



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU  
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

# Tämä on alkuperäisen artikkelin rinnakkaistallenne (kustantajan versio).

Viite:

Ryhänen, M. (2023). Kustannustietoisuus keskeistä naudanlihan tuotannossa. *Limousin*, (2023), 6.



# Kustannustietoisuus keskeistä naudanlihan tuotannossa

Naudanlihan tuottajan näkökulmasta epävarmuus markkinoilla näyttää kasvavan. Strategian laatimisella naudanlihan tuottaja voi tavoitella kilpailuasemansa parantamista markkinatilanteen muutoksista huolimatta. Tähän tarvitaan strategista ajattelua ja ajattelun käytäntöön vievää strategista suunnittelua. Porterin mukaan kilpailuetu markkinoilla on mahdollista saavuttaa kahdella tavalla, kustannusjohtajuudella tai erilaistamalla. Tiettyyn liharotuun erikoistuva naudanlihan tuottaja valitsee toimialan sisältä kapean kohderyhmän, jonka tarpeita palvelee. Hänellä on kaksi vaihtoehtoa: kustannuspainotteinen tai erilaistamispainotteinen kilpailustrategia.

**Kustannuspainotteista** keskittymistä hyödyntävä naudanlihan tuottaja pyrkii saavuttamaan kustannusedun osamarkkinoilla. Erilaistamisedun etsintä on lihan jalostajan kilpailukeino. Pääsääntöisesti teurastamo tavoittelee tasalaatuisia ruhoja tuotantoprosessiinsa. Siten naudanlihan tuottajan kilpailustrategia on pienen yksikkökustannuksen tavoittelu eli kustannusedun hankkiminen teurastamon vaatimusten mukaisen ruhon tuottamisessa. Naudanlihan tuottaja

saavuttaa kustannusedun, kun sen kaikkien toimintojen suorittamisesta aiheutuvat yhteenlasketut kustannukset ovat kilpailijoiden kustannuksia pienemmät.

**Erilaistamispainotteista** keskittymistä hyödyntävä naudanlihan tuottaja pyrkii erilaistamaan tuotettaan osamarkkinoilla. Pieni osa naudanlihan tuottajista erilaistaa tuotettaan oman jatkojalostuksen kautta ja markkinoi erilaistettuja tuotteita itse. He etsivät asiakasryhmiä, joilla on erityistarpeita lihan kuluttamisen suhteen, ja pyrkivät tyydyttämään näitä tarpeita paremmin kuin kilpailijansa. Menestyäkseen heidän on kyettävä tarjoamaan asiakkaille hinnanliskään oikeuttava lisäarvo. On syytä tiedostaa, että ainutlaatuisuus ei ole erilaistamista, jos asiakas ei koe sitä arvokkaaksi.

Tiettyyn liharotuun erikoistuva naudanlihan tuottaja voi tavoitella erilaistamisetua yhdessä teurastamon kanssa. Tällöin tietty joukko naudanlihan tuottajia sitoutuu tuottamaan ruhoja erityisehtojen mukaisesti. Kannattaa huomata, että tällöin erilaistaminen koskee koko joukkoa, ei pelkästään yhtä naudanlihan tuottajaa.

Naudanlihan tuotannossa tavoitellaan yleensä pientä kustannusta lihakiloa kohti. Suurimmalle osalle naudanlihan tuottajista teurastamo päättää ruhon laatukriteerit ja hinnan olipa tuotanto sitten tavanomaista, luomua tai liharotuisiin nautoihin erikoistunutta. Kun tavoitellaan kannattavaa tuotantoa, ruhon myyntihinnan ja sen tuottamiseen käytettyjen kustannusten suhde on ratkaiseva. Jos ruhon tuotantokustannus ei ylitä siitä saatavaa tuottoa, kannattavuustavoite saavutetaan.

Markkinaohjautuvassa taloudessa naudanlihan tuottajan on parannettava tietoisesti niin pitkällä kuin lyhyellä aikavälillä kilpailukykyään. Usein se merkitsee tuotantoprosessien kehittämistä sekä uusien toimintatapojen ja toimintamallien käyttöönottoa. Esimerkiksi kasvinviljelyä suunniteltaessa kannattaa selvittää rehu- kasvien tuottamisen yksikkökustannus itse tehden, yhteistyönä tai urakointipalveluna, ja valita edullisin.

Yliopettaja Matti Ryhänen ■  
Seinäjoen ammattikorkeakoulu