

Turun seutukunnan elintarvikealan toimialaraportti 2009

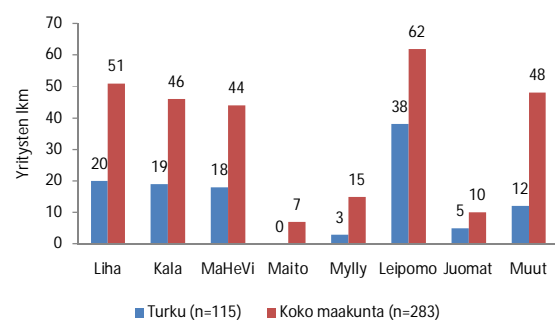
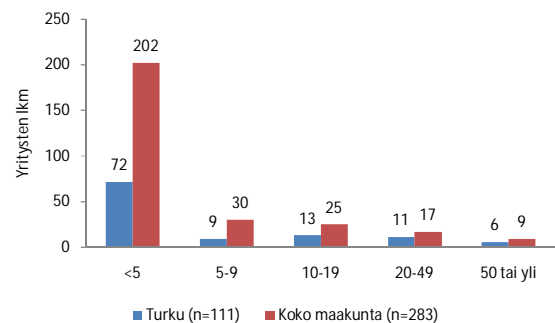
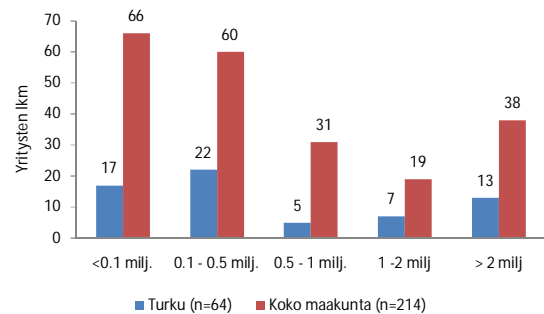
Lounafood – Aitoa Makua Varsinais-Suomesta hanke on Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskuksen koordinoima maakunnallinen elintarvikealan toimialahanke, jonka päätavoitteena on edistää lähellä tuotetun ruuan ja pienyrittäjyyden asemaa Varsinais-Suomessa. Osana tätä työtä hankkeessa ylläpidetään rekisteriä maakunnan elintarvikkeita jalostavista pk-yrityksistä.

Kevään 2008 ja kesän 2009 välisenä aikana maakunnan elintarvikkeita jalostavia pk-yrityksiä lähestyttiin yrityskyselyn muodossa. Kyselyn tarkoituksena oli kartoittaa alueella toimivat yritykset, selvittää yritysten toiminnan nykytilannetta, tulevaisuuden näkymiä ja mahdollisia kehittämistarpeita. Kyselyt toteutettiin pääosin puhelinhaastatteluina ja pieneltä osin myös postitetun kyselylomakkeen muodossa. Kyselyyn vastasi 158 yritystä kaikkiaan 283 yrityksestä. Vastausprosentiksi muodostui näin ollen 56 %. Turun seutukunnasta vastasi 80 yritystä 116 yrityksestä, vastausprosentin ollessa 69 %. Vastaamattomien yritysten osalta perustiedot yrityksestä kerättiin muista julkisista lähteistä (mm. yritys- ja yhteisötietojärjestelmä sekä erilaiset kaupalliset yritysrekisterit).

Kartoituksen perusteella Turun seutukunnassa toimii 116 elintarvikkeita jalostavaa yritystä. Tyypillistä näille yrityksille on pieni koko sekä henkilömäärällä että yrityksen liikevaihdolla mitattuna, 65 % yrityksistä työllistää alle 5 henkilöä ja liikevaihto on suurella osalla alle 500 000 euroa vuodessa. Toisaalta Turun talousalueella korostuvat muutamien isojen toimijoiden vaikutus eli 60 % koko maakunnan yli 10 henkilöä työllistävästä yrityksistä sijaitsee Turun seutukunnassa (kuvat 1-2).

Yleisin toimiala Turun seutukunnan yrityksillä on leipomoteollisuus (33 %), lihan- ja kalanjalostus (17 % kumpikin) sekä marjojen, hedelmien ja vihannesten jalostus (16 %). Leimallista Turun seudulle on pienleipomoiden suuri määrä, yli 60 % maakunnan leipomoista sijaitsee Turun seutukunnassa. Toisaalta myllytoiminta on maakunnan mittakaavassa melko vähäistä. Turun alueelle ominaista on, maantieteellisestä

sijainnista johtuen, kalanjalostuksen suuri määrä sekä panostus marjojen, hedelmien ja vihannesten jalostukseen. Yleisesti ottaen voidaan todeta, että Turun seutukunnan elintarvikealan yritykset ovat liikevaihdoltaan suurempia kuin maakunnan keskiarvo.



MaHeVi = marjojen, hedelmien ja vihannesten jalostus

Kuvat 1-3. Turun seutukunnan elintarvikealan pk-yritysten lukumäärä jaoteltuna liikevaihdon, henkilömäärän sekä toimialan mukaan verrattuna Varsinais-Suomen maakunnan lukuihin.

Kyselyyn vastanneista Turun seutukunnan yrityksistä 58 % suunnitteli toimintansa ja tuotannon kasvua, 38 % kertoi toiminnan pysyvän ennallaan ja vain 3 yritystä (5 %) ennusti toimintansa supistuvan. Kasvuhaluiset yritykset olivat eri toimialoilta, kuitenkin leipomoalan yrityksissä usko tulevaisuuteen ja kysynnän kasvuun olivat suurimmat. Kalanjalostuksen tulevaisuuden näkymät ovat haasteelliset niin Turun seutukunnan alueella kuin koko maakunnassakin. Suurimpana syynä tähän on nähty raaka-aineen saannin vaikeutuminen. Mielenkiintoista on myös MaHeVi -sektorin kasvunäkyyksien pienuus ottaen huomioon tulevaisuuden elintarvikekulutustrendit, joissa terveellisyys ja luonnonmukaisuus ovat vallitsevina ominaisuuksina (kuva 4).

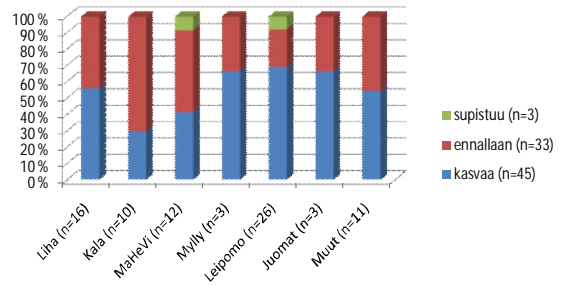
Yrityksistä suuri osa toimi päivittäistavarakaupparektorilla (43 %), lähes yhtä suuri osa myi tuotteitaan omasta myymälästä tai suoraan tilalta. HoReCa -sektorilla (hotel restaurant catering) toimi reilu kolmannes yrityksistä samoin tukkujen välityksellä. Myös messu- ja torimyynti mainittiin tärkeänä myyntikanavana (24 %). Yllättävän pieni osa yrityksistä toimi verkkokaupassa tai teollisuuden alihankkijoina. Houkuttelevimmiksi kasvupaikoiksi yritykset näkivät päivittäistavarakaupparektorin, ehkä hieman yllättäenkin oman myymälän toiminnan sekä tukkuliikkeet ja HoReCa -sektorin (kuva 5).

Yritysten markkina-alueet vaihtelivat paikalliselta maakunnan tasolta valtakunnalliseen tasoon. Hieman yli puolet yrityksistä toimi pelkästään oman maakunnan sisällä (56 %), 15 % myös naapurimaakuntien alueella, 21 % koko maan alueella ja 8 % harjoitti vientitoimintaa. (kuva 6). Johtopäätöksiä tehtäessä tulee huomioida tämän kysymyksen vastausprosentin pienuus, -50 %.

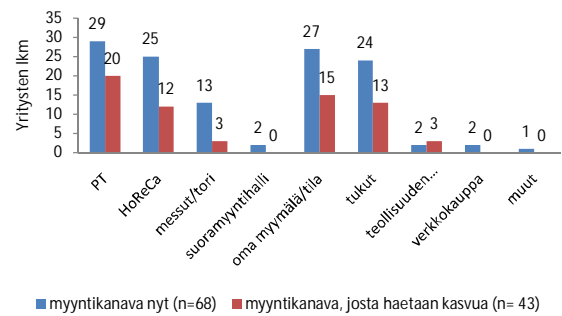
Elintarvikealan mikroyrityksiä kiinnostaa kehittää omaa toimintaansa ja he kokevat aktiivisen tiedottamisen yhdeksi kehittämisen työkaluiksi (n=62). Eniten lisätietoa tarvittaisiin uusimpien trendien ja tuotekehitysideoiden esittelyssä, markkinoinnissa, yritysyhteistyön käynnistämässä ja verkostoitumisessa sekä muuttuvien viranomaismääräysten tulkinnassa. Ehkä hieman yllättävää oli vähäinen tiedontarve erilaisista yritysrahoitusmahdollisuuksista. (kuva 7).

Yritykset toivoivat avauksia päivittäistavarakaupan, ammattikeittiöiden,

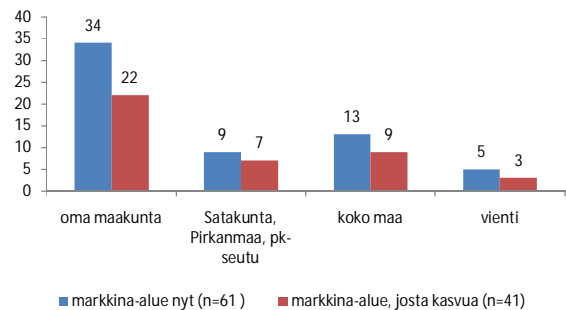
verkkokaupan ja maatilamatkailuyritysten suuntaan esim. yhteistyön lisäämisen muodossa.



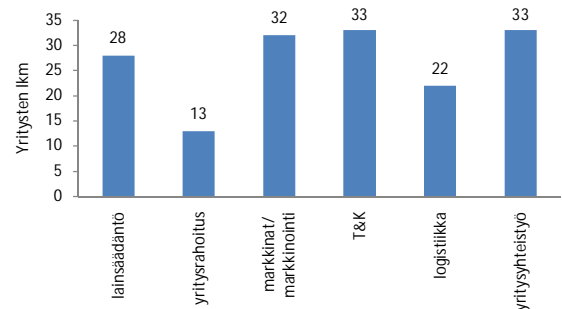
Kuva 4 Yritysten toiminnan tulevaisuuden näkymät toimialoittain.



Kuva 5 Yritysten markkinakanavat nyt sekä kasvuhaluisten yritysten markkinakanavat, joista kasvua aiotaan hakea.



Kuva 6 Yritysten markkina-alueet nyt sekä kasvuhaluisten yritysten markkina-alueet, joista kasvua haetaan.



Kuva 7 Tiedontarve ja kehittämiskohteet