

Elintarvikemarkkinoiden toimivuudesta, toimimattomuudesta ja kaupan valta-asemasta

Helsingin Sanomien mielipidesivulla oli 18.2.2026 Kaupan liiton toimitusjohtaja Kari Luodon kirjoitus ”Elintarvikemarkkinoiden toimivaa kilpailua ei saa heikentää”.^{*} Kirjoituksensa alussa Luoto toteaa, että ”uudesta elintarvikemarkkina-laista on tärkeää käydä keskustelua ja sen tulee perustua oikeisiin faktoihin ja ymmärrykseen elintarvikeketjun rakenteesta”.

On positiivista, että Kaupan liiton toimitusjohtaja peräänkuuluttaa asiasta avointa keskustelua. Sen takia on syytä tuoda esille myös toisenlaisia näkemyksiä, koska yhtä ainoaa oikeaa totuutta tähän asiaan tuskin löytyy. Asiat näyttävät erilaisilta riippuen siitä, mistä suunnasta niitä lähestytään.

Uusi Suomi -lehdessä oli 20.1.2026 markkinoiden toimivuuteen liittyen mielenkiintoinen artikkeli ”Suomen ruokakauppa on poikkeus koko maailmassa – S-ryhmälle ja Keskolle annettiin sauma, jota ”ei olisi pitänyt antaa”.^{**} Siinä kaupan asiantuntija Arhi Kivilahti käy läpi kaupan valta-asemaa Suomessa ja myös sitä, miten kaupan valtavan vallan annettiin syntyä. Artikkelissa esiin tuodut seikat ovat käsitykseni mukaan pitkälti myös niitä syitä, miksi elintarvikemarkkinallakia ollaan jälleen kerran muuttamassa. Artikkelissa todetaan muun muassa seuraavaa: *Nykyisin ruokakaupalla on hänen mukaansa aivan ”hurja” neuvotteluvoima. Elintarviketeollisuus on nyt täysin riippuvainen kahdesta isosta organisaatiosta. Jos toisen kanssa neuvottelut menevät huonosti, niin puolet liiketoiminnasta katoaa. Ongelma on se, että valta-asetus on mennyt vinksalleen. S-ryhmän ja Keskon suurta valtaa Suomessa on vaikea korjata. Kilpailuvirasto on antanut Keskon ja S-ryhmän ostaa yrityksiä, jolloin markkina on vain keskittynyt. Ei ole kahden ison kauppaketjun vika, että ne ovat onnistuneet kehittämään toimintaansa niin hyvin. Suomalainen kuluttaja myös hyötyy keskittymisestä ainakin lyhyellä aikavälillä. Mutta kyllähän jo kauppakorkeakoulussa opetettiin, että silloin kun jollakin on iso markkinaosuus ja hyvä kannattavuus, laskun maksaa kuluttaja.”*

Kivilahden näkemyksiin on helppo yhtyä. Oli positiivista myös havaita, että Kivilahti uskalsi nostaa esille Kilpailu- ja kuluttajaviraston (KKV) toiminnan tai pikemminkin sen toimimattomuuden. On selvää, että päivittäistavarakaupan nykyinen valta-asema Suomessa ei olisi syntynyt ilman KKV:n suosiollista myötävaikutusta. Erityisesti S-ryhmä ”vihreällä kortillaan” ja lupauksillaan halvoista hinnoista on saanut vuosien varrella KKV:n hyväksymään lähes kaiken, minkä S-ryhmä on halunnut. Siinä sivussa myös K-ryhmä on päässyt kasvamaan. Kuten Kivilahti toteaa, ei tietenkään ole kahden ison kauppaketjun vika, että näin on päässyt käymään. Pikemminkin kyse on ollut kaupan puolen toimijoiden erittäin taitavasta toiminnasta, jota ei voi kuin ihailla. Kaupan puolen toimijat ”saivat KKV:n ymmärtämään”, että kuluttajien edun mukaista on, että päivittäistavarakaupan toimijat pitävät ”tavalla tai toisella” huolen siitä, että tuotteita myydään kuluttajille mahdollisimman edullisesti. Tuon myötä S-ryhmän



markkinaosuuden huhuillaan olevan nyt jo yli 50 % ja kahden päivittäistavarakaupan yhteinen markkinaosuus lähentelee jo 85 %:a.

Kaupan liiton toimitusjohtaja antoi mielipidekirjoituksessaan ymmärtää, että elintarvikealan yrityksillä menisi todellisuudessa paremmin kuin mitä julkisuudessa on esitetty. Tämän näkemyksensä tueksi hän viittasi neljän suuryrityksen hyviin liiketuloksiin. Mutta miten se, että päivittäistavarakaupan lisäksi myös muutamilla suuryrityksillä menee hyvin, kuvaisi koko elintarvike-

teollisuuden tilannetta? Yhtä lailla tiedossa on, että muutamilla pienemmällä elintarvikealan yrityksillä menee hyvin ja vastaavasti joillakin pienillä päivittäistavarakaupoilla on vaikeaa. Nuo eivät kuitenkaan poista sitä tosiasiaa, että päivittäistavarakauppa jyrää.

On selvää, että vahvan valta-aseman saavuttaneet tahot näkevät asemansa aina oikeutettuna, kohtuullisena ja täysin ansaittuna. He kokevat valta-asemaansa kohdistuvan kritiikin johtuvan lähinnä vain ymmärtämättömyydestä. Noin tuo on aina ja kaikkialla, kun kyse on valta-asemasta ja sen säilyttämisestä, niin maailmanpolitiikassa kuin yritysten välisessä kilpailussa. Eikä tuo peruslähtökohta tule ihmismaailmassa koskaan muuttumaan. Kaiken lisäksi päivittäistavarakaupan nykyinen valta-asema sopii suurelle joukolle kuluttajia oikein hyvin, varsinkin kun heitä pelotellaan tasaisin väliajoin elintarvikkeiden hintojen nousulla. Siksi kaupan edustajat esiintyvät mielellään julkisuudessa ikään kuin he olisivat kuluttajien etujen ja alhaisten hintojen taakajia.

Kaupan valta-asema on Suomessa päässyt sellaisiin mittoihin, että siihen on käytännössä äärimmäisen vaikea enää puuttua elintarvikemarkkinallakia uudistamalla. Tietenkin on hienoa, että valtiovallan puolelta sentään yritystä vielä löytyy. Tosiasia kuitenkin on, että monen pienen ja keskisuuren päivittäistavarakauppaan toimittavan leipomoyrityksen tulevaisuus perustuu lähinnä siihen, että ymmärretäänkö kaupan puolella monipuolisen ja monimuotoisen leipomo-konditoria-alan tärkeys ja sen rikkaus koko yhteiskunnalle.

Mutta mitä tulee elintarvikemarkkinallain uudistukseen, niin lainsäätäjän hyvistä tavoitteista huolimatta uudistuksen häviäjäksi voivat joutua kuitenkin nimenomaan pienet ja keskisuuret elintarvikealan yritykset. Suuri vaara on, että päivittäistavarakaupan toimijat byrokratian ja erilaisten vastuiden välttämiseksi keskittävät ostojaan suurimpiin yrityksiin ja/tai lisäävät entisestään elintarvikkeiden tuontia. Jos uusi lainsäädäntö ei miellytä vahvempaa tahoja, silloin usein kurmoutetaan niitä, joita helpoiten voidaan.

Mika Väyrynen

^{*} <https://www.hs.fi/mielipide/art-2000011825059.html>

^{**} <https://www.uusisuomi.fi/uutiset/a/83343fba-af4d-4ff9-9968-4725733dea51>