

Paraisten ruokaketjun SWOT -yhteenveto

Paraisten erityispiirteisiin kuuluu saaristo, jonne kulkeminen edellyttää siltojen, lauttojen ja yhteysalusten käyttöä. Näistä suurin osa on vanhaa kalustoa, joka vaikuttaa infran ja logistiikan luotettavuuteen. Alue on laaja ja hajalla, joten etäisyydet ovat ajallisesti pitkät. Ulkosaaristosta ei pääse Paraisten keskusta ja takaisin saman päivän aikana, vaan asioiden hoito edellyttää yöpymistä.

Suuri osa aluetta on osa Saaristomeren Unesco Biosfäärialuetta sekä Saaristomeren Kansallispuistoa. Matkailulla, sesonkiluonteisuudella ja erikoisviljelyllä, kuten varhaisperunan ja omenan viljelyllä, on huomattava vaikutus alueen elinkeinoin. Yritykset

ovat pääasiassa pieniä ja perhevetoisia, yksin yrittäjiä on huomattava määrä. Perheissä ja tiloilla on usein useita eri yrityksiä, jotka vakauttavat sesonkien vaihteluja. Alue on artesaaniruoan synnyinseutu, mikä näkyy tuotevalmistuksessa, ja tukee ruokamatkailua. Premium-luokan tuotteita valmistaa usea yritys. Kuljetusten hinta saaristolisineen ja epävarmuus niiden jatkuvuudesta huolestuttavat yrittäjiä kuten myös sähköjakelu. Elintarvikkeita valmistavissa yrityksissä korostuvat juomien valmistus sekä leipomotoiminta (kuviot 1 ja 2 kuvaavat tilannetta koko Turunmaan osalta).

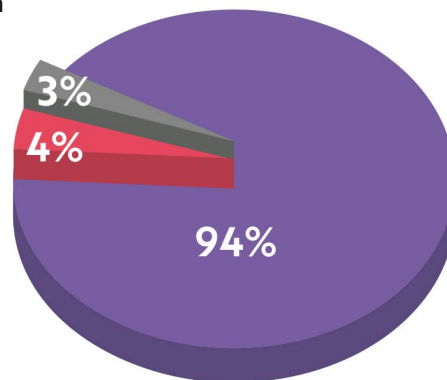
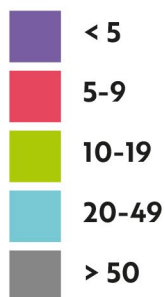
Kuvio 1.
Turunmaan jalostavat elintarvikeyritykset kokoluokittain 2020

Turunmaa

Yhteensä 52 yritystä, joista luomua jalostavia 2.



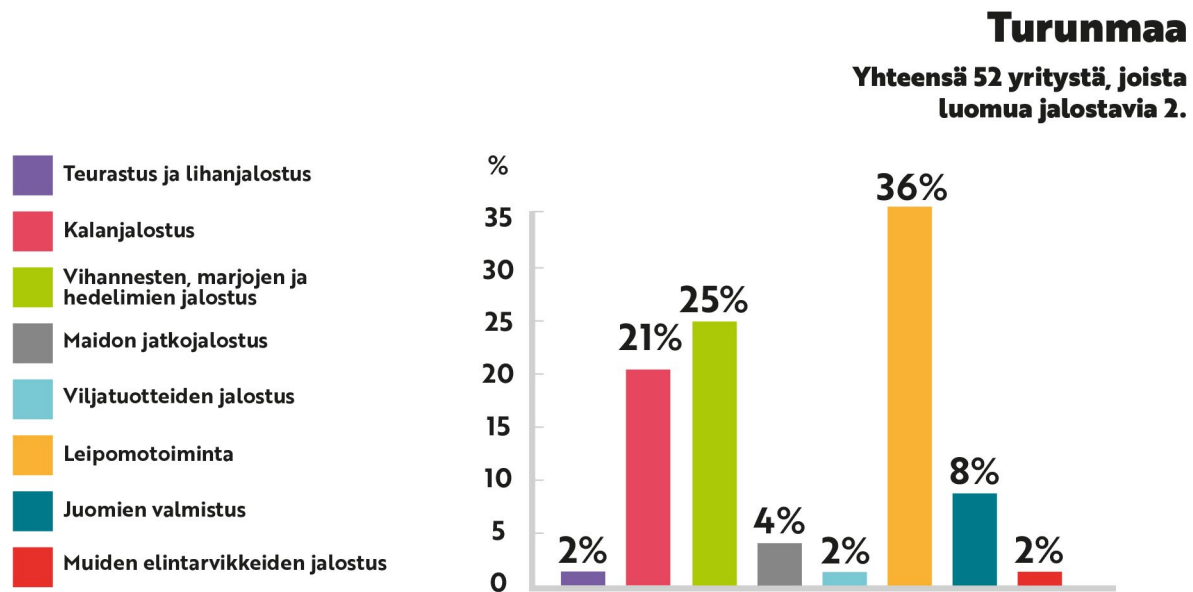
Henkilöstön määrä



Lähde: Aitoja makuja yritystlasto 2020, jalostavat elintarvikeyritykset kokoluokittain.

Kuvio 2.

Turunmaan jalostavat elintarvikeyritykset toimialoittain 2020



Lähde: Aitoja makuja yritystlasto 2020, jalostavat elintarvikeyritykset toimialoittain.

Paraisten alueella tehtiin yhteensä 36 yrityshaastattelua. Valtaosa haastateltavista ruokaketjun yrityksistä olivat elintarvikkeita ja juomia valmistavia yrityksiä, 61 % (taulukko 1). Toimialoina korostuivat leipomotuotteiden ja juomien valmistus. Lisäksi Paraisten alueen otoksessa korostuivat matkailuyritykset (14 %) sekä raaka-ainetuotanto (17 %).

Taulukko 1.

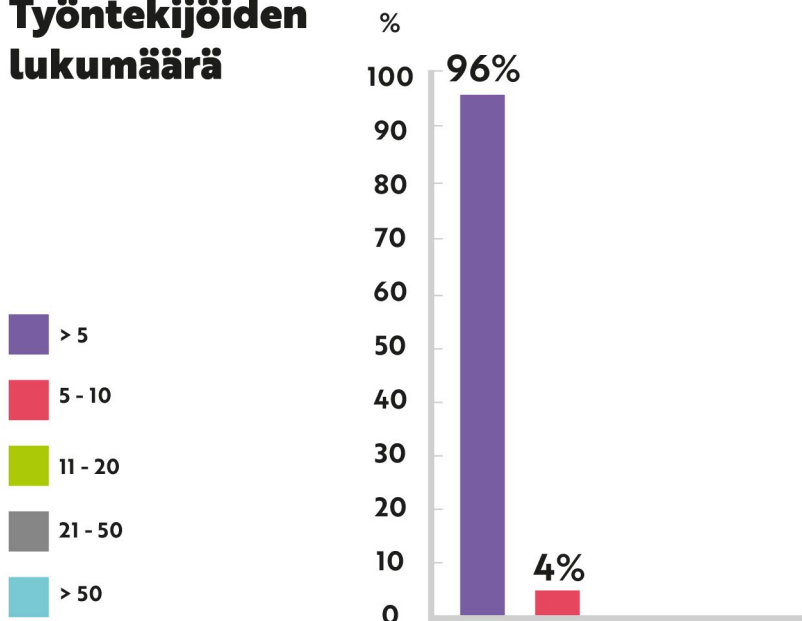
Haastatellut ruokaketjun yritykset Paraisten alueella

| Haastateltavien yritysten toimialat | Määrä |
|--|-------|
| Raaka-ainetuotanto | 6 |
| Elintarvikkeiden ja juomien valmistus yhteensä | 22 |
| • Juomien valmistus | 6 |
| • Teurastus- ja lihanjalostus | 0 |
| • Kalanjalostus | 3 |
| • MaHeVi (marjojen, hedelmien ja vihannesten) jalostus | 3 |
| • Maidon jatkojalostus | 2 |
| • Viljatuotteiden jalostus | 0 |
| • Leipomotuotteiden valmistus | 5 |
| • Muiden elintarvikkeiden jalostus | 3 |
| HoReCa (hotel, restaurant and catering) | 1 |
| Kauppa | 2 |
| Matkailuyritykset | 5 |
| Teknologia | 0 |
| Logistiikka ml. aluetukut | 0 |
| Reko-lähiaruokarengas | 0 |

Paraisten haastatellut ruokaketjun yritykset olivat pieniä niin liikevaihdoltaan kuin työntekijöiden lukumäärältään. Suurimman osan liikevaihto oli alle 100 000 € ja työntekijöiden lukumäärä alle 5, käytännössä 1-2 henkilöä. Suurin haastatelluista yrityksistä edusti kaupan alaa ja työllisti 15 henkilöä (taulukko 2 ja 3). Useimmat haastatelluista yrityksistä aikoivat jatkaa nykyisessä yrityksen elinkaaren vaiheessa.

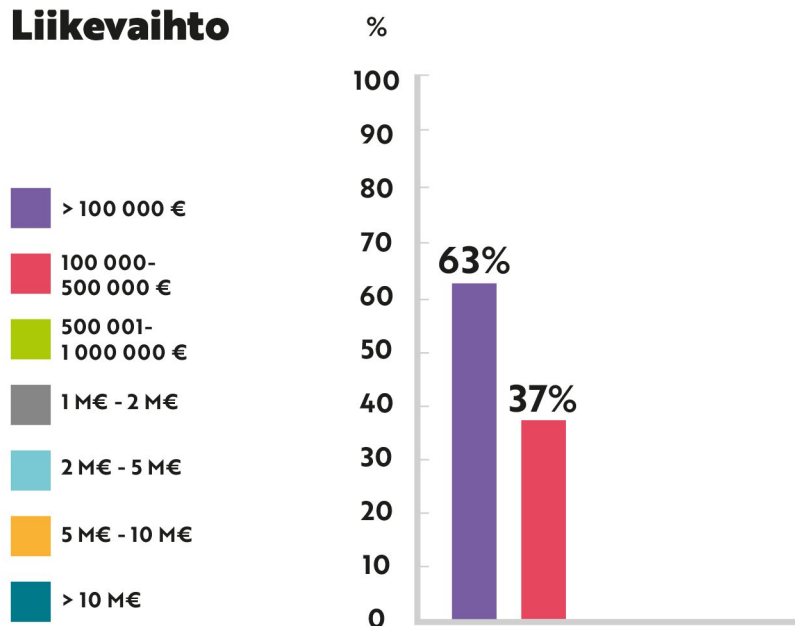
Taulukko 2.
Haastateltujen ruokaketjun yritysten työllistävyys Paraisten alueella

Työntekijöiden lukumäärä



Taulukko 3.
Haastateltujen ruokaketjun yritysten liikevaihto Paraisten alueella

Liikevaihto



Paraisten haastatellut ruokaketjun yritykset olivat pieniä niin liikevaihdoltaan kuin työntekijöiden lukumäärältään. Suurimman osan liikevaihto oli alle 100 000 € ja työntekijöiden lukumäärä alle 5, käytännössä 1-2 henkilöä. Suurin haastatelluista yrityksistä edusti kaupan alaa ja työllisti 15 henkilöä (taulukko 2). Useimmat haastatelluista yrityksistä aikovat jatkaa nykyisessä yrityksen elinkaaren vaiheessa.

Haastatteluiden tavoitteena oli löytää nimenomaan kasvu- ja kehittymishakuisia yrityksiä. Tämä ei ihan onnistunut Paraisten alueella, sillä vain 17 % (7 kpl) haastatelluista yrityksistä oli kasvuhakuisia. Huomattava määrä haastatelluista yrittäjistä vasta aloiteli toimintaansa 24% (6 kpl) ja osa haastateltavista etsi jo jatkajaa yritystoiminnalleen 16 % (4 kpl). Saa-

ristossa tavanomaisempaa on nykyisellään jatkava, mikä kertoo siitä, että perheen toimeentulo riittää.

Paraisten elintarvikkeita ja juomia valmistavien yritysten pääasiallinen markkina-alue oli Varsinais-Suomi tai vielä sitä pienempi paikallinen alue. Tämän mahdollistaa huomattava matkailijoiden määrä. Osalla yrityksistä myyntiä oli myös Uudellamaalla, ja vain harvalla oli valtakunnallista jakelua. Muutamassa yrityksessä (lähinnä juomia valmistavissa) harkittiin vientiä. Ammattikeittiöt ja julkinen ruokapalvelu ei juuri käytä paikallisia tuotteita niiden korkean hinnan vuoksi (taulukko 4). Suosituin myyntikanava oli erilaiset suoramyynnin kanavat kuluttajille, 74 % vastaajista.

Taulukko 4. Paraisten alueen elintarvikkeita ja juomia valmistavien yritysten keskeisimmät myyntikanavat (monivalinta).

| Myyntikanavat | Osuus |
|--|-------|
| Suoramyynti kuluttajille esim. tilamyymälä, Rekot, torit ja tapahtumat | 74 % |
| Vähittäiskauppa | 59 % |
| Yksityinen HoReCa -sektori | 44 % |
| Muu, mikä? | 22 % |
| Tukkuliikkeiden kautta myynti kauppoihin ja HoReCa-sektorille | 19 % |
| Erikoismyymälät esim. lähiruokakaupat, museokaupat | 19 % |
| Oma verkkokauppa | 4 % |
| Ammattikeittiöt | 0 % |
| Julkinen ruokapalvelu | 0 % |



| Vahvuudet | Heikkoudet |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Osaaminen ja kokemus, liikekumppanit • Raaka-aineet läheltä / suomalaista • Käsityömyisyys • Ostaminen on elämys asiakkaalle • Yritystoiminnalla useampi tukipilari • Asiakkaan kuuntelu • Kaikki tehdään paikan päällä • Kaikki myydään tilalta suoraan • Toiminta vastuullista • Tunnettu brändi • Nuori ja raikas (freesi) yritys • Luomu • Monipuolinen valikoima • Aidot maut • Oma vesi • Perheen apu ja tilayhteistyö • Ikä – vielä jaksaa • Vahvat verkostot, joissa paljon osaamista • Ainutlaatuinen tuote - ei kilpaile muiden kanssa • Muutosvalmius nopeallakin aikataululla • Vakaa paikallinen markkina-asema • Joustavuus työajan käytössä • Aina korkea laatu • Mahdollisuus toimia pienin kustannuksin • Meri-ilmastot --> kasvuolosuhteet • Ei kilpailua | <ul style="list-style-type: none"> • Työtä enemmän kuin ehtii tekemään • Puutteelliset toimitilat • Raaka-ainetta ei saa läheltä • Markkinat vetää vain tietyn määrän • Tuotteiden korkea hinta • Myynti pitkälle ravintoloiden varassa • Oikeaa pakkaustapaa ei olla löydetty • Nuoren yrityksen maksuvalmius, puskuria ei vielä ole • Raaka-ainetta ei saa ostettua – luomu • Kaupan hallitseva asema • Tiedotuksessa (kuluttajille) osaamisen puute • Lauttayhteys toimipaikkojen välillä • Riippuvaisuus kuljetuksista • Ideoiden loppuminen • Pakkausmerkinnöissä puutteita • Ikä vaikuttaa jaksamiseen • Tietotekniikkaa ei hallita yrityksessä • Ei olla tarpeeksi somessa, nuoremmat kollegat näkyvät enemmän • Varahenkilöiden puute • Tilausmäärien suuret erot sesongeittain • Paikallista raaka-ainetta ei löydy • Työasennot yksin tehtäessä usein huonoja • Markkinat määräävät hinnan • Jatkajan löytäminen |
| Mahdollisuudet | Uhat |
| <ul style="list-style-type: none"> • Kotimaisuuden ja lähiruoan arvostus • Lisäaineettomien tuotteiden kysynnän kasvu • Suoramyyntin suosion kasvu • Matkailun lisääntyminen ja ruokamatkailun kasvu • Uusiutuvan energian käyttöönotto • Materiaalin kierrätys • Uudet raaka-aineet ja laadukkaat premium-luokan tuotteet • Laiteinvestoinnit • Yhteismarkkinointi ja –hankinnat • Kuluttajatyöhön panostaminen • Varauksia tehdään yhä aikaisemmin, ennakoitavuus • Parempi liikennepolitiikka esimerkiksi lauttaliikenneyhteydet | <ul style="list-style-type: none"> • Kasvisruokailun lisääntyminen ja eläinkuntatuotteiden kulutuksen väheneminen • Keinolihan ja ei aitojen ruokien yleistyminen • Etätöiden jatkuminen • Kulutuskäyttäytymisen ennakoinnin vaikeus • Kulutuksen polarisoituminen ja leimaavuus • Asiakkaiden vaatimukset ja asenne • Perinteisestä tulee vanhanaikaista • Valmisruokien suosion kasvu • Kuluttajien hintaherkkyys ja kyky maksaa premium -luokan tuotteista • Viranomaisvaatimukset kohtuuttomia pienelle yritykselle • Logistiikka vaarallista/merikuljetus |

Lisätietoja: Paraisten kaupunki, Tulevaisuuden Kehitystarpeet Varsinaissuomalaisessa ruokaketjussa -TuKeVa -hanke <https://www.pargas.fi/fi/kaynnissa-olevat-projektit>

Raportin on koontanut Margot Wikström, Paraisten kaupunki.



PARGAS



PARAINEN



Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus



KIMITOÖN
KEMIÖNSAARI



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin