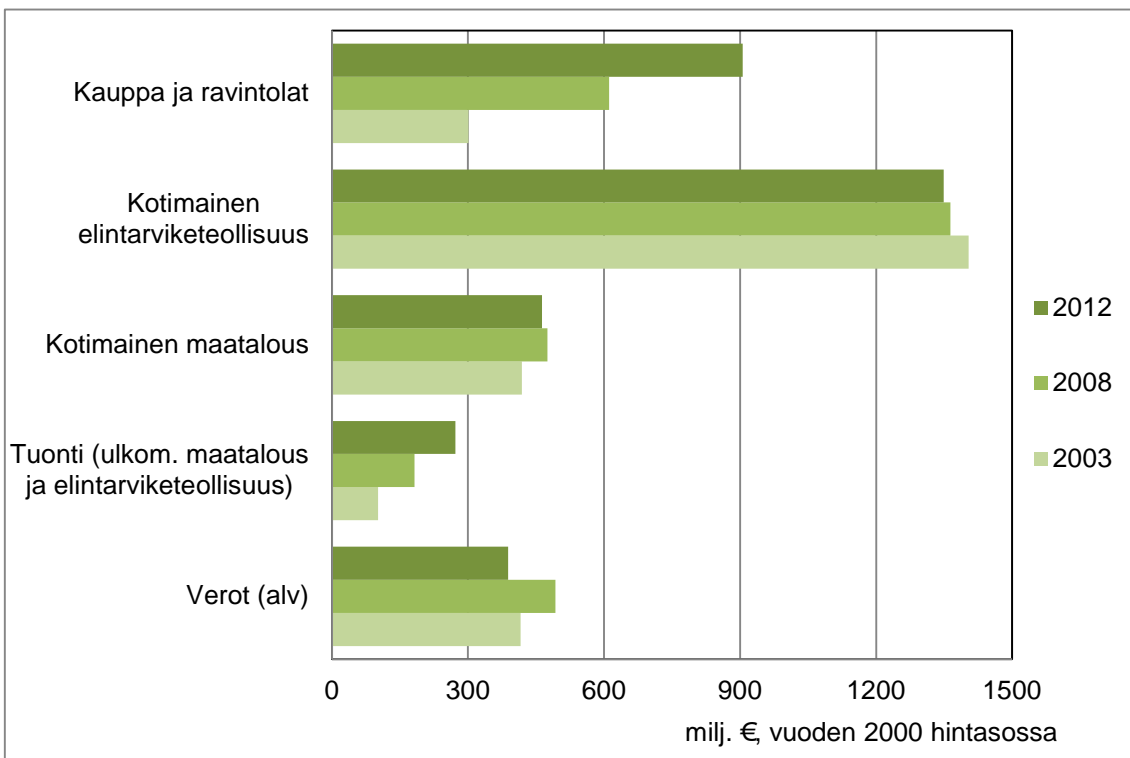
**Kuvio 16.** Lihan kokonaiskulutusmenojen jakautuminen (prosenttia) elintarvikeketjussa 2008–2012 (Lähde: Tilastokeskus, Tulli, PTT:n omat laskelmat)

Vuosien 2008–2012 kehityksen merkittävin hyötyjä kotimaisella lihasektorilla on ollut kauppa ja ravintolat (kuvio 17). Viiden vuoden aikana kaupan ja ravintoloiden osuus lihan kulutusmenoista kasvoi noin seitsemän prosenttiyksikköä. Tuonnin osuus kasvoi samassa ajassa hieman yli kaksi prosenttiyksikköä. Kotimaisen maatalouden lasku hidastui noin prosenttiyksikköön. Kotimainen elintarviketeollisuus menetti suhteellisesta asemastaan vajaat neljä prosenttiyksikköä. Arvonlisäveromuutosten kokonaisvaikutuksen seurauksena verojen osuus lihan kulutusmenoista laski yli neljä prosenttiyksikköä.

Hintojen nousu on tarkastelujakson aikana ollut nopeaa. Yleinen kuluttajahintojen nousu vuodesta 2008 vuoteen 2012 oli keskimäärin 10 ja elintarvikkeiden hintojen nousu samalla ajalla keskimäärin 9 prosenttia. Nimellisen hintakehityksen tarkasteleminen ei kuitenkaan välttämättä kuvaa sektorin eri osapuolten kohtaamaa tilannetta totuudenmukaisesti, koska hintakehitys sektoreiden välillä voi olla erilaista. Reaalisten hintojen tarkasteleminen mahdollistaa vertailukelpoisen analyysin sille, miten lihasektorin eri osapuolet ovat onnistuneet kasvattamaan rahavirtojaan, kun hintatason muutosten vaikutukset on poistettu.



**Kuvio 17.** Lihan kokonaiskulutusmenojen jakautuminen elintarvikeketjussa, muutos 2008–2012 (prosenttiyksikköä) (Lähde: Tilastokeskus, Tulli, PTT:n omat laskelmat)



**Kuvio 18.** Lihan reaaliset kokonaiskulutusmenot elintarvikeketjussa (milj. €) (Lähde: Tilastokeskus, Tulli, PTT:n omat laskelmat)

Kuviossa 18 on esitetty vuoden 2000 hintatasossa lihan kulutusmenojen euromääräinen jakautuminen eri osapuolten välillä vuosina 2003, 2008 ja 2013. Kuviosta näkee, että kauppa ja ravintolat sekä tuonti ovat onnistuneet kasvattamaan lihan kulutuksen rahavir-

toja myös hinnan muutoksista puhdistetuin reaaliheinoin tarkasteltuna. Maatalouden osuuden kasvu vuoteen 2003 verrattuna on seurausta siitä, että maatalouden reaaliheinat kääntyivät 2007 ensimmäistä kertaa nousuun 1970-luvun puolivälin jälkeen. Elintarviketeollisuuden reaaliset rahavirrat ovat pienentyneet tasaisesti koko tarkastelujakson ajan.

## 4. JOHTOPÄÄTÖKSET

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

Tutkimustulokset osoittavat, että kaupan osuus lihatuotteiden kuluttajahinnoissa on viime vuosina kasvanut. Myös teollisuuden osuus on hieman kasvanut, mutta tuottajan osuus on pysynyt lähes ennallaan. Verottajan saama osuus on pienentynyt.

Vuonna 2008 kaupan osuus lihatuotteiden verollisesta kuluttajahinnasta oli keskimäärin 28,7 prosenttia. Lihateollisuudella oli 33,6 prosentin osuus ja tuottajilla 23,2 prosentin osuus. Neljä vuotta myöhemmin, vuonna 2012, kaupan osuuteen oli kertynyt 2,6 prosenttiyksikön lisäys. Teollisuudenkin osuus oli kasvanut vajaalla prosenttiyksiköllä.

Syyt kaupan osuuden muita nopeampaan kasvamiseen lihatuotteissa ovat moninaiset. Tutkimuksen tarkasteluvuosien 2008 ja 2012 välille osui useita sisä- ja ulkosyntyisiä Suomen elintarvikemarkkinoita heilauttaneita tekijöitä. Samalla lihan kuluttajahinta nousi Suomessa selvästi nopeammin kuin euromaissa keskimäärin. Eroa hintojen nousuvauhdissa selittävät niin tehdyt palkkaratkaisut, veromuutokset, hintamuutosten erilainen ajoittuminen kuin kaupan ja teollisuuden kotimaiset sopimuskäytännötkin. Näiden tekijöiden yhteisvaikutuksena lihan kuluttajahinta oli Suomessa vuonna 2012 keskimäärin 12 prosenttia korkeampi kuin neljä vuotta aiemmin.

Etenkin palkkaratkaisut, jotka tehtiin Suomessa vuosien 2008 ja 2012 välillä, poikkesivat merkittävästi keskieurooppalaisesta linjasta ja nostivat kotimaisen kaupan kustannuksia. Palkat ja henkilökulut ovat kaupalle suurin yksittäinen kustannuserä. Samalla kauppa on elintarvikeketjun suurin työllistäjä.

Myös ruoan arvonlisä- ja valmisteveromuutokset ovat näkyneet elintarvikkeiden hintakehityksessä. Suomessa on koettu vuoden 2009 ruoan alv-kannan laskusta lähtien epätavallisen tiuhaan tahtiin veromuutoksia niin arvonlisä- kuin valmisteveropuolella. Lihatuotteiden osalta verovaikutukset ovat kuitenkin suoraan seurausta arvonlisäveron muutoksista.

Kaupalta on löytynyt muita elintarvikeketjun osapuolia enemmän sopeutumiskykyä markkinatilanteen muutoksiin ja sen asema kaupan ja teollisuuden välisissä sopimusneuvotteluissa on entisestään vahvistunut. Vahva neuvottelu- ja ostovoima ovat puoles-

taan mahdollistaneet kustannusnousujen siirtymisen kuluttajahintoihin ja kaupan marginaalin kasvun. Kauppa pystyi hyödyntämään parhaiten myös elintarvikkeiden arvonlisäverokannan alentumisen vuonna 2009.

Kaupan neuvottelu- ja ostovoiman ylläpitämistä ovat edesauttaneet lihasektorin pitkään jatkunut erittäin tiukka kilpailutilanne, kaupan omien merkkien myynnin kasvu sekä lihatuotteiden kansainvälisen kaupan kasvu. Kotimainen markkinatilanne, jossa kaksi kansainvälisesti toimivaa lihanjalostusyriytystä kilpailevat toisiaan, pienempiään ja tuontiyrityksiä vastaan, on parantanut kaupan neuvotteluvoimaa suhteessa teollisuuteen.

Kaupan osuuden kasvamiseen on vaikuttanut myös kaupan omien merkkien alla myytävien tuotteiden kasvu. Tutkimustulokset antavat viitteitä siitä, että kauppa saa suuremman osan kuluttajahinnasta, mikäli se kuuluu kaupan omiin merkkituotteisiin.

Osa kaupan omilla merkeillä varustetuista lihatuotteista on peräisin ulkomailta. Lihatuotteiden tuonnin kasvu ja alhaiset tuontihinnat ovatkin omalta osaltaan vaikeuttaneet kotimaisen teollisuuden ja lihantuotannon asemaa kaupan kanssa käytävissä hinta- ja määräneuvotteluissa. Kansainvälisten hankintaorganisaatioiden kautta tehdyt suuret ostot kaupan omissa merkkituotteissa ovat tuoneet kaupalle rutkasti lisää neuvotteluvoimaa ja mittakaavaetuja. Tämä on osaltaan hidastanut hintojen nousua.

Viimeaikaisen markkinakehityksen valossa on todennäköistä, että kaupan osuus kuluttajahinnoista on saavuttanut nyt lakipisteensä. Tulevina vuosina perinteisellä kaupalla on edessään suuri murros, jossa verkkokaupan kasvu lisää hintakilpailua ja kyseenalaistaa olemassa olevat toimintatavat. Tässä murroksessa elintarvikeketjun muilla osapuolilla on mahdollisuus haastaa kauppa kokonaan uudella tavalla. Siinä onnistuminen vaatii kuitenkin myös teollisuudelta ja maataloudelta uudenlaisia toimintatapoja.



## LÄHTEET

- Ali-Yrkkö, J. 2013.** Mysteeri avautuu. Suomi globaaleissa arvoverkostoissa. Helsinki: Taloustieto Oy (ETLA B257).
- Arovuori, K., Karikallio, H. & Pyykkönen, P. 2009.** Markkinoiden yhdentymisen vaikutukset elintarvikkeiden hinnanmuodostukseen Suomessa. PTT Katsaus 2/2009: 41-49.
- Arovuori, K., Karikallio, H. ja Pyykkönen, P. 2011.** Voimasuhteet ruokamarkkinoilla. Bruttomarginaalien muodostuminen ja kehitys Suomen elintarvikeketjussa. PTT raportteja 230.
- Euroopan komissio. 2009.** A Better Functioning Food Supply Chain in Europe. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Brussels 28.10.2009, COM (2009) 591. Final version.
- Haljala, H. 1981.** Maataloustuotteiden kokonaismarginaalilaskelmat. Maatalouden taloudellisen tutkimuslaitoksen tiedonantoja 82: 37-49. Helsinki.
- Kuosmanen, T., Niemi, J. & Sipiläinen, T. 2009.** Maataloustuen ja tuottavuuden vaikutukset elintarvikkeiden hintamarginaaleihin ja hinnanmuodostukseen, MTT Kasvu 3, Jokioinen, 49 p.
- Kuosmanen, T. & Niemi, J. 2009.** What explains the widening gap between the retail and producer prices of food? *Agricultural and Food Science* 18: 317-331.
- Laurinen, H. 1996.** Elintarvikkeiden hintamarginaalit vuosina 1985-1996. Maatalouden taloudellisen tutkimuslaitoksen tiedonantoja 214. Helsinki. 66 p.
- Maaseudun Tulevaisuus 2014.** Leipuri kimpaantui kaupalle markkinointimaksusta. *Maaseudun Tulevaisuus* 24.2.2014.
- Mäkelä, S. & Niemi, J. 2004.** Elintarvikkeiden hintamarginaalit vuosina 2000-2002. MTT Taloustutkimus, käsikirjoitus. Helsinki. 9 p.
- Niemi, J. & Jansik, C. 2005.** The behaviour of prices and marketing margins of selected food products in Finland. A paper presented at the NJF Seminar 381 "The Northern European Food Industry -challenges and transitions from an economic perspective", November 24-25, 2005, Helsinki, Finland.
- Niemi, J., Jansik, C. & Huan-Niemi, E. 2011.** Price formation and margin behaviour in the Finnish food markets. Paper presented at the 21<sup>st</sup> Annual IFAMA World Symposium in Frankfurt on June 20-21, 2011. Saatavilla internetistä <https://www.ifama.org/events/conferences/2011/Symposium.aspx>.
- Nuutila, H. 1991.** Maataloustuotteiden kokonaismarginaalit 1985-1990. Maatalouden taloudellisen tutkimuslaitoksen tiedonantoja 172: 15-25. Helsinki.
- Nuutila, H. 1992.** Maataloustuotteiden ja lihan hintamarginaalit Suomessa. Maatalouden taloudellisen tutkimuslaitoksen tiedonantoja 178: 81-89. Helsinki.

- Peltomäki, M. 2000.** Elintarvikkeiden hintamarginaalit vuosina 1997-1999. Maatalouden taloudellisen tutkimuslaitoksen selvityksiä 2/2000. Helsinki. 35 p.
- Peltoniemi, A. 2012.** Elintarvikkeiden hintakehitys Suomessa. Kuluttajatutkimuskeskus. Työselosteita ja esitelmiä; 137.
- Pietola, K. 1992.** Elintarvikkeiden hintamarginaalilaskelmien historia ja marginaalien kehitys Suomessa. Maatalouden taloudellisen tutkimuslaitoksen tiedonantoja 178: 70-80. Helsinki.
- Pohjonen, A. 1991a.** Elintarvikkeiden hintarakenteet: Maitovalmisteet ja ravintorasvat. Kuluttajatutkimuskeskus. Julkaisuja; 10.
- Pohjonen, A. 1991b.** Elintarvikkeiden hintarakenteet: Ruokaleipä. Kuluttajatutkimuskeskus. Julkaisuja; 14.
- Pohjonen, A. 1992.** Elintarvikkeiden hintarakenteet: Lihan hinta. Kuluttajatutkimuskeskus. Julkaisuja; 9.
- Pohjonen, A. 2000.** Peruselintarvikkeiden hintarakenteet. Kuluttajatutkimuskeskus. Työselosteita ja esitelmiä; 56.
- Päivittäistavarakauppa 2010.** Päivittäistavarakaupan vuosijulkaisu 2010.
- Päivittäistavarakauppa 2011.** Päivittäistavarakaupan vuosijulkaisu 2011.
- Päivittäistavarakauppa 2013.** Päivittäistavarakaupan vuosijulkaisu 2013.
- Siren, J. 1971.** Tärkeimpien maataloustuotteiden vähittäis- ja tuottajahintojen välisen marginaalin kehityksestä vuosina 1964-70. Maatalouden taloudellisen tutkimuslaitoksen tiedonantoja 16: 1-74. Helsinki.

**Tilastolähteet:**

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

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

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

Tike, Maa- ja metsätalousministeriön tietopalvelukeskuksen tilasto- ja tietopalvelut.

Kasvistieto. Vihannesten pakkaamohinnat.

Kauppapuutarhaliitto. Vihannesten pakkaamohinnat.

# LIITE 1: Aineistokuvaus: elintarvikkeiden hintamarginaalit

## Johdanto

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

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

Kuluttajan elintarvikkeesta vähittäiskaupassa maksama hinta jaetaan tutkimuksessa alkutuotannon, jalostuksen, kaupan (sisältää tukku- ja vähittäiskaupan) ja verotuksen kesken. Siksi tutkimuksen toteuttaminen edellytti elintarvikkeiden hinta- ja määrätietojen hankkimista elintarvikeketjun eri portaisiin kuuluvilta yrityksiltä. Lisäksi tietoja saatiin maa- ja metsätalousministeriön tietopalvelukeskukselta (Tike) sekä toimialajärjestöiltä (taulukko 1).

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

Elintarvikkeiden kuluttajahintatietojen kokoamisessa hyödynnettiin lähinnä Kuluttajatutkimuskeskuksen omien hintakeräysten tietoja. Kuluttajatutkimuskeskus keräsi vuosittain

tain elintarvikkeiden tuotekohtaisia kuluttajahintatietoja hintatutkimuksiensa<sup>10</sup> tarpeisiin yhteistyössä aluehallintovirastojen kanssa vuosien 2008 ja 2012 välisenä aikana.

Kuluttajatutkimuskeskuksen omaa tuotekohtaista kuluttajahinta-aineistoa täydennettiin päivittäistavarakauppakettujen toimittamalla tuotekohtaisilla kuluttajahintatiedoilla ja Tilastokeskuksen<sup>11</sup> elintarvikkeiden kuluttajahinta-aineistolla.

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

#### *Taulukko 1.1. Aineistolähteet.*

<b>Lähde</b>	<b>Hinta</b>	<b>Määrä</b>
Kuluttajatutkimuskeskus	Kuluttajahinta	
Tilastokeskus	Kuluttajahinta	Kulutusosuudet (KHI-painot)
Päivittäistavarakauppakettujut	Kuluttajahinta	
Päivittäistavarakauppakettujut	Ostohinta teollisuudelta	Ostomäärät teollisuudelta
Teollisuusyritykset	Myyntihinta kaupalle	Myyntimäärät kaupalle
Tike	Tuottajahinta (pakkaamohinta)	
Kasvistieto	Tuottajahinta (pakkaamohinta)	
Kauppapuutarhaliitto	Tuottajahinta (pakkaamohinta)	

#### **Aineiston keruun suunnittelu**

<sup>10</sup> Peltoniemi, A. & Varjonen, J. (2010) Elintarvikkeiden alv-alennus ja hintakehitys: hintaseurannan tulokset ja katsaus kuluttajahintaa määrittäviin tekijöihin. Kuluttajatutkimuskeskus. Julkaisuja, 1/2010.

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

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

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

<sup>11</sup> Kuluttajahintaindeksi (2005 = 100 ja 2010 = 100).

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

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

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

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

### **Aineiston keruun toteuttaminen**

Yrityksille lähetettiin kirje (liite 2), johon sisältyi kaikille yrityksille yhtäläinen saate-teksti vastausohjeineen ja linkki yksilölliseen vastauslomakkeeseen. Elintarviketeollisuuden ja kaupan saamissa vastausohjeissa oli pieniä eroja, sillä teollisuudelta pyydettiin myyntihintoja ja kaupalta vastaavasti ostohintoja. Saate-teksti sisälsi lyhyen kuvauksen tutkimushankkeesta ja hintarakennetutkimuksen tarkoituksesta sekä lainauksen laista, jossa säädetään Kuluttajatutkimuskeskuksen oikeudesta saada tehtäviensä kannalta tärkeitä tietoja.

Hinta- ja määrätietoja pyydettiin kahdelta eri vuodelta: vuosilta 2008 ja 2012. Tietojen saaminen kyseisiltä ajankohdilta mahdollistaa paitsi hintamarginaalien kehittymisen arvioimisen, mutta myös poliittisen päätöksenteon vaikuttavuuden havainnoin, sillä vuosina 2008 ja 2012 elintarvikkeisiin sovellettiin eri arvonlisäverokantoja<sup>12</sup>.

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

Kuluttajatutkimuskeskus lähetti aineiston toimittamispyynnön yhteensä 20 elintarviketeollisuusyritykselle, ja näistä 14 toimitti tietoja. Mylly- ja leipomoalan yrityksistä kaikilta saatiin tiedot. Lisäksi Tike antoi tietoja kananmunista ja Kauppapuutarhaliitto sekä Kasvistieto vihanneksista, joten yhteensä 17 toimijalta saatiin tiedot elintarvikkeiden teollisuus- ja pakkaamohinnoista. Yksi yritys toimitti vain vuoden 2012 tiedot ja Tikeltä oli mahdollista saada tiedot kananmunien pakkaamohinnoista ja myyntimääristä vain vuodelta 2008. Neljältä kaupparyhmittymältä pyydettiin elintarvikkeiden hinta- ja määrätietoja, ja näistä kolme toimitti tietoja. Siten yhteensä 20 elintarvikeketjun toimijaa luovutti tietoja tutkimuksen käyttöön (taulukko X).

Elintarviketeollisuusyritysten myyntihinta- ja myyntimäärätietoja pyydettiin yhteensä 131 elintarvikkeesta. Yrityksiä pyydettiin toimittamaan Kuluttajatutkimuskeskukselle tiedot vuoden 2013 marraskuun alussa, joten vastausaikaa oli noin kuukausi. Osa yrityksistä pyysi hieman lisää aikaa tietojen toimittamiseen. Tiedot Kuluttajatutkimuskeskukselle toimitettiin 101 elintarvikkeesta. Toimialoittain tarkasteltuna parhaiten tietoja kerääntyi liha-alan sekä mylly- ja leipomoalan tuotteista. Molemmilta sektoreilta saatiin tiedot 38 tuotteesta.

---

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

**Taulukko 1.2. Vastauspyynnön saaneet ja vastaukset toimittaneet toimialoittain.**

Toimiala	Vastauspyynnön saaneet, lkm	Vastanneet,lkm
Liha	5	4
Mylly- ja leipomotuotteet	7	7
Maitotuotteet ja kananmuna	9	4
Vihannekset	2	2
Kauppa	4	3
Yhteensä	27	20

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

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

Kolmelta kauppaketjulta pyydettiin tietoja yhteensä 23 elintarvikkeesta, ja näistä kaikista tiedot myös saatiin. Nämä elintarvikkeet kuuluivat kahta lihatuotetta lukuun ottamatta myös teollisuuden kohderyhmän joukkoon. Siten 21 elintarvikkeen osalta pystyttiin tekemään vertailua teollisuuden ja kaupan toimittamien hinta- ja määrätietojen välillä. Kaikkiaan teollisuudelta ja kaupalta saatiin hinta- ja määrätiedot 103 eri elintarvikkeesta.

## **LIITE 2: Elintarvikkeiden hinta- ja määrätietojen luovuttamispyyntö**

**Hyvä elinkeinonharjoittaja,**

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

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

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

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



## **Teollisuuden vastausohjeet**

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

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

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

Lomakkeeseen pääsette klikkaamalla alla olevaa linkkiä:

<https://digiumenterprise.com/XXXXXXXXXXXXX>

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

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

## **Kauppan vastausohjeet**

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

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

Lomakkeeseen pääsette klikkaamalla alla olevaa linkkiä:

<https://digiumenterprise.com/XXXXXXXXXXXXX>

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

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

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

Lisätietoja tutkimuksesta antaa erikoistutkija Ari Peltoniemi.

Tutkimuksen rekisteriselosteen löydätte osoitteesta:

[http://www.ncrc.fi/files/5754/rekisteriseloste\\_Elintarvikkeiden\\_hintatiedot\\_2013.pdf](http://www.ncrc.fi/files/5754/rekisteriseloste_Elintarvikkeiden_hintatiedot_2013.pdf)

Yhteistyöterveisin

Päivi Timonen  
johtaja  
Kuluttajatutkimuskeskus

Ari Peltoniemi  
erikoistutkija  
Kuluttajatutkimuskeskus

### **PTT julkaisuja, PTT publikationer, PTT publications**

22. Hanna Karikallio. 2010. Dynamic Dividend Behaviour of Finnish Firms and Dividend Decision under Dual Income Taxation
21. Satu Nivalainen. 2010. Essays on family migration and geographical mobility in Finland
20. Terhi Latvala. 2009. Information, risk and trust in the food chain: Ex-ante valuation of consumer willingness to pay for beef quality information using the contingent valuation method.
19. Perttu Pyykkönen. 2006. Factors affecting farmland prices in Finland

### **PTT raportteja, PTT rapporter, PTT reports**

246. Holm, P. ja Kerkelä, L. 2014. Voisiko Suomi seurata Ruotsin ja Norjan esimerkkiä? Näkökohtia perintö- ja lahjaverosta sekä luovutusvoittoverosta.
244. Kosenius, A-K., Haltia, E., Horne, P., Kniivilä, M. and Saastamoinen O. 2013. Value of ecosystem services? Examples and experiences on forests, peatlands, agricultural lands, and freshwaters in Finland.
243. Jauhiainen S. 2013. Pikkukaupunkeja ja reunakuntia – Työssäkäynti-alueiden ulkopuoliset kunnat kuntauudistuksessa
242. Rinta-Kiikka, S., Pyykkönen, P., Ylätalo, M. 2013. Osakeyhtiömuotoinen maatalous Suomessa.
241. Anna-Kaisa Rämö – Paula Horne – Eeva Primmer. 2013. Yksityismetsänomistajien näkemykset metsistä saatavista hyödyistä.

### **PTT työpapereita, PTT diskussionsunderlag, PTT Working Papers**

158. Pakarinen, S., Arovuori, K. and Pyykkönen, P. 2014. Kasvisten hintojen välittyminen Suomen markkinoille
156. Alho, E., Holappa, V., Lahtinen, M., Pakarinen, S. 2014. Alueellisten asuntomarkkinoiden kehitys vuoteen 2016
155. Arovuori, K. ja Saastamoinen O. 2013. Maatalouden ekosysteemipalveluiden luokittelu Suomessa
154. Kniivilä, M. ja Saastamoinen O. 2013. Markkinat ekosysteemipalveluiden ohjaus- ja edistämiskeinona
151. Kniivilä, M., Mili, S., Ait El Mekki, A., Arovuori K., Ben Saïd, M., Çağatay, S., Horne, P., Kıymaz, T., Laajimi, A., Martinez-Vega, J., Pyykkönen, P., Soliman, I., Thabet, B., 2013. Kestävä maa- ja metsätalous EU:n Välimeren kumppanuusmaissa ja Turkissa: kestävyyteen vaikuttavat tekijät, indikaattorit ja haasteet.

### **Muita julkaisuja**

- Eronen, A., Härmälä, V., Jauhiainen, S., KarikallioH., Karinen, R., Kosunen, A., Laamanen, J-P., Lahtinen, M. 2014. Maahanmuuttajien työllistyminen - Taustatekijät, työnhaku ja työvoimapalvelut. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja, Työ ja yrittäjyys 6/2014.
- Jauhiainen, S; Holappa, V; Maljanen, T; Virta, L; Helminen, S; Mikkola, H. 2013. Vaihtoehtoisia korvausmalleja hammashoidon sairausvakuutusjärjestelmän kehittämiseksi. Kela, Työpapereita 49. 34 s.
- Monien hyötyjen metsä. Ekosysteemipalvelut metsänomistajan näkökulmasta. 2013.
- Ratkaisuehdotuksia tuottajien ja kuluttajien kohtaamisen haasteisiin. 2013.





Kaikukatu 3, 00530 Helsinki

PL 142, 00531 Helsinki

puh. 029 505 9000

Faksi 09 876 4374

[www.kuluttajatutkimuskeskus.fi](http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi)