

Ruokaviennin palvelut ja yritysysteistyö

Kuinka vientiä voidaan lisätä kannattavalla tavalla?

Hankkeen tiivistelmä

Suomalaiset elintarvikkeet erottuvat maailmalla laadun ja tuoteturvallisuuden ansiosta. Useassa eri yhteydessä on todettu, että ruokavienti on välttämätöntä kotimaisen tuotannon ylläpitämiseksi ja sitä kautta ruokahuoltovarmuuden varmistamiseksi. Edellä mainituista faktoista huolimatta Suomen ruokaviennin arvon suuruusluokka on viime vuosikymmenen aikana pysynyt samansuuruisena.

Kuinka lisäarvotuotteiden kansainvälistä kauppaa voidaan lisätä?

Viennin rakenteita ja kehitysvaihtoehtoja on selvitetty haastatteleamalla elintarvikeyritysten edustajia, julkisia ja yksityisiä ruokaviennin toimijoita, muiden toimialojen edustajia sekä muiden maiden ruokaviennin asiantuntijoita.

Hankkeen aikana on luotu useita yritysysteistyömalleja, joilla on pyritty ratkaisemaan yritysten konkreettisia haasteita kansainvälisillä markkinoilla. Hankkeessa on myös luotu toimialalle yhteinen toimintamalli, elintarvikeyritysten "vientipolku". Vientipolku on 1) vientiaskelien sekä vientipalveluiden opas elintarvikeyrityksille ja 2) työkalu hallinnolle, millä julkisen palvelutuotannon sisäistä koordinaatiota Team Finland -verkostossa voidaan parantaa. Julkisen palvelutuotannon vaikuttavuuden lisäämiseksi on ehdotettu kunnianhimoista markkina-analyysia. Analyysin tulosten avulla vähäiset julkiset ja yritysten resurssit on mahdollista kohdentaa tehokkaammin. Hankkeen aikana on myös esitetty hallinnolle kahta vaihtoehtoista toimintamallia suomalaisten yritysten myyntikyvyn parantamiseksi.

**Hankkeen nimi:
RuoKasvu**

Suomessa vientipalvelut ovat pääsääntöisesti julkisia tai hankerahoitteisia. Julkinen rahoitus rajaa kuitenkin palvelutuotantoa siten, että mm. suoraan markkinointiin ja myyntiin liittyviä palveluja ei ole Suomessa laajasti tarjolla. Projektin aikana tuli myös selväksi, että yritysysteistyötä tulee räätälöidä tapauskohtaisesti, sillä yhtä kaikille sopivaa yhteistyömallia ei ole.

Tekijä: MTK

Lisäarvotuotteiden vienti edellyttää yrityksiltä erinomaista myyntikykyä. Myyntikykyä on mahdollista edistää sopivilla markkinaehtoisilla palveluilla, jotka kattavat läsnäolon kohdemaissa, suoran markkinoinnin ja myynnin. Myyntityön tueksi on tarvetta julkisen palvelutuotannon koordinaatiolle ja mieluusti siten, että hallinnolle asetetaan yhteiset tavoitteet kansallisen vientistrategian avulla (kts. Irlannin Harvardin yliopistolta tilaama strategiatyö). Julkisten resurssien kohdentamista ja yritysten ohjausta tulisi vastaisuudessa tehdä systemaattisesti tutkitun tiedon, esimerkiksi päivittyvän markkina-analyysijärjestelmän, avulla. Yritysten yhteistyön kehittäminen on tehokasta, kun se perustuu yritysten konkreettisiin tarpeisiin. Yhteistyö on helpompaa, kun sitä fasilitoi luotettavaa ja puolueeton taho.



Avainsanat: vientiyhteistyö, vientistrategia, markkina-analyysi, vientipolku, myyntikyky, markkinointi, myynti, vaikuttavuus, tehostaminen.

Johdanto

Elintarvikeviennin rakenne on pysynyt samanlaisena

Valtioneuvoston selonteossa ruokapolitiikasta ”Ruoka 2030” todetaan, että suomalaisten elintarvikeyritysten kasvupotentiaali on pääasiallisesti ulkomailla. Käytännössä kotimarkkinat eivät kasva ja tiukan hintakilpailun ja tarjonnan laajenemisen myötä tuonti lisääntyy. Elintarvikeviennin arvo on viimeisen viiden vuoden aikana kasvanut Venäjän asettamien pakotteiden jälkeisestä 1,4 mrd. eurosta 1,77 mrd. euroon vuonna 2020. Tästä huolimatta elintarvikeviennin rakenne ei ole olennaisesti muuttunut viimeisen vuosikymmenen aikana. Tuotekohtaiset pääluokat ovat pysyneet samoina ja edustavat ensisijaisesti raaka-aineita sekä matalan jalostusasteen tuotteita.

Useassa eri yhteydessä on todettu, että elintarvikevienti on välttämätöntä kotimaisen tuotannon ylläpitämiseksi ja sitä kautta myös ruokahuoltovarmuuden varmistamiseksi. Yritysten myyntityötä edistää se, että suomalaiset elintarvikkeet erottuvat laadun ja turvallisuuden ansiosta. Lisäksi erinomaisina argumentteina toimivat YK:n onnellisuusraportti, minkä perusteella Suomi on maailman onnellisin maa ja Global Food Security Indeksien raportti, minkä perusteella Suomessa on maailman paras elintarviketurva (2020).

Hankkeessa on pyritty selvittämään, kuinka vientitoimintaa voidaan muokata strategisempaan suuntaan ja siten hyötyä kaupallisesti alkutuotannon, elintarvikeyritysten sekä viranomaisten laadukkaasta työstä. Selvitystyön tuloksia on pyritty hyödyntämään tuottamalla ratkaisuja yritysyhteistyön tehostamiseksi, julkisten palveluiden sekä julkisella rahoituksella tuotetun työn vaikuttavuuden parantamiseksi ja julkisen rahoituksen ulkopuolelle jäävien palveluiden tuottamiseksi.

Aineisto

Benchmark

Selvitystyötä on tehty hyvin laajasti ja useasta eri näkökulmasta. Selvitystyön varsinaiset työkalu ovat olleet haastattelut ja keskustelut eri asiantuntijoiden ja elinkeinon edustajien kanssa. Kohteena ovat olleet suomalaiset elintarvikeyritykset, Suomen hallinto, suomalaiset konsultit, suomalaiset elintarvikealan järjestöt, suomalaiset muiden alojen järjestöt sekä vientitoimijat ja ulkomaalaiset vientiorganisaatiot.

Tulokset, niiden vaikuttavuus ja johtopäätökset

Yritysyhteistyö on mahdollista

Viime vuosina useassa hallinnon tilaamassa selvityksessä (mm. Mäkelä 2017 ja Karhinen 2019) on todettu, että suomalaiset yritykset ovat globaalissa toimintaympäristössä pieniä ja kaupallista toimintaa tulisi tehostaa yhteistyön kautta. Konkreettista yhteistyömallia ei ole kuitenkaan ollut yritysten hyödynnettävissä. Jo RuoKasvun alkuvaiheessa tuli selväksi, että kaiken kattavaa ja kaikille sopivaa yhtä yhteistyömallia ei ole, eikä sellaista ole järkevää etsiä. Yritykset ovat kokoluokastaan riippumatta avoimia vientiyhteistyölle, kunhan se tuottaa konkreettista kaupallista hyötyä. Osa yrityksistä oli huolissaan kilpailulainsäädännön asettamista rajoista, joiden puitteissa on kuitenkin mahdollista toimia yhdessä. Hankkeessa luotiin, fasilitoitiin ja kehitettiin yli 10 yhteistyömallia, joissa oli kaikissa erilaiset kaupalliset tavoitteet. Osa yhteistyömalleista on tuottanut jo hankkeen aikana kaupallista hyötyä yrityksille ja osa on tuottanut jonkin konkreettisen tuloksen (mm. kattobrändi, menekinedistämisrahoitus tai ulkoinen myyntiresurssi), minkä kaupallinen vaikutus näkyy vastaa tulevaisuudessa. Yritysten palautteen perusteella MTK on ollut luotettava, osaava ja puolueeton kumppani, jolla on ratkaisukeskeinen tulokulma haasteisiin. Tulosten ja palautteen perusteella MTK:n työ yritysyhteistyön lisäämiseksi on ollut tehokasta, vaikuttavaa ja yhteistyön kannalta välttämätöntä.

Elintarvikkeiden vientipolku

Hankerahoitus voi rajoittaa palvelutarjontaa

Markkina-analyysilla tutkittua tietoa valintojen tueksi

Selvitystyö toi selvästi esiin, että menestyvillä vientimailla on selkeät kansalliset tavoitteet ja julkisia palveluja on räätälöity tavoittelemaan asetettuja päämääriä. Suomalaisessa toimintaympäristössä on useita julkisia palveluja ja hankkeita julkisella hankerahoituksella, joiden yhteistoimintaa ei koordinoita riittävästi. Hankkeessa on luotu yhteinen toimintamalli, eli ”elintarvikkeiden vientipolku”, joka on 13.4.2021 lukien sijoitettu Food from Finland -ohjelman nettisivuille. Vientipolku on 1) vientipalveluiden opas elintarvikeyrityksille ja 2) työkalu hallinnolle, millä julkisen palvelutuotannon sisäistä koordinaatiota ja siten vaikuttavuutta voidaan lisätä. Vientipolku on saanut kiitosta Team Finland -verkostolta sekä yrityksiltä, joten sen luomista voidaan pitää onnistuneena. Vientipolun vaikuttavuuteen vaikuttaa eri Team Finland -toimijoiden sitoutuminen vientipolun toimintamalliin.

Palvelutuotannossa tulee kuitenkin huomioida, että moni EU:n jäsenmaan julkinen organisaatio tarjoaa yrityksille markkinaehtoisia konsulttipalveluja, joita Business Finland ei tuota. Tämä asettaa selvästi suomalaiset yritykset eriarvoiseen asemaan kansainvälisiin kilpailijoihinsa verrattuna. Tulee myös huomioida, että julkinen hankerahoitus rajaa mm. suoran markkinoinnin ja myynnin rahoituksen ulkopuolelle. Kun valtaosa suomalaista konsulttiyrityksistä on hankevetoisia, julkinen rahoitusmalli usein rajoittaa näiden palvelutarjontaa. RuoKasvussa on kehitetty ja esitetty hallinnolle kahta eri vaihtoehtoista toimintamallia (valtio-omisteinen palveluyhtiö ja/tai yksityinen palveluekosysteemi), joilla em. epäkohta voidaan poistaa ja kehittää palvelutarjontaa monipuolisemmaksi.

Suomen julkisten palveluiden resurssien tehokkaampaa kohdentamista ja yritysten ohjausta varten on esitetty useamman menestyneen vientimaan markkina-analyysijärjestelmän käyttöönottoa. Markkina-analyysin tulee huomioida RuoKasvun eri työpaketeissa tuotettua tietoa tuotteiden vientipotentiaalista sekä kohdemaakohtaiset makro-/meso-/mikro -indikaattorit. Tutkitulla tiedolla resurssien ja kohdemarkkinoiden priorisointi on faktapohjaista ja yritysten ohjaukselle löytyy faktapitoinen perusta.

Tulevaisuuden haasteet

Ruokaviennin kansallinen strategia

- Yhteisten määriteltyjen tavoitteiden (mm. vientistrategia) puute voi rajoittaa edelleen julkisten palveluiden ja rahoituksen vaikuttavuutta. Jos/kun tavoitteet määritellään, eri toimijoiden sitoutuminen tavoitteisiin muodostaa suurimman riskin ja määrittelee haasteen kokoluokan.

Heikko myyntikyky

- Yritysten heikko myyntikyky voi rajoittaa kannattavaa kauppaa ja erityisesti lisäarvotuotteiden myyntiä. Havainto perustuu tasavertaisten brändien väliseen vientihintojen vertailuun ja osoittaa, että Suomesta myydään usein halvemmalla kuin kilpailijamaista.
- Lisäarvomyynti on edelleen keskittynyt yksittäisiin kohdemaihin (mm. Kiina). Kansainvälisillä markkinoilla vallitsevan epävarmuuden yhteydessä tämä keskittäminen muodostaa suuren riskin.

Toimintasuositukset

Kunnianhimoisen kansallinen vientistrategia

- Julkisen palvelutuotannon ja rahoituksen vaikuttavuuden lisäämiseksi suositellaan kunnianhimoisen kansallisen vientistrategian luomista. Strategian tulee asettaa selkeät päämäärät hallinnolle ja ohjata sen toimenpiteitä.

Markkinoinnin ja myynnin palvelut

- Yritysten myyntikykyä tulee parantaa kannattavan myynnin ja lisäarvoviennin lisäämiseksi. Myyntipuitteiden kehittämiseksi suositellaan markkinaehtoisien palvelutuotannon kehittämistä valtio-omisteisessa organisaatiossa tai markkinaehtoisien palveluekosysteemin luomista, mm. asiakassuhteisiin, markkinointiin ja myyntiin liittyvien palveluiden tuottamiseksi ja paikallisen läsnäolon vahvistamiseksi kohdemarkkinoilla. Palveluekosysteemi voidaan luoda esimerkiksi Business Finlandin tai Viexpon yhteyteen.

Paikallinen läsnäolo

Trainee -ohjelma

Markkina-analyysin järjestelmä

Yritysyhteistyö

- Vientiosaamisen edelleen kehittämiseksi suositellaan siirtymää enemmän käytännönläheiseen vientikoulutukseen. Koulutuksen tulee vastata erityisesti yritysten keskeisimpään haasteeseen, eli myyntikyvyn parantamiseen. Mallina voi toimia Irlannin Bord Bia "Talent program", missä koulutettavat sijoitetaan yritysten ja toimijoiden vientiprojektien toteuttajiksi. Esimerkiksi vastaavan trainee -ohjelman avulla koulutettaville kertyy merkittävää käytännön kokemusta oikeista kansainvälisen kaupan tilanteista.
- Suositellaan, että Suomeen perustetaan kansainvälisten markkinoiden seurantajärjestelmä ja se sijoitetaan esim. Business Finlandiin, Food from Finland -ohjelman tai Viexpon ylläpidettäväksi. Järjestelmä seuraa kansainvälisiä markkinoita ja päivittää vuosittain tai joka toinen vuosi ensimmäisessä markkina-analyysissä saatua tietoa hallinnon toimenpiteiden tueksi ja yritysten ohjausta varten.
- Yritysyhteistyötä on syytä edistää vastaisuudessakin. Yhteistyön edistämisen tulee olla yritys-, eikä hankevetoista. Luotettava ja puolueeton fasilitoija on välttämätön.