

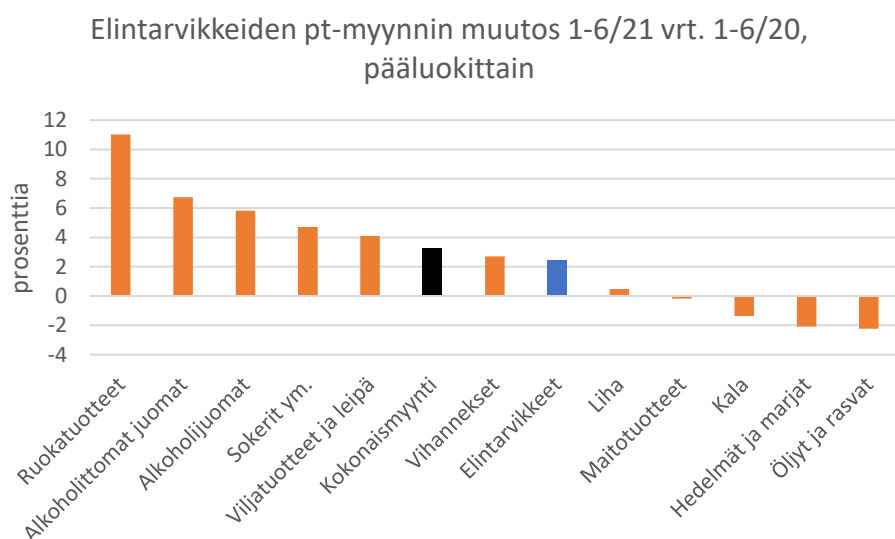
Elintarvikkeiden myynnin kehitys Suomen päivittäistavarakaupassa alkuvuonna 2021

Tämän ja viime vuoden aikana myös elintarvikkeiden päivittäistavarakaupassa on eletty poikkeuksellisia aikoja. Yleisesti ottaen myynnin kehitystä voidaan analysoida huomioimalla esimerkiksi kuluttajien tulokehityksessä tapahtuvat muutokset, yleinen talouskehitys, kuluttajahintojen kehitys ja erilaiset kulutukseen liittyvät trendit. Viime aikoina tähän listaan on pitänyt lisätä esimerkiksi koronarajoitukset, etätyön ja liikkumisen määrä, koulu- ja ravintolasulut, rokotuskattavuus sekä yleinen epidemiatilanteen kehitys.

Vuonna 2020 päivittäistavarakaupan elintarvikemyynti kasvoi tammi-kesäkuussa lähes yhdeksän prosenttia. Kasvuun vaikutti toisaalta pandemiaan liittynyt hamstraus ja toisaalta ravintola- ja ruokapalvelumyynnin siirtyminen päivittäistavarakauppaan. Myynti kasvoi etenkin pitkään säilyvissä tuotteissa, kuten kuiva-aineissa, pakasteissa ja säilykkeissä. Myös erilaisten raaka-aineiden osuus myynnistä kasvoi, kun ruokailut siirtyivät koteihin.

Alkuvuonna 2021 päivittäistavarakaupan elintarvikemyynnin kehityksessä korostuu viime vuoden poikkeusolosuhteista palautuminen. Elintarvikkeiden pt-myyntin kasvu on hidastunut selvästi. Lisäksi kasvun rakenteessa on tapahtunut muutoksia verrattuna viime vuoteen.

Elintarvikkeiden myynnin kasvu päivittäistavarakaupassa oli tammi-kesäkuussa 2,5 prosenttia. Kasvun hidastuminen kertoo osaltaan siitä, että pandemian jatkumisesta huolimatta kuluttajat ja kuluttajien valinnanmahdollisuudet ovat palautuneet kohti normaalia. Kevään rajoitukset olivat vuoden takaista miedompia ja kestivät lyhemmän aikaa. Lisäksi ne olivat maantieteellisesti rajatumpia. Merkittävä osa päivittäistavarakauppaan ravintoloista ja muista ruokapalveluista siirtyneestä kulutuksesta, ja etenkin kulutuksen kasvusta, on palautunut ruokakaupasta takaisin näiden palveluiden piiriin.



Kuvio. Elintarvikkeiden myynnin muutos päivittäistavarakaupassa tammi-kesäkuussa 2021 (Lähde: PTY, Tilastokeskus, REINU econ Oy)

Kasvun hidastumisen lisäksi muutos näkyy myös kasvun rakenteessa. Tänä vuonna nopein kasvu on syntynyt ruokatuotteissa, juomissa sekä viljatuotteissa ja leivissä. Kasvun tarkempi analyysi kertoo, että erilaisten juomien lisäksi tuoteryhmätason vahvin kasvu on valmisaterioissa sekä pizzoissa ja suolaisissa piirakoissa. Samaan aikaan myynti on laskenut alkuvuoden aikana esimerkiksi erilaisissa pakasteissa, jauhoissa ja sianlihassa. Myös kalan myynti on ollut kokonaisuudessaan laskussa.

Havaituista muutoksista voi päätellä, että kotiin halutaan ostaa valmiita, tai ainakin selvästi vähemmän aikaa ja vaivaa vaativia, ruokatuotteita. Kokkausinnon suurin kasvu näyttäisi olevan ohi. Päivittäistavarakaupat ovat myös luoneet kuluttajille uusia mahdollisuuksia ja palveluita. Ruokatalojen valmistamien valmisaterioiden lisäksi kaupat tarjoavat omilla ruokatischeilläään valmisaterioita, noutopöytiä ja -pisteitä sekä myyvät ravintoloiden valmistamia ruoka-annoksia. Etätöitä tekevillä kuluttajilla on aikaisempaa enemmän, ja aikaisempaa useammilla alueilla, mahdollisuus hyödyntää valmiiksi tehtyjä aterioita. Tämä näkyy myös myynnin kehityksessä.

Ruokatuotteiden lisäksi merkittävin myynnin kasvu on nähty erilaisissa juomissa. Alkoholittomien juomien myynti päivittäistavarakaupassa kasvoi tammi-kesäkuussa keskimäärin vajaat seitsemän prosenttia. Alkoholijuomien myynti kasvoi samaan aikaan vajaat kuusi prosenttia.

Tuoteryhmittäin tarkasteltuna suurin kasvu on ollut alkoholittomissa oluissa. Alkuvuonna alkoholittomien oluiden myynti oli 36 prosenttia suurempaa verrattuna samaan ajanjaksoon viime vuonna. Virvoitusjuomien myynti kasvoi vuoden ensimmäisen puoliskon aikana runsaat 13 prosenttia ja kivennäisvesien runsaat yhdeksän prosenttia.

Elintarvikkeiden myynnin kehitykseen liittyy aina kausivaihtelua. Tämä on hyvä huomioida tilastoja tarkastellessa. Pääsiäisen ajoittuminen vaikuttaa neljännesvuositarkasteluun ja esimerkiksi satokauden ajoittuminen puolivuotistarkasteluun. Näin ollen etenkin tuorevihannesten tai kotimaisten hedelmien myynnin todellinen kehitys viime vuoteen verrattuna voidaan tehdä kattavasti vasta sitten, kun koko kesän myyntitilastot ovat käytettävissä.

Lisätietoja: MMT Kyösti Arovuori, REINU econ Oy, kyosti.arovuori@reinuecon.fi, +358 40 515 8953

REINU econ

Economic Research, Analysis and Consulting

REINU econ Oy on vuonna 2019 perustettu ruokamarkkinoiden asiantuntijapalveluita tarjoava yritys, jonka toiminnan tarkoitus on ymmärtää ruokamarkkinoiden muutosta ja auttaa asiakkaitaan menestymään muutoksessa.