

Elintarvikeketjun päättäjien **visio- ja uutispäivä**, ke 14.11.2007 klo 10
Pikku Parlamentin auditorio
Maa- ja metsätalousministeri Sirkka-Liisa Anttila

"Kilpailukyvyn merkitys elintarvikeklusterin kehittymiselle"

Hyvät elintarvikeketjun visio- ja uutispäivän osallistajat

Meidän kaikkien yhteinen tavoite on kilpailukykyinen elintarvikeketju, joka tuottaa innovatiivisia, laadukkaita, asiakkaiden tarpeita tyydyttäviä tuotteita ja rakentaa niillä kilpailuetua. Vain tiiviillä ketjun yhteistyöllä voidaan saavuttaa tehokasta toimintaa ja vastauksia kiristyvään kilpailuun sekä luoda tilaa ja mahdollisuuksia innovaatioille. Kilpailukyky on elintärkeä koko elintarvikeklusterin tulevaisuudelle.

Haluaisin käsitellä seuraavassa kahta asiaa, **kilpailukykyä ja kilpailuetua**, jotka ovat lähellä toisiaan, mutta kuitenkin tarkoittavat osin eri asioita.

Kilpailuetu on helposti ymmärrettävä asia. Kilpailuedun vahvistaminen merkitsee kuluttajan luottamuksen säilyttämistä ja kasvattamista – suomalainen kuluttaja valitsee kotimaisen tuotteen, koska uskoo sen laatuun. Tällä saralla tehdään Suomessa paljon koko elintarvikeketjun yhteistyötä. Kilpailuetutekijät ovat pontimena, kun tehdään yhteistyötä tai keskustellaan ruokaohjelmasta, tuotteiden tunnetuksi tekemisestä tai menestyvistä yksittäisistä tuotteista. Samaa kokonaisuutta pohditaan esimerkiksi Sitran Elintarvike- ja ravitsemusohjelmassa ERA:ssa.

Kilpailuedun puolesta työtä tekee osaltaan myös elintarvikeketjun laatustrategia, jota on toteutettu nyt lähes kymmenen vuoden ajan. Onnistumisia on saavutettu, ymmärrys yhteisen pöydän ääressä istumisen tärkeydestä on syntynyt, mutta kehitettävää vielä riittää.

Elintarvikeketjun laatustrategiaan kuuluvat eri tuotantosuunnille laaditut kansalliset tuotantotapaohjeet, jotka määrittelevät hyväksyttävät tuotantotavat. Ohjeistukset keskittyvät pääsääntöisesti alkutuotantoon eli raaka-aineen tuottamistapoihin. Maatalouden rooli onkin monissa kansallisissa vahvuustekijöissä merkittävä. Silti jatkossa kuluttajia kiinnostavia vahvuuksia pitää löytää myös elintarvikeketjun muista osista, erityisesti teollisuudesta. Samoin kannattaa kiinnittää huomiota siihen, että hyväkään toiminnan kuvaaminen ei riitä, vaan vahvuuksien toteutumista tulee tukea ja seurata – näin luottamus voidaan säilyttää. Kuluttajat voidaan vakuuttaa vain faktoihin pohjautuvalla viestinnällä.

Kilpailuetu on koko ruokaketjun kilpailukyvyn kehittämisen se osa, jossa ketju on löytänyt tavat tehdä yhteistyötä. Laatustrategian ympärillä tehty työ on osoittanut, että ketju kykenee tekemään asioita yhdessä ja jopa Pohjoismaisittain vertailtuna pärjäämme tässä hyvin. Tämä on konkreettista työtä ja kiteytyy tuotteisiin sekä näkyy ruokana ja ruokakulttuurina. Myös hyvä salmonella- ja eläintautitilanne sekä kylmän talven tuomat edut kasvitautien torjunnassa ovat myös osa tätä tuotteisiin kiinnittynyttä kilpailuetuajattelua. Meillä on myös muita luonnonolosuhteista nousevia kilpailuetuja, kuten yöttömän yön aromit.

Hyvät kuulijat

Vaikka edellä mainitut tuotteen menekkiä parantavat kilpailuetutekijät vaikuttavat kiistatta myös ketjun **kilpailukykyyn**, ne eivät takaa koko toiminnan tehokkuutta ja hyviä tuloksia. Koko elintarvikeketjun kilpailukyky on edelleen meille kaikille hieman vieras ja vaikea asia. Ja varsinkin, kun puhutaan ketjun eri osien keskinäisestä solidaarisuudesta koko ketjun kilpailukyvyn varmistajana, ollaan epävarmalla pohjalla. Yhteistyömuodot ovat vaikeasti hahmotettavissa. Tehokkaita, uudenlaisia yhteistyömuotoja on löytynyt harvaksen. Erityisesti tarvittaisiin koko ketjun toimintaa analysoivia

toimintamalleja – arvoketjuanalyysijä – joilla aidosti arvioidaan ja parannetaan ketjun kilpailukykyisyyttä. Tämä edellyttää luonnollisesti myös keskenään kilpailevien yritysten yhteistä näkemystä siitä, että kun kaikkien tulokset paranevat niin koko ala voi paremmin nyt ja tulevaisuudessa. Itse asiassa juuri tämä ajatus oli taustalla silloin, kun yhteistä laatustrategiaa alettiin kehittää. Tavoitteena oli luoda alalle toimintamalleja, joilla kilpailuasemaa vahvistetaan sekä kotimarkkinoilla että viennissä.

Kilpailukyky on erityisesti uudistumista, innovatiivisuutta ja jopa luopumista. Mitä itsestään selviä toimintamalleja pystyisimme poistamaan, ja millä uusilla toimintamalleilla saisimme aikaan tehokkuutta koko ketjuun? Uusien toimintamallien kehittäminen ja käyttöönotto vaativat ajattelun vapauttamista ja muiden elinkeinoelämän toimialojen katselemista avoimin ja ennakkoluulottomin silmin. Mitä niiden toimintamalleista voisi oppia?

Keskinäisen kilpailun voi suunnata uudenvälisen yhteistyön tekemiseen, jossa kaikki osapuolet saavat hyötyä ja saavat käyttöönsä uudenvälisiä ratkaisuja. Tämän asian tiedostaminen on kaiken a ja o.

Mitä elintarvikeketjussa pitäisi tehdä enemmän kuin yleensä on tehty?

Tämän asian purkamiseen tarvitsemme koko ketjun tuntemusta sekä yhdessä sovittuja mittausvälineitä. Siihen tarvitaan koko ketjun syvää yhteistyötä, nykykäytäntöjen kriittistä arviointia ja uudenvälisistäkin yhteistoimintaa. Kuka loppujen lopuksi kantaa huolta koko ketjun kilpailukykyvyydestä vai kantaako kukaan?

Tutkimusten mukaan elintarvikeketjun laatustrategian toteuttamisessa pitäisi tulevaisuudessa keskittyä enemmän kilpailukykyvyyden kehittämiseen ja sen konkretisointiin. Tämä on strategian painopistealueista se, jossa tutkimukseen vastanneiden käsityksen mukaan ollaan kauimpana asetetuista tavoitteista.

Mitä uusia asioita alalle voisi tarjota? Elintarvikeketjun kilpailukyvyn kehittämisen tarpeellisuudesta valitsee alalla hyvä yksimielisyys. Yhteisymmärrys on saatava myös siitä, millä mittareilla mittaamme kokonaisuuden kilpailukykyisyyttä. Tästä sopimalla saisimme aikaan luotettavia tuloksia, joilla pystyisimme suuntaamaan myös erilaiset kehityspanokset oikein. Mittaamisesta hyvä esimerkki on mm. maatilojen kilpailukyvyn arviointi, jossa on toteutettu tämän tyyppistä mittaamista mutta vain ketjun yhdessä osassa. Luotettava mittaamenettely antaisi mahdollisuuden asettaa kansallisia tavoitteita koko ketjulle ja sen osille.

Hyvät uutispäivän osallistajat

Kotimaisen ruokaketjun kilpailuedun säilyttämisen kannalta huoli suomalaisen ruoan arvostuksesta on aiheellinen. Jos suomalaiset eivät arvosta kotimaista ruokaa, he eivät sitä myöskään syö. Arvostuksen lisääntyessä Suomessa säilyy ruoan tuotanto, elämä maaseudulla, ruokaketjun moninaiset taloudelliset ja alueelliset vaikutukset, jopa omavaraisuus ja huoltovarmuus. Jos kansakunta ei arvosta omaa ruokaansa, on mahdotonta ajatella ruoan vientiä, sillä ylpeys omasta ruoasta ja ruokakulttuurista sekä raaka-aineista on viennin edellytys. Maukas, turvallinen ja terveellinen suomalainen ruoka tukee työllisyyttä ja kansantaloutta.

Maa- ja metsätalousministeriössä valmistellaan parhaillaan uutta **suomalaisen ruoan edistämishjelmaa**, jonka perusteet löytyvät hallitusohjelmasta. Uuden ohjelmasta tekee se, että se kokoaa ensimmäistä kertaa ruokaan eri tavoin liittyvät ministeriöt ja muut tahot yhteen toimimaan ruoan arvostuksen puolesta. Ohjelma pyrkii ohjaamaan ruoasta käytyä keskustelua hinnan sijasta laatuun ja kulttuuriin. Ruuan eri osa-alueiden edistämiseksi on tehty ja tehdään koko ajan paljon työtä. Näissä ohjelmissa on kuitenkin jäänyt pienelle huomiolle ruoan aikaansaama ilo, nautinto ja mielihyvä. Karrikoidusti voisikin sanoa, että ”ruoka suussa saa puhua”, sillä ruokailun pitäisi olla

sosiaalinen, ihmisiä yhdistävä tapahtuma, oli sitten kyseessä perheen kesken vietetty päivällishetki, lounasruokailu työtovereiden seurassa tai vaikkapa liikelounas, jolla tähdätään neuvottelutuloksiin.

Suomessa ei ole käyty keskustelua ruoan kokonaisvaltaisesta merkityksestä ihmiselle. Meillä ei ole riittävää, kansallista ymmärrystä siitä mitä kaikkia merkityksiä ruoalla on. Yksilötasolla lähes mikään ei ole yhtä tärkeää kuin se, mitä syötämme lapsillemme ja syömme itse. Ruoan merkitystä ei ole sisällytetty vielä riittävällä painoarvolla kulttuuriimme, se ei ole tarpeeksi vahva osa identiteettiämme. Sen takia on syytä panostaa aiempaa enemmän ruoan arvostuksen nostamiseen.

Ruoan edistämishjelmassa korostetaan suomalaisen ruuan ja ruokakulttuurin omaleimaisuutta, sen vahvuuksia kuten luomua ja lähiruokaa, tuodaan nautinto mukaan syömistapahtumaan, sillä ruokaa on tarkasteltava ravitsemuksen lisäksi myös laajemmin hyvinvointituotteena. Fyysisen hyvinvoinnin lisäksi ruoka antaa myös henkistä hyvinvointia ja tuottaa iloa. Erityisen tärkeää on saada mukaan myös kouluruokailusta vastaavat tahot, sillä kotien lisäksi pohjaa elämän ruokakäyttäytymiselle luodaan myös päiväkodeissa ja kouluissa.

Ruoan tekijöiden arvostuksen kasvattaminen on olennaista, toinen puoli kolikosta. Arvostuksen tulee ulottua koko ketjuun tuottajasta ruoan valmistavaan kotiäitiin asti. Ruokaketju työllistää noin 300 000 osaajaa, mutta tulevaisuudessa tekijöiden löytäminen voi olla vaikeaa. Jotta nuoret saataisiin kiinnostumaan alasta, on tärkeää pitää koko sektorin imago korkealla. Tavoitteena on saada jokainen ketjun osa arvostamaan omaa työtänsä, olemaan ylpeä työstään ja ymmärtämään työnsä vaikutukset. Arvostuksen tulee näkyä ammattiyhpeytenä jokaisessa ketjun osassa. Jos meillä ei ole

ruoan tekijöitä, viljelijöitä, pk-jalostajia, teollisuuden ammattilaisia, ruokapalveluhenkilökuntaa, ja kotimaista ruokaa mielellään myyviä kauppiaita, ei meillä ole suomalaista ruokaa.

Hyvät elintarvikeketjun vaikuttajat

Haluan lopuksi toivottaa teille antoisaa seminaaripäivää. Toivottavasti tänään käytävissä keskusteluissa herää ajatuksia ja visioita, jotka kantavat kilpailukyistä elintarvikesektoriamme pitkälle tulevaisuuteen.