

Loimaan seudun ruokaketjun SWOT -yhteenveto

Loimaan seutukuntaan kuuluvat Marttila, Aura, Pöytyä, Koski-TL ja Oripää sekä Loimaan kaupunki. Seutukunnan asukasluku on noin 35 000 ja edustaa pääosin ydinmaaseutua (90 %). Loimaan kaupunki on kaupunki-maaseutu luokituksen mukaan maaseudun paikalliskeskus ja kuuluu seutukaupunki verkostoon.

Loimaan seutu on vahvaa alkutuotanto- ja maatalousaluetta. Näihin perustuvaa laajaa osaamista ja asiantuntijuutta hyödynnetään myös paikallisessa yritys- ja kehittämistoiminnassa. Perinteisen maatalouden rinnalle alueelle on kehittynyt lähiruokatuotantoon ja maaseutumatkailuun erikoistuneita maatiloja. Kananmunantuotannon ja pakkaustoiminnan keskittymä on valtakunnallisesti merkityksellinen.

Loimaalle on sijoittunut lemmikkieläinruuan tuotantoa sekä robotiikka-alan yrityksiä, jotka ovat kannustavia esimerkkejä Loimaan seudun elinkeinoelämän vahvasta kasvusta. Vahva maatalous antaa potentiaalia energiantuotantoon, kierrätysravinteisiin ja biotuotetehtaisiin liittyvään biotalouteen.

Loimaan seudulla elintarvikkeita jalostavia yrityksiä on Aitoja Makuja tilastojen mukaan 44 kpl. Luomua jalostavia yrityksiä on 12 kpl (kuviot 1 ja 2). Elintarvikkejalostus on toimialana, suhteutettuna alkutuotannon suureen määrään, melko vaatimatonta. Alueella on keskitytty perinteiseen alkutuotantoon, mutta selvää muutoshakuisuutta on raaka-aineen jalostukseen tuotantotiloilla sekä tilojen monialaistamiseen.

Kuvio 1.

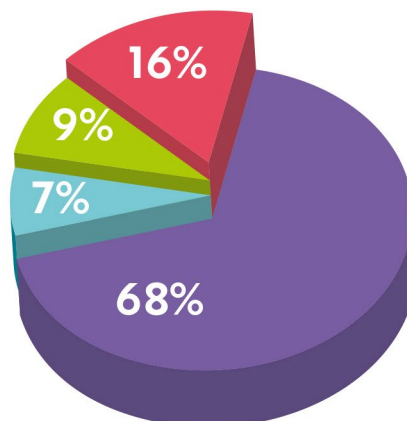
Loimaan seudun jalostavat elintarvikeyritykset kokoluokittain 2020

Loimaan seutu

Yhteensä 44 yritystä, joista luomua jalostavia 12.

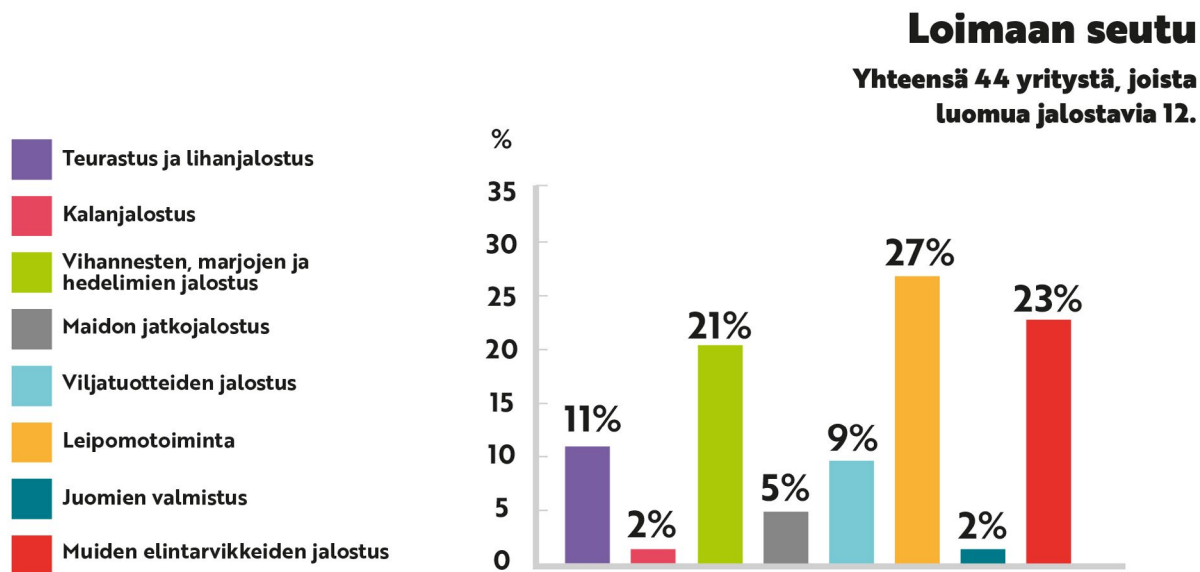


Henkilöstön määrä



Kuvio 2.

Loimaan seudun jalostavat elintarvikeyritykset toimialoittain 2020



Lähde: Aitoja makuja yritystlasto 2020, jalostavat elintarvikeyritykset toimialoittain.

Loimaan alueella haastateltiin yhteensä 16 ruokaketjun yritystä. Näistä yrityksistä oli elintarvikkeita ja juomia valmistavia yrityksiä 12 kpl ja HoReCa-sektorin toimijoita 4 kpl (taulukko 1).

Taulukko 1.

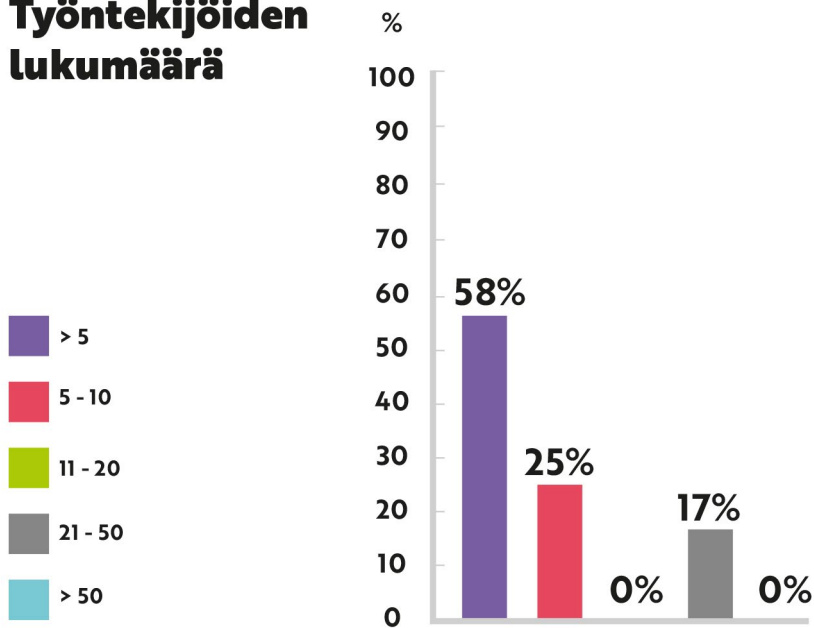
Haastatellut ruokaketjun yritykset Loimaan seudulla

Haastateltavien yritysten toimialat	Määrä
Raaka-ainetuotanto	0
Elintarvikkeiden ja juomien valmistus yhteensä	12
• Juomien valmistus	1
• Teurastus- ja lihanjalostus	0
• Kalanjalostus	0
• MaHeVi (marjojen, hedelmien ja vihannesten) jalostus	2
• Maidon jatkojalostus	0
• Viljatuotteiden jalostus	0
• Leipomotuotteiden valmistus	3
• Muiden elintarvikkeiden jalostus	6
HoReCa (hotel, restaurant and catering)	4
Kauppa	0
Matkailuyritykset	0
Teknologia	0
Logistiikka ml. aluetukut	0
Reko-lähirookarengas	0

83% haastatelluista yrityksistä työllisti alle 10 henkilöä. Liikevaihdoltaan yritykset sijoittuivat suurimmaksi osaksi < 500 000 euroon vuodessa (58 %), taulukko 2 ja 3.

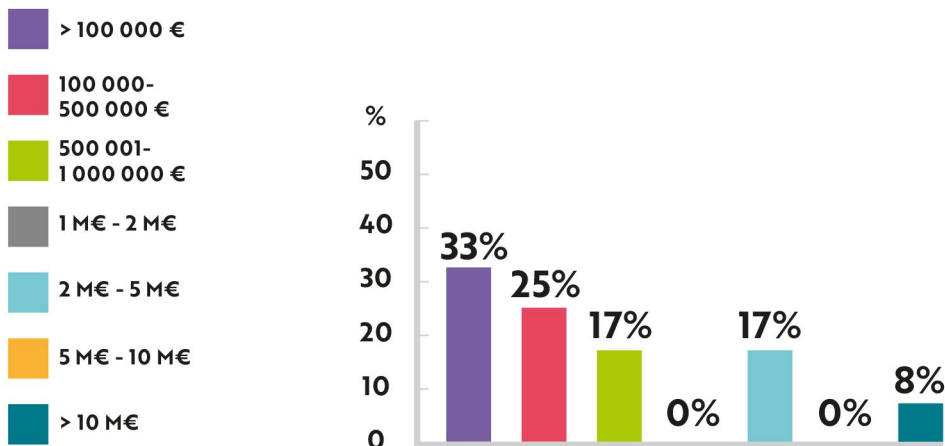
Taulukko 2.
Haastateltujen ruokaketjun yritysten työllistävyys Loimaan seudulla

Työntekijöiden lukumäärä



Taulukko 3.
Haastateltujen ruokaketjun yritysten liikevaihto Loimaan seudulla

Liikevaihto



Elintarvikkeita ja juomia valmistavien yritysten pääasiallinen markkina-alue oli koko Suomi (45 % vastaajista). Vientiä harjoitti 27 % haastatelluista yrityksistä. Haastatteluhavaintojen mukaan se on selkeästi kasvava sektori.

Vähittäiskauppa näytteli vahvaa osaa, kun tarkasteltiin yritysten myyntikanavia (64 %). Muut keskeisimmät myyntikanavat olivat tukkuliikkeet (36 %) sekä suoramyynni kuluttajille (27 %). Huomioitavaa oli julkisen ruokapalvelun ja ammattikeittiösektorin vähäinen rooli yritysten myyntikanavina (taulukko 4).

Haastatteluiden tavoitteena oli löytää nimenomaan kasvu- ja kehittymishakuisia yrityksiä. Loimaan seudun yrityksistä 65 % haastatelluista kertoi hakevansa aktiivisesti kasvua, niin kotimaassa kuin viennissä.

Luomua jalostavia yrityksiä oli noin 30 % haastatelluista yrityksistä.

Taulukko 4. **Loimaan seudun elintarvikkeita ja juomia valmistavien yritysten keskeisimmät myyntikanavat (monivalinta).**

Myyntikanavat	Osuus
Vähittäiskauppa	64 %
Tukkuliikkeiden kautta myynti kauppoihin ja HoReCa-sektorille	36 %
Suoramyynni kuluttajille esim. tilamyymälä, Rekot, torit ja tapahtumat	27 %
Oma verkkokauppa	27 %
Yksityinen HoReCa -sektori	27 %
Erikoismyymälät esim. lähiruokakaupat, museokaupat	18 %
Ammattikeittiöt	9 %
Julkinen ruokapalvelu	0 %
Muu, mikä?	0 %



Vahvuudet	Heikkoudet
<ul style="list-style-type: none"> • Pieni organisaatio • Oma tuotanto, jota voi kasvattaa • Keskusliikeosaaminen • Vahva laatumielikuva tuotteilla • Sopimustuotanto • Omia innovatiivisia tuotteita • Vahva tuoteosaaminen • Uudistamismyönteisyys • Sertifioitu elintarviketurvallisuuden johtamisjärjestelmä • Pieni hiilijalanjälki • Ketterä • Perinteisyys ja perinteiset raaka-aineet • Omat myyntikanavat -riippumattomuus • Aktiivinen tuotekehitystoiminta • Nopeus ja ketteruus = nopea reagointikyky • Antibioottivapaat eläinkunnan tuotteet • Tuotannon automatisointi • Moderni tuotantolaitetekanta • Toiminnan ja tuotantoketjun läpinäkyvyys • Jäljitettävyyys ja läpinäkyvyys • Paikallisuus • Osaava henkilökunta • Yritysyhteistyö; laitteet ja prosessit 	<ul style="list-style-type: none"> • Liian sidoksissa keskusliikkeisin • Vähäinen kansainvälistymiskokemus • Täystyöllistetty, vähäiset resurssit myynnin kasvattamiseen tai laajempaan kehittämistyöhön • Heikko brändin tunnettuus • Tuottajataustan tuoma konservatiivisuus • Suuret työvoimakustannukset • Puutteelliset viestintä- ja markkinointitoimet ja -resurssit + osaaminen • Kokonaisvaltaisen toiminnanohjauksen puute – ”monikanavaisuus vie aikaa ja resursseja” • Toimintojen ulkoistaminen on pientä • Jakelun ja logistiikan järjestäminen -oma jakelu • Asiakasdatan systemaattinen hyödyntäminen • Riippuvuussuhde keskusliikkeiden kanssa, myyntikanavien vähäisyys • Pienet TKI -resurssit • Heikko kannattavuus • Tuotannon tehottomuus • Vanhanaikaiset tuotantotilat ja -laitteet • Pienuuden tuoma haavoittuvuus • Logistiikan kustannukset
Mahdollisuudet	Uhat
<ul style="list-style-type: none"> • Vastuullisuuden korostuminen • Kotimaisuuden arvostus nousussa • Lähirookabuumin kasvaminen • Lisäaineettomien tuotteiden kysynnän kasvu • Suoramyyntin suosion kasvu • Uusiutuva energia ja sen käyttöönotto esim. biokaasu, aurinkosähkö • Luomuun panostaminen • Uudet tuoteinnovaatiot ja raaka-aineet • Yhteismarkkinointi, yhteishankinnat • Ruoan ja matkailun yhteistyön kehittäminen • Sopimusvalmistus ja alihankintayhteistyö • Verkkokaupan perustaminen • Myynnin kasvattaminen • B to B -myynnin kehittäminen • Kansainvälistyminen, viennin edistäminen • Toimitukset ja logistiikka • Teknologia 	<ul style="list-style-type: none"> • Kulutuskäyttäytymisen muutokset: eläinkunnan tuotteiden kulutuksen väheneminen • Kulutuskäyttäytymisen ennakointi vaikeaa • Valmisruokien suosion kasvu • Kuluttajien hintaherkkyys ja valmius maksaa premium hintaa heikkenee • Ilmastonmuutos ja sääolosuhteet heikentävät tuotanto-olosuhteita • Kasvi- ja eläintaudit • Biodiversiteetin muutokset mm. pölyttäjätuho • Kuljetuskustannusten kalleus ja kustannusten kasvaminen • Kuljetusten keskittyminen • Raaka-aineen laadun epävarmuus ja heikkous • Osaavan työvoiman löytäminen vaikeaa • Kaupan suuri valta ja yhteistyön lyhytjänteisyys • Suuret toimijat • Kasvanut byrokratia: alkoholilainsäädäntö, verotus

Lisätietoja: Ammattiopisto ja lukio Novida, Tulevaisuuden Kehitystarpeet Varsinais-suomalaisessa ruokaketjussa -TuKeVa -hanke

Raportin on koontanut Mertsu Töttölä, Ammattiopisto ja lukio Novida.



PARGAS



PARAINEN



Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus



Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahasto: Eurooppa investoi maaseutualueisiin