

Ruokatuotanto

Kuvaus

Ruoka on jokapäiväinen välttämättömyys ja tärkeä päivittäinen kulutuskohde, mutta lisääntyvässä määrin myös arvojen osoittamisen väline. Ruokatuotanto on tärkeä sekä yksilöllisen hyvinvoinnin että kestävä kehityksen kannalta. Syömiseen liittyvä liiketoiminta laajasti ottaen tarjoaa Suomelle kasvumahdollisuuksia, jotka ulottuvat ruokaa tuottavista yrityksistä laite- ja viestintäteknologiaan, logistiikkaan ja palveluliiketoimintoihin sekä terveydenhoitoon. Ruokatuotanto Suomessa työllistää suoraan noin 38 000 ihmistä, ja epäsuorasti yli 300 000 henkilöä (koko ruokaketju).

Ruokatuotantoon liittyy paljon mahdollisuuksia sekä ruuan sisällön että uusien konseptien ja palvelujen myötä. Digitalisaatio ja kestävä ruokatuotanto mullistavat kuluttajan käyttäytymisen ruokavalintoihin ja syömiseen liittyen. Kuluttajan asema arvoketjussa muuttuu yhä tärkeämmäksi ja kuluttaja haluaa päätösvallan ruoan laadun ja terveellisyyden osalta sekä yksilöllisiä ratkaisuja. Elintarviketuotanto ja -kauppa ovat nyt keskittyneitä ja kuluttaja on aktiivisen toimijan sijaan passiivinen jakelun päätepest. Tämä toimintamalli myös aiheuttaa hävikkiä useissa ketjun vaiheissa.

Kotimarkkina Suomessa ei valitettavasti kasva, joten fokus Suomessa tulisin olla yhä laajenevassa määrin ruoan arvostuksen ja arvon lisäämisessä. Halpatuotteista tulee siirtyä lisäarvotuotteisiin ja ruoan markkinoinnissa pois hintavetoisesta markkinoinnista kohti ruoan lisäarvon esiintuomista. Vain siten kotimarkkinan arvon kasvu voidaan turvata. Ruokatuotannon keskeisin kasvumahdollisuus on kuitenkin viennin lisääminen. Viennin arvo voidaan nostaa, mikäli valtiovalan panostusta viennin kehittämiseen jatketaan. Food from Finland -ohjelma on tässä työssä keskeisin työkalu, johon yritykset ovat myös täysin sitoutuneet. Vienti voi kasvaa vielä huomasti nykytasostaan, kun saamme käännettyä myös raaka-aineveitoisen viennin kohti brändättyjen lisäarvotuotteiden vientiä. Brändien arvon nostaminen koko elintarvikealalla on tarpeen ja myös täysin toteutettavissa.

Markkinatarve

Kasvipärisellä ruualla, uusilla proteiinilähteillä ja yleensäkin kestävästi tuotetuista turvallista raaka-aineista valmistetulla ruualla on kasvava kansainvälinen kysyntä. Syöminen ja ruokavalinnat yksilöllistyvät ja välipalaistuminen ja palvelujen tarve kasvavat. Ruoka on päivittäistavaratuote, ja syömisestä halutaan hyvää oloa, nautintoa, hyvinvointia. Ruoka on osa päivittäistä hyvinvointia. Jäljitettävyyys ja ruokaan liitettävät arvot ovat tärkeitä, ja ruoka on tapa vaikuttaa sekä itseen että yhteiskuntaan, ja osoittaa yhteisöllisyyttä uudistuvien tavoin. Syöminen ekosysteemiin liittyy enemmän kuin ruokatuotanto, ja ruokaan liittyvän tiedon pohjalta tehdyt palvelut ja jakelun uudistuminen, osin myös tuotannon relokalisointi, ovat osa kasvua. Ikääntyvän väestön ruokajärjestelmät ovat tässä tärkeä markkina.

Potentiaali

Syöminen on päivittäinen perustarve, siinä on isot volyymit ja siihen liittyvää (äly)teknologiaa ja uusia ingredienttejä voisi viedä globaalisti (kuten metsäkoneita, ei vain sellua tai paperia). Ilman tätä kasvumahdollisuutta maatalous ja maaseutu Suomessa näivetty ja kutistuu. Elintarvikealan työllisyys paranee vain kansainvälistymisen kautta. Viennin kasvulla voidaan tuottaa jopa 5000 - 20 000 uutta työpaikkaa elintarvikealalle (ETL:n arvio huhtikuussa 2018). Suomessa on monia korkeatasoisia osaamisia, joiden yhdistäminen syömiseen ja ruokatuotannon, -logistiikan ja niihin liittyvän viestinnän ekosysteemiksi voisi luoda uudenlaista vientiteknologiaa.

Suomi on hyvä demomarkkina (real life testbed alustoinen) uusille tuotteille ja palveluille. Yritysten pitäisi olla rohkeita, toimia yli toimialarajojen menevissä ekosysteemeissä ja tehdä uudenlaisia arvolupauksia. Ruokatuotanto ja syömiseen liittyvät palvelut itse asiassa leikkaavat läpi kasvuteemojen: teollisuuden uuden ajan lisäksi varsinkin kestävä kasvu, terveys ja hyvinvointi, kulttuurinen pääoma, teknologiat mahdollistajana. Syöminen vaikuttaa sekä ympäristöön että kansanterveyteen, se on tärkeää myös yksilön hyvinvoinnille muuttuvissa elinolosuhteissa, siihen liittyy paljon kulttuurista pääomaa kuten elämykset ja ruokakulttuuri, ja uudet teknologiat (ruoan solutuotanto, lisätty todellisuus, personointi ja kommunikointi) mahdollistavat täysin uudenlaisen ruokatuotannon ja syömiseen liiketoiminnan.