

Turunmaan seutukunnan elintarvikealan toimialaraportti 2009

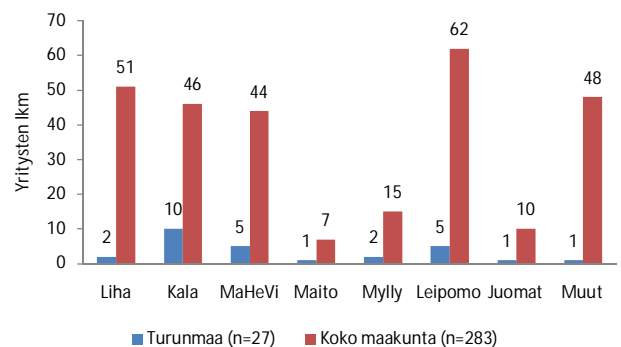
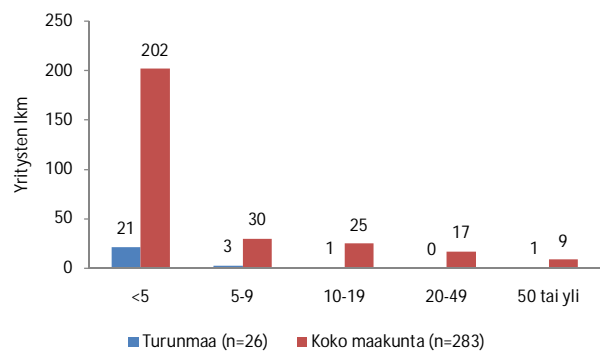
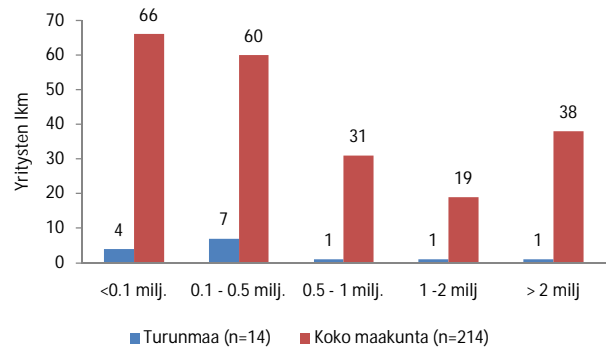
Lounafood – Aitoa Makua Varsinais-Suomesta hanke on Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskuksen koordinoima maakunnallinen elintarvikealan toimialahanke, jonka päätavoitteena on edistää lähellä tuotetun ruuan ja pienyrittäjyyden asemaa Varsinais-Suomessa. Osana tätä työtä hankkeessa ylläpidetään rekisteriä 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 %. Turunmaan seutukunnasta vastasi 14 yritystä 27 yrityksestä, vastausprosentin ollessa 52 %. Vastaamattomien yritysten osalta perustiedot yrityksestä kerättiin muista julkisista lähteistä (mm. yritys- ja yhteisötietojärjestelmä sekä erilaiset kaupalliset yritysrekisterit).

Kartoituksen perusteella Turunmaan seutukunnassa toimii 27 elintarvikkeita jalostavaa yritystä. Tyypillistä näille yrityksille on pieni koko sekä henkilömäärällä että yrityksen liikevaihdolla mitattuna, 80% yrityksistä työllistää alle 5 henkilöä ja liikevaihto on suurella osalla alle 500 000 euroa vuodessa. Turunmaan yritysten profiili on hyvin samankaltainen maakunnan keskiarvojen kanssa (kuvat 1 ja 2).

Yleisin toimiala Turunmaan seutukunnan yrityksillä on kalanjalostus (35%), marjojen, hedelmien ja vihannesten jalostus (19%) sekä leipomoala (19%). Yrityskenttä hajoaa toimialoittain hyvinkin sirpaleiseksi siten, että jokaiselta toimialalta löytyy yrityksiä. Tämän vuoksi tiettyjen seudullisten toimialakohtaisten toimintojen suuntaaminen on haastavaa. Koko maakunnan tasolla tarkasteltuna Turunmaa on, oletustikin, vahva kalanjalostuksen toimija,

noin 22 % maakunnan kalanjalostus -yrityksistä sijaitsee Turunmaalla (kuva 3).



MaHeVi = marjojen, hedelmien ja vihannesten jalostus

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

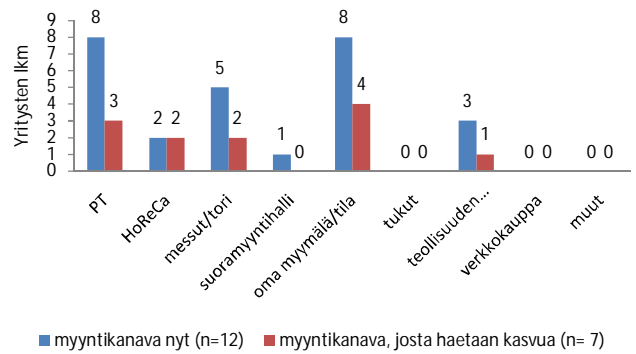
Kyselyyn vastanneista Turunmaan seutukunnan yrityksistä 33 % suunnitteli toimintansa ja tuotannon kasvua, 60 % kertoi toiminnan pysyvän ennallaan ja vain yksi yritys ennusti toimintansa supistuvan. Kasvuhaluiset yritykset olivat eri toimialoilta: leipomo, mylly, kala ja juomien valmistuksesta. Kasvuhaluiset yritykset aikoivat jatkossakin laajentaa markkina-alueitaan Suomen rajojen sisällä eikä vientitoiminnalle ollut vielä kiinnostusta.

Yrityksistä suuri osa toimi päivittäistavarakauppasektorilla (67%), yhtä suuri osa myi tuotteitaan omasta myymälästä tai suoraan tilalta. Myös messu- ja torimyynti olivat suosittuja myyntikanavia (42%), pari yritystä toimi ammattikeittiösektorilla (HoReCa) sekä muutama teollisuuden alihankkijoina. Houkuttelevimmiksi kasvupaikoiksi yritykset näkivät oman myymälän toiminnan sekä päivittäistavarakauppasektorin (kuva 4).

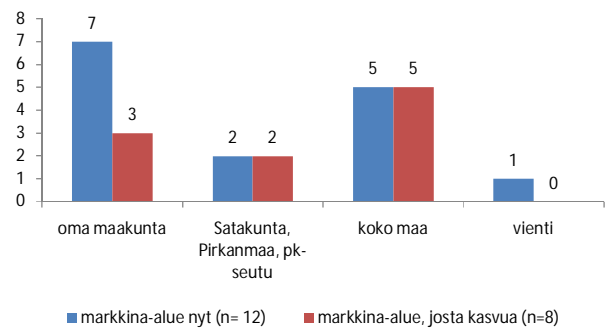
Yritysten markkina-alueet vaihtelivat paikallisesta valtakunnalliseen tasoon. Hieman yli puolet yrityksistä toimi vähintään oman maakunnan sisällä ja saman verran myös maakunnan rajojen ulkopuolella (58%). Ainoastaan yksi yritys harjoitti vientitoimintaa (kuva 5).

Elintarvikealan mikroyrityksiä kiinnostaa kehittää omaa toimintaansa ja he kokevat aktiivisen tiedottamisen yhdeksi kehittämisen työkaluiksi. Eniten lisätietoa tarvitaan muuttuvien viranomaismääräysten tulkinnassa, erilaisten yritysrahoitusmahdollisuuksien sekä uusimpien trendien ja tuotekehitysideoiden esittelyssä. Yritysten verkostoituminen ja yhteistyön lisääminen koetaan myös yhdeksi tärkeimmistä kehityskohteista (kuva 6).

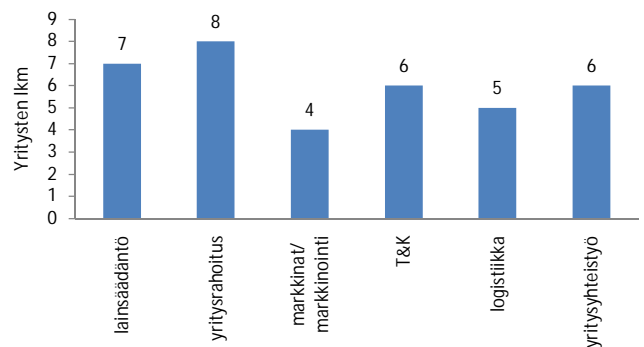
Yritykset toivoivat yhteistyöavauksia päivittäistavarakaupan, ammattikeittiöiden, verkkokaupan ja maatilamatkailuyritysten suuntaan esim. yhteistyön lisäämisen muodossa.



Kuva 4 Yritysten markkinakanavat nyt sekä kasvuhaluisten yritysten markkinakanavat, joista kasvua aiotaan hakea.



Kuva 5 Yritysten markkina-alueet nyt sekä kasvuhaluisten yritysten markkina-alueet, joista kasvua haetaan.



Kuva 6 Tiedontarve ja kehittämiskohteet