

Vienti, koko ja kasvu yhteydessä elintarvikealan yritysten menestymiseen

6.5.2024

Yritystoiminnassa lähtökohtaisesti tavoitellaan menestymistä. Resurssiperustaisen näkemyksen (Barney, 1991) mukaan yrityksen resurssit ovat keskeisiä kilpailussa menestymisen kannalta. Niinpä pienet yritykset, joilla katsotaan olevan myös vähemmän resursseja käytettävissään, ovat luonnollisesti altavastaajia (Anderson & Eshima, 2013; Woschke, Haase & Kratzer 2017), joskin pieniä yrityksiä pidetään myös ketterämpinä kuin suuria (esim. Fiegenbaum & Karnani, 1991). Menestykseen voidaan yhdistää lukuisia taustatekijöitä ja sitä voidaan mitata monella tavalla (Kafetzopoulos, 2020). SeAMK toteutti talvella 2023 kyselyn suomalaisille elintarvikealan yrityksille (Viljamaa ym., 2024). Siinä tarkasteltiin myös yritysten menestymistä, jota mitattiin Länsiluoto ym. (2019) kehittämällä mittarilla, joka tarkastelee liiketoiminnallista ja taloudellista menestystä erikseen.

Vastaajilta kysyttiin, millä tavalla heidän yrityksensä on kehittynyt suhteessa kilpailijoihin 11 eri osa-alueella. Vastaukset annettiin 7-portaisella asteikolla, jossa 1 = heikosti ja 7 = erinomaisesti. Taulukossa 1 on esitetty kunkin osa-alueen vastaukset siten, että kolme korkeinta suhteellista osuutta on merkitty värillisellä taustalla. Tulosten perusteella huomattava osa kokee yrityksensä kehittyneen kilpailijoihin verrattuna heikosti. Positiivisimmat tulokset taloudellisen menestymisen osalta saadaan velkaisuuden (ka. 4,1) ja kustannusten hallinnan (ka. 3,9) kohdalla, ja liiketoiminnallisen menestymisen osalta uusien tuotteiden ja palveluiden kehittämisen (ka. 4,2) sekä myyntimäärän kohdalla. Sekä taloudellisen että liiketoiminallisen menestymisen osa-alueiden keskiarvoksi muodostui 3,6. Yritysten oma arvio kehittymisestä suhteessa kilpailijoihin ei siis ole erityisen korkea, huolimatta siitä, että aiemmin tässä sarjassa ilmestyneessä artikkelissa (Joensuu-Salo ym.,

2024) todettiin yritysten ja koko toimialan liikevaihdon kasvaneen viime vuosina. Tämä voi selittyä sillä, että liikevaihdon kasvu liittyy ruoan hinnan kallistumiseen (Hyrylä, 2023).

Taulukko 1. Elintarvikealan yritysten taloudellinen ja liiketoiminnallinen menestyminen viimeisen kolmen vuoden aikana. FoodCap-aineisto.

Yrityksen kehittyminen suhteessa kilpailijoihin viimeisen kolmen vuoden aikana		**1=heikosti**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7=erin-omaisesti**	**Keski-arvo**
Pääoman tuotto (ROI)	n=193	**18 %**	**18 %**	**19 %**	**27 %**	14 %	4 %	1 %	**3,1**
Kate (käyttökate)	n=193	13 %	**15 %**	**22 %**	**28 %**	**15 %**	6 %	1 %	**3,4**
Maksuvalmius (liiketoiminnan rahavirta)	n=193	11 %	14 %	**19 %**	**23 %**	**21 %**	10 %	2 %	**3,6**
Velkaisuus (omavaraisuus)	n=192	12 %	9 %	**17 %**	**23 %**	11 %	13 %	**15 %**	**4,1**
Kustannusten hallinta	n=193	8 %	10 %	**16 %**	**30 %**	**24 %**	10 %	3 %	**3,9**
Taloudellinen menestyminen ka. 3,6									
Uusien tuotteiden/palveluiden kehittäminen	n=192	6 %	10 %	**15 %**	**29 %**	**19 %**	**15 %**	7 %	**4,2**
Myyntimäärä	n=191	12 %	13 %	**19 %**	**22 %**	**24 %**	7 %	4 %	**3,7**
Markkinaosuus	n=191	**19 %**	16 %	**17 %**	**25 %**	12 %	7 %	4 %	**3,3**
Markkinoiden laajentaminen	n=194	**16 %**	**18 %**	**16 %**	**25 %**	12 %	9 %	3 %	**3,4**
Henkilöstön kehittäminen	n=193	**16 %**	11 %	**16 %**	**26 %**	**21 %**	6 %	3 %	**3,6**
Sidosryhmäsuhteet (rahoittajat, toimittajat, asiakkaat)	n=193	**15 %**	13 %	**15 %**	**28 %**	**18 %**	10 %	1 %	**3,5**
Liiketoiminnallinen menestyminen ka. 3,6									

Taloudellisen ja liiketoiminnallisen menestymisen elementeistä (ks. Taulukko 1) muodostettiin jatkoanalyysia varten summamuuttujat, joiden arvot olivat hyvät (taloudellinen menestymien $\alpha = 0{,}867$, liiketoiminnallinen menestyminen $\alpha = 0{,}894$). Kun tarkastellaan yritysten kokoa, liikevaihdoltaan pienimmät yritykset arvioivat sekä taloudellisen että liiketoiminnallisen menestyksensä selvästi heikommaksi verrattuna liikevaihdoltaan suurempiin yrityksiin (Taulukko 2).

Taulukko 2. Elintarvikealan yritysten taloudellinen ja liiketoiminnallinen menestyminen viimeisen kolmen vuoden aikana suhteessa yrityksen kokoon. FoodCap-aineisto.

Yrityksen liikevaihto	Taloudellinen menestyminen	Liiketoiminnallinen menestyminen
alle 50 000 eur	3,3	2,9
50 000 - 99 999 eur	3,5	3,5
100 000 - 499 999 eur	3,4	3,7
500 000 - 999 999 eur	4,1	4,3
1 - 4,99 Meur	3,7	3,6
5 Meur tai yli	4,3	4,5
	p=0,030	p<0,001

Jatkoanalyyseissa todettiin myös, että vientiä harjoittavilla yrityksillä sekä taloudellinen (ka. 4,0 vs. 3,5; p=0,047) että liiketoiminnallinen menestyminen (ka. 4,2 vs. 3,4; p<0,001) saivat selkeästi korkeampia arvioita verrattuna yrityksiin, jotka toimivat puhtaasti kotimarkkinoilla. Vientiä harjoitti 23 % vastanneista yrityksistä. Lisäksi on havaittavissa useissa aiemmissakin tutkimuksissa todettu yhteys kasvun ja menestymisen välillä (ks. esim. Sorama ym., 2015). Taloudellinen ja liiketoiminnallinen menestyminen viimeisen kolmen vuoden aikana oli selkeästi korkeampaa kasvaneilla yrityksillä verrattuna yrityksiin, jotka olivat säilyttäneet markkina-asemansa, tai joiden liikevaihto oli pienentynyt (Taulukko 3).

Taulukko 3. Elintarvikealan yritysten taloudellinen ja liiketoiminnallinen menestyminen viimeisen kolmen vuoden aikana suhteessa yrityksen liikevaihdon kehitykseen. FoodCap-aineisto.

Yrityksen liikevaihdon kehittyminen viimeisen kolmen vuoden aikana	Taloudellinen menestyminen	Liiketoiminnallinen menestyminen
Yrityksen liikevaihto on kasvanut yhteensä vähintään 30 %	4,1	4,3
Yrityksen liikevaihto on kasvanut yhteensä vähintään 10 %	3,7	3,8
Yritys on säilyttänyt markkina-asemansa	3,4	3,3
Yrityksen liikevaihto on pienentynyt	3,2	2,9
	p=0,008	p<0,001

Myös kasvuhakuisuuden ja menestymisen välillä oli tilastollisesti merkitsevä yhteys. Voimakkaasti kasvuhakuiset (ka. 3,9) ja kohtalaista kasvua tavoittelevat (ka. 3,8) arvioivat liiketoiminnallisen menestyksen noin numeroa korkeammilla arvioilla kuin yritykset, joilla ei ole kasvutavoitteita (ka. 2,9; p<0,001).

FoodCap paneutuu elintarvikealan kasvun taustoihin

Suomalaisen elintarviketeollisuuden kansainvälinen kilpailukyky on eurooppalaisessa vertailussa heikko (Juchniewicz & Łukiewska, 2021), johtuen paljolti pienestä yrityskoosta ja suhteellisen vähäisestä viennistä. Kokonaistilanteen muuttuminen positiivisemmaksi edellyttää ensisijaisesti kasvua ja menestystä yritystasolla. Tähänastisen analyysin perusteella elintarvikeala on varsin jakautunut näiden suhteen: joukossa on selkeitä menestyjiä, mutta myös yrityksiä, joiden oma kokemus menestymisestään ei ole vahva.

Opetus- ja kulttuuriministeriön rahoittama FoodCap-hanke paneutuu tutkimuksen keinoin elintarvikealan yritysten kasvun taustoihin ja edellytyksiin (Junkkari & Viljamaa, 2023). Tutkimuskyselyyn vastasi noin 200 suomalaista elintarvikealan yritystä. Tämä artikkeli kuuluu sarjaan, joka käsittelee FoodCap-tutkimuksen tuloksia. Tulevissa artikkeleissa paneudutaan mm. yritysten kyvykkyyksiin ja kehittämisen painopisteisiin.

Anmari Viljamaa
tutkijayliopettaja
SeAMK

Marja Katajavirta
asiantuntija, TKI
SeAMK

Sanna Joensuu-Salo
tutkijayliopettaja
SeAMK

Terhi Junkkari
yliopettaja
SeAMK

Margit Närvä
yliopettaja
SeAMK

Aiemmin sarjassa ilmestynyt:

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/https://lehti.app-staging.seamk.hion.dev/verkkolehti/suomalaiset-elintarvikealan-yritykset-tavoittelevat-kasvua-kehittamalla-omaa-toimintaansa-ja-kumppanuuksia/https://lehti.app-staging.seamk.hion.dev/verkkolehti/suomalaiset-elintarvikeyritykset-kehittavat-toimintaansa-ja-tuotantoprosessejaan/

Lähteet

Anderson, B.S., & Eshima, Y. (2013), The influence of firm age and intangible resources on the relationship between entrepreneurial orientation and firm growth among Japanese SMEs, *Journal of Business Venturing*, 28(3), 413-429.

Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120

Fiegenbaum, A., & Karnani, A. (1991). Output flexibility—A competitive advantage for small firms. Strategic Management Journal, 12(2), 101–114. https://doi.org/10.1002/smj.4250120203

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

Joensuu-Salo, S., Katajavirta, M., Viljamaa, A., Junkkari, T., & Närvä, M. (12.4.2024). Suomalaiset elintarvikealan yritykset tavoittelevat kasvua kehittämällä omaa toimintaansa ja kumppanuuksia. SeAMK verkkolehti. https://lehti.app-staging.seamk.hion.dev/verkkolehti/suomalaiset-elintarvikealan-yritykset-tavoittelevat-kasvua-kehittamalla-omaa-toimintaansa-ja-kumppanuuksia/

Juchniewicz, M., & Łukiewska, K. (2021). Diversity of the international competitive performance of the food industry of the European Union member states. Agribusiness, 37(2), 422–437. https://doi.org/10.1002/agr.21669

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/

Kafetzopoulos, D. (2020). Performance management of SMEs: A systematic literature review for antecedents and moderators. International Journal of Productivity and Performance Management, 71(1), 289–315. https://doi.org/10.1108/IJPPM-07-2020-0349

Länsiluoto, A., Joensuu-Salo, S., Varamäki, E., Viljamaa, A. & Sorama, K. (2019). Market orientation and performance measurement system adoption impact on performance in SMEs. *Journal of Small Business Management*, 57(3), 1027-1043.

Sorama, K., Varamäki, E., Joensuu, S., Viljamaa, A., Laitinen, E. K., Petäjä, E., Länsiluoto, A., Heikkilä, T., & Vuorinen, T. (2015). Mistä tunnet sä kasvajan – seurantatutkimus eteläpohjalaisista kasvuyrityksistä. (Seinäjoen ammattikorkeakoulun julkaisusarja A. Tutkimuksia 20). Seinäjoen ammattikorkeakoulu. https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-7109-05-2

Viljamaa, A., Katajavirta, M., Junkkari, T., Joensuu-Salo, S., & Närvä, M. (26.3.2024). *Kyselytutkimus vaatii vastaajia – elintarvikeala vastasi kutsuun*. SeAMK verkkolehti. https://lehti.app-staging.seamk.hion.dev/verkkolehti/kyselytutkimus-vaatii-vastaajia-elintarvikeala-vastasi-kutsuun/

Woschke, T., Haase, H., & Kratzer, J. (2017). Resource scarcity in SMEs: Effects on incremental and radical innovations. Management Research Review, 40(2), 195–217. https://doi.org/10.1108/MRR-10-2015-0239