

PRO PAKURI FINLAND RY PAKURIKÄÄVÄN MARKKINAVOLYYMI

Lokakuu 2022

Kari Solala

Tutkimuksen toteutus

- Tämän tutkimuksen on toteuttanut IROResearch Oy Pro Pakuri Finland ry:n toimeksiannosta. Tutkimus kuuluu maa- ja metsätalousministeriön rahoittamaan hankkeeseen: ”Suomalaisten pakuri- ja muiden erikoissienituotteiden taloudellisen potentiaalin edistäminen”.
- Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää suomalaisen pakurikäävän markkinavolyymi. Tutkimuksessa selvitettiin myös osallistujien näkemyksiä pakurikäävän tulevaisuuden potentiaalista, ja mahdollisista haasteista ja esteistä liittyen liiketoiminnan kasvuun.
- Tutkimuksen kohderyhmä oli koko pakurin arvoketju viljelystä lopputuotemarkkinoilla toimiviin yrityksiin.
- Tutkimushaastatteluja tehtiin yhteensä 27. Tutkimukseen osallistui kattava joukko alalla toimivia yrityksiä vastausprosentin ollessa 75 %.
- Tutkimuksen tiedot kerättiin puhelinhaastatteluin 21.9.-10.10.2022 välisenä aikana IROResearch Oy:n puhelinhaastattelukeskuksessa.

Tutkimuksen kenttätö on validoitu. Tutkimukseen valikoituneille henkilöille soitetaan haastattelun jälkeen uudestaan ja tarkistetaan haastattelun toteutuminen sekä taustatietojen ja annettujen vastausten oikeellisuus. Haastatteluotoksesta 5 % validoidaan takaisinsoitin.

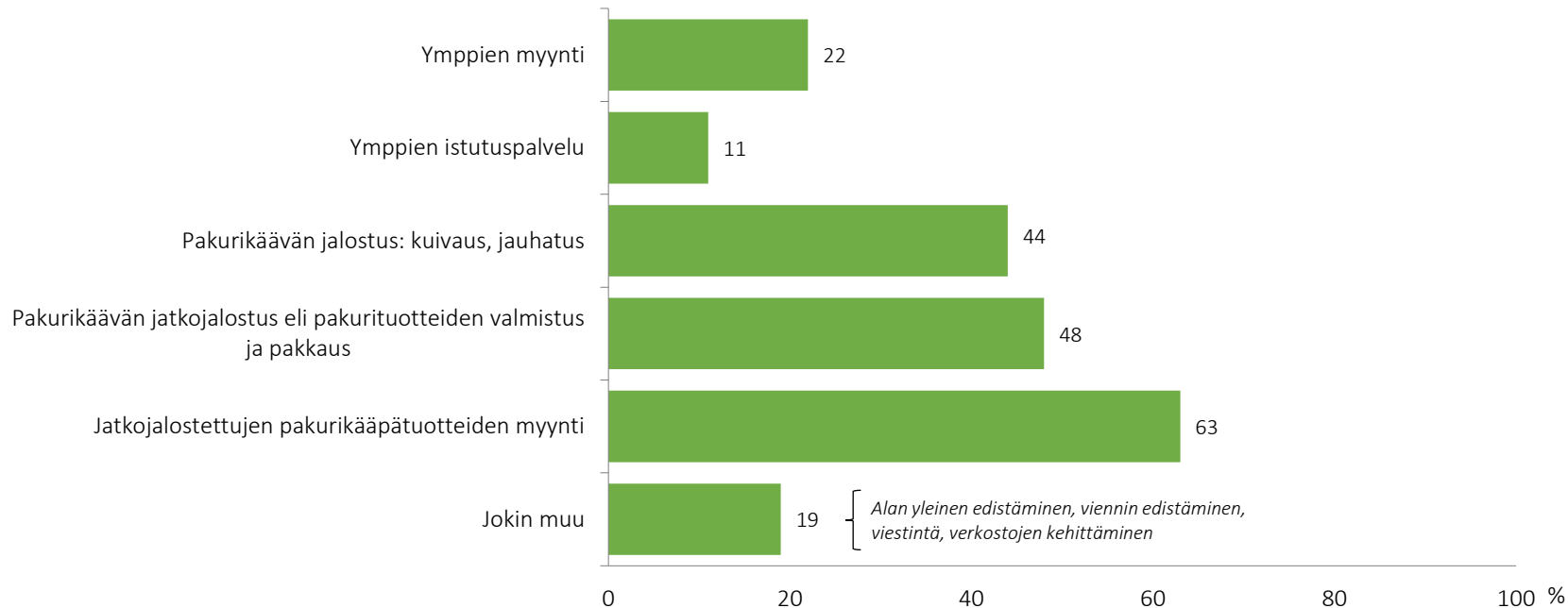


TULOKSET

Liiketoimintaprosessin vaiheet

”Missä kohdissa pakurikääpään liittyvää liiketoimintaprosessia edustamanne yritys tai taho toimii?”

Kaikki vastaajat, n=27



Ymppien ja pakurikäävän volyymit eri liiketoimintaprosessin vaiheissa

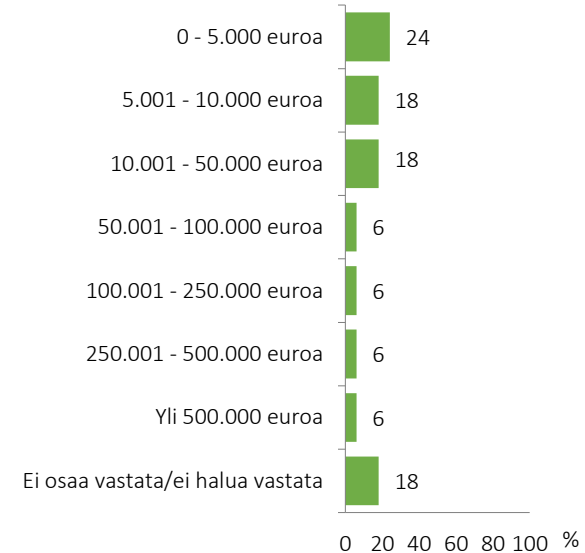
	Tutkimuksen tulos	Pro Pakuri Finland ry:n arvio
YMPPIEN MYYJÄT JA ISTUTUSPALVELUJEN TARJOAJAT		
Ymppien myynti ja ymppien istutuspalvelu viimeisen 5 vuoden aikana yhteensä (kpl ymppejä)		
(Vaiheena ymppien myynti/istutuspalvelu, n=6)	1 350 000 kpl	
PAKURIKÄÄVÄN JALOSTAJAT		
Raa'an pakurikäävän kerääminen ja ostaminen vuodessa Suomesta (kg/vuosi)		
(Vaiheena pakurikäävän jalostus: kuivaus, jauhatus, n=12)	14000 kg	
Raa'an pakurikäävän kerääminen ja ostaminen vuodessa ulkomailta (kg/vuosi)		
(Vaiheena pakurikäävän jalostus: kuivaus, jauhatus, n=12)	500 kg	
Kuivatun ja puhdistetun pakurikäävän tuottaminen keskimäärin vuosittain viimeisen 5 vuoden aikana (kg/vuosi)		
(Vaiheena pakurikäävän jalostus: kuivaus, jauhatus, n=12)	8500 kg	
JATKOJALOSTETTUIJEN TUOTTEIDEN VALMISTAJAT/MYYJÄT		
Pakurikääpärouheen/-jauheen käyttö myytävien tuotteiden valmistuksessa vuodessa (kg/vuosi)		
(Vaiheena pakurikäävän jatkojalostus eli pakurituotteiden valmistus ja pakkaus, n=13)	3500 kg	



Pakurikääpäjalosteiden myynti volyymissa ja euroissa

Pakurikääpää sisältävien tuotteiden keskimääräinen myynti vuodessa €
(Vaiheena pakurikäävän jatkojalostus / Jatkojalostettujen pakurikääpätuotteiden myynti, n=17)

	Tutkimuksen tulos	Pro Pakuri Finland ry:n arvio
Pakurikääpärouheiden/jauheiden myynti keskimäärin vuodessa Suomessa (kg/vuosi)		
<i>(Vaiheena pakurikäävän jalostus: kuivaus, jauhatus, n=12)</i>	400 kg	
Pakurikääpärouheiden/jauheiden myynti keskimäärin vuodessa ulkomailla (kg/vuosi)		
<i>(Vaiheena pakurikäävän jalostus: kuivaus, jauhatus, n=12)</i>	4200 kg	
Pakurikäävästä valmistetun uutteen (esim. tiivisteiden tai teen) myynti keskimäärin vuodessa Suomessa (kg/vuosi)		
<i>(Vaiheena pakurikäävän jatkojalostus eli pakurituotteiden valmistus ja pakkaus, n=13)</i>	2300 kg	
Pakurikäävästä valmistetun uutteen (esim. tiivisteiden tai teen) myynti keskimäärin vuodessa ulkomaille (kg/vuosi)		
<i>(Vaiheena pakurikäävän jatkojalostus eli pakurituotteiden valmistus ja pakkaus, n=13)</i>	4800 kg	



Toiminnan laajentaminen ja tuotekehityksen haasteet – Yleisimpiä avoimia vastauksia

Kaikki vastaajat, n=27

Mihin tuotekategorioihin laajennettaisiin tai tuotaisiin uusia tuotteita:

- Juomat (5 mainintaa), elintarvikkeet (4 mainintaa), kosmetiikka (3 mainintaa), ravintolisät (2 mainintaa)

Mihin uusille markkinoille haluttaisiin laajentaa:

- Aasia (mm. Kiina, Japani, Kaukoit) (12 mainintaa), Eurooppa (mm. Skandinavia) (8 mainintaa), Yhdysvallat (2 mainintaa)

Suurimmat esteet uusille markkinoille laajentamisessa:

- Yhteistyökumppaneiden/kontaktien/asiakkaiden löytäminen (8 mainintaa), lainsäädäntö (6 mainintaa), rahoitus/resurssit (5 mainintaa)

Pakurikäävän tuotekehityksen haasteet ja esteet:

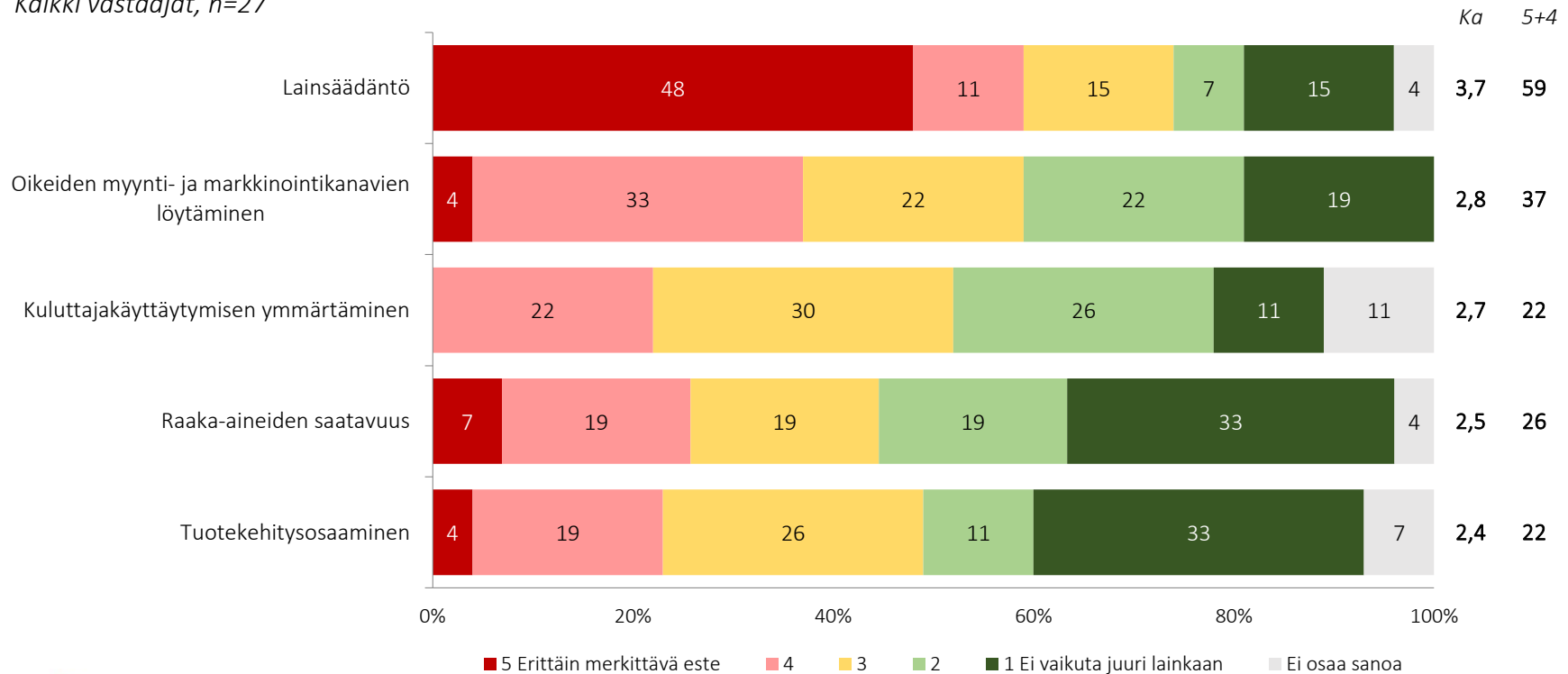
- Lainsäädäntö ja sen luomat rajoitteet (8 mainintaa), saatavuus (3 mainintaa)

Listaus kaikista avoimista vastauksista löytyy raportin lopussa olevasta liitteestä

Liiketoiminnan skaalautumisen ja laajentumisen esteet

”Arvioikaa seuraavien tekijöiden vaikutusta pakurikääpään liittyvän liiketoiminnan skaalautumisen ja laajentumisen mahdollisina esteinä.”

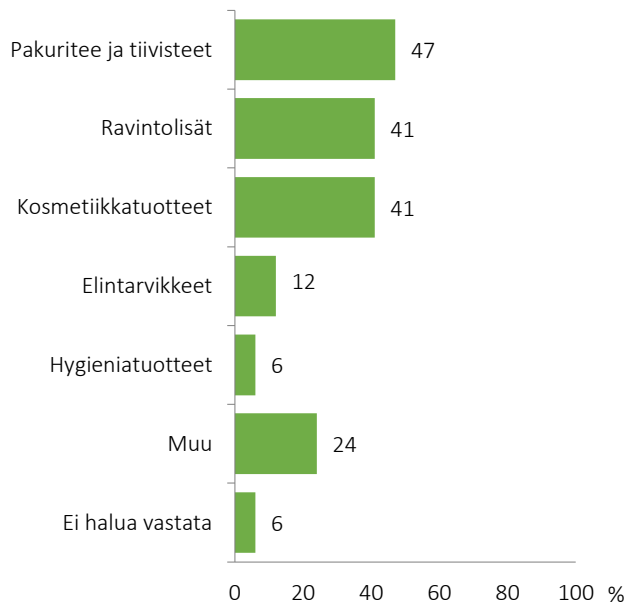
Kaikki vastaajat, n=27



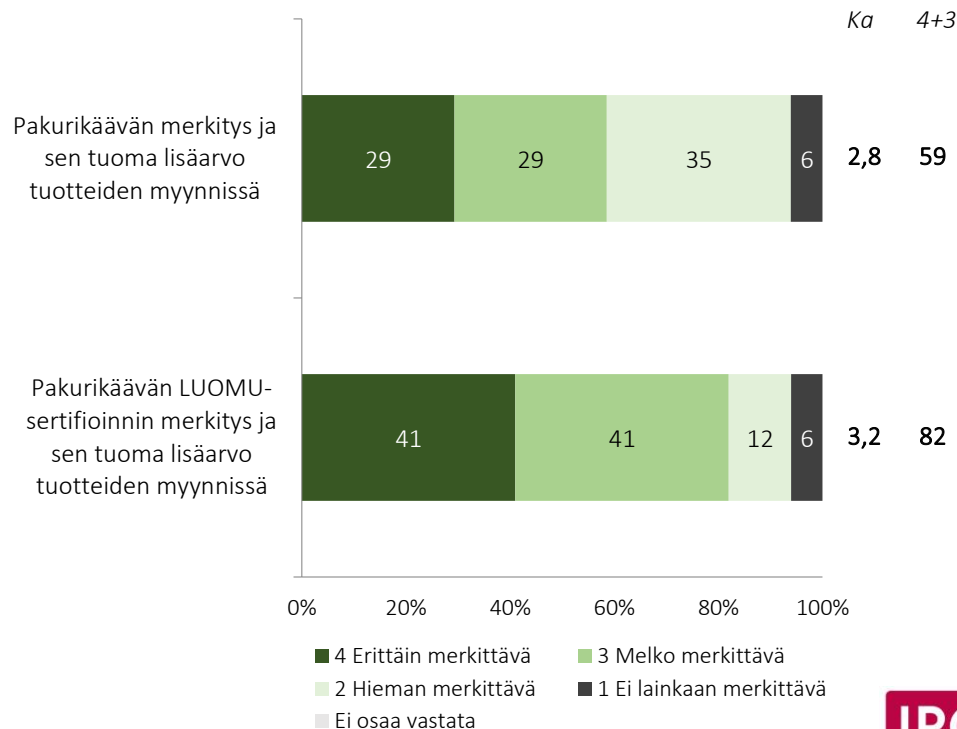
Myyntikategoriat ja lisäarvotekijät pakurikääpätuotteissa

Vaiheena pakurikäävän jatkojalostus eli pakurituotteiden valmistus ja pakkaus / Jatkojalostettujen pakurikääpätuotteiden myynti, n=17

”Missä tuotekategorioissa myytte tuotteitanne?”



”Miten koette pakurikäävän merkityksen ja sen tuoman lisäarvon tuotteiden myynnissä? Onko se...” /
”Miten koette pakurikäävän LUOMU-sertifioinnin merkityksen ja sen tuoman lisäarvon tuotteiden myynnissä?”



Pakurikääpäbisneksen tunnetuimmat toimijat – Yleisimpiä avoimia vastauksia

Kaikki vastaajat, n=27

Suurin kuivatun pakurikäävän tuottaja Suomessa:

- Yli 60% vastaajista ei osannut tai halunnut nimetä suurimman kuivatun pakurikäävän tuottajaa.
- Eniten mainintoja sai TaPu Oy (5 mainintaa) ja muille toimijoille tuli yksittäisiä mainintoja.

Suurin pakurikääpää sisältävien tuotteiden valmistaja Suomessa:

- Noin puolet vastaajista ei osannut tai halunnut nimetä suurinta pakurikääpätuotteiden valmistajaa.
- Eniten mainintoja sai Puhdistamo (5 mainintaa), Kääpä Biotech/Kääpä Health (4 kpl), Eevia Health (2 kpl) ja TaPu Oy (2 kpl).

Muiden pakurikäävän kanssa toimivien yritysten tunnettuus:

- Foodin (9 mainintaa), Puhdistamo (8 kpl), Kääpä Biotech/Kääpä Health (5 kpl), Pro Pakuri (3 kpl), Suomen Pakuri (3 kpl), Eevia Health (2 kpl), Lumene (2 kpl), Metsäpalvelut (2 kpl), Nyyrikki (2 kpl).
- Muille toimijoille yksittäisiä mainintoja. Vastaajista 8 kpl ei osannut sanoa/ei halunnut vastata.

Listaus kaikista avoimista vastauksista löytyy raportin lopussa olevasta liitteestä

Pro Pakuri Finland ry:lle esitetyt toiveet ja kehitysideat toiminnan kehittämiseksi

– Yleisimpiä avoimia vastauksia

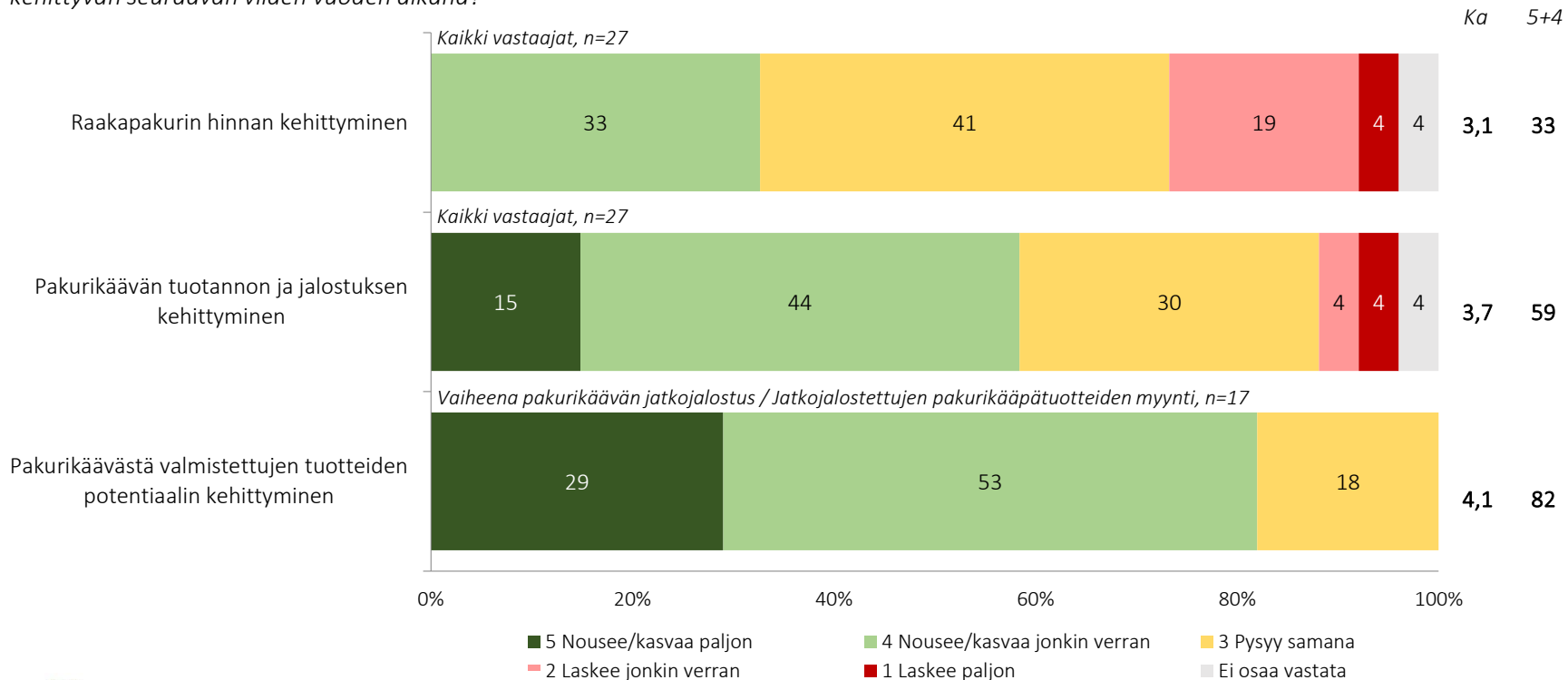
Kaikki vastaajat, n=27

- Suomalaisen pakurin liiketoimintamahdollisuuksien ja viennin edistäminen (6 mainintaa)
- Lobbausta pakurikäävän lainsäädännöllisen statuksen muuttamiseksi ja selkeyttämiseksi (elintarvikestatus) (5 mainintaa)
- Koko alan kehittymisen ja yhteisen edun voimakkaampi ajaminen, toiminnan tarkentuminen edunvalvontajärjestöksi (5 mainintaa)
- Viestinnän lisääminen, tietoisuuden lisääminen pakurikäävästä (2 mainintaa)
- Sertifiointijärjestelmän luonti (luomu) (2 mainintaa)
- Kilpailevaa toimintaa (=ymppien myyntiä omatoimisille metsänomistajille) ei pidetä sopivana (2 mainintaa)
- Ei erityisiä toiveita (11 mainintaa)



Tulevaisuuden trendit pakurikääpäbisneksessä

”Miten uskotte raakapakurin hinnan kehittyvän seuraavan viiden vuoden aikana? / Miten uskotte pakurikäävän tuotannon ja jalostuksen kehittyvän seuraavan viiden vuoden aikana? / Miten uskotte pakurikäävästä valmistettujen tuotteiden potentiaalin kehittyvän seuraavan viiden vuoden aikana?”



Yhteenveto 1/2

- Tutkimukseen osallistuneiden vastausten perusteella Suomessa on viljelyssä pakurikääpää noin 1 350 000 ympppiä. Kuivattua ja puhdistettua pakurikääpää tuotetaan Suomessa vuodessa keskimäärin noin 8 500 kg.
- Pakurikääpää sisältävien tuotteiden myynnit ovat melko pieniä, tutkimukseen osallistuneista yrityksistä 65%:lla liikevaihto oli alle 100 000 euroa vuodessa.
- Kolme suurinta pakurikääpätuotteiden myyntikategoriaa ovat pakuritee ja tiivisteet, ravintolisät ja kosmetiikkatuotteet.
- Yli puolet vastaajista oli sitä mieltä, että pakurikääpä itsessään tuo melko tai erittäin paljon lisäarvoa tuotteiden myyntiin. Yli 80% mielestä pakurikäävän luomusertifiointi tuo melko tai erittäin paljon lisäarvoa tuotteiden myyntiin.
- Uusia kiinnostavia tuoteryhmiä, joihin omaa tuoteportfolioita haluttaisiin laajentaa ovat juomat, elintarvikkeet, kosmetiikka ja ravintolisät.
- Uusista markkina-alueista eniten kiinnostusta herättävät Aasia (mm. Kiina, Japani, Kaukoitää), Eurooppa (mm. Skandinavia) ja Yhdysvallat.
- Suurimmat haasteet uusille markkinoille laajentamisessa ovat yhteistyökumppaneiden ja asiakkaiden löytäminen. Pakurikääpää koskeva lainsäädäntö nähdään niin tuotekehityksen haasteena kuin toiminnan laajentamisen ja skaalautumisen merkittävänä esteenä.

Yhteenveto 2/2

- Pakurikääpäliiketoiminnan tunnetuimmat toimijat
 - Yli 60% vastaajista ei osannut tai halunnut nimetä suurimman kuivatun pakurikäävän tuottajaa. Eniten mainintoja sai TaPu Oy ja muille toimijoille tuli yksittäisiä mainintoja.
 - Noin puolet vastaajista ei osannut tai halunnut nimetä suurinta pakurikääpätuotteiden valmistajaa. Eniten mainintoja sai Puhdistamo ja Kääpä Biotech/Kääpä Health.
 - Muiden pakurikäävän kanssa toimivien yritysten tunnettuus – eniten mainintoja saivat Foodin, Puhdistamo ja Kääpä Biotech/ Kääpä Health
- Tulevaisuuden trendit pakurikääpäliiketoiminnassa
 - Kolmanneksen mielestä raakapakurin hinta nousee ja neljänneksen mielestä laskee seuraavan 5 vuoden aikana.
 - Pakurikäävän tuotannon ja jalostuksen kasvuun seuraavan 5 vuoden aikana uskoo yli puolet vastaajista.
 - Pakurikäävän jalostajista ja pakurikäävästä valmistettujen tuotteiden myyjistä 4/5 uskoo pakurikäävästä valmistettujen tuotteiden potentiaalin kasvavan seuraavan 5 vuoden aikana.
- Pro Pakuri Finland ry:lle esitetyt keskeisimmät toiveet
 - Suomalaisen pakurin liiketoimintamahdollisuuksien ja viennin edistäminen
 - Lobbausta pakurikäävän lainsäädännöllisen statuksen muuttamiseksi ja selkeyttämiseksi
 - Koko alan kehittymisen ja yhteisen edun voimakkaampi ajaminen

TAULUKOT JA AVOIMET



Taulukot



Avoimet
vastaukset

- Taulukoissa **sinisellä tekstillä** on väritetty ne rivit, jotka kertovat vastaajien lukumäärän.
- Kun jokin prosenttiluku on taulukossa kirkkaan vihreällä tai pinkillä alustalla, tarkoittaa se sitä, että kyseinen tulos eroaa merkitsevästi vastaavasta kokonaistuloksesta 99 %:n luottamustasolla, eli se voisi olla sattumasta johtuva vain yhdessä tapauksessa sadasta. Vihreällä merkityt eroavat merkitsevästi ylöspäin ja pinkillä merkityt alaspäin.
- Kun luku on taulukossa vaalealla vihreällä tai pinkillä alustalla, on ero merkitsevä 95 %:n tasolla.