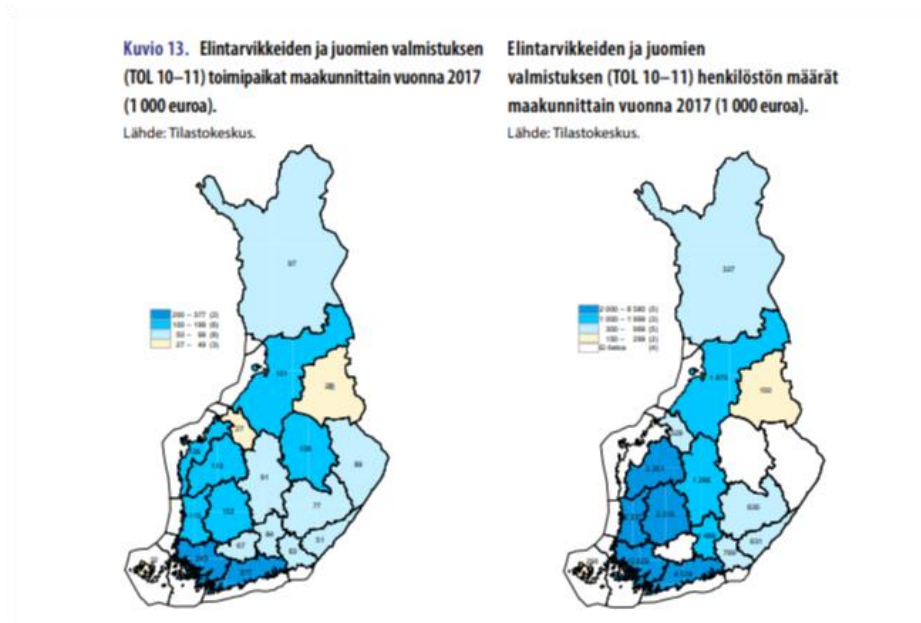


2.2. Öka konkurrenskraften och marknadsorienteringen, med ett större fokus på forskning, teknik och digitalisering

2.2.1. Nuläge

Den inhemska matkedjan och handelsstrukturen

Den finländska livsmedelsindustrins och livsmedelshandelns relativa kostnadskonkurrenskraft är god (SR 2017). Den inhemska primärproduktionens konkurrenskraft och lönsamhet är svag till följd av produktionsstrukturen och produktionskostnaderna (se avsnitt 2.1). Hela livsmedelskedjan utmanas av en snabbt ökande internationell konkurrens.



Livsmedelsindustrin har över 2 000 verksamhetsställen, och de finns i alla landskap. Livsmedels- och dryckestillverkningen är dock koncentrerad till Västra och Södra Finland mätt både i antal verksamhetsställen, personal och omsättning. (ANM 2019)

Enligt nationalräkenskaperna sysselsatte livsmedelsindustrin 37 800 personer eller 1,5 % av alla sysselsatta 2017. Antalet sysselsatta ökade något jämfört med året innan. En dryg fjärdedel av jobben finns i Nyland. Av de sysselsatta inom livsmedelsindustrin finns 9,5 % i Södra Österbotten, 8,3 % i Egentliga Finland och 7,3 % i Satakunta. Ungefär 70 000 personer var sysselsatta inom jordbruket, vilket motsvarar ca 3 % av de sysselsatta. (Statistikcentralen 2020)

MAATALOUDEN TYÖLLISET

Työlliset, 1 000 henk.	1995	2005	2017	2018
Yrittäjät ¹⁾	116	73	53	56
heistä naisia	37	22	15	15
Palkansaajat	25	20	18	16
heistä naisia	12	9	8	7
Yhteensä	141	93	71	72

Lähde: Tilastokeskus / Työvoimatutkimus

¹⁾Yrittäjät ja yrittäjäperheenjäsenet yhteensä.

Livsmedelsindustrin är en konjunkturellt stabil bransch, vilket bl.a. avspeglas i måttliga variationer i efterfrågan, stabil sysselsättning och branschföretagens investeringsvilja. Å andra sidan kan lönsamheten anses ligga under den övriga industrins nivå. Sektorns affärsverksamhet har små marginaler och möter ett hårt pristryck från handeln och konsumenterna (ANM 2019).

Jordbrukets och livsmedelsbranschens pris- och kostnadsfaktorer

För jordbruksprodukter med stor volym, såsom mjölk-, kött- och spannmålsprodukter, bestäms nivån på producentpriset i Finland enligt prisnivån på EU-marknaden och den internationella marknaden och samtidigt enligt lägre kostnader och mindre strikta produktionsstandarder än i Finland.

Hos oss bygger jordbrukets och livsmedelsbranschens konkurrenskraft på konsumenternas starka preferens för inhemskt. Enligt utredningar föredrar finländska konsumenter inhemsk mat både vad gäller attityd och val. Värderingen av inhemsk och utländsk mat kan dock vara på väg att förändras eftersom unga och stadsbor förhåller sig mer positiva till utländsk mat än andra. (Niva, Peltoniemi & Aalto 2018)

Den inhemska matkedjan har svarat framgångsrikt på konsumenternas krav inom basvaror. Inhemsk produktion står för merparten av de kött-, mjölk- och spannmålsprodukter som konsumeras. Livsmedelsindustrin känner till de finländska konsumenternas preferenser och har kunnat möta behoven genom att utveckla nya innovativa produkter som ger mervärde. Även en effektiv logistikkedja från gården till industrin och vidare till butiken ger finländska produkter en konkurrensfördel jämfört med importerade produkter. Exportens konkurrenskraft ökar tack vare hälsoriktiga produkter, laktosfrihet, förädlade bärprodukter och högklassiga alkoholprodukter.

Den finländska produktionens styrkor är ren jord, rent vatten och ren luft, dokumenterat små rester (EFSA 2019), god spårbarhet i hela kedjan, strikta nationella standarder för djurvälstånd, liten användning av antibiotika och smak som skapas av långa ljusa dagar. Finlands konkurrenskraft ligger uttryckligen i mervärdessfaktorerna, eftersom nivån på producentpriset i fråga om det finländska jordbrukets basvaror mjölk, kött och spannmål huvudsakligen bestäms utifrån EU:s marknad (se avsnitt 2.1).

Det finns ett flertal mervärdessfaktorer i t.ex. kött och köttproduktion framför allt i primärproduktionsfasen. Djurens hälsa och välbefinnande, rena insatsvaror, livsmedelssäkerhet, liten användning av antibiotika, kontrollerad mikrobresistens eller liten förekomst av bakterier, såsom salmonella, i hela kedjan är tydliga konkurrensfördelar för Finland (se de särskilda målen 5 och 9). Finlands reglering av tungmetallhalter i gödselmedel är en av de strängaste i Europa och växtskyddsmedel används i liten omfattning. (Jansik 2019, Livsmedelsverket 2019)

De höga kvalitetskraven och naturförhållandena medför stora kostnader, som är svåra att täcka på den gemensamma marknaden. Man har inte till alla delar lyckats utnyttja värdet av faktorerna ovan på marknaden. Utvecklingen av ett digitalt ekosystem gör det möjligt att producera data om ansvarsfullheten och att sprida dessa data internationellt.

Säkerställande av konkurrenskraften i livsmedelssektorns råvaruproduktion

Den finländska jordbrukssektorns särdrag beskrivs huvudsakligen i det särskilda målet 2.1.

Livsmedelsindustrin i Finland präglas av tudelning. Merparten av företagen är små och medelstora livsmedelsföretag, inklusive gårdar som förädlar livsmedel. Två tredjedelar av företagen sysselsätter färre än fyra personer. Deras betydelse för den lokala ekonomin och sysselsättningen samt för företagsstrukturen är avsevärd. Branschen har endast några större förädlingsföretag, som i huvudsak ägs av producentandelslag.

**MAATALOUS- JA PUUTARHAYRITYSTEN
PÄÄTUOTANTOSUUNNAT**

Tilojen lkm	1995 ¹⁾	2010	2017	2018	%
Lypsykarjatalous	32 480	10 205	6 704	6 263	13,1
Muu nautakarjatalous	9 394	1 270 ²⁾	555	516	1,1
Naudanlihantuotanto	..	3 080	2 930	2 868	6,0
Sikatalous	6 249	1 355	607	577	1,2
Siipikarjatalous	2 239	375	436	435	0,9
Muu laidunkarja ³⁾	..	3 544	2 249	2 160	4,5
Kasvinviljely	42 287
josta viljanviljely	..	20 927	16 240	15 197	31,9
Muu kasvinviljely	..	13 092	14 379	15 533	32,6
Muut	7 315
Kasvihuonetuotanto	..	1 371	836	787	1,7
Avomaan puutarha- tuotanto	..	1 696	1 477	1 402	2,9
Sekamuotoinen tuotanto	..	2 568	2 149	1 895	4,0
Yhteensä aktiivitalat	99 964	58 213	48 562	47 633	100

Lähde: Luonnovarakeskus

¹⁾ Vuoden 1995 luvut eivät ole suoranaisesti verrattavissa muiden vuosien lukuihin.²⁾ Yhdistetty emolehmätuotanto ja lihanautojen kasvatus.³⁾ Sisältää lammis-, vuohi- ja hevostalouden.

C.27: Gross fixed capital formation in agriculture:

2010: 1 097.00

2013: 1 148.00

2016: 937.58

2017: 1 004.63

2018: 972.70

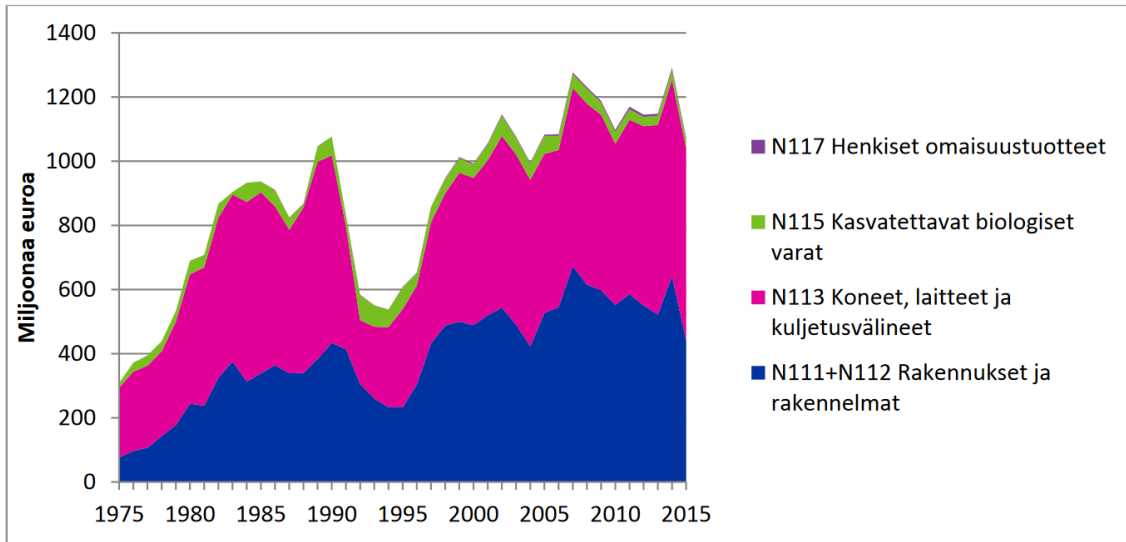
Den finländska marknaden är liten, med en koncentrerad detaljhandel och livsmedelsindustri som domineras av några få stora aktörer. I dagligvaruhandeln hade de två största aktörerna en sammanlagd marknadsandel på över 80 % år 2018 och de tre största över 90 %. Handeln samlar in mycket konsumentdata, som dock inte förmedlas bakåt i matkedjan.

Tre fjärdedelar av livsmedelsindustrins omsättning kommer från verksamhetsställen med över 50 anställda. De stora företagen står för volymerna i branschen. Under de senaste åren har olika alternativa marknadskanaler emellertid blivit allt populärare, konsumenterna utnyttjar i allt högre grad korta livsmedelskedjor och olika digitala applikationer används mer och mer.

Jordbrukets strukturutveckling och investeringar

Produktionens lönsamhet har på senare tid varit en av de största utmaningarna för jordbruket och dess utveckling. Lönsam verksamhet är emellertid en förutsättning för att man ska kunna bedriva produktion och fortsätta med det. Den ökade gårdsstorleken har bidragit till att produktionsstrukturen utvecklats. Gårdarnas investeringar i produktionsbyggnader, maskiner och utrustning har ökat volymen och moderniserat metoderna så att produktionen effektiviserats. En modernisering av produktionsbyggnaderna och tekniken kräver stora kapitalinvesteringar i förhållande till gårdarnas omsättning och lönsamhet, varför investeringsstödet är viktigt för att investeringarna ska realiseras. Genom stödet kan man också uppmuntra till investeringar och produktion med mer hållbar inriktning. Jordbruket stod för 2,5 % och livsmedelsindustrin för 1,2 % av investeringarna inom hela samhällsekonomin 2015. Jordbruksinvesteringarna har ofta rätt lång verkningstid. En del produktionsbyggnader kan med förhållandevis små ombyggnader användas i 40–50 år, men t.ex. djurstall och foderlager inklusive maskiner kan behöva renoveras betydligt tidigare på grund av intensiv användning under nästan hela året. Maskiner och utrustning har likaså en betydligt kortare teknisk och ekonomisk livslängd.

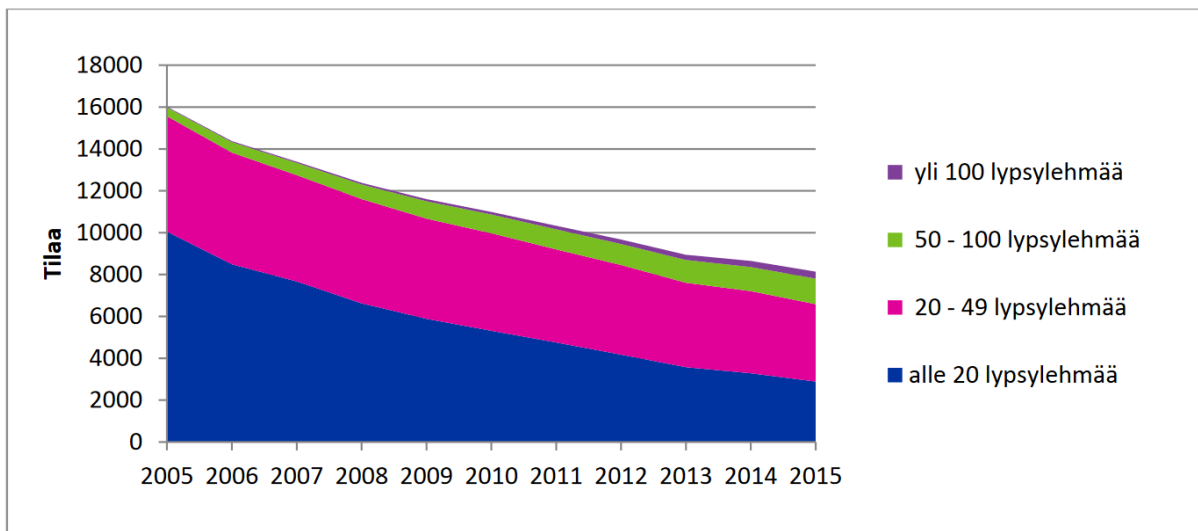
I Finland har det årligen investerats ca 1–1,2 miljarder euro i jordbruk, varav ungefär hälften i byggnader och konstruktioner och hälften i maskiner och utrustning.



Kuva 1. Kiinteän pääoman bruttomuodostus (milj. eur) maataloudessa käyvin hinnoin 1975–2015 (Tilastokeskus 2016a).

Medelstorleken på de understödda investeringarna har ökat hela tiden, vilket syns i att mer understöd beviljats. År 2019 var understödsbeloppet i snitt 68 000 euro per investeringsprojekt och i t.ex. bygginvesteringar inom mjölk- och nötboskapskötsel 238 000 euro per projekt. Stödnivåerna ligger på 10–60 % beroende på stödobjekt. Fortsatta investeringar är viktiga för jordbruks- och livsmedelsnäringen eftersom de framför allt ersätter naturligt bortfall av produktionskapacitet på små eller medelstora gårdar.

Antalet mjölkgårdar har t.ex. nästan halverats på tio år. Merparten av de gårdar som lagt ned produktionen var små och hade färre än 20 mjölkkor.



Kuva 3. Lypsykarjatilojen lukumäärä 2005–2015 tilakokoluokittain.

Trots färre antal gårdar har den totala mjölkproduktionsvolymen varit relativt stabil. Antalet mjölkkor har minskat, men detta har kompenseras av en ökande medelproduktion. Nedläggningen av små gårdar har även kompenseras av ökningarna i de två största gårdsklasserna. Den tekniska utvecklingen har varit snabb. På senare

tid har man bl.a. investerat i automatiska mjölkningssystem, som 2018 fanns på över 1 100 gårdar eller nästan var femte mjölkgård, och dessa system producerar redan uppskattningsvis närmare 40 % av all mjölk.

I Finland produceras ca 80 miljoner kilo nötkött per år. Över 80 % av det finländska nötköttet på marknaden är en biprodukt inom mjölkproduktionen och kommer från kalvar och slaktkor. Genom att man inom nötköttsproduktionen på ett heltäckande sätt utnyttjar det djurmaterial som används för mjölkproduktion minskar köttkonsumtionens inverkan på klimatet. Vallarna utgör en stor andel av växtföljden, vilket bidrar till att bevara åkrarnas bördighet, minska den näringsbelastning på vattendragen som jordbruket orsakar och upprätthålla landsbygdens kulturlandskap.

I takt med att antalet mjölkkor minskar producerar gårdar inriktade på köttdjursuppfödning en allt större del av det totala antalet slaktdjur och specialiseringen väntas fortsätta. Produktionen av moderdjur medför särskilda investeringsbehov eftersom antalet kalvar minskar när mjölkorna blir färre.

Efterfrågan på fjäderfäkött fortsätter att öka, och svaret på detta har i regel varit att utöka de befintliga broilerproducenternas produktion. Efterfrågan på ljust kött väntas öka ytterligare och industrin har investerat i vidareförädling av fjäderfäkött, vilket sannolikt innebär att även gårdarnas investeringsbehov kommer att öka.

Inom äggproduktionen har investeringsstöd beviljats för investeringar som främjar djurens välbefinnande, och sådana investeringar kommer att behövas även i framtiden eftersom konsumenterna och butikerna håller på att övergå till ägg som produceras enligt alternativa produktionsmetoder.

Svinskötelsens långvariga lönsamhetsutmaningar har påverkat investeringsviljan, men produktionen har också effektiviserats betydligt och branschen behöver fortsätta med moderniseringarna. Framförallt investeringar som gäller fri grisning väntas öka. Fårskötsel bedrivs i rätt liten skala i Finland, men branschen har utvecklats och fått nya företagare som gjort investeringar.

Investeringar i produktionsdjurens välfärd utgör en allt större del av investeringsbehoven. Då investeringen är knuten till produktionssättet krävs det ofta ombyggnad av befintliga produktionsbyggnader eller helt nya byggnader. Sedan 2019 beviljas investeringsstöd inom t.ex. mjölkboskapsskötsel bara till nybyggnation eller utbyggnad av lösdriftsstell. Inom svinhushållningen är fri grisning en tydlig trend. Dessutom har det gjorts många mindre investeringar i befintliga produktionsbyggnader som förbättrat välfärden.

Efterfrågan på trädgårdsprodukter har varit god och kommer med stor sannolikhet att öka ytterligare. Näringsrekommendationerna och olika konsumenttrender som betonar hälsoriktig och ekologisk mat (inkl. närproducerad mat) kan leda till ökad efterfrågan på växtprodukter. Inom trädgårdsproduktionen ser man en stark teknikutveckling som ökat effektiviteten. De finländska förhållandena gör att minskad energiförbrukning är en konkurrensfaktor för trädgårdslägenheterna, och branschen har gjort stora investeringar i lösningar som förbättrar energieffektiviteten och utnyttjar förnybar energi.

För att spannmål ska kunna produceras i finländska klimatförhållanden krävs en tillräckligt stor torknings- och lagringskapacitet. Det görs även nödvändiga investeringar i kapaciteten att förvara andra insatsvaror och produktionsmedel.

Investeringar i bättre energieffektivitet och förnybar energi har stor potential inom jordbruket. Decentraliserad, småskalig energiproduktion med sol-, vind- och vattenkraft och t.ex. avverkningsrester från skogen är en framtidsinvestering med många kostnads- och miljöeffekter. Ökad produktion och användning av biogas lyfts fram som ett viktigt mål även i regeringsprogrammet.

Behovet av investeringar som förbättrar miljön och hållbarheten kommer att öka ytterligare. I Finland spelar vattenhushållningen på jordbruksmark en viktig roll. Täckdikning och reglerbar dränering hjälper till att bevara bördigheten genom bättre markstruktur och effektivare användning av näringsmedel. Ammoniakutsläppen kan minskas genom åtgärder som rör gödselhanteringen, där bl.a. utplacering och separering av gödsel samt övertäckning av gödselstackar har betydelse. Andra miljöförbättrande åtgärder spelar också en allt större roll i gårdarnas verksamhet.

Jordbrukets exportprodukter och livsmedelsexporten

Finland har inte lyckats utnyttja EU-marknaden på samma sätt som andra nya länder som anslutit sig till EU 1995, 2005 och 2007. En förklaring är vårt perifera läge i Europa och att råvarorna i huvudsak bearbetas av inhemska förädlingsföretag. Våra största livsmedelsföretag har investerat i produktion i grannländerna i stället för i export och de använder deras lokala råvaror. Små och medelstora företag har för sin del kapacitets- och kompetensrelaterade hinder för en satsning på export (Jansik 2015).

Elintarvikeviennin kehitys vuosina 1995, 2004 ja 2007 liittyneissä jäsenmaissa.						
	Liittymis- vuosi	Vienti (mrd. €)			Viennin kasvu	
		2000	2004	2014	2014/2000 (%)	2014/2004 (%)
Suomi	1995	0,8	0,9	1,6	193	171
Itävalta	1995	3,6	5,7	10,4	286	183
Ruotsi	1995	2,4	3,4	7,8	323	227
Viro	2004	0,2	0,4	1,2	610	340
Latvia	2004	0,1	0,3	2,2	1842	729
Liettua	2004	0,4	0,9	4,7	1072	545
Puola	2004	2,9	5,3	21,3	739	402
Tšekki	2004	1,3	1,9	6,5	483	333
Slovakia	2004	0,4	0,8	2,8	646	327
Unkari	2004	2,4	3,1	7,8	323	252
Slovenia	2004	0,4	0,4	1,4	396	380
Bulgaria	2007	0,5	0,9	3,7	690	436
Romania	2007	0,4	0,6	5,6	1517	950

Enligt Naturresursinstitutets utrikeshandelsstatistik för jordbruksprodukter och livsmedel var exportvärdet av jordbruksprodukter och livsmedel sammanlagt över 1,7 miljarder euro 2020. Exportens värde ökade kraftigt under 2015–2020, med nästan en kvarts miljard (+16 %). Importens värde ökade i sin tur med ca 5,3 miljarder euro. Även det hade ökat med ca en kvarts miljard (+5 %) jämfört med 2015. Proportionellt sett var ökningen av exporten betydligt kraftigare än ökningen av importen.

De största produktgrupperna inom exporten var mätt i värde mjölk- och mejeriprodukter, beredda livsmedel samt fisk och fiskprodukter. Importen dominerades av beredda livsmedel, drycker, konfektyr samt frukt och bär. Inom importen av kött har man redan under flera år kunnat iaktta en klar nedåtgående trend.

De främsta exportländerna för jordbruksprodukter och livsmedel var Sverige, Estland och Kina. Störst var exporten mätt i värde till Sverige, totalt 0,35 miljarder euro. Estland och Kina kom på delad andraplats med export på 0,15 miljarder euro. De viktigaste produkterna för exporten till Sverige var konfektyr, choklad, smör och yoghurt. Till Estland exporterades däremot mest fisk, alkoholdrycker och kaffe. Exporten till Kina ökade med över 56 miljoner euro jämfört med året innan. Denna ökning var klart störst bland de främsta exportländerna. Under de senaste fem åren har exporten till Kina nästan fyrdubblats. Exporten till Kina bestod 2020 nästan helt av två produkter, griskött och mjölkpulver. Exporten av griskött som börjat växa redan 2019 ökade ytterligare 2020 på grund av den svinpest som drabbat kinesiska svinfarmar. År 2020 exporterades griskött till ett värde på totalt 46 miljoner euro från Finland till Kina, vilket var nästan hälften av den totala exporten av griskött. Mjölkpulver exporterades till Kina för 59 miljoner euro.

På 2000-talet har exporten ökat med i genomsnitt ca 2,5 % per år. Finlands livsmedelsexport har haft en likadan struktur under hela EU-medlemskapet. Efter Rysslands importförbud minskade lönsamheten i Finlands export av mjölkprodukter påtagligt. De konsumentförpackade mjölkprodukter som hade exporterats till S:t Petersburgs marknad ersattes med export av mjölkpulver och industrismör. Mjölkpulvrets stora andel av den totala exporten av mejeriprodukter är ett problem eftersom Finland inte har någon konkurrensfördel i produktionen av basråvaran. Ett av de största problemen för Finlands hela livsmedelsexport, inte bara för mjölkprodukter i nuläget, är en låg förädlingsgrad. (Arovuori & Karikallio 2019) Finländskt jordbruk har också

päls och skinn som en viktig exportprodukt både inom och utanför EU. De utgör 24 % av jordbrukssektorns export. Man har lyckats öppna nya exportmarknader för olika produkter, men det behövs fortfarande ökat samarbete mellan företag, myndigheter och exportfrämjande organisationer samt långsiktiga resurser. Under de senaste två åren har exporten av ekologiska produkter fördubblats, men problemet är den stora mängden halvfabrikat.

På 2000-talet har importen ökat med i genomsnitt nästan 4 % per år. Merparten av importen utgörs av produkter där finländsk produktion eller tillverkning saknas nästan helt. Underskottet i handelsbalansen när det gäller livsmedel är tre miljarder euro, varav en knapp tredjedel kommer från kategorin frukt och grönsaker. (Arovuori & Karikallio 2019) Endast för mjölk- och äggprodukternas del finns det ett överskott i handelsbalansen.

C.30: Agricultural imports and exports (billion EUR):

imports

2010: 85.11

2013: 103.61

2016: 113.85

2019: 121.60

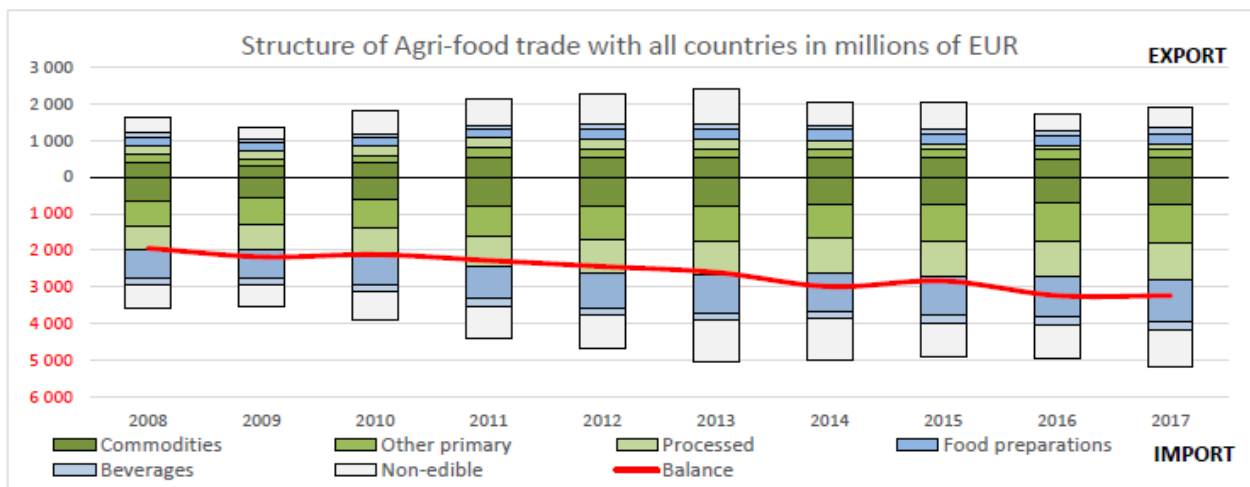
exports

2010: 109.64

2013: 147.08

2016: 160.19

2019: 181.75



Källa: Eurostat

Produktivitet i arbetet som en del av konkurrenskraften

Dryckestillverkningens relativa andel av industrins förädlingsvärde har ökat på senare år. År 2017 var förädlingsvärdet per person 56 000 euro i industrin och 50 000 euro i dryckestillverkningen. En utveckling av förädlingsvärdet är grundläggande för bättre effektivitet. Livsmedelsindustrin lägger årligen 50–60 miljoner euro eller ca 2 % av branschens förädlingsvärde på forskning och produktutveckling. Målet är att främja spårbarhet samt effektiv och smart resursanvändning i livsmedelskedjan, att skapa nyttiga livsmedelslösningar för konsumenterna och att öka samarbetet med andra branscher. Som exempel kan nämnas livsmedelsturismen (se det särskilda målet 8).

Produktiviteten i jordbruksarbetet har ökat långsamt på 2010-talet och takten har minskat ytterligare. Produktiviteten har varit bäst på fjäderfägårdarna. Klart bättre produktivitet än andra produktionsinriktningar

har också växthus- och svingårdar. De största gårdarna har bättre produktivitet både vad gäller produktiviteten i arbetet och bruttomarginalen. Produktiviteten har utvecklats snabbt på fjäderfä- och mjölkgårdarna. Den ökade produktiviteten i arbetet beror främst på en minskning av arbetskraften.

Konkurrensen med importerade jordbruksprodukter bestämmer prisnivån på den inhemska marknaden och efterfrågan växer långsamt. När det gäller export är husdjursprodukter såsom mjölk och griskött förhållandevis konkurrenskraftiga, men spannmålssektorn har en brokig och alltför stor produktion sett till efterfrågan. Den har också höga produktionskostnader jämfört med konkurrenterna och en sämre produktionsstruktur. Det finns regionala skillnader i jordbrukets konkurrenskraft: Efter 2014 har den utvecklats svagast i A-området (Södra Finland). Produktiviteten i arbetet och bruttomarginalen ökade något mer i C-områdena (Mellersta och Norra Finland).

Mellan 2010 och 2018 ökade skogsbrukets produktivitet med 45 procentenheter medan den under samma tid sjönk med 18 procentenheter i livsmedelsindustrin.

C.28: Total factor productivity in agriculture (index 2005 = 100):

2010: 110.37

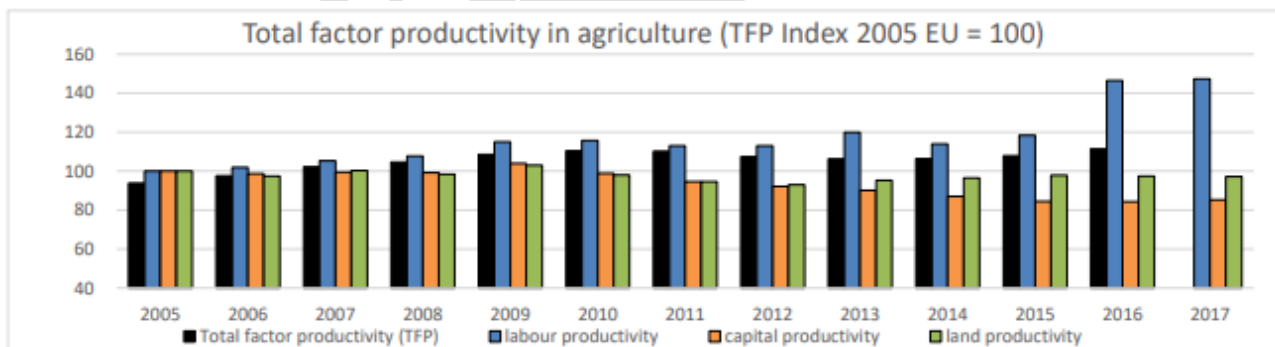
2013: 106.41

2016: 112.31

2018: 116.74

C.29: Labour productivity in agriculture (EUR/AWU), in forestry (EUR/AWU) and in the food industry (EUR/person)

	2010	2013	2016	2018	2019
agriculture	15 494.14	16 435.40	16 190.54	17 849.97	19 209.39
forestry	121 119.52	103 364.19	119 411.09	127 947.368	-
food	76 075.58	70 923.48	70 054.35	71 510.417	-
					-



Källa: Eurostat for TFP and DG AGRI for partial productivity

Jordbrukets specialbranscher och non-food produktion

Honungskonsumtionen har en uppåtgående trend, vilket speglar konsumenternas ökade intresse för vilda produkter. Under skördeperioden 2017–2018 användes sammanlagt nästan 4,1 miljoner kilo honung, dvs. 743 gram per person och år. Närproducerat är populärt just nu, och honung är ett utmärkt exempel på produkter vars ursprung kan klarläggas. Den ökade konsumtionen av honung har dessutom påverkats av det ökade intresset för användning av honung inom restaurangbranschen och livsmedelsindustrin, den omfattande och mångsidiga informationsförmedlingen samt den ökade uppskattningen för biodlaryrket.

Branschen har börjat växa i Finland, men det finns fortfarande utrymme för expansion och efterfrågan på marknaden är god. Konsumenternas kunskaper om honung kan förbättras, t.ex. när det gäller honungens

kvalitet och olika typer av sorthonung. Finlands trumf är den rena naturen. Bina mår relativt bra i Finland, och på Åland finns ett av de få områden inom EU där varroakvalstret inte förekommer. Medelåldern bland producenterna i branschen har börjat sjunka, men merparten av producenterna är amatörer. Man har börjat utveckla pollineringsstjänster, vilket är en av åtgärderna i det nuvarande programmet. I den jordbrukarenkät som genomfördes i maj 2020 var begreppet pollineringsstjänster fortfarande obekant för var femte respondent, och endast hälften visste var de vid behov kan anlita en sådan tjänst.

Renskötsel är en på samma gång traditionell och modern naturnäring som gör att avlägsna trakter i Norra Finland fortfarande är bebodda. Renskötselområdet i nordligaste Finland täcker 36 % av Finlands yta. Dagens renskötsel producerar kött direkt för konsumtion och förädling samt skapar betydande inkomster och välfärd för renskötarfamiljerna och människorna i renskötselområdet bl.a. genom förädling och försäljning av renkött. På årsbasis är renskötselns ekonomiska betydelse i miljardklassen när man beaktar de direkta och indirekta effekterna. Renarna och renskötseln är också sammanflätade med det lokala hantverket och turismen i Norra Finland.

Pälsdjurskötseln är den största non-food-branschen inom jordbruket. År 2018 var exportens värde av 317 miljoner euro, och det viktigaste exportlandet är Kina. Finland är den tredje största pälsproducenten i Europa och den största producenten av certifierade rävskind. Exportkategorierna rävs- och minkskind är nästan lika stora. Näringen sysselsätter ca 5 000 personer i hela kedjan. På 2010-talet har gårdarna blivit färre och deras storlek har ökat betydligt. Uppfödningen har historiskt sett varit koncentrerad till Österbottens fyra landskap. Där finns över 40 % av gårdarna och den regionala betydelsen är således mycket stor.

Konsumentbeteende och trender

Konsumentbeteendet formar hela livsmedelssystemets funktion. Konsumentens val är också beroende av utbudet inom livsmedelsindustrin och handeln. På grund av omvärldsförändringar och trender förändras konsumentbeteendet och i framtiden kommer konsumentsegmenten att splittras och bli allt mindre. Redan nu kan man se förändringar i matvanorna och måltidsrytmen samt en individualisering av kosthållningen. Mångkulturen stärks i vårt land, och dessutom hämtar vi inspiration från andra länder som omväxling till den välbekanta maten. En del konsumenter är bara intresserade av priset men allt fler väljer etiskt och ansvarsfullt producerad, nyttig och välsmakande mat. Detaljhandeln och konsumenterna bevakar allt noggrannare vilka krav andra EU-länder ställer på produktionen (Maaseudun Tulevaisuus 2019). Ett bra exempel är att ägg från burhöns gradvis försvinner ur detaljhandelns sortiment.

Medvetenheten om sambandet mellan hälsa och mat har ökat, och kosten skräddarsys allt mer noggrant. Samtidigt som de globala livsmedelssystemen suddar ut ursprunget är konsumenterna allt mer intresserade av matens ursprung. Som motvikt till globaliseringen ökar intresset för det lokala och därigenom för närproducerad mat och dess distributionskanaler. Konsumenterna önskar även enklare mat, vilket livsmedelsföretagen svarar på genom produktutveckling. Detaljhandelsförsäljningen av ekologiska produkter har redan under flera års tid vuxit snabbare än den övriga detaljhandelsförsäljningen, och 2020 växte försäljningen av ekologiska produkter med 9,7 %.

Teknikutvecklingen – digitalisering, sakernas internet, plattformsekonomin, förstärkt verklighet, tankegränssnitt och system som använder algoritmer och big data – förändrar vår konsumtion och våra köpvanor. De möjliggör mer individuella val och skräddarsydd kost. Efterfrågan på alternativ till kött som proteinkälla har ökat i och med hälso- och miljömedvetenheten. Framtidens konsument har också nya livsmedel och nya råvaror på sin tallrik. Den cirkulära ekonomin och delningsekonomin omfattar även livsmedelssystemet.

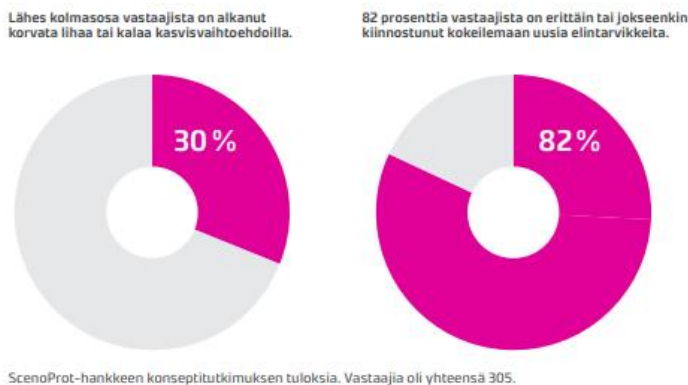
Finland finns i världstoppen när det gäller mängden och kvaliteten av insamlade kunddata. Datamängden i Finland är osedvanligt stor i en internationell jämförelse till följd av den koncentrerade dagligvaruhandeln och långa traditionen av datainsamling. Affärerna har bonussystem där konsumtionsvanorna kan identifieras genom kundens medlems-/betalkort eller motsvarande identitet. Tekniskt sett skulle det vara enkelt att i systemet lägga in en uppgift om kundens vilja och tillåtelse att dela kunddata med tredje parter enligt de

gällande normerna. Delning av sådana data till andra aktörer i branschens värdekedja sker dock bara i liten utsträckning. (Karhinen 2019)

En av digitaliseringen genomlyst matkedja ger konsumenterna möjlighet att göra bra miljö- och klimatval, vilket sporrar producenterna i hållbarhetsarbetet. Konsumenterna får med andra ord mer omfattande och exakt information om produkter som de funderar på att köpa, och därmed blir det också lättare att göra bra miljö- och klimatval. (Jussila, Heimonen, Yrjölä & Mäkilä 2019) Konsumenterna erbjuds nu flera elektroniska sätt att räkna ut koldioxidavtrycket och bedöma konsumtionens utsläpp och miljöpåverkan. Under 2019 introducerade de största detaljhandelskedjorna en mätare med vilken kunderna kan beräkna varukorgens koldioxidavtryck och få information om produktgruppernas klimatpåverkan.

Data har en allt tydligare roll när det gäller livsmedel. Tillförlitliga data som tas fram på ett rättvist sätt skapar ett mervärde i hela värdekedjan. På den internationella marknaden är tillförlitliga data om ansvarsfullheten, vilka omfattar hela kedjan och förmedlas på ett smidigt sätt, konkurrensfaktorer som förutsätter åtgärder på både nationell nivå och EU-nivå.

De största städernas måltidstjänster komponerar matsedlar som tar bättre hänsyn till matens klimatpåverkan. Ett exempel är Lahtis där man i enlighet med sitt miljöprogram ökar andelen ekologisk mat och de alternativa proteinkällorna samt minskar köttträttorna i sina måltidstjänster med målsättningen att alla djurprodukter kommer från välfärdsgårdar 2030. Åbo stad siktar på att bli koldioxidneutral 2029, vilket också innebär förändringar i måltidstjänsterna, och utsläppen ska minskas genom att man får ner svinnet och ökar antalet vegetariska måltider.



Nya proteinkällor som främjar livsmedelstryggeten och miljön (Luke 2019a)

Att betydligt öka produktionen av vegetabiliskt matprotein är en utmaning i Finland. Det finländska jordbrukets nuvarande konkurrensfördelar finns i en effektiv husdjurs- och växthusproduktion, inte så mycket i växtproduktionen. Finland har klart sämre förhållanden för växtproduktion än Central- och Sydeuropa. Att Finlands geografiska läge medför svag produktivitet framgår bl.a. av den låga skördenivån per hektar sett till produktionsinsatsen. Produktionsförhållandena beskrivs närmare under det särskilda målet 1.

I Södra Finland finns det rimliga förutsättningar att utöka produktionen av baljväxter som behöver en hög värmsomma. I övriga landet är det betydligt svårare att ersätta husdjursproduktion med mångsidigare växtproduktion. Särskilda utmaningar vid övergången till mer vegetabilisk kost är bl.a. avsaknaden av lämpliga anläggningar för mellanliggande bearbetning eller förbehandling så att livsmedelsindustrin kan få användbara beståndsdelar från baljväxter. (Saarinen et al. 2019).

Närproducerad mat

Korta produktionskedjor kan vara ett alternativ till det industriella livsmedelssystemet. Exempel på alternativ är annorlunda råvaror, såsom ekologisk produktion, eller annorlunda lösningar i utbudskedjan, såsom gårdsförsäljning. Lönsamheten var i regel något bättre på gårdar som bedriver direktförsäljning jämfört med vanliga gårdar. Lönsamhetskoefficienten var cirka 0,1 enheter och företagarkinkomsten cirka 5 000 euro högre för dem som bedrev direktförsäljning jämfört med andra gårdar. Skillnaderna varierade per år och produktionsriktning (LUKE 2019b). År 2019 hade cirka 3 300 gårdar direktförsäljning. Antalet har ökat med cirka 300 gårdar på ett par år. Den största produktionsriktningen när det gäller direktförsäljning till konsumenter är fårkött, därefter kommer grönsaker, bär och rotfrukter samt potatis och ägg. För närmare hälften av gårdarna utgjorde inkomsterna från direktförsäljning mindre än 10 % av de totala försäljningsinkomsterna från jordbruket. Direktförsäljningsinkomsterna har störst betydelse för fårgårdarna av djurgårdarna. Omkring 800 gårdar bedrev vidareförädling av produkter 2019. Den korta distributionskedjan skapar en ny slags relation mellan konsumenterna och producenterna. Nya typer av kvalitets-specifikationer, tillförlitlig information till konsumenterna och insyn i kedjan står i centrum för denna relation.

Ungefär 80 % av all mat vi äter i Finland har tillverkats här. Merparten av råvarorna i maten (ca 65 %) har också finländskt ursprung. Närproducerad mat har beräknats utgöra ca 8 % av all mat vi äter i Finland, men några exakta uppgifter finns inte. På årsbasis skulle detta motsvara upp till 960 miljoner euro i försäljning. Eftersom inget system har enhetliga statistiska kriterier för närproducerad mat är värdet bara riktgivande. Situationen varierar också mellan regionerna och landskapen. (Lähiuokaselvitys 2012)

Primärproduktionens övriga konkurrensfaktorer

Jordbruket producerar också annat än livsmedel eller livsmedelsråvaror. Bioekonomin och den cirkulära ekonomin samt de nya värdekedjorna utvidgar specialiseringsmöjligheterna och förändrar intjänandelogiken. Inom den cirkulära ekonomin är i synnerhet återvinning av näringsämnen, produktion av bioenergi och nya former av användning av de biprodukter som uppstår i produktionen föremål för livlig forskning och experiment. Konsumenterna börjar också förstå de ekologiska tjänster som jordbruket producerar. Utveckling av nya verksamhetsmodeller och produktifiering förutsätter utökning och användning av framför allt öppna data, kompetens och innovation över sektorsgränserna.

Innovativa lösningar och ny teknik

Ny produktionsteknik har under de senaste hundra åren varit en central konkurrensfaktor för det finländska jordbruket. Genom förädling och odlingsteknik har man förbättrat produktionens kvalitet och volym. Tekniken har förändrat och minskat det fysiska och dyra arbetet i synnerhet inom husdjursproduktionen. Branschen för jordbruksmaskiner har utvecklats kraftigt under de senaste åren. Vid sidan av att köpa maskiner har man också börjat köpa tjänster och hyra maskiner. Digitaliseringen och annan ny teknik erbjuder många möjligheter för kunniga odlare att spara produktionsinsatser, utveckla sitt företag och svara på externa utmaningar.

Digitaliseringen och robotiseringen av jordbruket erbjuder gårdarna många möjligheter. Med hjälp av digitaliseringen kan man t.ex. förbättra kvalitetshandlingen av skörden och utveckla precisionsgödslingen, regleringen av torkning och vattning, spårbarheten och övervakningen. Det är viktigt att digitala maskiner, anordningar, data och system är kompatibla och har rimliga priser samt att aktörerna kan använda dem.

Digitaliseringen gör det möjligt för jordbruksföretagare att skapa nya nätverk sinsemellan och att samarbeta med andra aktörer via värdenätverk på både nationell och internationell nivå. I och med digitaliseringen ökar även antalet nya affärsmodeller som utnyttjar virtuella lösningar. Nya, ännu mer effektiva, precisa och säkra metoder skulle kunna erbjuda lösningar på de utmaningar som finns inom primärproduktionen. Nya mätmetoder möjliggör automatisk övervakning av djuren. Med hjälp av givare och modellering av materialet från dem kan man övervaka djurens hälsa och välbefinnande samt optimera utfodringen och förhållandena i byggnaderna. Automatiska mätdata kan även användas vid husdjursförädling.

Digitaliseringen ger företagen tillgång till ny teknik, stora datamängder och affärsmodeller baserade på dessa. Produktionskedjan digitaliseras framför allt genom utveckling och införande av standarder. För konsumenterna och företagskunderna innebär detta nya typer av produkter och tjänster som förenar den fysiska och virtuella världen. Digitaliseringen ökar betydelsen av tjänster och nätverksliknande arbetssätt i företagets affärsverksamhet och inom industrin. Förutom tekniken handlar digitaliseringen om uppgifter och data, anskaffning och ägande av data samt hur människor och organisationer anpassar sig till utvecklingen. Konsumenterna får en starkare roll i livsmedelskedjan.

Kompetens, forskning och utvecklingsarbete ökar jordbrukets konkurrenskraft

Kompetens och utbildning anses vara av central betydelse för lantbruksföretagares yrkesmässiga framgång. En kunnig företagare kan effektivt dra nytta av tillgänglig information och ny teknik. Man har en hög produktionsmässig kompetensnivå och därmed en bra produktivitet sett till naturförhållandena, men brister finns särskilt inom ekonomi, ledarskap och marknadskunnande. Det finns uppenbara styrkor, men den viktigaste utmaningen och uppgiften är att vässa marknadsföringskunskaperna och försäljningsarbetet. (Jansik 2019) (Se avsnitt 2.0 och 8.1 i fråga om kunskaper, digitalisering och rådgivning.)

2.2.2 SWOT-analys

Styrkor

Konsumenterna har starkt förtroende för den inhemska livsmedelskedjan. Finlands rena natur, rent vatten och ren jord samt djurens välfärd och hälsa bidrar till att finländska livsmedel har ett gott rykte internationellt.

Livsmedelskedjans stabilitet bygger till stor del på ett stabilt utbud av inhemska jordbruksprodukter.

Jordbrukare och andra företagare söker aktivt information och följer den internationella utvecklingen. Jordbrukarnas, skogsägarnas och landsbygdsföretagarnas utbildningsnivå är högre än i EU i genomsnitt och de utnyttjar aktivt möjligheterna till påbyggnadsutbildning och kompletterande utbildning.

Svagheter

Jordbrukets lönsamhet och konkurrenskraft försvagas av strukturella problem, liten gårdsstorlek, långa avstånd och ofördelaktiga naturförhållanden. En sluten och koncentrerad marknadsstruktur försvårar nya produkters inträde på marknaden. Producenterna har inte tillräcklig prognostiserings-, konsument- och marknadskännedom för en eventuell omställning av produktionen. Exportmarknaden är svår på grund av otillräckliga volymer och dålig priskonkurrenskraft. Därför blir det problematiskt att lansera finländska livsmedel och behålla dem i dagligvarubutikernas sortiment i de länder som Finland exporterar till.

Möjligheter

Vi förbättrar produktionens resurseffektivitet och minskar de strukturella svagheterna.

Förändringar i konsumenttrenderna sporrar hela matkedjan att utveckla nya produkter som har ett högre mervärde och även exportpotential. På exportmarknaden efterfrågas även produkter med små volymer som kan behållas i sortimentet genom kvalitet, image och beaktande av konsumenternas förändrade behov. Konsumenttrenderna gynnar även närproducerad och ekologisk mat.

De finländska små och medelstora livsmedelsföretagens främsta trumf på exportmarknaden är den rena naturen och den höga nivån på livsmedelssäkerheten. Exporten av ekologiska produkter har fördubblats under de senaste två åren. Exporten skulle kunna effektiviseras ytterligare om företagen skulle utöka samarbetet och t.ex. inrätta exportringar. I vissa av de länder som Finland exporterar till, t.ex. Kina, är marknaden så stor att leveranssäkerheten kräver tillräckliga produktionsresurser. Samarbete skulle ge företagen större resurser för t.ex. marknadskartläggningar, marknadsföring och logistik, och tillgången till produkter skulle säkerställas även för större marknader.

Modern teknik möjliggör ny jordbrukspraxis och nya metoder att producera livsmedel, och den gör det även möjligt att svara på de utmaningar som livsmedelsproduktionens inverkan på klimatet innebär.

Gårdarna fyller en betydande del av sitt energibehov via egen produktion av förnybar energi. Gårdarna blir mer självförsörjande vad gäller energi och ökar sin externa försäljning av energi.

Varumärken som står för hög kvalitet och kapacitet att bevisa kvaliteten med hjälp av tillförlitliga data stöder marknadsföringen och förbättrar konkurrensställningen.

På lång sikt leder klimatförändringarna till delvis gynnsammare förhållanden för produktion av nya växter.

Hot

Förmågan och viljan att förnya sig och ändra arbetssätt är för liten. Ingen förändring från producent till lantbruksföretagare sker inom jordbruket. I synnerhet de minskade offentliga resurserna för forskning påverkar under en lång tid den nationella forskningens nivå samt deltagandet i vetenskapliga diskussioner och informationsutbyte på internationell nivå.

Inhemsk konsumenter väljer utländska produkter, vilket orsakar lönsamhetsproblem för den finländska matkedjan. Tillväxten på den internationella marknaden blir blygsam i den hårda konkurrensen på marknaden för specialprodukter. Den kraftiga koncentrationen av livsmedelskedjan leder till dominerande ställningar. I och med den globala livsmedelshandeln ökar risken för livsmedelsbedrägerier, vilket leder till att konsumenternas förtroende minskar.

Diagram (sammanfattning)

Styrkor	Svagheter
<ul style="list-style-type: none"> - Konsumenternas stora uppskattning av inhemska livsmedel, inhemskt arbete och närproducerad mat - Stabil inhemsk produktion av livsmedelsråvaror - Mat och råvaror med hög kvalitet och säkerhet, ren jord, rent vatten, ren luft och små rester i matproduktionsprocessen - Spårbara och säkra livsmedelsråvaror och produktionskedjor från gården till butiken - Stort område för ekologisk produktion och insamling - En unik förebyggande djurhälsovård samt få djursjukdomar och sparsam användning av mikrobläkemedel - Inom produktionen av biodlingsprodukter är Åland ett av de områden inom EU där varroakvalstret inte förekommer - Producenternas goda sakkompetens - Stort kunnande inom produktion och användning av förnybar energi 	<ul style="list-style-type: none"> - Liten hemmamarknad, svagt marknadskunnande - En del av de minsta livsmedelsföretagen har inte möjlighet att satsa på produktutveckling - Exportprodukternas förädlingsgrad är låg - Användar- och konsumentdata är inte rörliga och styrande i hela kedjan - Volymerna är ofta alltför små för den europeiska och globala marknaden - Jordbrukets svaga lönsamhet och passiverande beroende av stöd - Ökade kostnader till följd av svåra produktionsförhållanden, långa avstånd samt gårds- och ägostrukturen - Höga krav som hänför sig till livsmedelssäkerheten och produktionsvillkoren ökar kostnaderna i hela produktionskedjan - Företagar- och ledningskompetensen är svag i förhållande till gårdsstrukturens utvecklingshastighet - Många biodlare är amatörer och saknar tillräckliga kunskaper - Få kvalitetscertifikat i primärproduktionen (exkl. ekologisk produktion) - Ursprungsmärkningar utnyttjas dåligt

Möjligheter	Hot
<ul style="list-style-type: none"> - Internationell lansering av varumärken - Konsumenternas intresse för närproducerad och ekologisk mat - Ekologiska produkter har ett "färdigt" varumärke på den europeiska marknaden - Genom strukturutveckling och ny teknik kan produktionskostnaderna minskas - Den finländska matproduktionens styrkor utnyttjas fullt ut som konkurrensfördel - Jordbrukarnas kännedom om de pollinerings-tjänster som biodlarna erbjuder kan ökas - Jordbrukarnas företagskompetens och marknadskännedom ökar - Effektiviseringen av verksamheten genom utlokalisering och samarbete mellan gårdarna ökar avsevärt - Kunskaper om djurens välbefinnande och skötsel främjar konkurrenskraften, som dessutom stärks när forskningsdata används effektivt - Verifierad säkerhet och spårbarhet ökar exportmöjligheterna för livsmedel - Förmåga att anpassa sig till klimatförändringarna - Självförsörjningen i fråga om energi, produktionen av energi för försäljning och resurseffektiviteten ökar 	<ul style="list-style-type: none"> - Konsumenternas uppskattning för inhemska livsmedel minskar och de är inte beredda att betala för hög kvalitet - Konsumenternas förtroende för matkedjan minskar t.ex. till följd av livsmedelsbedrägerier - Oförutsedda och kraftiga prisfluktuationer på marknaden blir vanligare och det är inte möjligt att förbereda sig på dem tillräckligt effektivt - Kraftig koncentration av livsmedelskedjan - Jordbrukarna blir inte motiverade att utveckla konkurrenskraften genom höjd företagarkompetens - Utbudet av kunnig arbetskraft försämras och företagets utvecklingsmöjligheter försvagas - Den höga kvalitets- och säkerhetsnivån kan inte längre garanteras, t.ex. djur- och växtsjukdomar samt nya, överraskande hälsorisker blir vanligare - Sjukdomar och skadeinsekter som drabbar biodlingen blir vanligare, förfalskad honung sprids på EU:s marknad - Kostnaderna för beredskap inför klimatförändringarna hämmar konkurrenskraften

2.2.3. Behovsanalys

Livsmedelssektorns konkurrenskraft

Hur livsmedelssektorns konkurrenskraft utvecklas beror på om styrkorna kan behållas och utnyttjas. Bred information om våra goda produktionssätt samt rena och säkra livsmedel är av central betydelse med tanke på värderingen av maten och främjandet av exporten. Vi behöver ett på internationell statistik och forskning baserat faktaunderlag som bekräftar våra styrkor och som kan användas för att bygga upp Finlands image som matproducent och för gemensam marknadsföring. I sista hand måste varje företag själv berätta om sina specifika bedrifter och sin historia. Det finns uppenbara styrkor, men den viktigaste utmaningen och uppgiften är att vässa marknadskunnandet och försäljningsarbetet. (Jansik 2019).

Produktutvecklingen är inriktad på hälsoriktiga, innovativa produkter och användning av nordliga råvaror. En utveckling av produktiviteten förutsätter ökat samarbete mellan företag, myndigheter och exportfrämjande organisationer, och det behövs långsiktiga resurser. Jordbrukets konkurrenskraft påverkas av strukturutvecklingen, förädlingen och mångsidigheten. Snabba omvärldsförändringar och behovet av att svara på förändringar i efterfrågan förutsätter kontinuerlig och delvis allt mer specialiserad utbildning och rådgivning. Med tanke på lönsamheten och konkurrenskraften bör jordbrukets struktur utvecklas och produktiviteten förbättras ytterligare.

Riskhantering, förebyggande av risker och beredskap är väsentliga element i säkerställandet av lönsamheten och konkurrenskraften i enskilda företag samt för hela branschens utveckling och den internationella verksamheten. Renhet, kvalitet och säkerhet är viktiga konkurrensmedel men inbegriper särskilda risker som följer av klimatförändringarna.

Djurhälsovården ingår i den nationella kvalitetsstrategin och förstärker livsmedelskedjans styrkor, se det särskilda målet 9. Styrkorna kan dock inte upprätthållas utan fortlöpande arbete. Antibiotikaresistens och nya, oväntade hälsofaror blir vanligare. Allvarliga djursjukdomar är hela tiden ett stort hot.

Kedjans konkurrenskraft realiseras först då konsumenterna gör sina val. Den finländska matkedjan kan inte konkurrera med kvantitet, utan med kvalitet och innovativa produkter som har högt mervärde. Här hemma utmanas den inhemska produktionen starkt av importen. Livsmedelsbranschen behöver satsa på samarbete inom forskning och produktutveckling. En högre förädlingsgrad är det enda sättet att öka värdet av livsmedelsexporten. Exporten av ekologiska produkter har fördubblats under de senaste två åren, men problemet är den stora andelen halvfabrikat. Våra specialprodukter är naturprodukter och produkter av plockade råvaror. Mervärde kan bl.a. skapas genom råvarornas kvalitet, en transparent och säker livsmedelskedja och en innovativ, konsumentorienterad produktutveckling. Kvalitetssystemen (se avsnitt 2.3) ska utnyttjas bättre än i dag. Bioekonomin och non-food-produktionen baserar sig på alla bioresurser, men särskilt på den ständigt ökande potentialen i träråvara. Det är viktigt att AKIS-nätverket stöder alla delar i konkurrenskraften.

Jord- och skogsbrukets företagarkompetens är en grundläggande komponent i konkurrenskraften. För att utveckla den samt lösa operativa och produktionsmässiga frågor krävs satsningar på fortlöpande och mångsidig kompetensutveckling. Jordbrukarna behöver stöd när det gäller utveckling av nya affärsmodeller, ledning av verksamheten, utveckling av produktionen och marknadsföringen, förbättring av konkurrenskraften, innovationer, utveckling av förhandlings- och affärskompetensen och den digitala kompetensen, frågor som rör miljö, klimat, energi och en cirkulär ekonomi samt riskhantering. För att kunna utveckla nya affärsmodeller måste företagarna följa och utveckla effektiviteten i produktionen, marknadsföringen och administrationen, lära sig nya samarbetsätt, dra nytta av anvisningarna om bra produktionssätt samt se till att personalen har en god kompetensnivå.

Produktivitetens utveckling förutsätter investeringar. Gårdar och ägor har en ofördelaktig struktur bl.a. då nya tekniker och tillämpningar ska tas i bruk. En stor del av investeringarna inom jordbruket sker på husdjursgårdar. Mjölkgårdsinvesteringarna finns huvudsakligen i västra Finland och Norra Österbotten.

Inom fjäderfä- och svinskötseln sker det också moderniseringar, men under större osäkerhet. Effektivare produktion i åkerbruket förutsätter satsningar på åkerinfrastrukturen, men maskinvesteringarna dominerar fortfarande. Här finns det skäl att uppmuntra till samutnyttjande av maskiner. Den kapitalförsörjning som strukturomvandlingen kräver bör tryggas. Privata och offentliga finansieringsinstrument bör vara lättillgängliga och utformas enligt de förändrade behoven.

Husdjursproduktionen är arbetsintensiv och uppbindande, så där finns ett särskilt behov av automatiserade arbetsmetoder som minskar och avlastar det fysiska arbetet. Ny teknik ger också produktionsdata som kan användas till att utveckla och effektivisera produktionen. I nuläget leder varje ny bygginvestering i husdjursproduktionen till ökad automation. Djurvälstånd och miljöfrågor får nuförtiden mycket uppmärksamhet i samband med investeringar, så även om bättre konkurrenskraft ofta är utgångspunkten för investeringen förbättras samtidigt också djurvälståndet och miljön. Om fast bredband finns i området är det mer sannolikt att husdjursgårdar har en sådan uppkoppling än andra gårdar.

Övergången till informationsteknik är inte problemfri. Arbetets fysiska karaktär har minskat och det krävs nu mer informationstekniskt kunnande av företagarna. De äldsta jordbrukargenerationerna klarar inte alltid att lösa problem som informationssystemen har fört med sig. Den nyare generationen har emellertid varit redo att förnya verksamheten. Även växthusproduktionen är nuförtiden i hög grad automatiserad, och införandet av ny teknik och automation ökar produktionens effektivitet betydligt. Framför allt i åkerbruket bör man nu utnyttja möjligheten att öka punktproduktionen. Hyrning, leasing och samutnyttjande av maskiner ökar även på medelstora gårdar tillgången till sådan teknik som behövs för precisionsodling.

Utveckling av de små och medelstora livsmedelsföretagens marknads- och konsumentorientering samt affärskompetens

Livsmedelsföretagens lönsamhet bidrar till hela värdekedjans framgång. Tillväxt och konkurrenskraft i små och medelstora företag gör utbudet mångsidigare och främjar konkurrensen. Företagen behöver förstärka de konkurrensfördelar som följer av primärproduktionen, i synnerhet rena råvaror, spårbara produkter, ansvarsfull produktion, hållbara arbetssätt och specialiseringsmöjligheter. De måste även vara flexibla, efterfrågedrivna och dra nytta av samarbetsnätverken.

När tillgången till säsong produkter utvecklas liksom direktförsäljningen och de lokala marknaderna, förbättras jordbrukets och livsmedelssektorns produktivitet och konkurrenskraft. I behov av stöd är i synnerhet de gårdar samt små och medelstora företag som inte har tillgång till de stora förädlingsföretagens produktutvecklingstjänster. Stöd till investeringar som stärker de små och medelstora förädlingsföretagens konkurrenskraft på hemma- och exportmarknaden skapar förutsättningar för tillväxt och inträde på nya marknader. Stöd till investeringar som stärker de små och medelstora förädlingsföretagens konkurrenskraft på hemma- och exportmarknaden skapar förutsättningar för tillväxt och inträde på nya marknader.

Enligt en undersökning om verksamhetsmiljön (Vaara et al 2021) är de största utmaningarna för små och medelstora företag i livsmedelsbranschen kopplade till produktionskostnaderna, produkternas prisnivå, marknadsföringskunskaperna och de digitala kunskaperna.

Konsumenternas preferenser förändras snabbt och de värdesätter valmöjligheter. Detta sporrar insatsvaruindustrin, primärproduktionen, förädlingen, måltidstjänsterna och handeln till kontinuerlig produktutveckling och till differentiering av sortimentet och tjänsterna. Konsumentprofileringen och den kommunikation som riktas till konsumenterna kräver resurser och verktyg. Centralt för branschens utveckling är att utveckla e-handeln och nättjänsterna, utnyttja tekniken innovativt och hitta logistiska lösningar. Företagen behöver också kunskap om vad livsmedelslagstiftningens krav innebär för verksamheten i praktiken. Kvaliteten på livsmedelsföretagens investeringar kan förbättras med hjälp av genomförbarhetsanalyser.

Exportkompetens

För att säkerställa tillväxten måste företagen inleda exportverksamhet i ett tidigt skede. Ökat samarbete och en förstärkning av nätverken stöder företagets kapacitet att utvidga marknaden. Den volym som behövs för export av livsmedel kan uppnås genom olika former av samarbete. För att kunna inleda och utöka exportverksamheten behöver företagen mer marknadsföringskunskaper, kännedom om de länder och kunder som exporten riktas till, produkter som skräddarsys för målmarknaderna, hjälp att komma in och stanna kvar på marknaden samt kännedom om olika länders importvillkor. Exportprodukternas förädlingsgrad måste höjas.

Hållbar utveckling, energi- och resurseffektivitet som konkurrensmedel

Konkurrenskraften kan förbättras genom energieffektivitet. Energins tillräcklighet, energipriset, produktionssäkerhet som uppnås genom att energikällorna görs mångsidigare med hjälp av olika produktionsmöjligheter för förnybar energi samt miljöaspekterna är centrala faktorer. Med hjälp av mångsidig energiproduktion kan man dämpa efterfråge- och utbudsschocker samt förbättra energisjälvförsörjningen. Energieffektivitetsinsatser gör det möjligt att sänka energianvändarnas direkta kostnader. Dessutom kan man investera i infrastruktur för produktion, överföring och distribution av energi. Energieffektivitetsinsatserna baserar sig på EU:s klimat- och energipaket 2020. Visioner för den nationella klimat- och energipolitiken fram till 2050 finns i statsrådets framtidsredogörelse om klimat- och energipolitiken (SR 2009).

För att öka energi- och miljöeffektiviteten samt begränsa klimatförändringarna ska man i synnerhet uppmärksamma sådant som företaget självt kan påverka, exempelvis produkterna och tjänsterna, de maskiner och den utrustning som används samt företagets verksamhet. I Finland förbrukar byggnader mer energi än industrin totalt. Därmed finns det behov av byggrelaterade tjänster, innovationer och försök. Gårdarna både producerar och använder mycket energi och har därför stor potential att hitta nya lösningar som är hållbara

med tanke på energieffektiviteten och som kan gälla användningen av inhemsk förnybar energi, men även en minskning av energianvändningen.

Prisuppgången för el och eldningsolja har ökat de små fastigheternas intresse för vedeldning. På landsbygden skapar detta en växande efterfrågan på ved och yrkesmässigt vedföretagande. Främjandet av värmeföretagande förutsätter ökat samarbete mellan företagare, skogsägare och kommunala myndigheter i syfte att hitta uppvärmningslösningar för tätorterna. Små anläggningars och aktörers konkurrenskraft kan förbättras genom att man utvecklar gårds- och företagsverksamheten och samarbetet. Åtgärderna stöder klimat- och energistrategierna samt EU:s bioekonomistrategi.

Decentraliserad energiproduktion samt småskaliga biogasanläggningar och distributionsnät ger gårdarna möjlighet att utvidga verksamheten och börja med energiförsäljning. Gårdarna har kompetens för produktion av förnybar energi och därmed en låg tröskel för utvidgning. Olika agroekologiska och industriella symbioser och samarbete mellan gårdar och andra företag i området erbjuder nya möjligheter att bättre utnyttja olika material och sidoströmmar av processer samt olika möjligheter till energiproduktion i samband med processerna, såsom biogas, spillvärme från kompostering samt andra spillvärmekällor i olika delar av symbiosen. På samma sätt bör det regionala utnyttjandet av olika biomassor och energiproduktionsmöjligheter effektiviseras genom ett brett utnyttjande av informationssystem och en utveckling av nya samarbetsformer. Digitaliseringen ger nya möjligheter att sammanföra olika aktörer som tillhandahåller produkter, tjänster och biomassa samt skapar förutsättningar för att främja materialeffektivitet och nya affärsmöjligheter.

Se det särskilda målet 8 när det gäller en utveckling av gårdar med verksamhet i flera branscher och en förstärkning av småföretagens konkurrenskraft genom kompetens, innovation och internationalisering.

2.2.4. Åtgärder

Med stöd av analysen av nuläget och bedömningen av behoven kan man uppfylla det särskilda målet 2 i synnerhet genom de åtgärder som nämns nedan. En del av dessa åtgärder ingår i CAP-planen, medan andra genomförs utanför planen.

Ökning av produktionens effektivitet

Utveckling av primärproduktionens struktur

Utveckling av kompetensen (rådgivningstjänster och utbildning)

Investeringar i en utveckling av gårdarnas konkurrenskraft och en modernisering av gårdarna

Investeringar i bättre resurseffektivitet

Gård- och företagsspecifika resurseffektivitetsplaner

Utveckling av jordbruksföretagarnas hantering av verksamheten och ekonomin samt digitalisering grundläggande och kompletterande yrkesutbildning (nationellt)

utveckling av informationsledningen och den databaserade styrningen (nationellt samt utbildning och samarbete)

effektivare förmedling av samarbetet och kunskaperna inom ramen för AKIS-systemet (nationellt, AgriHubi)

Utveckling av marknadsföringen

Gemensamma projekt för att utveckla marknadsföringen (samarbete)

Utvecklings- och innovationsprojekt för att utveckla den digitala marknadsföringen (samarbete och innovationer)

Förbättring av produktionens mervärde (ökade kunskaper, samarbete, projekt, företagsfinansiering, information)

Utveckling av konsumentorienterade mervärdesprodukter

Förpackningsutveckling

Skapande av varumärken

Främjande av nationell och internationell certifiering av kvalitetsarbete och kvalitetssystem

Främjande av kännedomen om ekomärken
 Främjande av och information om namnskyddade produkter
 Livsmedelsbranschens utbildningsbehov (utbildning)
 Förbättring av tillgången till konsumentdata
 Utveckling av jordbrukets och livsmedelsproduktionens dataekosystem (nationella åtgärder och samarbete)

Sektorspecifika åtgärder

Inom biodlingssektorn utnyttjas på ett mångsidigt sätt de åtgärder som förordningen föreskriver för sektorn, t.ex. rådgivning, utbildning, bekämpning av skadeinsekter och sjukdomar som drabbar bina, förädling av bibestånden, utveckling av pollineringsstjänster, förbättring och säkerställande av honungens kvalitet samt marknadsföring.

2.2.5. Mål och värden för resultatindikatorerna

Resultatindikatorer	Målvärden
R.9PR Farm modernisation: Share of farms receiving investment support to restructure and modernise, including to improve resource efficiency.	10 %
R.9a Promoting internationally EU agri-food products: Number of third country markets targeted with promotion and information actions supported with sectoral types of interventions.	inte tillämplig i Finland
R.32 Developing the rural economy: Number of rural businesses including bio-economy businesses developed with CAP support	3 400

Källförteckning:

- Jansik 2019. Suomen maa ja elintarviketalous 2019. <https://jukuri.luke.fi/handle/10024/544348>
- Karhinen, Reijo, 2019. Uusi alku. Maatalous on myös tulevaisuuden elinkeino. Maa- ja metsätalousministeriön julkaisuja 2019:3
- LUKE 2019. Ruoka- ja luonnonvaratilastojen e-vuosikirja 2019. <https://www.luke.fi/uutinen/suoramyyntista-apua-maatalouden-kannattavuuteen/>
- Maaseudun Tulevaisuus 2019. <https://www.maaseuduntulevaisuus.fi/talous/lidl-seuraa-kansainv%C3%A4list%C3%A4-trendi%C3%A4-kaupat-j%C3%A4tt%C3%A4v%C3%A4t-h%C3%A4kkimunat-britanniassa-ja-yhdysvalloissa-1.161052>
- Nanni 2020. Organic food consumption growing in the EU. <https://iegpolicy.agribusinessintelligence.informa.com/PL222792/Organic-food-consumption-growing-in-the-EU>
- Niva, Peltoniemi & Aalto 2018. Turvallista, ympäristöystävällistä ja kulttuurisesti tärkeää? Kotimaisuuden merkitys ruoan valinnassa. Maataloustieteen päivät 2018, Suomen Maataloustieteellisen Seuran Tiedote 35.
- Livsmedelsverket 2019. Elintarviketurvallisuus Suomessa 2018. Livsmedelsverkets publikationer 2/2019. <https://www.ruokavirasto.fi/julkaisut>
- Saarinen et al. 2019. Ruokavaliomuutoksen vaikutukset ja muutosta tukevat politiikkayhdistelmät. https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161742/VNTEAS_47_Ruokavaliomuutoksen%20vaikutukset.pdf
- Vaara et al. 2021. Vaara, Väisänen, Tunkkari-Eskelinen, Järvinen, Pölkki 2021. Elintarvikealan pk-yritysten toimintaympäristö 2020. Jyväskylän ammattikorkeakoulu
- VN 2009. Statsrådets framtidsredogörelse om klimat- och energipolitiken: vägen till ett utsläppsnålt Finland. Statsrådets kanslis publikationsserie 28/2009.
- VN 2017. Xavier Irz, Csaba Jansik, Annu Kotiranta, Mika Pajarinen, Henna Puukko, Antti-Jussi Tahvanainen: Suomalaisen elintarvikeketjun menestyksen avaintekijät. Publikationsserien för statsrådets utrednings- och forskningsverksamhet 7/2017.
- TEM 2019. Toimialaraportti. http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161910/TEM_2019_61.pdf

Tilastokeskus 2020. Työvoimatutkimus. <http://tilastokeskus.fi/til/tyti/>

UTIKAST