

Eeva-Leena Pellikka

## **Tilakoon kasvun vaikutukset maatalouskauppaan**

Opinnäytetyö  
Syksy 2017  
SeAMK Ruoka  
Agrologi (AMK)

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

## Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Ruoka

Tutkinto-ohjelma: Agrologi (AMK)

Suuntautumisvaihtoehto: Maatalousyrityksen tuotantoprosessit

Tekijä: Eeva-Leena Pellikka

Työn nimi: Tilakoon kasvun vaikutukset maatalouskauppaan

Ohjaaja: Juhani Suojaranta

Vuosi: 2017

Sivumäärä: 45

Liitteiden lukumäärä: 3

---

Työn tavoitteena oli saada tietoa maatalouskaupan kokemista muutoksista ja tilakoon kasvun vaikutuksista muutoksiin. Tutkimuksen tein Ilmajoen Eepee Agrille, joka on yksi Etelä-Pohjanmaalla sijaitseva Eepee Agrin toimipiste. Tutkimustieto työssä perustui haastatteluaineistoon, jonka keräsin Ilmajoen Eepee Agrin työntekijöiltä, heidän toimipisteen tuotetoimittajilta ja Eepee Agrin toimitusjohtajalta.

Haastatteluun soveltuvia työntekijöitä oli neljä. Haastattelua varten oli haastattelupohja. Haastattelun kysymykset käsittelivät pääasiassa maatalouskaupan asiakkaita ja tilakoon kasvun näkymistä kaupanteossa.

Toimipisteen tuotetoimittajia haastattelussa oli kahdeksan, heitäkin varten minulla oli haastattelupohja. Kysymykset käsittelivät pääasiassa tilakoon kasvun näkymistä heidän tuotetoimituksissa ja muussa toiminnassa.

Työstä kävi ilmi, että tilakoon kasvu näkyy jo vahvasti maatalouskaupan eri toimijoiden päivittäisessä toiminnassa. Suorien tilatoimitusten määrä on kasvanut todella paljon, ja tilalliset ovat entistä valveutuneempia maatalouden innovaatioista. Kilpailu on alalla kovaa ja se osaltaan aiheuttaa omistussuhteiden muutoksia ulkomaille, näin kaupanala pystyy paremmin vastaamaan kilpailuun suuremmilla volyyymeilla.

Avainsanat: maatalouskauppa, tilakoon kasvu

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

## **Thesis abstract**

Faculty: Food

Degree programme: Agrologist (AMK)

Specialisation: The agricultural production process

Author/s: Eeva-Leena Pellikka

Title of thesis: the effects of farm size growth on agricultural trade

Supervisor(s): Juhani Suojaranta

Year: 2017

Number of pages: 45

Number of appendices: 3

---

The aim of the project was to find out about the changes in agricultural trade and to investigate how farm size growth has changed the agricultural trade. The research was carried out for Ilmajoen Eepee Agri. The research was made because there is little research about this topic and the topic is topical. The research information consists of interviews with the employees, suppliers and managing director of Eepee Agri.

The interviewees of the four employees discussed their customers and the prospects for growth in the business. In addition, there were three supplementary questions for the Eepee Agri machine salesman. Ilmajoen Eepee Agri's supplier interviews discussed their product delivery and the impact of farm size growth on it. Eepee Agri's managing director interview discussed agricultural prospects today and in the future.

The research showed that farm size is growing and it will be seen as changes in agricultural trade. Direct stock deliveries are more common and the farmers are more aware of the issues in the industry. Competition in the industry is harder and for this reason moving to foreign ownership is a good thing because the competing becomes easier.

Keywords: agricultural shop, farm size

## SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ .....	4
Kuva-, kuvio- ja taulukkoluettelo.....	6
Käytetyt termit ja lyhenteet .....	7
1 JOHDANTO.....	8
2 MAATALOUDEN MUUTOS .....	9
2.1 Maatalouden muutokset.....	9
2.2 Tilojen heikko kannattavuus .....	10
2.3 Maatalouskaupan muutokset .....	11
2.4 Eepeen maatalouskaupat Hankkijalle .....	13
2.5 K- Maataloudet Lantmännenille.....	13
3 AINEISTO JA MENETELMÄT .....	15
4 TULOKSET .....	16
4.1 Työntekijöiden haastattelut.....	16
4.2 Tuotetoimittajien haastattelut .....	21
4.2.1 DeLaval.....	21
4.2.2 Hankkija Oy, Kasvinsuojeluaineet .....	22
4.2.3 Hankkija Oy, Rehuliiketoiminta, Suomen Rehu .....	23
4.2.4 Nordkalk.....	24
4.2.5 Rani plast.....	26
4.2.6 Taminco Finland Oy .....	26
4.2.7 Teollisuushankinta .....	28
4.2.8 Yara .....	29
4.3 Eepee Agrin toimitusjohtajan haastattelu .....	30
5 TULOSTEN TARKASTELU .....	34
5.1 Työntekijät .....	34
5.2 Tuotetoimittajat .....	36
5.3 Eepee Agrin toimitusjohtajan haastattelu .....	36
6 POHDINTA .....	38

LÄHTEET .....	40
LIITTEET .....	42

## **Kuva-, kuvio- ja taulukkoluetelo**

Kuvio 1. Maatilojen lukumäärä, keskimääräinen tilakoko, viljelyala ja maanrakentamisen määrä vuosina 1995-2015.....	9
Kuvio 2. Maatilojen kannattavuuskertoimia vuosina 2000–2015 .....	11

## Käytetyt termit ja lyhenteet

**Kannattavuuskerroin** Kertoo tuotannon kannattavuudesta. Kertoo kuinka suuri osa palkkavaatimuksesta ja oman pääoman korkovaatimuksesta on saavutettu.

**Tuotantoeläin** Tuotantoeläimillä käsitetään pääasiassa siipikarja, siat ja naudat. Tuotantoeläimestä puhutaan yleensä silloin, kun eläin on maataloustuotantoon kasvatettu eli se kasvatetaan mm. elintarviketuotantoa varten.

**Harraste-eläin** Harraste-eläin on eläin, joka on otettu omaan käyttöön. Sitä voidaan käyttää mm. omassa elintarviketuotannossa, seuraeläimenä tai harrastukseen.

# 1 JOHDANTO

Työn tavoite on saada tietoa maatalouskaupan kokemista muutoksista ja mahdollisista tulevista muutoksista liittyen tilakoon kasvuun. Haluan haastattelujen avulla saada kuvan siitä millaisia muutoksia tilakoon kasvu on aiheuttanut kaupanalalle. Tämän myötä tavoite on lisätä tietoa muutoksista ja mahdollisesta tulevasta kehityksestä. Työstäni on silloin hyötyä myös muille alan toimijoille ja tilallisille.

Opinnäytetyön aiheena on tehdä selvitys nykyisen maatalouskaupan muutoksesta. Tilakoon kasvun myötä maatalouskauppa on muuttunut paljon. Nykyään maatalouskaupan tuotteet liikkuvat yhä useammin puhelimen välityksellä tehtyjen kauppajen mukaan, näin ollen myymälässä käyvien ihmisten määrä on vähentynyt. Lisäksi tämä näkyy myymälän varastotilanteessa. Varaston tuotteet ovat enimmäkseen harraste-eläimille tarkoitettuja rehuja ja tuotantoeläimille löytyy enää pieniä erinä tiettyjä rehuja varastosta.

Työssä selvitän haastattelujen avulla maatalouskaupan muutoksia. Opinnäytetyö on tärkeä tulevaisuuden kannalta, koska aihe on todella tuore ja tulevaisuuteen tähtäävä. Aiheesta ei sen vuoksi ole enemmän tutkittua tietoa ja sen vuoksi saan hyvän tilaisuuden tutkia uutta aihetta. Toivon, että työstäni on hyötyä myös muille maatalouden parissa toimiville yrityksille ja kaupanalalle.

Eepee Agri on toiminut 110 vuoden ajan Etelä-Pohjanmaalla. Eepee Agrin ketju muodostuu seitsemästä Agri-myymälästä, yhdeksästä puutarhamyymälästä ja neljästä rautatuotteiden myymälästä. Eepee Agrit haluavat pitää huolen asiakkaiden tarpeista liittyen mm. kotieläimiin tai koneisiin ympäri vuoden. Eepee Agrit haluavat panostaa laadukkaisiin tuotteisiin, vahvaan ammattitaitoon, nopeaan toimitukseen ja aitoon asiakaspalveluun (Eepee Agri, [Viitattu 7.8.2017].)

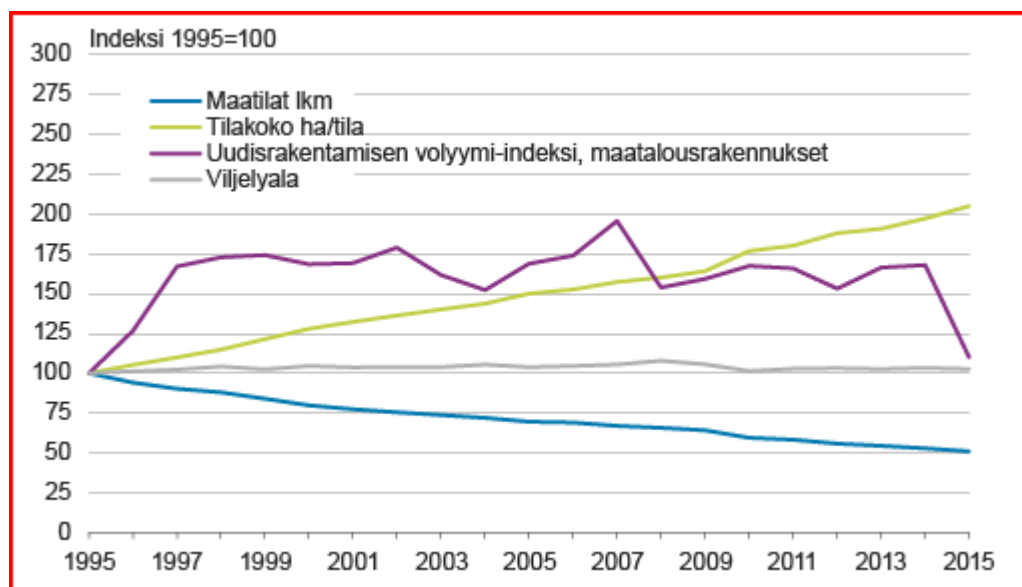
Eepee Agri on viime vuonna otettu yhtiöittämisen myötä yrityksen maatalous- ja rautakauppojen yhteiseksi nimeksi vanhan Agrimarketin tilalle. Tämä muutos on siirtänyt hiljattain Eepee Agreja kohti tanskalaisen Danish Agron omistusta. Danish Agron omistuksessa kaikki Eepee Agrit muuttuvat Hankkija-nimisiksi myymälöiksi, mitä on paljon tapahtunut jo, kun esim. kyrönmaan KPO myi omat myymälänsä hankkijalle.

## 2 MAATALOUDEN MUUTOS

### 2.1 Maatalouden muutokset

Suomen EU-jäsenyyden aikana maatalojen määrä on lähes puolittunut. Vuonna 1995 Suomessa oli vielä 100 000 tilaa, kun niiden määrä nyt on n. 50 000. Vielä vuonna 1995 joka toisella tilalla oli vielä kotieläimiä, nyt niitä löytyy enää vain joka kolmannelta. Eläinten määrä ei ole kuitenkaan kokenut niin suuria muutoksia vuosien saatossa. Esim. nautojen määrä on vähentynyt vuodesta 1995 vuoteen 1,1 miljoonasta 915 000 yksilöön. Suomessa tilakoko on ollut keskimäärin melko suuri verrattuna muihin EU-maihin (Jokela 17.10.2016.)

Suomen maatalous on kokenut suuria muutoksia viime vuosina. Suomessa oli vuonna 2015 50 999 maatalous- ja puutarhayritystä, vuoteen 2014 verrattuna määrä on kolme prosenttia matalampi. Noin 8500 tilaa on lopettanut toimintansa vuoden 2010 jälkeen, jäljelle jääneet tilat ovat puolestaan laajentaneet toimintaansa. Vuonna 2015 keskimääräinen peltoala tiloilla oli 44 hehtaaria. (Luke 18.2.2016.)



Kuvio 1. Maatalojen lukumäärä, keskimääräinen tilakoko, viljelyala ja maatalarakentamisen määrä vuosina 1995-2015 (Rautelin 2016)

Kuviosta yksi käy ilmi maatalouden kokemia muutoksia (Kuvio 1.) Maatilojen lukumäärä on vuoteen 2015 mennessä pudonnut n. 50 000 tilaan vuoden 1995 n. 100 000 tilasta. Määrä on siis suurin piirtein puolittunut 20 vuodessa. Tilakoko tänä aikana on kaksinkertaistunut, ja uudisrakentamisen määrä on vaihdellut voimakkaasti ja lähtenyt laskuun taas vuoden 2014 jälkeen. Viljelyalan määrä on pysynyt kuitenkin melko vakaana tällä aikajanalla.

Tiloista 86 prosenttia oli yhä edelleen perheviljelmiä, ja maatalousyhtymiä oli noin kahdeksan prosenttia. Perikunnilla tiloista oli vajaa kolme prosenttia, ja osakeyhtiöitä oli alle kaksi prosenttia. Jaana Kyyrä luonnonvarakeskuksesta kertoo perheviljelmien vähentyneen 12 prosenttia ja osakeyhtiöiden määrän puolestaan kasvaneen. Tilojen määrän väheneminen on seurausta toimintansa lopettaneista tai liian pieneksi jääneiden tilojen poistumisesta rekisteristä. Rekisterissä on vain yli 2000 euron arvoiset tilat (Luke 18.2.2016.)

Tästä kaikesta seuraa tiloilla työvoiman kokonaismäärän vähenemistä, kuitenkin jäljelle jäävät tilat tarvitsevat yhä enemmän työvoimaa. Eniten tilakoon kasvu työvoiman suhteen näkyy sesonkiaikana työvoiman tarpeen kasvuna. Suomalaisilla tiloilla lisätyövoima on kuitenkin hyvin usein viljelijäperheen omia jäseniä tai tuttuja, kuin esim. Tanskassa palkatun työvoiman määrä tiloilla on paljon suurempi, kertoo Kyyrä Lukelta. Lisäksi Kyyrä kertoo, että vuoden 2013 vuonna tehdyn rakennetutkimuksen mukaan melkein kolmasosa tilallisista harjoittaa muutakin yritystoimintaa tilan pitämisen ohella (Jokela 17.10.2016.)

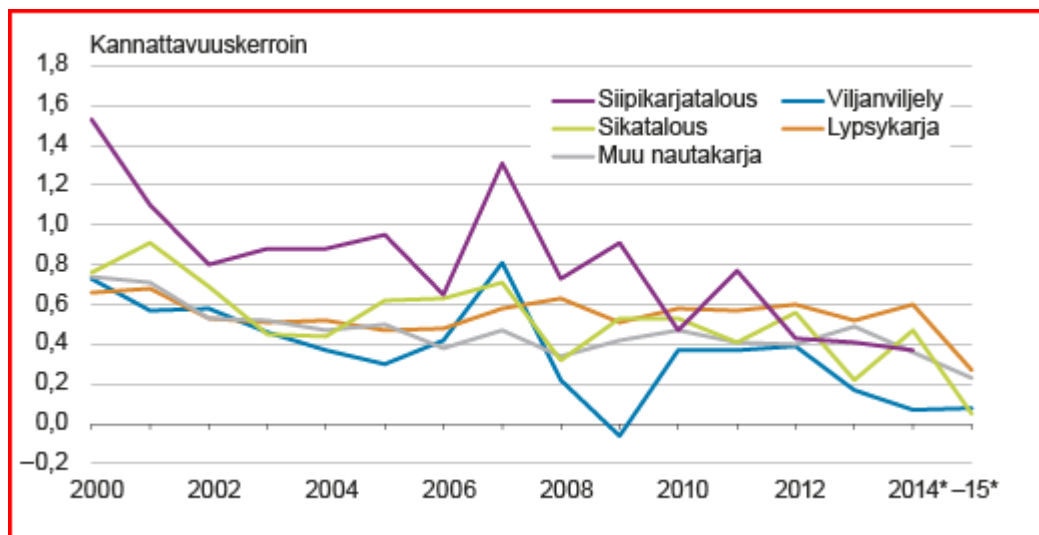
Koneellistuminen on osaltaan muuttanut töitä niin, että yksi ihminen pystyy hoitamaan suuremman määrän peltoa ja eläimiä. Näin ollen työvoiman tarve pienentyy samalla. Kyyrä arvelee, että tällainen kehitys jatkuu tulevaisuudessakin ja lopulta enää kannattavat ja elinkelpoiset tilat jäävät. Jäljelle jäävät tilat puolestaan säilyvät jatkuvalla kehittämisellä ja olemalla tehokkaita (Jokela 17.10.2016.)

## **2.2 Tilojen heikko kannattavuus**

Maatalouspoliittisessa debatissa nousi esille, että maatilojen kasvu ei näy maatilojen kannattavuuden parantumisena. Sen kerrotaan näkyvän mm. maaseudun au-

tioitumisena ja EU:n myötä maaseudun täystuhon lähentymisenä, koska tuet pienentyvät jatkuvasti (Leskelä 2014.)

Hyvinvointi perustuu kannattavaan yksityiseen elinkeinoelämään ja elinvoimainen yritystoiminta on tärkeää myös maaseudulle. Debatissa nousi esille myös maaseudun oleminen häviäjän osassa, kaupungin ja maaseudun vastakkaisasettelu on turhaa ja ihmisten tulisi muistaa, että maaseutu on täynnä mahdollisuuksia (Leskelä 2014.)



Kuvio 2. Maatilojen kannattavuuskertoimia vuosina 2000–2015 (Rautelin 2016)

Kannattavuuskertoimet tuotantosunnittain ovat vuosina 2000–2015 vaihdelleet todella paljon niin kuin kuviosta 2 käy ilmi (Kuvio 2.) Kaikilla tuotantosunnilla kannattavuuskertoimet ovat laskeneet kuitenkin tasaisesti keskenään 2000-luvulla. Huonoin kannattavuus vuonna 2015 on ollut sikataloudella. Viljanviljely tulee siinä aivan perässä. Muun nautakarjan ja lypsykarjan kannattavuuskerroin on ollut n. 0,3.

### 2.3 Maatalouskaupan muutokset

Maatilojen suurentuessa ja viljelijöiden oman tietotaidon lisääntymisen myötä maatalouskaupoilla on entistä kovempi työ pysyä maatilojen kovien ammattilaisten mukana. Danish Agron rehuliiketoiminnan johtaja Jacob Tetzlaffin mukaan tulevaisuudessa maatalouskauppa toimii yhä enemmän suurien yritysten ja osaavien

maanviljelijöiden kanssa. Käytännössä Tetzlaffin mukaan tämä tarkoittaa kaupan kansainvälistymistä ja myyjien osaamisen jatkuvaa kehittämistä (Kyytsäläinen 2014.)

Tetzlaff kertoo tilallisten hankkivan tuotteita yhä enemmän suoraan tehtailta. Tämän vuoksi hänen mukaan myös kaupan henkilökunnalle tulee paineita olla osavia, jotta asiakas voisi nähdä kaupassa asioinnin tärkeäksi itselleen. Tetzlaff kertoo myös kaupan voittomarginaalien olevan tärkeässä osassa jatkuvassa kilpailussa. Lopuksi Tetzlaff kertoo, että kaupan on oltava suuri, jotta se pärjää hankintakilpailussa, jatkuvasti kasvavien teollisuusyritysten kanssa (Kyytsäläinen 2014.)

Maatalouskaupan markkinat eivät ole enää kasvussa. Niissä on havaittavissa uusi EU-suomen taso. Hankkija-maatalouden aluepäällikkö Pentti Sillanpään mukaan volyymien lasku on ollut matalampaa, tämän takana on hänen mukaan maatalouden yksikkökoon kasvu. Yksikkökoon kasvun mukana kertaostoista on tullut suurempia. Sillanpään mukaan kauppa tulee suunnata entistä enemmän kuluttajalle tarjottaviin palveluihin. Laitilan Agrimarketpäällikkö Alpo Wallin kertoo heidän panostavan nykyään kuluttajalle suunnattuihin palveluihin entistä tiukemmin (Sankkila 22.7.2004.)

Kertaostojen suureneminen näkyy parhaiten rehukaupassa. Tilakoon kasvun myötä kertaostot ovat kasvaneet merkittävästi. Sillanpää kertoo sikatilallisten ostoissa näkyvän todella selkeästi tilakoon kasvu, koska EU:n myötä sikatilat ovat suuria yksiköitä. Myymälöistä tavaraa liikkuu yhä enemmän suoraan tiloille. Laitilan Agrimarketin liikevaihdosta 80 % on toimitusmyyntiä. Wallin kertoo rehuista jopa 95 % liikkuvan toimitusmyynti-periaatteella. Sillanpää puolestaan kertoo konekaupan muuttuneen enemmän asiakkaan kotona käytäväksi kaupaksi (Sankkila 22.7.2004.)

Sillanpään mukaan varsinaisesta rakennemuutoksesta ei kuitenkaan ole kyse, vaan sulkeutuvien myymälöiden tilalle tulevista monipuolisemmista myyntipisteistä. Sillanpään mukaan maatalous tulee säilymään koko Suomessa, mutta se olisi painottumassa Lounais-Suomeen. Sillanpää ja Wallin haluavat suhtautua hyvin myönteisesti Suomen maatalouskaupan tulevaisuuteen. Peltohehtaarit ja eläimet tulevat Sillanpään mukaan pysymään Suomessa. Lisäksi maatalousrakentaminen

tilakokojen suuretessa tuo uusia mahdollisuuksia maatalouskaupalle (Sankkila 22.7.2004.)

#### **2.4 Eepeen maatalouskaupat Hankkijalle**

Etelä-pohjanmaan osuuskauppa yhtiöitti viime vuoden keväällä maatalous- ja rautakauppansa Eepee Agreiksi. Nyt yhtiö on myyty tanskalaiselle Danish Agronomistamalle Hankkijalle. Kauppaa osattiin odottaa jo silloin, kun Eepee yhtiöitti myymälät Eepee Agreiksi viime keväänä. Suunta on koko ajan ollut Hankkijalle päin, koska Kyrönmaan KPO myi omat myymälänsä aikoja sitten jo Hankkijalle (Takalampi 25.4.2017.)

Hankkijan toimitusjohtaja Jyrki Lepistö kertoo hankkijalla olleen jo pitkään toimivaa yhteistyötä Etelä-pohjanmaan osuuskaupan ja alueen viljelijöiden kanssa. Lepistön mukaan tämä helpotti päätöstä kaupasta ja hän lisää vielä, että nyt he pystyvät selkeyttämään toimintaansa ja näin ollen parantamaan asiakkaiden hyötymistä palveluista. Kaupan taustalla Eepee Oy:n mukaan ovat maatalouden voimakkaat rakennemuutokset ja maatalouskaupan arvoketjun muuttuminen. Lisäksi heidän mukaan kauppa parantaa toimialan kilpailukykyä ja hankkijasta Eepee Oy:n mukaan on suuri hyöty suurena toimittajana. Näin ollen he pystyvät paremmin vastaamaan asiakkaiden tarpeisiin. Eepeen toimitusjohtaja Kimmo Simberg toteaa vielä, että kaupan jälkeen Eepee voi paremmin keskittyä muilla aloilla tapahtuvaan liiketoimintaan (Koneviesti 25.4.2017.)

#### **2.5 K- Maataloudet Lantmännenille**

Kesko Oyj on sopinut K-maatalouskauppojen kaupasta ruotsalaisen Lantmännen ek förin kanssa. Keskon pääjohtaja Mikko Helanderin mukaan maatalouden rakenne on kokenut merkittäviä muutoksia Suomessa. Tilojen lukumäärä vähenee ja maatalouskauppa kansainvälistyy ja keskittyy tämän muutoksen mukana. Kaupan myötä kauppiaiden asema vahvistuu yrityksessä ja kilpailukyky yhä vaikeammissa toimintaympäristössä paranee. Lantmännen-konsernin pääjohtaja Per Olof Nyman kertoo kaupan olevan tärkeä konsernille itämeren alueen viljakaupan kas-

vun kannalta. Konsernilla on Suomessa jo vahva asema leipomo- ja mallasteollisuudessa. Lantmännen saa kaupan myötä kuitenkin vielä paremman mahdollisuuden kasvaa ja kehittää Suomessa tapahtuvaa toimintaansa (Kesko Oyj 11.4.2017.)

### 3 AINEISTO JA MENETELMÄT

Tutkimustieto perustuu haastatteluaineistoon, jota olen kerännyt Ilmajoen Eepee Agrin työntekijöiltä ja kyseisen myymälän tuotetoimittajilta ja Eepee Agrin toimitusjohtaja Matti Vainionpäältä. Haastattelin työntekijät 31.8.2017 – 5.9.2017. Haastatteluja varten minulla oli lomakkeet, jotka toimivat runkona haastattelutilanteessa. Työntekijöillä lomake koostui seitsemästä kysymyksestä ja lisäksi konemyyjälle oli kolme lisäkysymystä.

Haastatteluun soveltuvia työntekijöitä Ilmajoen Eepee Agrissa oli neljä. Haastattelin kaikki sellaiset työntekijät, jotka ovat maatalouskaupan kanssa tekemisissä joka päivä ja tekevät tuotetilauksia. Työntekijöiden haastattelulomake koostui seitsemästä kysymyksestä, jotka käsittelivät maatalouskauppaa ja tilakoon kasvun mahdollisia vaikutuksia sen toiminnan muutoksissa (liite 1).

Tuotetoimittajat haastattelin 18.9.2017- 10.10.2017 välisenä aikana. Tuotetoimittajien haastattelulomake koostui yhdeksästä kysymyksestä (liite 2). Haastattelua varten valikoitui kahdeksan yrityksen tuotetoimittajaa. Heidän haastattelunsa käsittelivät maatalouskaupan muutoksia tuotetoimittajan näkökulmasta ja tilakoon kasvun vaikutuksia heidän toimintaansa.

Eepee Agrin toimitusjohtaja Matti Vainionpäättä haastattelin 24.10.2017. Hänelle suunnattu haastattelulomake koostui kahdeksasta kysymyksestä (liite 3). Hänelle suunnatut kysymykset käsittelivät maatalouskaupan muutoksia nyt ja tulevaisuudessa.

## 4 TULOKSET

### 4.1 Työntekijöiden haastattelut

Työtä varten haastattelin henkilökohtaisesti Ilmajoen Eepe Agrin työntekijöitä. Haastatteluun soveltuvia työntekijöitä oli neljä kappaletta. Mielestäni paras tapa haastatteluille oli tehdä ne henkilökohtaisena. Näin ollen haastateltavat uskalsivat paremmin puhua, mitä oikeasti ajattelivat. Kysymykset eivät olleet kovin hankalia, eikä niitä mielestäni ollut liikaa. Haastateltavat suhtautuivat mielestäni vakavasti haastatteluun, mikä oli hyvä asia. Lisäksi hyvä asia oli, että myöskään kukaan ei kieltäytynyt haastattelusta. Tuli sellainen olo, että haastatteluun osallistuttiin ihan mielellään.

Haastattelua varten minulla oli haastattelulomake, joka koostui seitsemästä kysymyksestä (liite 1). Haastattelulomakkeen suunnittelin itse. Ensimmäinen kysymys lomakkeella käsitteli tyypillistä asiakasta. Kysymyksen alakohtia olivat:

- Mitä asiakkaat ostavat ja miten paljon?
- Kumpia asiakkaissa on enemmän, tilallisia vai harrastelijoita?
- Tietävätkö asiakkaat mitä haluavat, vai tarvitsevatko he neuvontaa usein?

Haastattelun pohjalta tyypillinen asiakas ostaa lannoitteita, siemeniä, kasvinsuojeluvälineitä ja puutarhapuolen tuotteita kuten multaa. Kaksi haastateltavista kertoi tarkemmin asiakkaiden ostoista. Toisen mukaan vuodenaika vaikuttaa paljon ostomääriin. Keväällä on vilkkaampaa, kuin syksyllä. Yksi haastateltavista kertoi ainakin maatalousasiakkaan olevan yhä useammin ns. massatavaran ostaja. Kaupoissa puhutaan tuhansista euroista satojen eurojen sijaan (Hirvelä ym. 2017.)

Toinen alakohta käsitteli asiakasjakautumaa. Osa haastateltavista kiteytti oman alueensa asiakkaat pääasiassa maatalouspuolen asiakkaiksi. Toisilla taas kaupanteoko oli ehkä hieman laajempaa. Tässä muodostui hieman erilaisia mielipiteitä haastateltavissa. Luulen, että syy tähän oli heidän oma vastuualueensa. Vastaukset jakautuivat melko tasan eri vastaajaryhmien välillä (Hirvelä ym. 2017.)

Kolmas alakohta käsitteli neuvonnan tarvetta. Neuvonnan tarve jakautui melko tasaisesti, että osa asiakkaista tarvitsee neuvontaa ja toiset ovat hyvinkin päteviä. Yksi haastateltavista kertoi, että päätoimiset maanviljelijät tietävät todella hyvin mitä haluavat. Hän epäili, että syy tähän voisi ehkä olla heidän oma tiedonhankintansa ammattilehdistä. Yhden mielestä ennen täytyi tietää enemmän itse. Nykyään moni maanviljelijä tulee juttelemaan viljelysuunnitelma mukanaan, mikä on helpottanut todella paljon työntekijöiden työtä. Hänen mukaansa sen pohjalta on helppompaa lähteä suunnittelemaan tuotteita asiakkaalle. Hän painotti kuitenkin, että myyjän tuotetieto on oltava ajan tasalla myyjällä, ja kilpailu hankaloittaa toimintaa omalta osaltaan hintojen muodossa. Hyvän tarjouksen tekeminen on aina vain tärkeämmässä asemassa (Hirvelä ym. 2017.)

Yksi haastateltavista oli sitä mieltä, että neuvonta on tärkeää monelle, mutta kaikki sitä eivät halua. Kaupungistumisen myötä monilla nuorilla ei ole välttämättä ollenkaan tietoa puutarha- ja maatalouspuolen asioista. Hänen mukaansa asiakaskunta on kokenut jonkinlaisen muutoksen viiden vuoden kuluessa, perusasioiden neuvonnan tarve on kasvanut. Hän kertoo, että usein asiakkaalle yritetään kertoa ainakin vähän ohjeita tuotteen käytöstä myyntitilanteessa. Yleensä asiakkaat ottavat neuvot kuitenkin todella hyvin vastaan (Hirvelä ym. 2017.)

Toinen kysymys käsitteli tilakoon kasvun näkymistä asiakkaiden tuotetilauksissa tai myymälässä. Haastateltavat olivat melko lailla yhtä mieltä siitä, että tilakoon kasvu näkyy tuotetilauksissa ja myymälässä. Yksi haastateltavista kiteytti asian niin, että 10 vuotta sitten yritys myi kuluttajalle. Nykyään yritys myy yritykselle. Tilat ovat nykyään yhä enemmän yrityksen omaisia yksikköjä. Pienten tilojen määrä hänen mukaansa on vähentynyt ja niiden tilalle on tullut suuria maatalousyrittäjiä, joilla on vahva ammattitaito. Tämä on osaltaan kasvattanut ostomääriä. Ennen tilallinen osti muutaman tuotteen esimerkiksi viisi säkkiä eläinrehua, nykyään ostetaan kerralla koko lava. Tämä on johtanut siihen, että paljon tuotteita liikkuu niin, että ne tulevat nimikoituna myymälän varastoon. Asiakas hakee lavan itse, käymättä myymälän kassalla, tällöin tuotteesta on tehty jo ennakkoon sopimushinta. Kaupankäynti on muuttunut paljon siihen suuntaan, että myymälässä asioidaan yhä vähemmän. Hän painotti, että myymälästä on löydyttävä ns. käsivarasto, joka käsittää asiakkaiden päivittäisessä toiminnassa tarvittavia tuotteita. Tilallisille ”ar-

kisten” tuotteiden puuttuminen hyllyssä on huono asia ja näin ollen tyhjä hylly on huono hylly, koska asiakkaita täytyisi käydä kuitenkin myymälässä. Kilpailun hän kertoi myös nykyään olevan kovempaa. Tämän myötä tarjousten on oltava kilpailukykyisiä ja tarkkaan ajateltuja, mikä vaatii neuvottelutaitoa myyjältä (Hirvelä ym. 2017.)

Muut haastateltavat olivat samoilla linjoilla. Heiltä nousi esille yhden myynnin tuotemäärien kasvu. Varastotuotteet ovat muuttuneet muutaman vuoden sisällä. Ennen oli enemmän nauta- ja sikarehujä, nykyään niiden tilalle hevosrehujen määrä on monipuolistunut. Yksi haastateltavista painotti ennen kaikkea sikojen rehujen kadonneen melkein kokonaan. Yksi haastateltavista kertoi asiakkaiden kanssa toiminnan tapahtuvan yhä enemmän puhelimen ja sähköpostin välityksellä (Hirvelä ym. 2017.)

Kolmas kysymys käsitteli tilallisten yhteistoimintaa. Esille nousivat ostoringit. Ostoringien tarkoituksena on, että useamman tilallisen ”yhteisö” ostaa esim. koko lavan jotain tuotetta ja jakaa keskenään sen ringin henkilöiden kesken. Yhden haastateltavan mukaan kymmenen vuotta sitten tämä oli vielä uusi asia, mutta niiden määrä on kasvussa. Hänen kertoi, että tapa ei ole oikein toimiva, koska laskutus näissä ringeissä tapahtuu kuitenkin yksittäisille ringin jäsenille. Hänen mukaan olisi parempi, että ringistä yksi jäsen maksaisi koko laskun tuotteista ja ringin kesken tapahtuisi jokaiselta jäseneltä rahastaminen. Näin ollen kilpailusta olisi enemmän hyötyä, pystyttäisiin parempiin tarjouksiin (Hirvelä ym. 2017.)

Neljäs kysymys käsitteli tilakoon kasvun vaikutuksia tuotteiden hintoihin. Yhden haastateltavan mukaan suhdanteet vaikuttavat enemmän hintoihin kuin ostaja. Hän lisäsi vielä, että kaupan kate on nykyään hyvin pieni ja kilpailu on kovaa. Toisen mukaan hinnat ovat nousseet viime vuosina. Tilakoon kasvu hänen mukaan voisi näkyä tuotteiden pakkauskoossa. Ennen tuotteet olivat pienemmissä pake-teissa, nykyään pakkauskoot ovat suurentuneet, tähän voisi vaikuttaa tilakoon kasvu eli kuluttajien kasvanut tarve (Hirvelä ym. 2017.)

Viiden kysymys käsitteli ympäristöasioiden vaikutusta kaupantekoon. Esille nousivat uutisoinnin vaikutukset. Yksi haastateltavista nosti esille mm. suuren kohun Roundup-kasvinsuojeluaineen kieltopuheista muutaman vuoden takaa. Silloin ky-

seltiin paljon aineen käytön turvallisuudesta. Tuotetta löytyy kuitenkin yhä hyllystä ja uutisointikohu on kadonnut, koska tuote pysyi markkinoilla. Kuitenkin yhä tulee asiakkailta hyvin erilaisia kysymyksiä liittyen ympäristönäkökohtiin. Enemmän ne liittyvät nykyään kuitenkin esim. suojavajöhykkeisiin tai varoaikoihin, kuin ympäristöstävällisyyteen. Hänen mukaan myös kaupungeissa asuvat asiakkaat kyselevät enemmän ympäristöasioista, kuin maaseudulla asuvat. Karjapuolen tuotteiden ostajilla hän kertoi näkyvän tärkeimpänä kotimaisuuden (Hirvelä ym. 2017.)

Muut haastateltavat painottivat asiakkaiden omaa tietoutta ympäristöasioista, näin ollen asiasta ei ole paljoa puhetta. Lisäksi laki määrittää hyvin tarkasti mitä saa nykyään myydä ja asiakkaat tietävät sen, että heidän ostama tuote on turvallinen ja hyväksytty käyttöön. Suhtautuminen ympäristönäkökohtiin ei ole kuitenkaan mitenkään välinpitämätöntä, koska kaikki pyörii kuitenkin niiden ympärillä. Ympäristöasioiden laiminlyöminen on nykyään kuitenkin todella vaikeaa, koska valvonta on tarkkaa (Hirvelä ym. 2017.)

Kuudes kohta käsitteli asiakkaiden muunlaista yhteistyötä. Urakointi nousi esille, mutta tämän tyyppinen yhteistyö on hyvin vähäistä. Tilakoon kasvun myötä monella on ajatus, että koneet ja tarvikkeet on oltava itsellä, koska kaikki tarvitsevat niitä suurin piirtein samaan aikaan. Tämä muodostaa todellisen ongelman yhteisomistajuudessa ja sen vuoksi sitä on todella vähän (Hirvelä ym. 2017.)

Seitsemäs kohta oli vapaa sana liittyen tilakoon kasvuun ja/tai maatalouskauppaan. Yhden vastaajan mukaan tilakoko on kasvanut selkeästi viime vuosina. Asiakaspalvelu on tärkeässä asemassa, vaikka maatalouskauppa on ahtaalla rahallisesti, niin kuin tilallisetkin. Hän lisäsi vielä, että erilaisia maatalouden harrastajia on yhä enemmän ja se on hyödyllinen osa maatalouskaupalle. Muut kertoivat melko samoja asioita. Tilat ovat kasvaneet, mutta pieniäkin on vielä paljon. Viidesssä vuodessa tilausten koot ovat kasvaneet todella paljon. Pienet tilat sulautuvat pakosta isoihin tiloihin tavalla tai toisella. Yhteistyötä on enää hyvin vähän, koska isoille tiloille se ei ole mahdollista. Isot tilat tarvitsevat omat koneensa ja yhteisomistajuus ei ole mahdollista, koska peltoa on niin paljon. Yhden mukaan tilakoko kasvaa pakosta, perhetiloista on tullut yrityksiä. Monella tilallisella on pian tulossa suuria päätöksiä, kun vanha sukupolvi ikääntyy. Löytyykö tilalle jatkajaa, vai ajetaanko tuotanto alas. Hän puhui tienhaara-ilmästä eli tilalliset tulevat yhä enem-

män tienhaaraan sen suhteen jatkuuko toiminta vai ei. Hän kertoi peltomaanhinnan olevan kuitenkin hyvä, jos tila päättää lopettaa niin tilan pelloille ostajat löytyvät helposti. Tähän kaikkeen maatalouskaupan on sopeuduttava. Kustannuspaine on kova, ja tämän vuoksi hänen mielestään maatalouskauppojen myynnit ulkomaille on ainoa ratkaisu pysyä mukana kehityksessä. Näin kauppa pystyy vastaamaan suuremmilla volyymeillä tuleviin haasteisiin (Hirvelä ym. 2017.)

Konemyynnistä vastaavalle henkilölle esitin työtä varten muutaman oman koneisiin liittyvän kysymyksen. Ensimmäinen kysymys esitteli tilakoon kasvun näkymistä koneissa. Vaikuttaako se koneiden kokoon tai ominaisuuksiin. Vastaus kysymykseen oli myönteinen. Tilakoon kasvu näkyy haastateltavan mukaan koneiden koossa, koneet ovat suurempia ja näin ollen panostetaan kustannustehokkuuteen. Yhden ihmisen pitää pystyä tekemään enemmän työtä ja nopeammin, koska peltoa on yhä enemmän tilallisilla, mutta työvoima on rajallinen (Hirvelä ym. 2017.)

Toinen kysymys käsitteli sitä miten kaupat hoidetaan. Haastateltavan mukaan asiakas käy myymälässä yhä harvemmin. Kaupat tapahtuvat vielä jonkin verran puhelimessa ja sähköpostin kautta. Eniten kauppoja tehdään kuitenkin nykyään tilakäyntien muodossa. Myyjä menee siis tilalle suoraan katsomaan vaihdettavaa konetta ja sopii kaupat tilalla (Hirvelä ym. 2017.)

Kolmas kysymys käsitteli, näkyykö mahdollisia ympäristönäkökohtia koneissa tai ovatko asiakkaat kiinnostuneempia ympäristöasioista. Haastateltavan mukaan traktoreiden koko on kasvanut paljon. Näin ollen pellolla ei tarvitse olla enää niin kauan, kuin ennen. Tämä osaltaan vähentää päästöjen muodostumista, koska ennen pelloilla meni enemmän aikaa ja tilakoon kasvun myötä pelloilla menisi yhä enemmän aikaa. Pellolla työskentelyaikaa on siis voitu vähentää koneiden kokoa kasvattamalla. Kasvinsuojeluruiskuissa esille nousseita asioita ovat aineiden säästö. Nykyään kasvinsuojeluaineita ei tarvitse laittaa niin paljon, kuin ennen, koska ne ovat tehokkaampia. Tuotantotyyppi on myös yksi ympäristöasioihin vaikuttaja. Luomussa oleva tila ostaa usein erilaisen koneen, kuin perinteistä maanviljelyä harjoittava tila (Hirvelä ym. 2017.)

## 4.2 Tuotetoimittajien haastattelut

Työtä varten haastattelin Ilmajoen Eepee Agrin tuotetoimittajia 18.9.2017-10.10.2017 välisenä aikana. Työtä varten haastattelin sopivia henkilöitä DeLavalilta, Hankkija Oylta, Nordkalkilta, Rani plastilta, Taminco Finland Oysta ja Teollisuushankinnalta. Haastatteluja varten minulla oli haastattelulomake, joka koostui yhdeksästä kysymyksestä (Liite 2). Heidät haastattelin puhelimen tai sähköpostin välityksellä, koska tuotetoimittajat sijaitsevat eri puolilla Suomea ja näin ollen kasvokkain haastattelun suorittaminen olisi ollut suorastaan mahdotonta. Uskon, että puhelimesta sain kuitenkin ihan yhtä hyvät vastaukset, kuin kasvokkain. Haastattelut eivät tuntuneet ”aristelevalta” puhelimesta kysymyksiin vastaamista, vaikka kasvokkain tapahtuva haastattelu olisi totta kai ollut parempi tapa. Haastattelun kysymykset käsittelivät tuotetoimittajien toimittamia tuotteita yritykseen, niiden määriä ja toimitusten tyyppiä.

### 4.2.1 DeLaval

Yrityksestä haastattelin Matti Oinosta, joka vastaa yrityksen markkinoinnista. DeLaval toimittaa Eepee Agrille karjataloustarvikkeista pesuaineita, aitaustarvikkeita ja muita karjatilojen pientarvikkeita. Oinonen kertoi valikoiman löytyvän tarkemmin DeLavalin tarvikeluettelosta. Oinonen kertoi yhden lähetyksen painon olevan noin 500 kiloa ja tällainen lähetys lähtee keskimäärin kerran kuukaudessa Eepee Agrille (Oinonen 2017.)

Nimikoituja lähetyksiä yrityksestä lähtee noin 10–15 %. Suoria tilatoimituksia menee yrityksen omien huoltomiesten mukana tiloille ja lisäksi Eepeen halutessa voidaan tehdä suora tilatoimitus. Oinonen kertoi tilakoon kasvun näkyvän toimituksissa niin, että suorien tilatoimitusten määrä on kasvanut ja pakkauskoot ovat muuttuneet. Hän kertoi pesu- ja vedinkastoainepakkauksien koon kasvaneen. Isoilla tiloilla mm. pesuainepakkaukset ovat jo 60 litran tai jopa 200 litran kokoisia. Tällöin suora tilatoimitus on yleisin toimitustapa. Yrityksen tuotekehitykseen tilakoon kasvulla ei ole kuitenkaan ollut varsinaista vaikutusta, koska maailmanlaajuisesti Suomen tilakoko on kuitenkin pieni. Esimerkkinä Oinonen kertoi Virossa tilojen keskilehmäluvun olevan 130 lehmää, kun meillä Suomessa se on alle 40 lehmää.

Tilakoon kasvu näkyy Oinosen mukaan kuitenkin isompien pakkauskokojen me-  
nekin kasvuna (Oinonen 2017.)

Yhteistyötä yritys tekee meijerimyymälöiden kanssa. Monet asiakkaista haluavat  
ostaa karjataloustavaran oman meijerin tarjoamasta tarvikevalikoimasta. Maata-  
louskaupan keskittymisellä Oinonen näkee olevan vaikutusta heidän toimituksiin.  
Toimitusten koko on kasvanut ja yhä useammin toimitukset ovat suoria tilatoimi-  
tuksia (Oinonen 2017.)

#### **4.2.2 Hankkija Oy, Kasvinsuojeluaineet**

Yrityksestä haastattelin Katri Haavikkoa, joka vastaa yrityksessä kasvinsuojeluai-  
neista ja lehtilannoitteista. Haavikko kertoi Hankkija Oylta Eepee Agrille menevän  
käytännössä katsoen kaikkia Suomessa peltokäyttöön rekisteröityjä kasvinsuoje-  
luaineita. Tuotemääristä hänen oli vaikea sanoa mitään yksiselitteistä vastausta,  
koska kasvinsuojeluaineiden pakkauskoot vaihtelevat suuresti. Hän kuitenkin ker-  
toi kasvinsuojeluaineiden myynnin pysyneen vakaana useiden vuosien ajan Ee-  
peen alueella (Haavikko 2017.)

Nimikoitujen toimitusten lähetyksiin Haavikko ei osannut sanoa paljoa mitään,  
koska ne tapahtuvat Eepeen sisällä. Haastattelun perusteella heiltä ei lähde kui-  
tenkaan valmiina nimikoituja toimituksia Eepeelle, vaan Eepee määrittelee itse  
omassa varastossaan varatut tuotteet. Suoria tilatoimituksia hankkija kuitenkin  
tekee, jos Eepeeltä tulee ilmoitus sovitusta tilatoimituksesta (Haavikko 2017.)

Haavikon mukaan tilakoon kasvu ei näy yrityksen kasvinsuojeluainetoimituksissa.  
Suorien toimitusten määrä on hänen mukaan ollut vakaa jo noin viiden vuoden  
ajan. Tuotekehityksen etenemiseen Haavikko halusi ensin nostaa esille, että  
Suomessa ei ole yhtään kasvinsuojeluaineita valmistavaa yritystä, näin ollen suo-  
raa tuotekehitystä ei tapahdu. Suomeen tulevien kasvinsuojeluaineiden valmistus  
tapahtuu Amerikassa, Euroopassa tai Kiinassa. Tuotekehitystä tuetaan kuitenkin  
viestinnän avulla eli Suomesta annetaan palautetta ja neuvoja valmistaville yrityks-  
sille siitä, mitä Suomen markkinat tarvitsevat (Haavikko 2017.)

Yrityksen yhteistyöstä Haavikko nosti esille kaupallisen yhteistyön ja lisäksi heillä on hankeluontoista yhteistyötä muiden toimijoiden kanssa. Haavikko ei koe maatalouskauppojen sulkemisten vaikuttaneen enemmälti heidän toimituksiin. Hän kertoi heidän tekevän jonkin verran verkkokauppaa. Se ei heidän mukaan näy kuitenkaan vilkkaampana niillä alueilla, joissa maatalouskauppoja on suljettu, verrattuna alueisiin joissa maatalouskauppoja vielä on (Haavikko 2017.)

#### **4.2.3 Hankkija Oy, Rehuliiketoiminta, Suomen Rehu**

Suomen Rehu on tänä päivänä Hankkija Oy:n omistama rehubrändi. Työtä varten haastattelin Hankkija Oy:n rehuliiketoiminnan myyntijohtaja Juhani Ruhosta. Hän kertoi, että Hankkija on laskuttanut suoraan Eepeen alueella sika- ja siipikarjanrehut jo muutaman vuoden ajan. Eepeen alueella nauta-, erikois- ja harraste-eläinrehut myydään Eepee Agrin toimesta viljelijöille ja harraste-eläinten omistajille (Ruohonen 2017.)

Nutarehut toimitetaan pääosin suoraan Hankkijan Seinäjoen rehutehtaalta viljelijöille. Irtorehujen osuus on yli 90 %. Eepee Agrin myymäläverkoston kautta myydään kivennäiset, vitamiini-, hevოს- ja koiranrehut. Ruohonen kertoi Hankkijan laskuttavan Eepee Agrilta vuodessa yli 20 tuhatta tonnia rehuja. Kaikista rehuista erikois- ja harraste-eläinrehujen osuus on 5–10 % (Ruohonen 2017.)

Ruohonen kertoi Hankkijan valmistavan rehuasiakkaille ns. ”räätälöityjä rehuja” eli Sopiva-rehuja. Tällöin tilan säilörehu ja viljat analysoidaan ensin. Sitten tilan kanssa neuvotellaan maitotuotoksen ja pitoisuuksien tavoitteesta. Näiden tietojen pohjalta ”rehuräätäli” suunnittelee tilalle Sopiva-rehun. Rehutehtaalla Sopiva-rehujen osuus nutarehujen valmistuksesta on 15–20 %, ja määrä kasvaa jatkuvasti. Konsepti on Hankkijan kehittämä, ja se lanseerattiin tuottajille vuonna 2012 (Ruohonen 2017.)

Ruohosen mukaan tilakoon kasvu näkyy ”räätälöityjen rehujen ” kiinnostuksen kasvuna. Suurentuneet tilat haluavat itselleen parhaan mahdollisen lisärehun, jotta odotettu maitotuotos saavutetaan kustannustehokkaasti. Tilakoon kasvu näkyy myös rehujen toimituseräkoon kasvuna (Ruohonen 2017.)

Hankkijan rehujen tuotekehityksestä vastaavat henkilöt suunnittelevat ja kehittävät jatkuvasti uusia ja entistä parempia ruokintaratkaisuja. Yhtenä esimerkkinä ovat robottirehut. Yhdessä robottivalmistajien kanssa varmistetaan robottirehun jakelun mutkaton toimivuus navetoissa (Ruohonen 2017.)

Tärkeäksi yhteistyökumppaniksi rehuketjussa Ruohonen kertoi rehutoimituksista vastaavan logistiikkayrityksen Moveren. Rehut toimitetaan tiloille sovittuna aikana. Tämä asia korostuu tilakoon kasvaessa (Ruohonen 2017.)

Tilojen siirtymistä lähemmäs suuria keskuksia Ruohosen mukaan ei ole näkyvissä, mutta keskuksat kasvavat ja liittyvät toisiinsa. Ruohosen mukaan voimakas rakennekehitys on näkyvissä seuraavan viiden vuoden aikana. Esimerkiksi maitotilojen määrän arvioidaan puolittuvan Suomessa seuraavan viiden vuoden aikana. Tämä merkitsee myös maatalouskaupalle ja rehuvalmistajalle toiminnan uudelleen järjestelyjä (Ruohonen 2017.)

#### **4.2.4 Nordkalk**

Yrityksestä haastattelin Mika Erkkilää, joka toimii Nordkalkin Pohjois-Suomen myyntipäällikkönä. Yritys toimittaa Ilmajoen Eepee Agrille pääasiassa maanparannuskalkkia. Lisäksi he toimittavat myymälään jonkin verran ruokintakalkkeja. Erkkilä kertoi maanparannuskalkkikuormien olevan suuria, jopa 1000 tonnin kuormia. Ruokintakalkeissa puhutaan taas muutamista lavoista myymälän varastoon (Erkkilä 2017.)

Nimikoiduista toimituksista hän kertoi maanparannuskalkin menevän suoraan tilalle. Ruokintakalkkia menee puolestaan jonkin verran rehutehtaille. Lisäksi jonkin verran tuotteita tilataan myymälään asiakkaille varattuina lavoina. Erkkilän mukaan tilakoon kasvu ei varsinaisesti näy toimituksissa. Heiltä lähtevä maanparannuskalkki on ns. massatavaraa, joka lähtee kuorma-autolla heiltä suoraan tilalle. Tämä ketju toimii samalla tavalla, oli tila pieni tai suuri. Jälleenmyyjäverkoston hän kertoi kuitenkin harventuneen. Tuotteet muuttuvat, mutta asiakkaat yhä harvemmin tarvitsevat enää myymälää välikätenä toimitukselle, vaan tuotteet liikkuvat suoraan tehtaalta. Erkkilä kertoi, että isommat tilat ovat valveentuneempia pitämään pelto-

jensa maan kunnossa ja näin ollen heillä kalkitusväli on usein tarkempi kuin monella pienellä tilalla. Näin ollen tilakoon kasvu näkyy siinä, että suurtilallinen yleensä asioi useammin kuin pientilallinen (Erkkilä 2017.)

Tuotteena Erkkilä painotti kalkin olevan jo vanha keksintö, mutta tilakoon kasvun myötä tuotekehitys on mennyt hänen mukaansa positiiviseen suuntaan. Maanparannus koetaan tärkeämmäksi suuremmilla tiloilla, joissa toimii valvutuneita viljelijöitä. Lisäksi hän kertoi suurempien tilojen yrittäjämäisyyden näkyvän tilan ympäristöjen huolehtimisena. Tilojen pihat ovat nykyään usein asfaltoituja ja niihin on helppo mennä kuorma-autoilla. Tämä mahdollistaa jouhevasti toimivat tilatoimitukset. Erkkilä kertoi Nordkalkin uudesta maanparannusmahdollisuudesta, jossa kalkki sekoitetaan lietteen joukkoon, näin ollen kalkitus tapahtuu lietteenajon yhteydessä. Tämä on mahdollista tehdä tiloilla, joissa on hyvin suunniteltu ympäristö. Kuorma-autolla on päästävä lietesäiliön viereen, jotta kalkki saadaan lietesäiliöön sekoitusta varten. Isoilla tiloilla tämä Erkkilän mukaan usein on mahdollista, koska pihat on hyvin suunniteltu ja asfaltoitu (Erkkilä 2017.)

Yhteistyötä Erkkilä kertoi olevan kaikkien maatalouskauppojen kanssa. Yhteistyötä he tekevät myös kuljetusyritysten kanssa ja lisäksi jonkinlaista yhteistyötä muiden maataloustuotteiden myyjien kanssa kuten. Yaran. Pienien myymälöiden sulkemisella Erkkilä ei nähnyt olevan vaikutusta yrityksen toimituksiin. Toimitusketjun hän kertoi olevan samanlainen, vaikka myymälöitä on vähemmän. Suurempien myymälöiden hyvänä puolena hän halusi nostaa tilausjärjestelmien positiivisen kehityksen. Suuremmilla toimijoilla tilausjärjestelmät ovat usein paremmin toimivia ja ohjelmistoja on pystytty jopa yhdistämään. Samoilla ohjelmistoilla tilauksiin liittyvät työt ovat helpottuneet paljon (Erkkilä 2017.)

Loppuun Erkkilä kertoi vielä, että hänen mielestään jatkamispäätöksen tehneillä kotieläintiloilla on alempi keski-ikä. Kotieläintiloille hänen mukaan löytyy paremmin jatkavia nuoria, kuin kasvitiloille. Hänen mielestä kasvitilojen ikäpolvi onkin usein paljon vanhempaa kuin kotieläintilojen (Erkkilä 2017.)

#### 4.2.5 Rani plast

Yrityksestä haastattelin Harri Furuu, joka vastaa yrityksen kotimaan myynnistä. Yritys toimittaa Ilmajoen Eepee Agrille aumamuoveja vuosittain noin viisikymmenen tonnia. Ilmajoen Eepee Agri tekee vuosittain ennakkotilauksen vuoden alussa, jonka mukaan Rani plast toimittaa sovitun määrän aumamuovia myymälään. Näin ollen tehtaalta ei lähde suoraan nimikoituja lähetyksiä Eepee Agrin varastoon. Suorina tilatoimituksina Rani plast toimittaa kuitenkin suuria 300 metrin muovirullia (Furu 2017.)

Furun mukaan tilakoon kasvu ei näy ainakaan vielä heidän toimituksissa. Hän arveli sen näkyvän kuitenkin tulevaisuudessa heilläkin. Tilojen määrän vähentyessä hän arveli suorien tilatoimitusten määrän lisääntyvän ja aumamuovien kysynnän kasvavan samalla. Tilojen suurentuessa käärintäkalvojen kysyntä hänen mukaan laskee ja aumamuoveja alkaa mennä enemmän. Tulevaisuudessa Furu arveli tuotekehityksen koskevan tilakoon kasvun myötä halvempia tuotevaihtoehtoja ja muovien paksuuksia (Furu 2017.)

Jälleenmyynnin yhteistyökumppaneiksi Eepee Agrien lisäksi Furu kertoi K-maataloudet ja Hankkijan. Furun mukaan maatalouskauppojen keskittymisellä suuriin keskuksiin ei ole ollut vaikutusta heidän toimituksiin. Hänen mukaansa maatalouskaupan muutos on yleinen haaste muissakin maissa ja muutos tällä sektorilla on ollut jo pidemmän aikaa näkyvissä. Kilpailu lisääntyy jatkuvasti ja Furun mukaan on tärkeää löytää alalla työhönsä panostavia yhteistyökumppaneita (Furu 2017.)

#### 4.2.6 Taminco Finland Oy

Yrityksestä haastattelin Sami Saarikettua, joka on vastannut kuusi ja puoli vuotta yrityksen Keski-Suomen AIV-myyntistä ja tuoteneuvonnasta. Yritys toimittaa Eepeelle AIV-liuoksia ja heidän muurahaishappo tehtaalta Oulusta. Lisäksi toimitettavia tuotteita ovat tuotenimike Prima ja sioille tarkoitettu liemirehuhapate. Nautatiiloilla säilörehun säilöminen siiloihin ja aumaan on yleisempää kuin paaleihin. Siiloihin ja aumaan menevien happojen markkinaosuus Saariketun mukaan on noin

85 % ja paaleihin menevän noin 20–30 %. Suuret tilat säilövät suuria rehumääriä, tällöin Saariketun mukaan yleensä valitaan heidän tuotteita säilöntään, koska säilönnän onnistumisen varmuus on tärkeässä asemassa. Suurille tiloille heiltä lähtee tuotteita paljon irtoliuoksina, mikä on suurien tilojen suosituin toimitusmuoto. Toimitusmuotona irtoliuos on helppo isoille tiloille, koska tilausmäärät ovat suuria. Saarikettu kertoi myynnistä 70 % menevän irtoliuoksina suoraan tiloille (Saarikettu 2017.)

Saarikettu kertoi Eepeellä olevan oma tilausjärjestelmä, josta tilaus menee suoraan tehtaalle ja siitä kuljetusyritykselle. Suurin osa tuotteista menee suorina tila-toimituksina, jonkin verran Eepe Agrit pitävät kuitenkin käsivarastoa myymälässään. Saariketun mukaan tilakoon kasvu näkyy yhdelle tilalle menevän vuosittaisen liuosmäärän kasvuna. Liuoksien vienti tilalle on vähentynyt, mutta sitä vastoin yhden tilauksen litramäärä on kasvanut. Toisin sanoen enää ei viedä pieniä eriä useita kertoja kesän aikana, vaan isot tilat tilaavat kerralla isomman määrän liuosta. Lisäksi Saarikettu kertoi, että eläinmäärät eivät varsinaisesti ole kasvaneet monella tilalla, mutta maitotuotos kasvaa. Tällöin rehumenekki kasvaa ja rehua on oltava enemmän, vaikka tilakoko ei ole varsinaisesti kaikilla tiloilla ole muuttunut. Rehua tehdään useammin kesässä ja sen vuoksi tilatut liuosmäärät kasvavat. Seosrehuruokinnan lisääntyminen suurien tilojen mukana tuo lisäksi tiloille happotarpeen myös viljansäilöntään, kun tila alkaa käyttää litistettyä viljaa (Saarikettu 2017.)

Saariketun mukaan tuotekehitys on jatkuvaa. Heillä menee vuosittain useita projekteja liittyen tuotekehitykseen. Säilöntäteho tuotteissa on tärkein tekijä, kuitenkin nykyään asiakkaita yhä enemmän kiinnostaa muutkin ominaisuudet, joita hapoilla voitaisiin tehdä. Yritys on suunnitellut näihin liittyen hapon jossa on mukana seleenä. Lisäksi toimitusketjujen toimivuus on usein kehityksen alla. Nykyään tilalliset tarvitsevat tuotteet nopeasti, ja sillä saralla tuotekehitys on pysyttävä mukana ja koko ajan nopeampien toimitustapojen kehitystyö on tärkeää. Yrityksen yhteistyökumppaneiksi Saarikettu kertoi Valion ja muut meijerit, maatalouskaupat, kuten Eepe Agrit, erilaiset neuvontajärjestöt, kuten Pro Agria ja tutkimustyössä yhteistyökumppaneita ovat Luke ja Helsingin Yliopisto (Saarikettu 2017.)

Pienien myymälöiden sulkemisella ja maatalouden keskittymisellä on Saariketun mukaan ollut vaikutusta ainakin pakattujen tuotteiden osalta. Toimitusmatkat ovat pidentyneet ja osaltaan tuoneet haasteita lisää logistiikan kehittämiseen. Logistiikka kokee muutenkin muutoksia, koska jatkuvasti kehitetään nopeampia toimitustapoja, tilat ovat kuitenkin reagoineet muutoksiin hyvin. Tilallisille muutokset eivät kuitenkaan Saariketun mukaan tule uutena asiana ja he ovat osanneet sopeutua todella nopeasti. Heidän tuotteissaan hyvä puoli on toki säilyvyys, ja moni tilallinen sen jo ymmärtää, joten tilallisilla on usein omiakin ”hätävarastoja”. Lopuksi Saarikettu kertoi vielä, että toimitusmäärät ovat suurentuneet nykyään ja suurin osa tuotteista menee irtoliuksina suurentuneille tiloille. He tekevät tässä kentässä tärkeää työtä, koska ainakin maitotilalla tilan tulos tehdään onnistuneella säilörehulla (Saarikettu 2017.)

#### **4.2.7 Teollisuushankinta**

Yrityksestä haastattelin Seppäsen Jussia, joka on yksi yrityksen myynnistä vastaava henkilö. Teollisuushankinta toimittaa Ilmajoen Eepee Agrille maataloustuotteita. Pääasiassa toimitettavia tuotteita ovat rehun säilönnässä tarvittavat paa-lausmuovit, -verkot ja aumakalvot. Lisäksi he toimittavat jonkin verran karjapuolen tuotteita. Yrityksellä on varasto Kokkolassa, josta Seppänen kertoi tuotteiden lähtevän (Seppänen 2017.)

Eepee Agrille menevien tuotteiden määriä Seppänen ei osannut tarkkaan kuvata. Hän kertoi määrien vaihtelevan tuotteesta riippuen. Hän kertoi tuotteiden määrien olevan kuitenkin lavoittain myytäviä määriä. Toisinaan lähtee muutama lava ja joskus kuorma-auto lähtee täynnä lavoja kohti Eepee Agria. Suorina toimituksina tilalle Seppänen kertoi menevän suuret toimitukset, jotka käsittävät yhden tilaajan useita lavoja tai suuria lavakokoja kuten 1000 kilon lavoja. Hän lisäsi vielä, että 1000 kilon lava on turhaa rahtimaksujen takia viedä myymälään ja sieltä vasta tilalle. Jonkin verran lavoja kuitenkin menee suoraan myymälöiden varastoon ja sieltä eteenpäin ostajalle. Molemmissa tapauksissa asiakkaan laskutus tapahtuu kuitenkin myymälän kautta. Seppänen lisäsi vielä, että toimitukset ovat kasvaneet ja yksittäisten tuotteiden toimittaminen on yhä harvinaisempaa (Seppänen 2017.)

Tilakoon kasvun Seppänen kertoi näkyvän suoraan tilalle menevien toimitusten lisääntymisenä ja tilattujen tuotteiden määrän kasvuna. Nykyään yhden tilauksen lavamäärä on kasvanut ja tähän hänen mukaansa on syynä tilojen kasvu. Tuotekehitykseen Seppänen suhtautui niin, että perusideologia tuotteissa ei ole muuttunut mihinkään. Vaikka tiloilla eläinmäärät ovat kasvaneet, niin hän painotti, että eläimet eivät ole muuttuneet miksiäkään. Tuotekehitys on hänen mukaan toki tuonut robotteja tiloille, jotta ihmisten työ pysyy inhimillisenä eläinmäärien lisääntyessä. Hän lisäsi vielä, että tilallisten tietoisuus tuotteista ja heidän tarpeistaan tilalla on lisääntynyt. Tämä osaltaan tekee tuotekehityksestä tärkeää ja samalla luo haasteita tuotteiden kehityksen parissa työskenteleville (Seppänen 2017.)

Seppänen kertoi yrityksen olevan tukkukauppa eli se harjoittaa maataloustarvikkeiden maahantuontia ja tukkukauppaa, eikä heillä ole suoraa vähittäismyyntiä kuluttajille. Yrityksen yhteistyökumppaneiksi Seppänen kertoi maatalous- ja meijerikaupat. Heidän tuotteilla on Suomessa noin 120 myyjää. Seppänen oli sitä mieltä, että maatalouskaupan keskittymisellä ei ole ollut vaikutusta toimituksiin. Yhä on pieniä ja suurempia tiloja. Hänen mukaan suurilla keskuksilla ei ole vaikutusta tilojen sijaintiin. Myymälöiden sulkemisen suurimmaksi syyksi hän arveli tuotteiden helpottuneen liikkumisen suoraan tilalle, näin ollen ainakin paikallisten myymälöiden tarve häviää. Seppänen kertoi heiltä parhaassa tapauksessa tuotteiden liikkuvan parissa päivässä suoraan tilalle. Verkkokauppojen yleistymisen Seppänen myös uskoi vaikuttaneen useiden myymälöiden sulkemispäätöksiin. Verkkokaupassa tilallinen saa asioida silloin, kun hänellä on aikaa, koska verkkokaupat ovat usein ympäri vuorokauden auki (Seppänen 2017.)

#### **4.2.8 Yara**

Yrityksestä haastattelin Asko Kinnusta, joka on yksi yrityksen avainasiakaspäälliköistä. Eepee Agrit myyvät Yaran peltolannoitteita ja yara-vita-nestelannoitteita. Käytännössä katsoen Eepee Agrien tuotevalikoima on koko Yaran tuotevalikoima. Eepee tilaa tuotteet suoraan Yaran nettisivustolta sitä mukaa, mitä asiakkaat haluavat. Toimituksista lähes 100 % menee suorina tilatoimituksina. Eepee Agrit pitävät myymälöissä vain ns. hätävarastoa sesonkiaikana. Hätävarasto käsittää ylei-

siä lannoitteita pieninä määrinä, ne myydään tilallisille mm. silloin, jos jostain syystä tuote on tilalliselta loppunut. Tilakoon kasvu näkyy periaatteessa toimituksissa, mutta on muistettava kuitenkin, että aina lannoitetaan hehtaareja. Pienellä tilalla peltohehtaareja on vain vähemmän kuin isolla, mutta tuotteet ovat usein samoja. Kinnunen kertoi kuitenkin asiakkaan tilaaman lannoitemäärän keskimääräisesti kasvaneen, tähän vaikuttaa peltohehtaarien määrän kasvu tiloilla (Kinnunen 2017.)

Kinnusen mukaan tilakoon kasvulla ei niinkään ole vaikutusta heidän tuotekehitykseen, vaan ympäröivä maailma vaikuttaa siihen enemmän. Erilaisia säännöksiä on paljon, mitä on noudatettava ja lisäksi uusi ympäristöasetus vaikuttaa heidän tuotekehitykseen. Myös erilaiset trendit vaikuttavat yrityksen tuotteisiin ja lisäksi Kinnunen lisäsi tärkeänä osana viljelijöiltä ja jälleenmyyjiltä tulevan palautteen. Palautteiden mukaan tapahtuva tuotekehitys on yksi tärkeä osa yrityksen tuotekehitystä. Yrityksen logistiikan hoitaa Movere, mutta jälleenmyyjillä on myös omia logistiikka yrityksiä ja näin ollen logistiikka ei ole sidottua yhteen yritykseen. Muita yhteistyökumppaneita ovat Hankkija, Berner ja Lantmännen Agro (Kinnunen 2017.)

Tilojen määrä on Kinnusen mukaan harventunut. Tiloja ei niinkään siirry suurien keskuksien lähelle, mutta tilojen keskittymistä on havaittavissa jalostavan teollisuuden lähetyville. Kinnusen mukaan broileri- tai sikatilat ovat tästä hyvä esimerkki. Maitotiloja on kuitenkin vielä hajanaisemmin. Pienien maatalousmyymälöiden määrä vähenee ja asiakkaita käy yhä harvemmin myymälässä. Tuotteet myydään enemmässä määrin puhelimen välityksellä ja tämän vuoksi myymäläverkoston tiheydellä ei ole niin merkitystä Yara:n toimituksiin. Kinnunen piti kuitenkin tärkeänä myymäläverkostoa ja konkreettista myyjää. Tuotteilla on oltava markkinoija ja tässä kentässä tärkeänä osana ovat osaavat ja aktiiviset jälleenmyyjät (Kinnunen 2017.)

### **4.3 Eepee Agrin toimitusjohtajan haastattelu**

Työtä varten haastattelin Eepee Agrin toimitusjohtaja Matti Vainionpäättä 24.10.2017. Haastattelussa oli pohjana haastattelulomake, joka koostui kahdek-

sasta kysymyksestä (Liite 3). Haastattelu tehtiin puhelinhaastatteluna, koska se sopi Vainionpäälle parhaiten. Haastattelun kysymykset käsittelivät maatalouskaupan näkymiä nyt ja tulevaisuudessa.

Ensimmäinen kysymys käsitteli tilakoon kasvun näkymistä maatalouskaupassa. Vainionpään mukaan tilakoon kasvu näkyy kaupanteossa. Maatalouskauppojen koot ovat kasvaneet ja myytävien maatalouskoneiden koko on aiempaa suurempi. Myymälöihin tulee myös pieniltä tiloilta koneita, joille ei enää niin helposti löydy ostajaa, koska suuremmille tiloille kone on liian pieni. Konekaupan osalta tässä tilakoon kasvu on selkeästi näkyvässä. Lisäksi myyjien tietotaito on oltava entistä parempi, koska maatalousasiakkaat ovat entistä valveutuneempia maatalouden asioista. Tämän myötä kilpailu kasvaa myös, koska maatalouden asiakkaat haluavat parasta mahdollista palvelua ja vertailevat vaihtoehtoja entistä enemmän ennen lopullista ostopäätöstä (Vainionpää 2017.)

Toinen kysymys käsitteli maatalouskaupassa tapahtuvia lähivuosien muutoksia. Vainionpään mukaan maatalouskauppa keskittyy osaaville ja suuremmille toimijoille ja pieniä toimijoita poistuu. Lisäksi tuotteiden tilaaminen ulkomailta on hieman lisääntynyt, mutta kivijalkakaupat ovat yhä tarpeellisia (Vainionpää 2017.)

Vainionpää kertoi osan maatalousasiakkaista olevan suurtilallisia, jotka ovat keskittyneet pääasiassa yhteen tuotantosuuntaan. Tilojen koko kasvaa Vainionpään mukaan pakosta myös sen vuoksi, että eläinmäärää on kasvatettava ja näin ollen peltoalaa yksi tila tarvitsee entistä enemmän, jotta sivutuotteille kuten lannalle on sijoitustilaa. Tuotannon kasvattajat ovatkin usein jo valmiiksi suuria tiloja, jotka eläinmäärän kasvaessa investoivat lisäpeltoalaan. Sukupolven vaihdoksia tulevaisuudessa tapahtuu monilla tiloilla nykyisen viljelijäväestön ikääntymisen myötä. Sukupolvenvaihdokset tulevat olemaan yleisempiä kuitenkin valmiiksi suurilla tiloilla ja pieniä tiloja tätä kautta lopettaa yhä enemmän. Vainionpää kertoi Eepeen alueella viime vuonna tilojen määrän vähentyneen viidellä prosentilla (Vainionpää 2017.)

Kolmas kysymys käsitteli alalla tapahtuvaa kilpailua. Vainionpää nimesi Eepee Agrin kilpailijaksi mm. Lantmännenin, Bernerin, NHK-keskuksen ja Turun konekeskuksen. Kilpailu hänen mukaan koskee kaikkia tuoteryhmiä, eikä yhtä ryhmää

voi nostaa muita suuremmaksi. Kilpailu tuo maatalouskaupalle haasteita hintakehityksessä (Vainionpää 2017.)

Neljäs kysymys käsitteli työntekijöiden ajan tasalla pitämistä muuttuvassa ympäristössä. Työntekijät pidetään Vainionpään mukaan ajan tasalla erilaisilla koulutuksilla, joita kaikilla tuoteryhmävastaavilla on useita vuodessa. Eepee Agrin siirtyminen Hankkijan omistukseen on Vainionpään mukaan hyvä edistysaskel, koska hankkija on iso toimija ja heillä on hyvät kouluttajat työntekijöilleen. Alalle tarvitaan osaavia henkilöitä ja Eepee Agrilla muutaman vuoden sisällä tulee olemaan tarve nuorille osaajille, koska ikääntyviä osaajia poistuu eläkkeelle (Vainionpää 2017.)

Viides kysymys käsitteli Eepee Agrin työntekijöiden pohjakoulutuksia. Koulutukseen työntekijät ovat pääasiassa agrologeja. Agronomeja toimii pääasiassa erilaisissa päällikön tehtävissä. Osa työntekijöistä on myös hyvin pienellä pohjakoulutuksella töissä. Heillä on kuitenkin usein vahva käytännön tietotaito, koska he ovat entisiä tilallisia (Vainionpää 2017.)

Kuudes kysymys käsitteli Eepee Agrin yhteistyötä. Vainionpää kertoi yhteistyötä olevan monessa muodossa. Myymälät tekevät keskenään erilaisia tuotevaihtoja toisesta myymälästä loppuneiden tuotteiden muodossa. Myymättä jääneitä tuotteita levitetään alueen muille toimijoille, ainakin niille, joilla tuotetta on mennyt. Varosien vaihtoa tapahtuu myymälöiden kesken paljon, tästä hyvänä esimerkkinä ovat kuivurinosat. Maatalouskoneita myydään koko alueella, eli myymälöillä ei ole myymäläkohtaisia maatalouskoneita, vaan käytetyt koneet liikkuvat koko Eepee Agrin alueella myymälästä toiseen. Lisäksi kaikkien myymälöiden henkilökunnan kesken tapahtuu kaikenlaista tietotaidon ja kokemusten vaihtoa (Vainionpää 2017.)

Seitsemäs kysymys käsitteli sitä, onko tilakoon kasvu mahdollisesti uhka pientilalliselle. Vainionpään mukaan maatalouskaupan näkökulmasta uhkaa ei ole näkyvissä. Hänen mukaan tukipolitiikka on mm. suurempi uhka kuin tilakoon kasvu. Pienet tilat ovat yhtä tärkeitä toimijoita maatalouskaupalle kuin suuremmat. Tänä kesänä huonon sään vuoksi pientilalliset saivat pääasiassa alueella mm. viljankorjuut päätökseen helpommin kuin suurtilalliset, koska pelkästään jo peltoalaa on vähemmän (Vainionpää 2017.)

Kahdeksas kysymys oli vapaa kommentti. Vainionpään mukaan maatalouden näkymät ovat valoisat. Maatalouden valoisista näkymistä hän haluaa kiittää ennen kaikkea asiakkaita, unohtamatta tärkeää ketjua, joka pyörittää maatalousalaa. Yksi ketjun tärkeä osa on hyvä koulutus. Heille kesätyöläiset ja harjoittelijat ovat tärkeä osa toimintaa ja ammattikorkeakoulutus alueella on tärkeää, jotta saadaan uusia toimijoita alalle. Eepee Agri haluaa kannustaa nuoria alalle jakamalla tietoa ja tukemalla kouluttautumista harjoittelupaikkojen muodossa. Lopuksi Vainionpää toteasi vielä, kun maataloudella menee hyvin niin maatalouskauppa voi pysyä vahvana. Näin ollen erilaiset tuottajat ovat heidän toiminnan pohjana ja kaikki mahdollinen tuki halutaan antaa heille (Vainionpää 2017.)

## 5 TULOSTEN TARKASTELU

Tutkimus tehtiin teemahaastatteluna. Työtä varten haastattelin Ilmajoen Eepee Agrin työntekijöitä, heidän tuotetoimittajiaan ja Eepee Agrin toimitusjohtaja Matti Vainionpäättä. Jokaisella ryhmällä oli oma haastattelupohja, jonka kysymykset käsittelivät monista eri näkökulmista maatalouskaupan muutoksia ja tilakoon mahdollisia vaikutuksia siihen.

### 5.1 Työntekijät

Ilmajoen toimipisteen työntekijöiden haastattelut tein kaikki kasvokkain toimipisteessä, haastatteluun soveltuvia henkilöitä oli neljä. Haastattelutilanteet olivat hyvin rentoja ja niissä tuli paljon alalla toimivien myyjien kokemuksia esille. Heille suunnattu haastattelu käsitteli enimmäkseen maatalouskaupan asiakkaita ja tilakoon kasvun näkymistä kaupanteossa. Haastattelun perusteella tyypillinen asiakas nykyään ostaa enemmän tuotteita, kuin muutama vuosi sitten, mikä viittaisi tilakoon kasvuun. Myyjien asiakkaista melko lailla yhtä suuri osa on tilallisia kuin harrastelijoita. Kuitenkin tilallisten osuus vaikuttaisi hieman suuremmalle. Haastateltavien mukaan asiakkaat ovat pääsääntöisesti nykyään hyvin perillä maatalouden asioista ja neuvonnan tarve ei ole kovin suuri. Tilalliset tuntuvat olevan varsin päteviä ja tietoisia mm. maatalouden uusista innovaatioista. Tähän syyksi epäiltiin median lisääntyntä seuraamista.

Maatalouskaupassa tilakoon kasvu näkyy suurentuneina tilauksina. Nykyään kaupankäynti alalla on enemmänkin yritys myy yritykselle tyypistä kauppaa, kun se vielä kymmenen vuotta sitten on ollut yritys myy kuluttajalle tyypistä kaupankäyntiä. Myymälän varastossa muutos näkyy enimmäkseen tuotantoeläinten rehujen pienempänä valikoimana ja niiden tilalle tulleina monipuolisina harraste-eläinten rehuina.

Tilallisilla ei ole nykyään paljoa yhteistoimintaa. Jonkin verran urakoiteja tehdään vielä, mutta koneita tilat tarvitsevat nykyään niin paljon, että erilaiset yhteisomistajuudet eivät ole oikein mahdollisia enää. Jokainen tarvitsee omat koneet, koska peltotyöt tehdään samoihin aikoihin ja koneiden tarve on suuri. Tilallisten väliset

ostoringit nousivat kuitenkin yhteistoimintaa käsittelevän kysymyksen kohdalla esille.

Suhdanteiden ja kilpailun koettiin enimmäkseen vaikuttavan tuotteiden hintoihin. Tilakoon kasvulla ei koettu olevan vaikutusta tuotteiden hintoihin. Pakkauskoot joissakin tuotteissa ovat suurentuneet viime vuosina ja tähän nähtiin mahdollisesti tilakoon kasvun vaikuttaneen, koska suurentuneet tilat haluavat ostaa tuotteet suuremmissa pakkauksissa.

Ympäristönäkökulmat pyörivät joka päivä maatalouskaupan ympärillä, niistä ei tule kuitenkaan paljoa puhetta. Nykyään kaikki on tarkkaan säädeltyä ja asiakkaat tietävät, että myymälästä ostettu tuote on turvallinen. Esille nousevat asiat liittyvät enemmänkin suojavyöhykkeisiin tai varoaikoihin, kuin tuotteiden ympäristöystävällisyyteen. Karjapuolen asiakkaiden kohdalla tärkeänä asiana heille pidettiin kotimaisuutta. Lisäksi kaupunkilaisia kiinnostavat yleensä enemmän ympäristönäkökohdat, kuin maalaisia. Tämä voisi johtua erilaisesta valveutuneisuudesta.

Vapaan sanan kohtaan haastateltavilta nousi, että tilakoko on kasvanut viime vuosina selkeästi ja erilaiset maatalouden harrastelijat ovat tulleet vahvaksi osaksi maatalouskaupan asiakaskuntaa. Pieniä tiloja lopettaa jatkuvasti ja suuremmat laajentavat ostamalla pieniltä toimijoilta jääneitä peltoaloja. Kustannuspaine ajaa maatalouskaupat kuitenkin siirtymään ulkomaisille omistajille, näin ollen maatalouskaupalla on parempi mahdollisuus vastata tuleviin haasteisiin.

Konemyyjän haastattelussa kävi ilmi, että tilakoon kasvu näkyy selkeästi maatalouskoneissa. Niiden koko on kasvanut, koska kustannustehokkuus suurella tilalla taataan suuremmalla työkoneella. Peltoala lisääntyy monella tilalla, mutta työvoima on rajallinen, näin ollen ainut vaihtoehto tähän vastaamiseen on suurempi työkone. Kaupat työkoneista tehdään enimmäkseen nykyään suoraan tilalla, jossa työkone sijaitsee ja yhä harvemmin työkoneen myyjä tulee myymälään, soittaa tai laittaa sähköpostia. Ympäristönäkökulmat näkyvät traktoreiden suurentuneessa koossa. Suuremmalla traktorilla peltotyöaika on lyhempi ja päästöjä syntyy tämän myötä vähemmän. Lisäksi kasvinsuojeluaineita ei tarvitse laittaa niin paljoa kuin muutama vuosi sitten, tähän ovat vaikuttaneet ympäristöasiat.

## 5.2 Tuotetoimittajat

Ilmajoen toimipisteen tuotetoimittajien haastattelut tein enimmäkseen puhelinhaastatteluina, joku haastattelu suoritettiin sähköpostin välityksellä. Haastattelussa oli mukana kahdeksan tuotetoimittajaa eri puolilta Suomea, näin ollen puhelin- tai sähköpostihaastattelu oli oikeastaan ainoa vaihtoehto. Haastattelut olivat mielenkiintoisia, koska niissä tuli esille maatalouden tuotteiden monenlaisia eri muotoja. Haastattelussa käsiteltiin pääasiassa tuotetoimittajien näkökulmasta tilakoon kasvun näkymistä heidän toimituksissaan ja muussa toiminnassaan.

Nimikoituja lähetyksiä Eepee Agreille lähtee kaikilta tuotetoimittajilta ja lisäksi suuri osa niistä viedään suoraan tilalle. Tuotetoimittajien mukaan tilakoon kasvu näkyy muutamina asioina heidän toimituksissaan. Esille nousseita asioita olivat pakkauskojien suurentuminen, kohdennetusti suunnitellut tuotteet, suorien tilatoimitusten lisääntyminen ja kerta tilauksen koon kasvaminen. Tuotetoimittajien tuotekehitykseen vaikuttaneita esille nousseita asioita ovat viestintä, palautteet, toimivien tuotteiden kysyntä, valveutuneet asiakkaat, kilpailu, toimitustapojen kehitys ja säädökset. Näihin asioihin oletettiin tilakoon kasvun vaikuttavan. Tilalliset ovat nykyään entistä valveutuneempia maatalouden asioista. Tuotteita pitää tätä mukaa kehittää toimivammiksi ja tuotteet tulisi olla yhä nopeammin tilallisen saatavilla. Lisäksi tilalle halutaan nykyään usein tuote, joka on paras mahdollinen tilan toimintaan. Tämä lisää kilpailua ja kohdennettujen tuotteiden kehittämistä.

Haastatteluissa tuote toimittajien yhteistyökumppaneiksi nousivat meijerit, logistiikkayritykset, maatalouskaupat, neuvontajärjestöt, ja erilaiset hanke- ja tutkimustyötä suorittavat tahot. Haastateltavista moni oli sitä mieltä, että myymäläverkostojen harvenemisella ei ole ollut suurta vaikutusta heidän toimituksiin. Esille nousi kuitenkin suorien tilatoimitusten määrän kasvu. Lisäksi kasvavat välimatkat joidenkin mukaan tuo tulevaisuudessa uusia haasteita logistiikalle.

## 5.3 Eepee Agrin toimitusjohtajan haastattelu

Eepee Agrin toimitusjohtaja Matti Vainionpäälle suoritin työtä varten puhelinhaastattelun. Kysymykset käsitelivät tilakoon kasvun näkymistä maatalouskaupassa

nyt ja tulevaisuudessa. Lisäksi osa kysymyksistä käsitteli Eepee Agrin toimintaa. Vainionpään mukaan tilakoon kasvu näkyy ainakin maatalouskauppojen koon kasvuna. Lisäksi myytävien maatalouskoneiden koko on kasvanut, mihin tilakoon kasvulla on selkeä vaikutus. Asiakkaat ovat myös varsin valveutuneita uusista tuotteista. Kilpailu on osaltaan kasvanut, valveutuneiden asiakkaiden myötä. Asiakkaat vertailevat nykyään enemmän vaihtoehtoja ennen varsinaista ostopäätöstä.

Tulevaisuuden näkymistä nousi esille pienien toimijoiden poistuminen ja kaupan keskittyminen suuremmille toimijoille. Lisäksi ulkomailta tilataan jonkin verran tuotteita, kuitenkin kivijalkakauppojen säilyttäessä tarpeellisuutensa.

Eepee Agrin kilpailijaksi nousivat Lantmännen, Berner, NHK-keskus ja Turun konekeskus. Kilpailua näiden toimijoiden kanssa on kaikissa tuoteryhmissä, ja se tuo mukanaan uusia haasteita kehitykselle.

Työntekijöille järjestetään vuosittain erilaisia koulutuksia, jotta he pysyvät mukana kehityksessä jota alalla tapahtuu. Pohjakoulutukseltaan työntekijät ovat pääasiassa agrologeja ja agronomeja. Eri paikkakuntien Eepee Agrit ovat tiiviissä yhteistyössä toistensa kanssa, työntekijät vaihtavat osaamistaan. Myymälöillä on tuotteiden vaihtoa ja työkoneita myydään koko alueella yhden myymälään sijaan.

Tilakoon kasvu ei maatalouskaupan näkökulmasta ole uhka pientilalliselle, tukipolitiikka ohjaa enemmän heidän toimia. Maatalouskaupalle pieni toimija on yhtä tärkeä kuin suurempikin.

## 6 POHDINTA

Tutkimus onnistui mielestäni hyvin ja sitä oli kiva tehdä. Itsestäni tuntui todella mielekkäälle tuoda lisää tutkimustietoa maatalouskaupan kokemista ja tulevista muutoksista. Aihe on varsin uusi ja sen vuoksi itselle se oli todella mielenkiintoinen. Tutkimustieto työssä koostuu erilaisista teemahaastatteluista, joita varten haastattelin Ilmajoen Eepee Agrin työntekijöitä, toimipisteen tuotetoimittajia ja Eepee Agrin toimitusjohtajaa. Haastattelut menivät mielestäni hyvin, vaikka suurin osa niistä oli puhelinhaastatteluja. Mielestäni puhelinhaastatteluun osallistuneet henkilöt osasivat kuitenkin hyvin rennonoloisesti vastata kysymyksiini. Hyvä asia haastatteluissa oli myös se, että kukaan ei kieltäytynyt haastattelusta ja sain haastateltua kaikilta tahoilta haastatteluun sopivaa henkilöä.

Tutkimuksen varsinaisena aiheena olivat maatalouskaupan muutokset ja tilakoon kasvun vaikuttaminen siihen. Haastatteluista selvisi, että tilakoon kasvulla on selkeästi ollut vaikutuksia jo maatalouskauppaan ja muutoksia on havaittavissa myös muutamien vuosien päästä lisää. Kaikki maatalouskaupan osatekijät ovat kokeneet omalla alallaan jonkinlaisia muutoksia, joiden takana monien mielestä on tilakoon kasvu. Suorat tilatoimitukset ovat astuneet maatalouskaupan kuvaan tykättyinä toimitustapana. Tämä kertoo tilakoon kasvaneen ja tilallisten elämänrytmin muuttuneen kiireisemmäksi eläinmäärien ja peltoalojen kasvaessa. Yhä harvemmin tilallinen asiakas käy myymälässä sopivamassa kaupoista, vaan ne tehdään yhä useammin puhelimesta, sähköpostilla tai suoraan tehtaalle. Tämä on pienentänyt osaltaan myymälöiden varastossa olevien tuotteiden määriä, koska suurin osa tuotteista tilataan kohdennetusti. Myymälöiden varastoissa harraste-eläinten määrän kova kasvu näkyy niille soveltuvina tuotteina vastapainona tuotantoeläinten tuotteiden vähenemiselle.

Muuttuvassa ympäristössä tuotekehityksen on pysyttävä mukana. Tilalliset haluavat parhaan mahdollisen vaihtoehdon heidän toimintaansa. Tämä on tuonut osaltaan markkinoille kohdennettuja tuotteita. Lisäksi tilallisten oma tietotaito tuo paineita tuotevalmistajille ja niitä myyville henkilöille pysyä ajan tasalla uusista innovaatioista. Tilallisten tietotaito on lisännyt myös kilpailua, nykyään moni tilallinen kilpailuttaa tuotteet ennen lopullista ostopäätöstä. Näin ollen hintakehityksessä on

oltava niin valmistajien, kuin myyjien ajan tasalla, jotta he voivat tehdä parhaan mahdollisen tarjouksen. Tämä on osaltaan aiheuttanut myymälöiden omistussuh-teissa siirtymisiä ulkomaille. Omistuksen muuttuessa laajemmaksi yrityksellä on paremmat mahdollisuudet vastata kilpailuun ja toimia suuremmilla volyyymeilla. Tutkimus opetti minulle, että tilakoon kasvulla on ja tulee olemaan vaikutuksia Suomessa käytävään maatalouskauppaan. Kehityksessä on pysyttävä koko ajan mukana, mikä tuo uusia haasteita kentässä toimiville henkilöille. Kaikki maatalous-kaupan toimijat tarvitsevat toisiaan ja tietotaidon jakamista tapahtuukin paljon eri toimijoiden välillä. Näin ollen maatalouskaupan toimijat voivat yhdessä vastata paremmin heille tuleviin haasteisiin.

Tutkimuksen tulokset ovat mielestäni luotettavia. Tutkimustieto pohjautuu enim-mäkseen vain haastatteluaineistoon, mutta aiheen ollessa niin uusi muuta tutki-mustietoa oli vielä hyvin vähän olemassa. Haastatteluista vain muutama tapahtui kasvokkain, mikä oli tulosten kannalta varmasti huono asia. Toisaalta haastattelut olisi ollut oikeastaan mahdoton järjestää kasvokkain, koska haastateltavat olivat ympäri Suomea.

## LÄHTEET

- Eepee agri. Ei päiväystä. Reilua palvelua lakeudelta- yli 110 vuoden kokemuksella. [Verkkosivusto]. [Viitattu 7.8.2017]. Saatavana: <http://www.eepeeagri.fi/>
- Erkkilä, M. 2017. Myyntipäällikkö. Nordkalk. Haastattelu 22.9.2017.
- Furu, H. 2017. Myyjä. Rani plast. Haastattelu 26.9.2017.
- Haavikko, K. 2017. Osastopäällikkö. Hankkija Oy. Haastattelu 22.9.2017.
- Hirvelä, A. 2017. Myyjä. Eepee Agri Oy. Haastattelu 31.8.2017.
- Jokela, A. 17.10.2016. Maatilojen määrä vähenee – toiminta monipuolistuu. [Verkkojulkaisu]. [Viitattu 23.8.2017]. Saatavana: <https://www.luke.fi/maatilojen-maara-vahenee-toiminta-monipuolistuu/>
- Kesko Oyj. 11.4.2017. Kesko myy K-maatalous-liiketoimintansa Lantmännenille. [Tiedote]. [Viitattu 12.10.2017]. Saatavana: <http://www.kesko.fi/media/uutiset-ja-tiedotteet/porssitiedotteet/2017/kesko-myy-k-maatalous-liiketoimintansa-lantmannenille/>
- Kinnunen, A. 2017. Avainasiakaspäällikkö. Yara. Haastattelu 10.10.2017.
- Koneviesti. 25.4.2017. Hankkija ostaa Eepee Agrin. [Verkkojulkaisu]. [Viitattu 4.9.2017]. Saatavana: <http://www.koneviesti.fi/uutiset/hankkija-ostaa-eepee-agrin-1.186111>
- Kyytsäläinen, J. 7.4.2014. Suurentuvat tilat vaativat ammattimaista maatalouskauppaa. Maaseudun Tulevaisuus. [Verkkojulkaisu]. [Viitattu 4.9.2017]. Saatavana: <http://www.maaseuduntulevaisuus.fi/maatalous/suurentuvat-tilat-vaativat-ammattimaista-maatalouskauppaa-1.60083>
- Leskelä, V-P. 20.11.2014. Heikkilä: Tilakoko kasvanut, kannattavuus ei. [Verkkojulkaisu]. [Viitattu 4.9.2017]. Saatavana: <https://www.suomenuutiset.fi/heikkila-tilakoko-kasvanut-kannattavuus-ei/>
- Luke. 18.2.2016. Maatalous- ja puutarhayritysten määrä vähenee ja tilakoko kasvaa. [Verkkojulkaisu]. [Viitattu 23.8.2017]. Saatavana: <https://www.luke.fi/uutiset/maatalous-ja-puutarhayritysten-maara-vahenee-ja-tilakoko-kasvaa/>
- Oinonen, M. 2017. Markkinoija. DeLaval. Haastattelu 9.10.2017.

- Rautelin, M. 28.6.2016. Valonpilkahdus viljelijän ahdinkoon. Tieto & trendit. [Verkkojulkaisu]. [Viitattu 30.10.2017]. Saatavana: <http://tietotrendit.stat.fi/mag/article/178/>
- Ruohonen, J. 2017. Myyntijohtaja. Hankkija Oy. Haastattelu 27.9.2017.
- Saarikettu, S. 2017. Asiakaspäällikkö. Taminco Finland Oy. Haastattelu 28.9.2017.
- Sankkila, H. 22.7.2004. Maatalouskauppa kosiskelee kuluttajia. Turun Sanomat. [Verkkojulkaisu]. [Viitattu 4.9.2017]. Saatavana: <http://www.ts.fi/uutiset/talous/1073980793/Maatalouskauppa+kosiskelee+kuluttajia>
- Seilo, M. 2017. Marketpäällikkö. Eepee Agri Oy. Haastattelu 6.9.2017.
- Seppänen, J. Myyjä. Teollisuushankinta. 2017. Haastattelu 18.9.2017.
- Säntti, S. 2017. Myyjä. Eepee Agri Oy. Haastattelu 31.8.2017.
- Takalampi, A. 25.4.2017. Maatalouskaupan myllerrys jatkuu - Hankkija ostaa Eepeen maatalouskaupan. Pohjalainen. [Verkkojulkaisu]. [Viitattu 4.9.2017]. Saatavana: <https://www.pohjalainen.fi/uutiset/maakunta/maatalouskaupan-myllerrys-jatkuu-tanskalainen-hankkija-ostaa-eepeen-maatalouskaupan-1.2274189>
- Vainionpää, M. 2017. Toimitusjohtaja. Eepee Agri. Haastattelu 24.10.2017.
- Ylämäki, M. 2017. Myyjä. Eepee Agri Oy. Haastattelu 31.8.2017.

## **LIITTEET**

Liite 1. Haastattelulomake työntekijöille

Liite 2. Haastattelulomake tuote toimittajille

Liite 3. Haastattelulomake päälliköille

**LIITE 1****Haastattelulomake työntekijöille**

1. Millainen on tyypillinen asiakas
  - Mitä ostaa ja miten paljon?
  - Kumpia enemmän tilallisia vai harrastelijoita?
  - Tietävätkö asiakkaat mitä haluavat vai tarvitsevatko he neuvontaa usein?
2. Näkykö tilakoon kasvu mielestäsi asiakkaiden tuote tilauksissa tai myymälässä?
3. Onko tilallisilla yhteistoimintaa enemmän keskenään nykyään?
4. Ovatko tuotteiden hinnat muuttuneet ajan myötä tai tilakoon kasvun myötä?
5. Vaikuttavatko ympäristöasiat kaupantekoon?
6. Onko asiakkaiden välillä yhteistyötä, jos on niin millaista?
7. Vapaa sana

**Konemyyjä**

1. Tilakoon kasvun näkyminen koneissa? (koko, ominaisuudet)
2. Miten kaupat hoidetaan? (myymälässä, puhelimesta, tilalla, jne.)
3. Näkyvätkö ympäristönäkökohdat koneissa, entä asiakkaissa?

**LIITE 2****Haastattelulomake tuote toimittajille**

1. Mitä toimitatte Eepee Agrille?
2. Millaisia määriä tuotteita toimitatte Eepee Agrille?
3. Kuinka suuri osa lähetyksistä on nimikoituja?
4. Toimitatteko tuotteita suoraan tilallisille?
5. Näkyykö tilakoon kasvu toimituksissa, jos näkyy niin miten?
6. Miten tuotekehitys on edennyt? Onko tilakoon kasvulla vaikutusta kehitykseen?
7. Teettekö yhteistyötä muiden toimijoiden kanssa, jos niin millaista yhteistyötä?
8. Ovatko tilat siirtyneet lähemmäs suuria keskuksia?
  - Pieniä myymälöitä suljetaan ja maatalouskauppa keskittyy suurempiin keskukseen, onko ollut vaikutusta toimituksiin?
9. Vapaa sana

**LIITE 3****Haastattelulomake päälliköille**

1. Näkyykö tilakoon kasvu jo maatalouskaupassa? Jos näkyy, niin miten?
2. Millaisia muutoksia maatalouskaupassa on havaittavissa muutaman vuoden kuluttua? (esim. omistussuhteet, asiakkaiden määrä)
3. Millaista kilpailu on alalla? Onko sitä?
4. Kuinka työntekijät pidetään ajan tasalla muuttuvassa ympäristössä? (mm. tuotekehityksessä)
5. Millaisia pohjakoulutuksia työntekijöillä on?
6. Tekeekö eri paikkakuntien Eepee Agrit yhteistyötä, jos tekee niin minkälaista?
7. Onko tilakoon kasvu uhka pientilallisille?
8. Vapaa sana