

Elintarvikkeiden myynnin kehitys Suomen päivittäistavarakaupassa vuonna 2022

Elintarvikkeiden päivittäistavarakauppamyynnissä keskeisin vaikuttava tekijä vuonna 2022 oli hintojen nousu. Ruuan hinnat nousivat Suomessa kauttaaltaan, kun elintarvikeketjun kohtaamat kustannusnousut siirtyivät kuluttajahintoihin. Hintojen nousu kiihtyi vuoden loppua kohden. Hintojen nousun vaikutukset näkyivät myynnin rakenteessa. Elintarvikkeiden myynty määrä laski ja hintamuutokset ohjasivat kuluttajia edullisempiin tuotteisiin. Kehityksen seurauksena päivittäistavarakaupan elintarvikemyynnin arvo kasvoi selvästi hintojen nousua hitaammin.

Elintarvikkeita ja alkoholittomia juomia myytiin Suomen päivittäistavarakaupassa yhteensä 15,4 miljardin euron arvosta. Tästä elintarvikkeiden myynnin arvo oli 13,6 ja alkoholittomien juomien osuus 1,8 miljardia euroa. Elintarvikkeiden myynnin kasvu oli kokonaisymyynnin kasvua nopeampaa. Tätä selittää osaltaan se, että elintarvikkeiden hintojen nousu oli yleistä hintakehitystä nopeampaa.

Elintarvikemyynnin kasvu jäi selvästi hintojen nousua hitaammaksi. Kuluttajat reagoivat hintojen nousuun ostamalla vähemmän ja edullisempia tuotteita. Samaan aikaan osa etenkin lihaan, kalaan ja muihin ruuanlaiton perusraaka-aineisiin kohdistuvasta kulutuksesta palautui kahden koronavuoden jälkeen takaisin ravintoloihin ja ruokapalveluihin. Päivittäistavarakaupan myyntitilaston perusteella ei voi suoraan päätellä, miten elintarvikkeiden kulutus kokonaisuudessaan kehittyi vuoden 2022 aikana.

Elintarvikkeiden myynty määrä laski kaikissa tilaston pääluokissa ruokatuotteita lukuun ottamatta. Ruokatuotteiden myyntiä piti kasvussa valmisaterioiden myynnin kasvu. Myös niiden myynnin kasvu hidastui kuitenkin selvästi vuoden loppua kohden. Pääluokista suurin lasku kohdistui kalan, vihannesten sekä lihan myynnin määrään. Elintarvikkeiden hintataso oli kaikissa pääluokissa ja kaikissa tuoteryhmissä korkeampi vuoteen 2021 verrattuna.

Pääluokittain tarkasteltuna vuoden 2022 aikana nähtiin edellisvuosiin verrattuna merkittävä rakenteellinen muutos. Päivittäistavarakaupassa myytyjen alkoholittomien juomien myynnin arvo ylitti alkoholijuomien myynnin arvon. Alkoholittomia juomia myytiin yhteensä 1,81 miljardia eurolla. Alkoholijuomien myynnin arvo oli 1,76 miljardia euroa. Vuonna 2021 vastaava myynti oli alkoholittomilla juomilla 1,67 miljardia euroa ja alkoholijuomilla 1,88 miljardia.

Kehitykseen ovat vaikuttaneet sekä hintasuhteissa että myydyssä määrässä tapahtuneet muutokset. Alkoholijuomien myynti laski kuusi prosenttia vuoteen 2021 verrattuna. Alkoholittomien juomien myynti kasvoi 8,5 prosenttia. Esimerkiksi oluen myyntimäärä laski runsaat kahdeksan prosenttia. Samaan aikaan kivennäisvesien ja virvoitusjuomien myynty määrä kasvoi runsaan prosentin. Myös hintakehityksessä on eroa. Oluen hintataso oli 1,6 prosenttia edellisvuotta korkeampi. Kivennäisvesien ja virvoitusjuomien vastaava hintamuutos oli 4,4 prosenttia. Alkoholittomien juomien myynnin arvon kasvuun vaikuttaa suoraan myös kahvin hinnan voimakas nousu. Kahvi, tee ja kaakao maksoivat vuonna 2022 keskimäärin kolmanneksen enemmän vuoteen 2021 verrattuna.

Elintarvikkeiden hintojen kokonaisvaltaisesta noususta huolimatta eri tuoteryhmien hintakehityksessä on merkittäviä eroja. Tuoteryhmätasolla suurimmat hintojen nousut kohdistuivat kahviin, tuoreeseen kalaan sekä kananmuniin. Pienin hintatason nousu nähtiin pakastetuissa hedelmissä, kaakaossa sekä vauvanruuissa.

Elintarvikkeiden myynnin kehitys Suomen päivittäistavarakaupassa vuonna 2022
Kyösti Arovuori, REINU econ Oy 7.2.2023

Kokonaisuudessaan päivittäistavarakaupan elintarvikkeiden ja alkoholittomien juomien myynnistä elintarvikkeetjuun muodostuva rahavirta kasvoi viime vuonna runsaat 736 miljoonaa euroa. Ruuan hinnan nousu yhdessä nopean yleisen inflaation kanssa heikensi rahavirran kehitystä. Kuluttajien reagointi hintojen muutokseen oli nopeaa ja vaikutukset näkyvät myyntitilastosta selvästi.



Kuvio. Elintarvikkeiden ja alkoholittomien juomien myynti Suomen päivittäistavarakaupassa (Lähde: PTY, Tilastokeskus)

Hintatasossa tapahtuvien muutosten lisäksi eri tuotteiden välisillä hintasuhteilla on keskeinen merkitys myynnin kehitykseen. Hintojen nousu ohjaa kuluttajia hinnaltaan edullisempiin tuotteisiin. Tämä näkyy siirtymänä sekä tuoteryhmien sisällä että niiden välillä. Esimerkiksi kalan suhteellisesti nopeampi hintojen nousu siirtää osan kulutuksesta lihan tai muiden vaihtoehtoisten tuotteiden kulutukseen. Vastaavasti sianlihan hinnan nopea nousu siirtää kulutusta entisestään siipikarjanlihan tai kasvipohjaisten tuotteiden kulutukseen.

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.