

Suomalaiset elintarvikealan yritykset tavoittelevat kasvua kehittämällä omaa toimintaansa ja kumppanuuksia

12.4.2024

Yritysten kasvu on elintärkeää. Nopeasti kasvavat yritykset luovat uusia työpaikkoja, tuovat markkinoille uusia innovaatioita ja lisäävät tuottavuutta – kasvu ennakoi myös yrityksen pitkän aikavälin menestymistä (Jansen ym., 2023). Kasvuyrityksiä on kuitenkin suhteellisen vähän, jos kasvua tarkastellaan Euroopan Unionin nopean kasvun määritelmän mukaisesti. Määritelmässä nopean kasvun yrityksiä ovat sellaiset, joilla liikevaihdon tai henkilömäärän kasvu ylittää 20 % kolmena peräkkäisenä vuotena tai yritykset, jotka alun perin työllistävät 10 henkeä, ja niiden liikevaihdon tai henkilömäärän kasvu ylittää 10 % kolmena peräkkäisenä vuotena (Eurostat, 2014, 2023). Pellervon taloustutkimuksen ja Teknologian tutkimuskeskus VTT:n raportin mukaan yritysten nopea kasvu on Suomessa harvinaista ja keskisuurten kasvuyritysten määrä pieni (STT info, 2022). On kuitenkin tärkeää, että yritys on kasvupolulla, vaikka se ei tavoittaisikaan nopeaa kasvua. Paikalleen jääviä yrityksiä uhkaa liiketoiminnan hiipuminen pitkällä aikavälillä. Voidaankin sanoa, että pienikin kasvu on parempi kuin ei kasvua ollenkaan. Lisäksi aiempi tutkimus on osoittanut, että toteutunutta kasvua selittää aiempi kasvu eli kasvamaan myös opitaan (McKelvie & Wiklund, 2010).

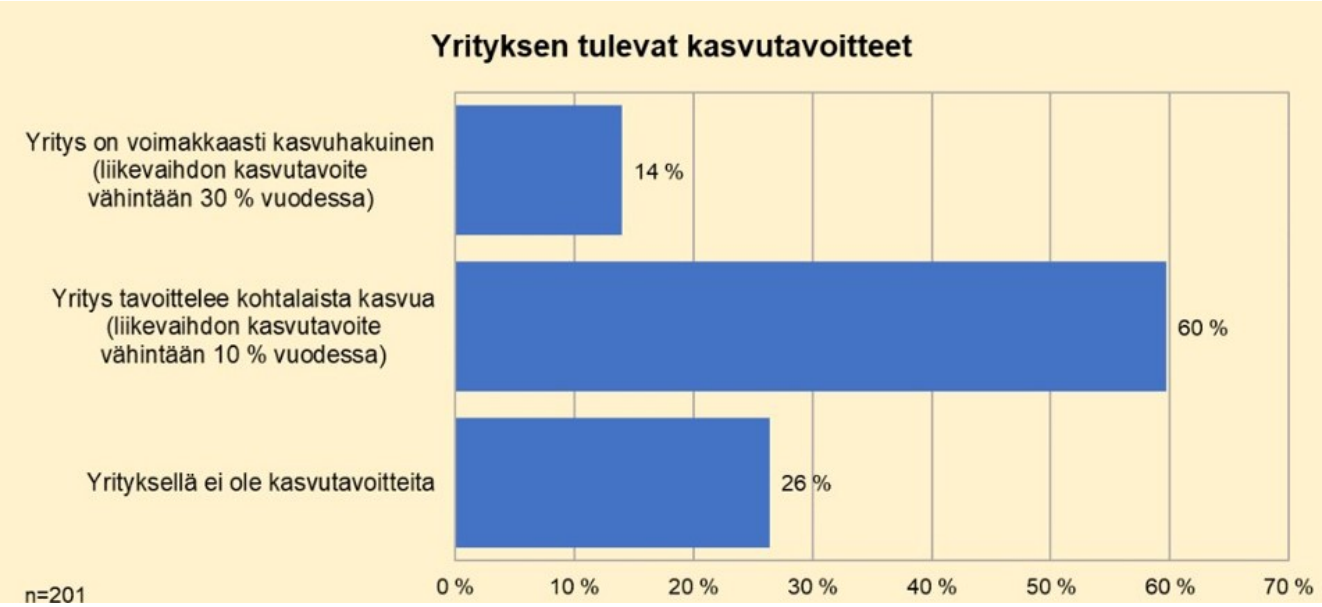
SeAMKin talvella 2023 toteuttamassa kyselyssä suomalaisille elintarvikealan yrityksille tarkasteltiin myös alan yritysten kasvuaikomuksia, toteutunutta kasvua ja kasvun keinoja. Kasvua tarkasteltiin liikevaihdon kehittymisen kannalta ja kysymykseen vastasi 198 yritystä. Tutkimuksessa käytettiin kumulatiivista kasvua viimeisen kolmen vuoden aikana, koska jatkuva kasvu (kolmena peräkkäisenä vuotena liikevaihdon kasvu vähintään esim. 10 prosenttia) on harvinaisempaa. Vastanneista elintarvikealan yrityksistä 23 prosentilla liikevaihto oli kolmen vuoden aikana kasvanut yhteensä vähintään 30 prosenttia ja 29 prosentilla vähintään 10

prosenttia (Kuvio 1). Näin ollen noin puolet yrityksistä oli hyvällä kasvun polulla. Toisaalta toinen puoli ei ollut. Yrityksistä 24 prosentilla liikevaihto oli pysynyt lähes ennallaan, 10 prosentilla pienentynyt enintään 10 prosenttia ja 14 prosentilla pienentynyt enemmän kuin 30 prosenttia. Hyvää liikevaihdon kasvua osalla yrityksistä saattaa selittää koko toimialan liikevaihdon kasvu edellisinä vuosina. Elintarvikealan toimialaraportin mukaan liikevaihto kasvoi kaikilla elintarvikealan alatoimialoilla vuonna 2022, mikä johtui pitkälti ruoan hinnan kallistumisesta (Hyrylä, 2023).



Kuvio 1. Elintarvikealan yritysten liikevaihdon kehittyminen viimeisen kolmen vuoden aikana. FoodCap-aineisto.

Elintarvikealan yrityksiltä kysyttiin myös kasvutavoitteita (Kuvio 2). Vastanneista 14 prosenttia hakee voimakasta kasvua eli vähintään 30 prosentin liikevaihdon kasvua vuodessa. Kohtalaista kasvua eli 10 prosentin liikevaihdon kasvua vuodessa tavoittelee 60 prosenttia. Neljännes yrityksistä ilmoittaa, ettei niillä ole kasvutavoitteita. Jos yrityksiä verrataan tuoreimpaan pk-yritysbarometriin (Suomen Yrittäjät, Finnvera Oyj, Työ- ja elinkeinoministeriö, 2024), ovat vastanneiden elintarvikealan yritysten vastaukset hieman positiivisempia. Pk-yritysbarometrissa voimakkaasti kasvuhakuisia yrityksiä oli vain 5 prosenttia ja 31 prosenttia ilmoitti kasvavansa mahdollisuuksien mukaan. Elintarvikealan yritysten kasvutavoitteet näyttävätkin tässä valossa hyvin positiivisilta, kun jopa 14 prosenttia hakee voimakasta kasvua. Tämä on linjassa Työ- ja elinkeinoministeriön (2023) toimialaraportin kanssa. Siinä todettiin, että elintarvikealan yritykset ovat kasvuhakuisia ja hakevat uudistumista monin eri tavoin, mutta kasvu kotimaan markkinoilla on vähäistä. Kasvumahdollisuutena korostuukin vienti. Tämän kyselyn tuloksia aiemmin raportoineessa artikkelissa todettiinkin, että viennistä oli kiinnostunut 28 prosenttia vastanneista yrityksistä ja 15 % peräti erittäin kiinnostunut (Viljamaa ym., 2024). Vienti tarjoaakin uusia mahdollisuuksia kasvuun.



Kuvio 2. Elintarvikealan yritysten kasvutavoitteet. FoodCap-aineisto.

Kasvua tavoittelevilta yrityksiltä (n=148) kysyttiin lisäkysymyksenä kasvun keinoja. Perinteisesti kasvun keinoja on nähty olevan kolme. Ensimmäisenä näistä on oman toiminnan kehittäminen, joka tarkoittaa orgaanista kasvua. Tällöin kasvua haetaan esimerkiksi tuote- ja palvelukehityksen kautta, uusia markkinoita valtaamalla ja uusia asiakasryhmiä tavoittelemalla. Toisena kasvun keinona ovat liiketoiminta- tai yritysostot, mitä kutsutaan myös epäorgaaniseksi kasvuksi. Kolmantena vaihtoehtona on kehittää kumppanuuksia, joiden kautta liikevaihtoa voi kasvattaa. Nämä kasvun keinot eivät ole toisiaan poissulkevia, vaan niitä voidaan käyttää yhtäaikaisesti. Kyselyssä yritykset saivat valita kaikki keinot, joita aikovat käyttää kasvun toteuttamiseksi (Kuvio 3). Lähes kaikki kasvua hakevat yritykset aikoivat kehittää omaa toimintaansa liikevaihdon kasvun saavuttamiseksi (93 prosenttia). Myös kumppanuuksien kehittäminen oli suosittua. Jopa 74 prosenttia aikoi kehittää yhteistyösuhteita kasvun aikaansaamiseksi. Pieni osa (9 prosenttia) aikoi kasvaa liiketoiminta- tai yritysostojen kautta. Elintarvikealan toimialaraportin mukaan alan investoinnit ovat olleet myös viime vuosina mittavia ja kuvaavat alan kasvu- ja uudistumishakuisuutta (Hyrylä, 2023). Omaa liiketoimintaa on kehitetty esimerkiksi uudistamalla tuotantolaitoksia ja -prosesseja, kehittämällä resurssitehokkuutta ja monipuolistamalla tuotetarjontaa. SeAMKin kysely osoittaa, että myös jatkossa kasvua haetaan ensisijaisesti omaa toimintaa kehittämällä.



Kuvio 3. Elintarvikealan yritysten kasvun keinot. FoodCap-aineisto.

FoodCap paneutuu elintarvikealan kasvun taustoihin

Opetus- ja kulttuuriministeriön rahoittama FoodCap-hanke paneutuu tutkimuksen keinoin elintarvikealan yritysten kasvun taustoihin ja edellytyksiin (Junkkari & Viljamaa, 2023). Valtakunnallisessa tutkimuksessa tarkastellaan mm. yritysten kasvustrategioita ja kyvykkyyksiä. Elintarvikealan kehitys ja kilpailukyky on tärkeää etenkin Etelä-Pohjanmaan näkökulmasta, sillä ala on maakunnalle keskeinen.

Tämä artikkeli kuuluu sarjaan, joka käsittelee FoodCap-tutkimuksen tuloksia. Tutkimuskyselyyn vastasi noin 200 suomalaista elintarvikealan yritystä.

Aiemmin ilmestyneet artikkelit:

https://lehti.app-staging.seamk.hion.dev/verkkolehti/kyselytutkimus-vaatii-vastaajia-elintarvikeala-vastasi-kutsuun/https://lehti.app-staging.seamk.hion.dev/verkkolehti/elintarvikealan-yritysten-vienti-ja-kiinnostus-vientiin/**Sanna Joensuu-Salo**
tutkijayliopettaja, SeAMK

Marja Katajavirta
asiantuntija, TKI, SeAMK

Anmari Viljamaa
tutkijayliopettaja, SeAMK

Terhi Junkkari
yliopettaja, SeAMK

Margit Närvä
yliopettaja, SeAMK

Lähteet

Eurostat. (2014). *Glossary: High-growth enterprise*. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:High-growth_enterprise

Eurostat. (2023). *High-growth enterprises statistics*. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=High-growth_enterprises_-_statistics

FoodCap-aineisto.

Hyrylä, L. (2023). *Uudistuva elintarvikeala -toimialaraportti*. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2023:5. https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/165285/TEM_2023_5.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Jansen, J.J.P., Heavy, C., Mom, T.J.M, Simsek, Z., & Zahra, S.A. (2023). Scaling-up: Building, Leading and Sustaining Rapid Growth Over Time. *Journal of Management Studies, 60*(3), 581–604.

Junkkari, T., & Viljamaa, A. (27.1.2023). *Ruoka-alan pienet kasvun polulle*. SeAMK verkkolehti. https://lehti.app-staging.seamk.hion.dev/kestavat-ruokaratkaisut/ruoka-alan-pienet-kasvun-polulle/

McKelvie, A., & Wiklund, J. (2010). Advancing Firm Growth Research: A Focus on Growth Mode Instead of Growth Rate. *Entrepreneurship Theory and Practice, 34*(2), 261–288.

Suomen Yrittäjät, Finnvera Oyj, Työ- ja elinkeinoministeriö. (2024). *Pk-yritysbarometri kevät 2024*. https://www.yrittajat.fi/wp-content/uploads/2024/02/sy_pk_barometri_kevat2024.pdf

STT info. (9.6.2022). *Suomessa yhä niukasti keskisuuria kasvuyrityksiä – kiriapua voisi saada liiketoiminnan ekosysteemeistä.*https://www.sttinfo.fi/tiedote/69943925/suomessa-yha-niukasti-keskisuuria-kasvuyrityksia—kiriapua-voisi-saada-liiketoiminnan-ekosysteemeista?publisherId=69819107

Työ- ja elinkeinoministeriö. (29.11.2023). *Toimialaraportti: Toimintaympäristön ja kuluttajatarpeiden muutokset vauhdittavat elintarvikealan uudistumista*. Tiedote. https://tem.fi/-/toimialaraportti-toimintaympariston-ja-kuluttajatarpeiden-muutokset-vauhdittavat-elintarvikealan-uudistumista

Viljamaa, A., Katajavirta, M., Joensuu-Salo, S., Junkkari, T., & Närvä, M. (2.4.2024). *Elintarvikealan yritysten vienti ja kiinnostus vientiin*. SeAMK verkkolehti. https://lehti.app-staging.seamk.hion.dev/verkkolehti/elintarvikealan-yritysten-vienti-ja-kiinnostus-vientiin/