

Maatalousyritysten kilpailukyky muuttuvassa toimintaympäristössä

8.12.2025

Maataloustuotemarkkinat ovat yhä globaalimmat. Kansainvälinen elintarvike- ja maatalouskauppa on yli kaksinkertaistunut vuodesta 1995 (Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), 2020, s. ix.). Teknologinen kehitys on mahdollistanut tuotanto- ja kauppaprosessien muuttumisen, mikä on puolestaan mahdollistanut globaalien arvoketjujen syntymisen elintarvike- ja maatalousalalla (mts. v). Näissä arvoketjuissa maataloustuotteiden viennin arvosta kuitenkin suurin osa on edelleen kotimaista arvonlisää, joka syntyy maasta ja työvoimasta eli sellaisista tuotannontekijöistä, joita ei vaihdeta kansainvälisesti (mts. 55). Maataloustuotemarkkinoiden muutokset heijastuvat elintarvikeketjussa eteenpäin kuluttajien maksuhalukkuuden, ruoan maun, ruokailutottumusten, osto- ja kulutuskäyttäytymisen, elämäntavan, asenteiden ja sosiaalisen kanssakäymisen perusteella. Vaikutusten suuruus maatalousyrittäjiin riippuu myös siitä, millainen eri toimijoiden asema ruokajärjestelmässä on toisiinsa nähden.

Markkinamekanismin toimivuus edellyttää, että markkinoilla on riittävästi kilpailua tai kilpailumahdollisuuksia. Suomalaisten maataloustuotteiden markkina-alueita ovat tärkeysjärjestyksessä kotimarkkina, EU:n sisämarkkina ja maailmanmarkkina. Kovin kilpailu kotimarkkinoilla maataloustuotteiden kaupassa käydään yleensä edullisilla tuontituotteilla. Suomessa kuluttajien mieltymys kotimaisiin tuotteisiin ja kulutusrakenteen erilaisuus ovat toimineet suojana tuontia vastaan. Ruokatieto Yhdistyksen kesäkuussa 2025 teettämän tutkimuksen (iRO, Tuhat suomalaista) mukaan suomalaisen ruoan arvostus ei ole vähenemässä, vaan kuluttajat mainitsevat aiempaa useampia syitä suosia kotimaista ruokaa (Ruokatieto Yhdistys, 2025). Kotimaisen ruoan valintaa perustellaan yhä useammin ympäristövaikutuksilla, eläinten hyvinvoinnilla, lyhyillä kuljetusmatkoilla, luotettavuudella ja laadulla sekä suomalaisen maatalouden omavaraisuuden ja huoltovarmuuden turvaamisella.

Kilpailukyky

Kilpailukyky tarkoittaa yrityksen, toimialan tai kansantalouden kykyä menestyä taloudellisen kilpailun oloissa muihin verrattuna. Maatalousyrityksen kilpailukykyyn vaikuttaa, miten se tuottaa tuotteita kilpailijoihin verrattuna. Kilpailukyky voidaan jakaa kolmeen ulottuvuuteen:

- Hintakilpailukyky: Perustuu kustannustekijöihin. Jos kustannukset nousevat nopeammin kuin tuottavuus paranee, kilpailukyky heikkenee. Yksikkökustannus sopii mittariksi, kun on hinnanottajan asemassa kuten pääosa maatalousyrittäjistä.
- Reaalinen kilpailukyky: Liittyy tietotaitoon ja erilaistamiseen. Jos maatalousyrittäjä kykenee erilaistamaan tuotteen ja nostamaan hintaa niin, että hinnan korotus on suurempi kuin erilaistamisen yksikkökustannus, kilpailukyky paranee.
- Kansainvälinen kilpailukyky: Tuotteen, elintarvikealan tai koko kansantalouden kyky kilpailla hinnalla, laadulla ja tuotteiden saatavuudella kotimaan tai ulkomaiden markkinoilla.

Maatalousyrityksen ulkopuolisilla tekijöillä, kuten kauppa- ja/tai maatalouspoliittisilla toimilla, kuljetuksilla yms. voi olla huomattava vaikutus kilpailukykyyn. Maatalouspolitiikalla vaikutetaan joko suoraan ruokajärjestelmän eri osiin tai välillisesti markkinamekanismin kautta. EU:n komission esityksen mukaan yhteistä maatalouspolitiikkaa uudistetaan, tukia leikataan ja kansallisten toimien merkitystä kasvatetaan. Uudistus lisää maatalousyrittäjän riskiä, sillä hallitusten vaihtuessa päätökset voivat muuttua. Maataloustuotemarkkinoiden, maatalouspolitiikan ja muiden tekijöiden muutoksia on ennakoitava, mahdollisuuksia hyödynnettävä ja uhkia vältettävä, jotta kilpailukyky voidaan säilyttää.

Kilpailuetu

Edellä kuvattiin kilpailukyvyllä maatalousyrityksen menestymistä taloudellisen kilpailun oloissa eli, miten hyvin se pystyy kilpailemaan kokonaisvaltaisesti suhteessa muihin. Kilpailuetu on osa kilpailukykyä. Kilpailuedun voi tuoda yksittäinen tekijä tai ominaisuus, joka antaa maatalousyrittäjälle paremman aseman kuin kilpailijoilla, kuten esimerkiksi hyvä pelto. Usein kilpailuetu on maatalousyrittäjän aikaan saama etu suhteessa muihin. Maatalousyrittäjä voi tavoitella vain kahdentyyppistä kilpailuetua: kustannusetua tai erilaistamisetua.

Pääosa maataloustuotteiden ostajista hankkii prosesseihinsa tasalaatuista raaka-ainetta. Näiden tuotteiden tuotannossa tavoitellaan kustannusetua. Samanlainen tuote tuotetaan edullisemmin kuin kilpailijat. Maatalousyrittäjä, joka toimii tuottavasti voittoa maksimoiden, saattaa menestyä, vaikka keskimääräinen kannattavuus tuotannonhaarassa olisi heikko. Pieni osa maatalousyrittäjistä tavoittelee erilaistamisetua. Erilaistaminen tarkoittaa esimerkiksi sitä, että tuote jatkojalostetaan niin, että se erottuu kilpailijoiden tuotteista. Tarkoituksena on luoda lisäarvoa asiakkaalle, jotta hän ostaa kyseisen tuotteen, vaikka hinta on korkeampi kuin perustuotteilla.

Maatalousyrittäjä voi tavoitella osamarkkinoilla kilpailuetua keskittymisellä. Hän valitsee kapean kilpailukentän, jossa pyrkii saavuttamaan kilpailuedun, vaikka sitä ei ole koko markkinoilla. Keskittymisessä on kaksi vaihtoehtoa: kustannuspainotteinen ja erilaistamispainotteinen kilpailuetu. Erilaistamispainotteisella kilpailuedulla tarkoitetaan erottautumista kilpailijoista tarjoamalla ainutlaatuisia tuotteita kuten esimerkiksi Premium-lihaa ravintoloille, mistä saa lisähintaa. Kustannuspainotteista keskittymistä hyödyntävä maatalousyrittäjä pyrkii saavuttamaan kustannusedun osamarkkinoilla. Esimerkiksi lähialueen

maatalousyrittäjien välisissä kaupoissa rahti- ja käsittelykustannukset pienenevät.

Kilpailukyvyn parantaminen

Maatalousyrittäjällä on oltava kilpailukykyä, jotta voi puolustautua kilpailuvoimia vastaan. Kilpailukyky on tärkeä osa menestymistä, mutta ensisijainen tavoite on hyvä kannattavuus. Kilpailukyky kytkeytyy kannattavuuteen muun muassa tuottavuuden, osaamisen, laadun ja yksikkökustannusten kautta. On tärkeä tiedostaa, että kilpailukyky voi olla tilapäinen tai useita vuosia kestävä, mutta ei yleensä pysyvä. Maatalouspolitiikan, lainsäädännön, sääolojen jne. ennakointi ja niiden muutoksiin sopeutuminen parantavat edellytyksiä toimia pitkällä aikavälillä kilpailukykyisesti.

Yritystoimintaa kehitettäessä on syytä tiedostaa, että kukaan ei ole kaikkien alojen paras asiantuntija ja osaaja. Siksi kannattaa keskittyä ydintoimintaan ja hakea kumppaneita muihin toimintoihin. Uudet toiminta- ja johtamistavat, lisäosaamisen hankkiminen ja yrityskoon kasvattaminen mahdollistavat yksikkökustannusten alentamisen sekä kilpailukyvyn ja kannattavuuden parantamisen.

Kilpailukyky ja käytännön ilmiöt

Maatalousyrittäjä voi kilpailla tai liittoutua alueensa maatalousyrittäjien kanssa. Valinta vaikuttaa muun muassa pellosta käytävään kilpailuun ja osaavan työvoiman saatavuuteen. Yhteistyön aloittaminen ja verkostoituminen ovat strategisia päätöksiä. Niillä tavoitellaan pitkän aikavälin kilpailukykyä ja kannattavuutta.

Pääosa maatalousyrittäjistä pyrkii tuottamaan tasalaatuista tuotetta suurella volyymilla. Koska perinteisessä maataloustuotannossa (vilja, liha, maito ym.) marginaalit pienenevät, yrityskokoa kasvattamalla, uutta teknologiaa ja automaatiota hyödyntämällä pyritään turvaamaan kilpailukyky yksikkökustannuksia alentamalla.

Pieni osa maatalousyrittäjistä tavoittelee tuotteelle ja/tai palvelulle korkeata hintaa. He hakevat vaihtoehtoja perinteiselle maatalousyrittämiselle esimerkiksi majoituspalveluita ja elämysmaataloutta tarjoamalla. Markkinat ovat epävarmat ja riskit suuret, mutta menestyminen on mahdollista. Markkinointi- ja myyntiponnistelut ovat edellytys menestymiselle.

Osa-aikaisten maatalousyrittäjien osuus on kasvussa. He hankkivat päätoimeentulonsa maatalouden ulkopuolelta ja tuottavat yleensä rehuviljaa ja/tai hoitavat esimerkiksi ympäristönurmia tai toimivat muutoin maatalouspolitiikan mahdollistamalla tavalla. Osalle heistä maataloustuotannon merkitys toimeentulon kannalta on vähäistä, jolloin tuotannon pitkän aikavälin kilpailukykyyn panostamista ei nähdä välttämättömänä.

Matti Ryhänen
MMT, dosentti, yliopettaja
SEAMK

Maatalousekonomian yliopettaja Matti Ryhänen toimii asiantuntijana EU-osarahoitteisessa Tulevaisuuden

maatalousyritys -hankkeessa.

Timo Sipiläinen
MMT, Professori (emeritus)
Helsingin yliopisto

Margit Närvä
TkT, yliopettaja
SEAMK

Närvä toimii Bio- ja elintarviketekniikan tutkinto-ohjelmassa yliopettajana.

Lähteet

Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2020). *The state of agricultural commodity markets 2020: Agricultural markets and sustainable development: Global value chains, smallholder farmers and digital innovations*. FAO. https://doi.org/10.4060/cb0665en

Ruokatieto Yhdistys ry. (4.9.2025). Tutkimus paljastaa, kuka ostaa kotimaista ruokaa – nuoret miehet yllättävät ostoaikeillaan. Haettu 28.11.2025, https://ruokatieto.fi/tutkimus-paljastaa-kuka-ostaa-kotimaista-ruokaa-nuoret-miehet-yllattavat-ostoaikeillaan/