
PERUNANKORJUU-URAKOINNIN TARVE JA MARKKINOINTI



Ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyö

Maaseutuelinkeinojen koulutusohjelma

Mustiala, työn kansituspvm.

Atte Mäkitalo

Heikki Perho



Koulutusohjelma
Paikkakunta

Maaseutuelinkeinojen koulutusohjelma
Mustiala

Työn nimi

Perunankorjuu-urakoinnin tarve ja markkinointi

Tekijät

Atte Mäkitalo ja Heikki Perho

Ohjaava opettaja

Harri Luukko

Hyväksytty

_____._____.20____

Hyväksyjä

MUSTIALA
Maaseutuelinkeinojen koulutusohjelma
Maatilatalous

Tekijät Atte Mäkitalo ja Heikki Perho **Vuosi** 2010

Työn nimi Perunankorjuu-urakoinnin tarve ja markkinointi

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyön aiheen valinta oli helppoa, koska Pyhäjärven Perunankorjuu Oy oli Atte Mäkitalolle jo ennestään tuttu ja hän tuntee yhtiön perustajajäsenet. Pyhäjärven Perunankorjuu Oy halusi kartoittaa alueensa perunankorjuu-urakoinnin tarvetta sekä lisätä markkinointia ja tätä kautta saada uusia asiakkaita. Markkinoinnin lisääminen työhön laajensi aihetta niin, että siitä riitti tekemistä kahdelle, jolloin päätimme tehdä opinnäytetyön parityönä.

Tavoitteeksi asetimme saada yhtiölle näkyvyyttä sekä uusia asiakkaita. Näkyvyyttä haettiin perunanviljelijöille kohdistetulla kyselyllä, nettisivuilla, tarramainoksilla ja otimme yhteyttä myös ammattilehtiin.

Työ pohjautuu Apetit Pakaste Oy:n ja Finnamyl Oy:n perunanviljelijöille lähetettyihin kyselyihin (250 kpl) ja näistä saatuihin vastauksiin (137 kpl). Tämän pohjalta lähdimme luomaan markkinointisuunnitelmaa ja etsimään mahdollisia uusia asiakassuhteita.

Konkreettisina tuloksina voidaan pitää kuutta uutta asiakasta sekä uusia kotisivuja (www.perunannosto.net). Kyselyn kautta saatiin myös paljon muuta hyödyllistä tietoa perunanviljelystä ja viljelijöiden mielipiteistä.

Työn tuloksiin voimme olla tyytyväisiä. Kyselystä saatiin arvokasta tietoa ja tämän pohjalta markkinointisuunnitelma oli helppo rakentaa. Myös toimeksiantajamme on tekemäämme työhön tyytyväinen. Ensi vuotta ja tulevaa sesonkia ajatellen Pyhäjärven Perunankorjuu Oy:n olisi hyvä mainostaa alan lehdissä sekä ylläpitää kotisivujaan, jotta näkyvyys säilyisi. Yhtiön tarkoitus on kasvattaa asiakaskuntaa myös tulevaisuudessa vanhoja asiakkaita unohtamatta.

Avainsanat perunannosto, markkinointi, kysely, urakointi ja perunanviljely

Sivut 20 s. + liitteet 4 s.

Mustiala
degree Programme in Agricultural and Rural Industries
Agriculture Option

Author Atte Mäkitalo and Heikki Perho **Year** 2009

Subject of Bachelor's thesis Need for potato harvesting contracting and its marketing

ABSTRACT

Selection of final project was easy because Pyhäjärven Perunankorjuu Oy was already familiar to Atte Mäkitalo and he knows the company's founding members. Pyhäjärven Perunankorjuu Oy wanted to identify the possible opportunities for the region's potato harvest contracting and also increase their marketing and this way get new customers. When marketing was added to the subject, we thought the thesis would be so broad that there was enough work for two students.

The target of the project was to get visibility and new customers for the company. Visibility was sought by targeted questionnaire for potato farmers, with a website, an advertising sticker and also by contacting some newspapers.

The work is mainly based on the query that was sent to Apetit Pakaste Oy and Finnaml Oy's potato farmers (250 farms) and the responses received (137 farms). Based on these results we started to create a marketing plan and search for new customers.

We achieved concrete results in the form of six new customers and new home pages (www.perunannosto.net). Through the questionnaire also a lot of other useful information on potato cultivation and farmers' opinions was received.

We believe that we managed well in our work. We met our own expectations and the sponsor is satisfied with our work, too. Before the next season and in the future it would be good for Pyhäjärven Perunankorjuu Oy to advertise in journals and to maintain its website in order to grow the visibility. The target of the company is to get more customers in the future naturally without forgetting the old customers.

Keywords potato harvesting, marketing, query, contracting and potato crop

Pages 20 p. + appendices 4 p.

SISÄLLYS

1. JOHDANTO.....	1
2. PERUNAN VILJELY URAKOINTIALUEELLA	2
2.1 Apetit Pakaste Oy.....	2
2.2 Finnamyl Oy.....	2
3. PYHÄJÄRVEN PERUNANKORJUU OY	4
3.1 Pyhäjärven Perunankorjuu Oy:n tunnuslukutiivistelmä.....	5
3.2 DeWulf R 3000 MEGA itse kulkeva perunannostokone	6
4. KYSELY	7
4.1 Kyselyn kysymykset	7
4.1.1 Kysymys 1, Viljelijän tiedot.....	7
4.1.2 Kysymys 2, Peruna-ala hehtaareina ja perunan käyttötarkoitus.....	7
4.1.3 Kysymys 3, Miten perunankorjuu tapahtuu tällä hetkellä?	7
4.1.4 Kysymys 4, Oletteko juuri uudistanut tai uudistamassa perunankorjuukalustoa?.....	7
4.1.5 Kysymys 5, Jos ette ole jo siirtynyt urakoitsijan palveluihin, oletteko kiinnostuneet ulkoistamaan perunankorjuun?	7
4.1.6 Kysymys 6, Haluatteko, että teihin otetaan yhteyttä perunankorjuu-urakointiin liittyvissä asioissa?.....	8
5. KYSELYN YHTEENVETO JA TULOKSET.....	9
5.1 Kysymys 2, yhteenveto.....	9
5.2 Kysymys 3, yhteenveto	10
5.3 Kysymys 4, yhteenveto	11
5.3.1 Kysymyksen 4 ”Ei” vastausten ”Jokin muu syy” kohdan mietteitä.....	12
5.4 Kysymys 5, yhteenveto	12
5.4.1 Kysymyksen 5 ”Kyllä” vastausten ”Jokin muu syy” kohdan mietteitä. 14	
5.4.2 Kysymyksen 5 ”Ei” vastausten ”Jokin muu syy” kohdan mietteitä.....	14
5.5 Kysymys 6, yhteenveto	14
6. MARKKINOINTISUUNNITELMA	15
7. PÄÄSTIINKÖ TAVOITTEESEEN.....	17
8. KUVIA PYHÄRVEN PERUNANKORJUU OY:N NOSTOKONEESTA.....	18
9. LÄHTEET	20

LIITE 1	Saate
LIITE 2	Kyselylomake sivut 1-2
LIITE 3	Tarrat

1. JOHDANTO

Opinnäytetyömme käsittelee ja tarkastelee tarkemmin Alasatakunnan alueen perunankorjuu-urakoinnin tarvetta. Lisäksi toteutimme toimeksiantajallemme Pyhäjärven Perunankorjuu Oy:lle markkinointisuunnitelman. Pyhäjärven Perunankorjuu Oy toimii Alasatakunnan alueella, josta se nostaa n. 145 - 170 hehtaarin alalta perunaa. Suurin ala nostetaan osakkaiden omilta pelloilta (yhdeksän osakasta), mutta koneella on myös kapasiteettia aiempaa suurempaan urakointiin. Tähän urakoinnin lisäämiseen yhtiö tarvitsi meidän apuamme. Nyt tarkastelemme lähemmin alueemme kahden suuren tehtaan (Apetit Pakaste Oy:n ja Finnamyl Oy:n) perunan sopimusviljelijöille suunnatun kyselyn tuloksia. Tulokset esitämme niin kaavioina kuin tekstinäkin. Asetimme itsellemme tavoitteen saada yhtiölle edes yhden uuden asiakkaan ja siinä onnistuimme moninkertaisesti.

Markkinointisuunnitelmaan hahmottelimme tehtäväksi yhtiölle omat nettisivut. Sivujen teosta ja toteutuksesta on työssämme oma osio. Suunnittelimme yhtiölle oman ”tarrabrändin”, niistä kuvat liitteissä (LIITE 3). Markkinointisuunnitelmassamme onnistuimme mielestämme kohtalaisen hyvin. Lisäksi suunnitelmiiimme kuului lehtijutun teko, josta yhtiö olisi saanut ns. ilmaista mainosta, mutta valitettavasti tämä ei toteutunut.

2. PERUNAN VILJELY URAKOINTIALUEELLA

Tässä osiossa käydään läpi urakointialueen perunaviljelyyn liittyviä asioita sekä kerromme alueen kahdesta tehtaasta (Apetit Pakaste Oy ja Finnamyl Oy), jotka viljelyttävät perunaa sopimusviljelynä. Pääasiassa alueen perunat menevät teollisuuteen tärkkelysperunaksi (TP) ja ruokateollisuusperunaksi (RTP). Toimeksiantajamme Pyhäjärven Perunankorjuu Oy:n nostokoneella nostetaan perunaa molemmille tehtaalle. Lisäksi yhtiön koneella nostetaan tavallista ruokaperunaa (RP) sekä osakkaiden omia siemenperunoita (SP). Pyhäjärven Perunankorjuu Oy:n nostoalueella toimii kilpaileva yritys Lallin Perunannosto Oy, joka suorittaa myös urakointinostoa. Todellista kilpailua ja uhkaa ei yritysten välillä ja toiminta-alueilla ole.

2.1 Apetit Pakaste Oy

Apetit Pakaste Oy:llä on 26 sopimusviljelijää, joiden hallinnassa oleva yhteenlaskettu perunanviljelyala on noin 300 hehtaaria. Apetit Pakaste Oy:n tehdas sijaitsee Lännen Tehtaiden alueella Säskylässä ja se kuuluu Lännen Tehtaiden konserniin. Sopimusviljelijät ovat sitoutuneet yhdessä tehtaankanssa IP-tuotantoon, jonka perustana on harkituilla ja oikea-aikaisilla toimenpiteillä pyrkiä parantamaan tuotteiden laatua ja vähentämään viljelystä aiheutuvia ympäristöhaittoja. Tätä menetelmää kehitetään jatkuvasti yhdessä Apetit Pakaste Oy:n, viljelijöiden ja tutkijoiden kanssa. (*Perttu 2009.*)

Perunan viljelijöiltä vaaditaan jatkuvaa kouluttautumista ja tarkkaa pellon kasvun seurantaa. Jokainen mukana oleva viljelijä tuntee perunan vaatimukset ja pitää kirjaa pellon tapahtumista. Apetit Pakaste Oy:llä ei ole mitään urakoinnin lisääntymistä vastaan. (*Apetit 2009.*)

2.2 Finnamyl Oy

Finnamyl Oy:llä on sopimusviljelijöitä 265, joista kymmenellä on luomuperunasopimus. Tehtaan sopimusala on yhteensä 3527 hehtaaria. Keskimääräinen tilakohtainen peruna-ala on noin 13,3 hehtaaria/tila. Niistä saadaan perunakiloja n. 425000 kiloa/tila. Tehdas sijaitsee keskeisellä paikalla ja keskimääräinen etäisyys tilalta on noin 45 kilometriä. Vuoden 2008 keskitärkkelysprosentti oli 18,7 %. Vuoden 2009 syksyllä keskitärkkelysprosentti oli 19,41 %. Vuonna 2008 tehdas sai valmista tärkkelystä 24000 tonnia. Sivutuotteena saadaan nautakarjalle perunarehua noin 14000 tonnia ja lähialueiden peltojen parannusaineeksi perunasta tulee solunestettä noin 80000 m³. Kokemäen tehdas on saanut ISO 9001:2000 laatusertifikaatin. (*Tärkkinetti 2009.*)

Tehdas käyttää saamastaan tärkkelyksestä 60 % jatkojalostuksen kautta paperiteollisuuden käyttöön. Tämä sopii yhtiön omistajan Ciba Speciality Chemicals liiketoimintaan, jonka yksi tuoteryhmä on paperiteollisuuden kemikaalit. Loput 40 % tärkkelyksestä menee elintarvikekäyttöön niin kotimaahan kuin ulkomaille. Kokemäen tehtaalla pakataan ja valmistetaan kotitalouksissa tarvittavat perunajauhot, Helmi-suurimot ja Ruskea kasti-kesuuruste. (*Tärkinetti 2009.*)

3. PYHÄJÄRVEN PERUNANKORJUU OY

Pyhjärven Perunankorjuu Oy on perustettu vuonna 2000 ja silloinen nostokone oli käytettynä ostettu kaksirivinen itse kulkeva DeWulf. Tätä ennen jokainen nykyisistä osakkaista nosti perunansa omalla hinattavalla perunankorjuu - koneella, johon tarvitaan työtunteja ja työntekijöitä huomattavasti enemmän kuin itse kulkevalla perunankorjuukoneella suoritettuun nostotyöhön. Tähän viljelijät halusivat muutosta ja kimpapakoneen ostosta sekä yhtiön perustamisesta oli puhuttu viiden perustajajäsenen kesken jo pitemmän aikaa, koska peruna-alat ja työmäärät olivat kaikilla kasvaneet jatkuvasti. Lopulta mukaan saatiin seitsemän osakasta, joille merkittiin kullekin 100 osaketta, jolloin koko yhtiön osakekannaksi tuli 700 osaketta. Näin kaikki osakkaat osallistuivat koneen hankintaan samansuuruisella pääomalla eli kaikki osakkaat ovat samanarvoisia. Yhtiö laskuttaa osakkaita nostettujen hehtaarien mukaan. Myös asiakastilojen laskutus tapahtuu samalla periaatteella DeWulf - merkkisen koneen valintaan vaikutti suuresti aktiivinen ja asiantunteva myyjä Anssi Väätänen R. Laaksonen Oy:stä. Hän järjesti myös tutustumiskäynnin Belgiaan DeWulfin tehtaalle, jossa kauppa allekirjoitettiin. Harkinnassa oli myös Grimme-merkkinen itse kulkeva perunankorjuukone, mutta todellista tarjouskilpailua ei käyty. Koneeseen saatiin avustusta ja korkotukilainaa TE-keskukselta. Vanhalla koneella nostettiin perunaa n. 90 hehtaaria vuodessa ja urakoinnin osuus hehtaareista oli hyvin vähäinen. (Reko 2010).

Osakkaiden määrän lisääntyessä seitsemästä yhdeksään perustettiin vanhan yhtiön nimen alle uusi yhtiö. Tämä tapahtui vuonna 2005 ja silloin yhtiö osti uuden itse kulkevan kaksirivisen DeWulf MEGA R3000 perunanostokoneen. Tällä kertaa Pyhjärven Perunankorjuu Oy kilpailutti nostokoneen hankinnan Grimmen ja DeWulfin välillä, mutta tarjousten tarkastelun jälkeen päädyttiin jälleen DeWulfiin. Tarjoukset erosivat huomattavasti varsinkin vanhan nostokoneen arvostuksessa. Samanmerkkisen koneen hankintaa puolsivat myös hyvät käyttökokemukset sekä edelleen aktiivisena toiminut nykyinen R. Laaksonen Oy:n omistaja Anssi Väätänen. R. Laaksonen Oy:n läheinen sijainti ja varaosien/kulutusosien hyvä ja nopea saatavuus, myös liikkeen aukioloaikojen ulkopuolella, kallistivat vaakakupin lopullisesti DeWulfin puoleen. Koneen hankintaan saatiin avustusta TE-keskukselta 40 prosenttia verottomasta ostohinnasta ja lopulle summalle korkotukilainaa. (Reko 2010).

Uusi yhtiö perustettiin samalla kaavalla kuin edellinen, eli kaikki osakkaat osallistuivat koneen ostoon samansuuruisella pääomalla ja omistavat jokainen 100 osaketta. Kaksi uutta osakasta mahdollisti yhtiön toiminnan jatkuvuuden sekä uuden nostokoneen hankinnan. Samalla myös osakkaat päättivät nostaa hehtaaritaksoja. Lisäksi urakointimahdollisuus muille kuin osakkaille nousi puheeksi yhtiön sisällä ensimmäisen kerran uuden koneen tulon myötä. Nyt oli kapasiteettia nostaa isompia pinta-aloja. Aluksi urakointipaikkoja oli kaksi kappaletta ja vuonna 2008 niitä oli yhtiöllä kolme.

Vuonna 2009 urakointipaikkoja oli viisi kappaletta. Lisäksi uusia asiakassuhteita solmittiin opinnäytetyön pohjalta vuoteen 2010 kaksi urakointipaikkaa lisää. Yhtiön kannalta urakointipaikat tuovat toiminnan jatkuvuuteen rahallista varmuutta, esimerkiksi mahdollisten isojen koneremonttien kuluja kattamaan. (Reko 2009.)

Nykyinen yhtiö Pyhäjärven Perunankorjuu Oy on perustettu vuonna 2005. Hallitukseen kuuluvat puheenjohtaja Antti Reko, hallituksen varsinainen jäsen Seppo Heikkilä ja hallituksen varsinainen jäsen Matti Lähteenmäki. Osakkaita on yhdeksän. (Reko 2009.)

3.1 Pyhäjärven Perunankorjuu Oy:n tunnuslukutiivistelmä

Tunnuslukutiivistelmätaulukosta selviää yhtiön liikevaihto, liikevaihdonmuutosprosentti, tilikauden tulos, liikevoittoprosentti sekä henkilöstömäärä. Tunnuslukuista huomataan vuonna 2007 tullut urakointipaikkojen huomattava lisääntyminen ja sateinen nostokausi vuonna 2008 selittää liikevaihdon pienenemisen, koska perunaa jäi kokonaan nostamatta huomattava määrä. Vuonna 2009 liikevaihdon ja tuloksen odotetaan nousevan vähintään vuoden 2007 lukemiin (2009 tilinpäätöstä ei opinnäytetyön teon hetkellä ollut saatavilla).

TAULUKKO 1, (Inoa 2009.)

	2004	2005	2006	2007	2008
Yrityksen liikevaihto	44	38	58	76	54
Liikevaihdon muutos %	-4.8	-13.80	53.60	31.00	-28.90
Tilikauden tulos (1000€)	0	0	1	1	0
Liikevoitto %	7.80	12.80	8.60	7.90	5.60
Henkilöstömäärä	1	1	2	2	3

3.2 DeWulf R 3000 MEGA itse kulkeva perunannostokone

Tässä kappaleessa käydään läpi Pyhäjärven Perunankorjuu Oy:n omistaman perunankorjuukoneen tärkeimpiä teknisiä tietoja ja ominaisuuksia.

- Kahta riviä nostava perunannostokone
- Kolme erillistä nostomattoa
- Mattojen leveys 1700 mm.
- Nostopään leveys 1500 – 1700 mm.
- Perunoita lajittelutasolle vievän kehäelevaattorin leveys 900 mm.
- Nostomattojen nopeuksia mahdollista muuttaa hydraulisesti.
- Kehäelevaattorin nopeutta mahdollista muuttaa hydraulisesti.
- Nostomattojen pituudet 1. matto 3700 mm, 2. matto 1900 mm ja 3. matto 1100 mm.
- Kaksi naatin poistorullaa
- Axial rullasto takana erottelee mullan ja kokkareet
- Säiliön tilavuus 6 tonnia
- Renkaiden koot edessä paripyörät 320/90 * 46 (1740 * 320), takana oikealla paripyörät 320/90 * 46 (1740 * 320) ja takana vasemmalla 800/65 * 32
- Paino 16 500 kg.
- Pituus 11 500 mm.
- Leveys 3 550 mm.
- Korkeus 4 000 mm.
- Moottori Deutz Type BF6M1013ECP (250 hv.) vesijäähdytteinen
- Hydraulinen voimansiirto
- Nopeus 0 – 33 km/h.

(Mikola 2009.)

4. KYSELY

Kyselystä tehtiin mahdollisimman yksinkertainen ja helposti luettava, jotta vastauksia saataisiin mahdollisimman paljon. Siitä muodostui kahden sivun ja kuuden kysymyksen lomake. Kysely lähetettiin kesäkuun 2009 alussa heti perunanistutustöiden jälkeen ja palautusta pyydettiin heinäkuun aikana. Tämä ajankohta sopi mielestämme hyvin, koska se ei osunut kiireisimpään aikaan ja sadonkorjuu oli vielä edessäpäin. Kyselylomakkeet lähetettiin postitse. Saatteen ja lomakkeen lisäksi mukana oli palautuskuori, jossa oli valmiina postimerkki sekä palautusosoite (LIITE 1, LIITE 2/1 ja LIITE 2/2). Näin kyselyn palauttaminenkin tehtiin mahdollisimman helpoksi.

4.1 Kyselyn kysymykset

Tässä kappaleessa käsittelemme kyselyn kysymyksiä ja mitä kysymyksillä halusimme selvittää.

4.1.1 Kysymys 1, Viljelijän tiedot

Perustietojen kysyminen, jolla haluttiin viljelijöiden yhteystiedot toimeksiantajaa varten.

4.1.2 Kysymys 2, Peruna-ala hehtaareina ja perunan käyttötarkoitus

Kysymyksen avulla saatiin selville mahdollisten uusien asiakkaiden perunnastoala ja perunan käyttötarkoitus. Kysymyksellä pyrittiin helpottamaan toimeksiantajan nostosuunnitelmia tulevaa nostokautta varten.

4.1.3 Kysymys 3, Miten perunankorjuu tapahtuu tällä hetkellä?

Selvitettiin viljelijöiden tämän hetkinen tapa nostaa perunaa, josta samalla selvisi myös urakoinnin tämän hetkinen yleisyys.

4.1.4 Kysymys 4, Oletteko juuri uudistanut tai uudistamassa perunankorjuukalustoa?

Kysymyksillä karsittiin pois mahdollisten uusien asiakkaiden joukosta ne, jotka ovat juuri uusineet kalustonsa ja näin ollen ovat poissa urakointimarkkinoilta. Myös mahdolliset ”nukkuvat” uudet asiakkaat saatiin selville. Kysely oli rakennettu niin, että urakoinnista kiinnostumattomat viljelijät saivat jättää vastaamisen tähän kysymykseen. Tämä helpotti vastausten analysointia sekä uusien asiakkaiden etsimistä.

4.1.5 Kysymys 5, Jos ette ole jo siirtynyt urakoitsijan palveluihin, oletteko kiinnostuneet ulkoistamaan perunankorjuun?

Tällä kysymyksellä kartoitimme viljelijöiden mielipiteitä urakoinnista ja urakoinnin tarpeellisuudesta.

4.1.6 Kysymys 6, Haluatteko, että teihin otetaan yhteyttä perunankorjuu-urakointiin liittyvissä asioissa?

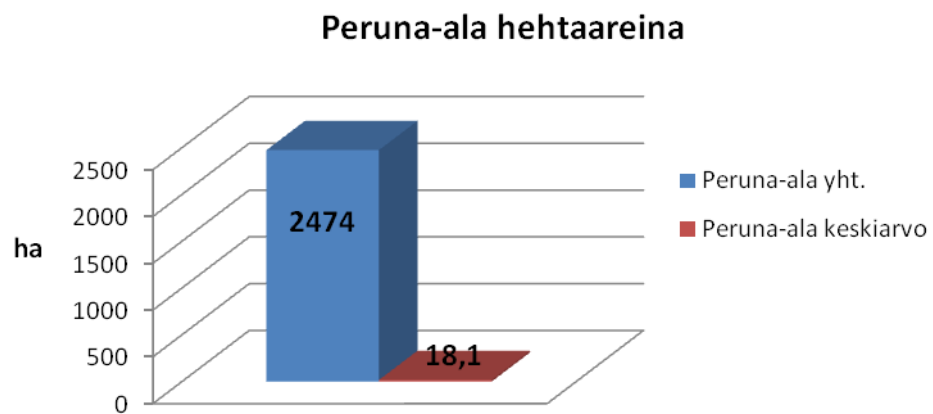
Tämä oli toimeksiantajan kannalta kyselyn tärkein kysymys. Suoraan kysymykseen haluttiin suora vastaus, josta saatiin selville varmasti urakoinnista kiinnostuneet.

5. KYSELYN YHTEENVETO JA TULOKSET

Tulokset on laskettu prosentuaalisesti ja ne on esitetty kaavion muodossa. Tietyissä kysymyksissä vastaaja saattoi valita monta kohtaa, joten vastausprosenttien yhteenlaskettu summa ei aina ole 100 prosenttia. Kysymyksiin neljä ja viisi sai kirjoittaa muita syitä ns. vapaata sanaa käyttäen.

Vastauksia saatiin 137 viljelijältä ja vastausprosentiksi muodostui 55 %.

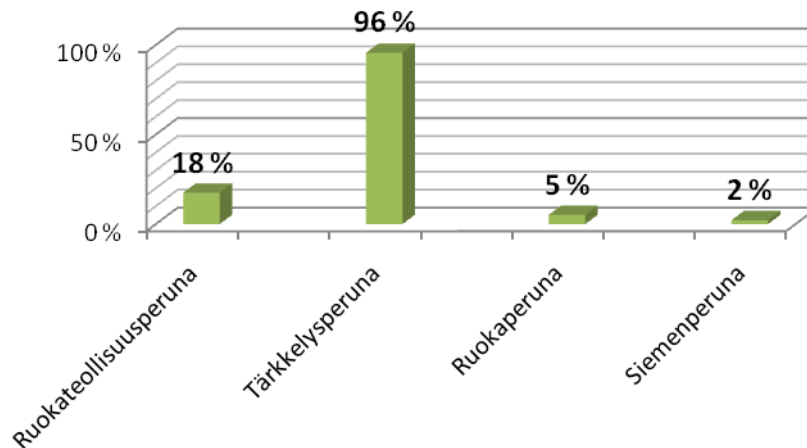
5.1 Kysymys 2, yhteenveto



KUVA 1

Vastauksista käy ilmi, että vastaajien yhteenlaskettu peruna-ala on 2474 hehtaaria ja perunan pinta-ala keskiarvoksi tuli 18,1 hehtaaria/tila.

Perunan käyttötarkoitus prosentteina

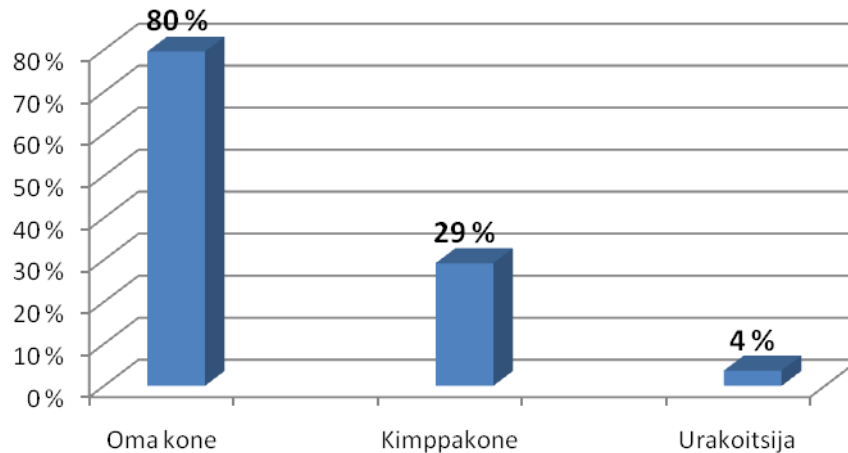


KUVA 2

Suurin käyttötarkoitus perunalle vastaajien kesken oli tärkkelysperuna, tätä oli lähes jokaisella vastaajalla (96 %). Lähes joka viidennellä viljelijällä oli ruokateollisuusperunaa (18 %). Mukana oli myös yksittäisiä ruokaperunan ja siemenperunan tuottajia.

5.2 Kysymys 3, yhteenveto

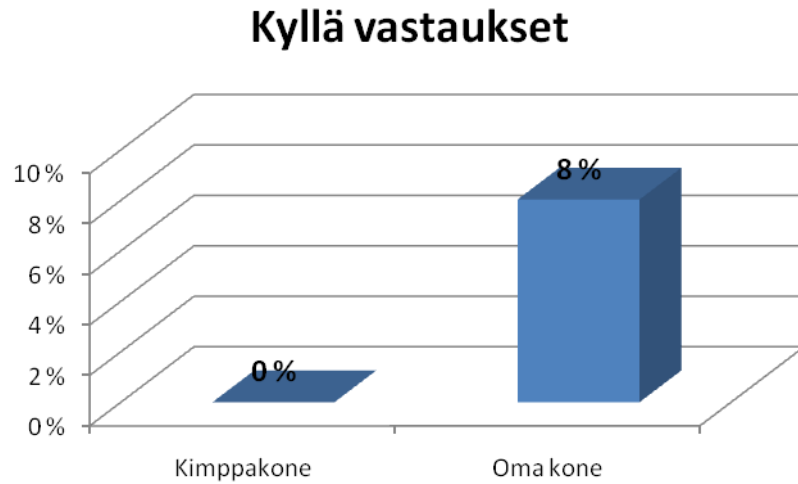
Perunankorjuu tällä hetkellä



KUVA 3

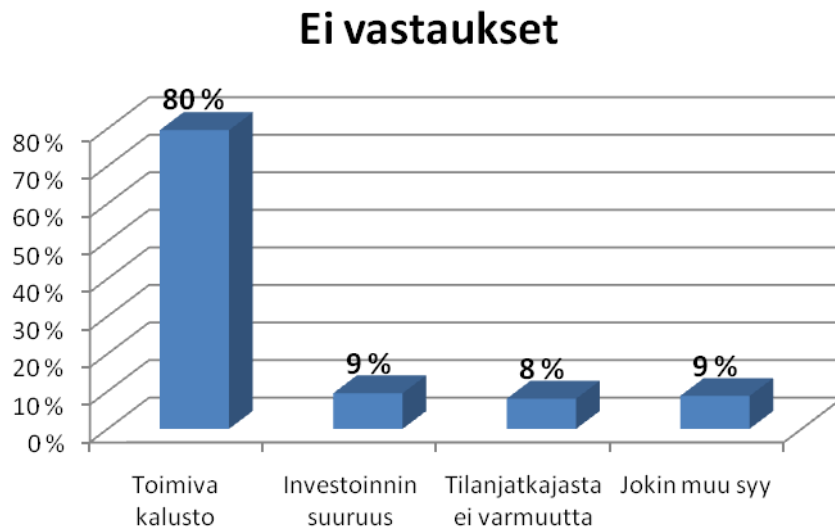
Korjuumenetelmiä kysyttäessä suurin osa viljelijöistä nostaa edelleen perunat omalla koneella (80 %), mutta osalla näistä omalla koneella nostavista on osuus myös kimppakoneesta. Kaiken kaikkiaan kimppakoneen osuus on (29 %). Urakoitsijaa käytti vain neljä prosenttia.

5.3 Kysymys 4, yhteenveto



KUVA 4

Kahdeksan prosenttia vastanneista viljelijöistä oli juuri uudistanut oman nostokalustonsa.



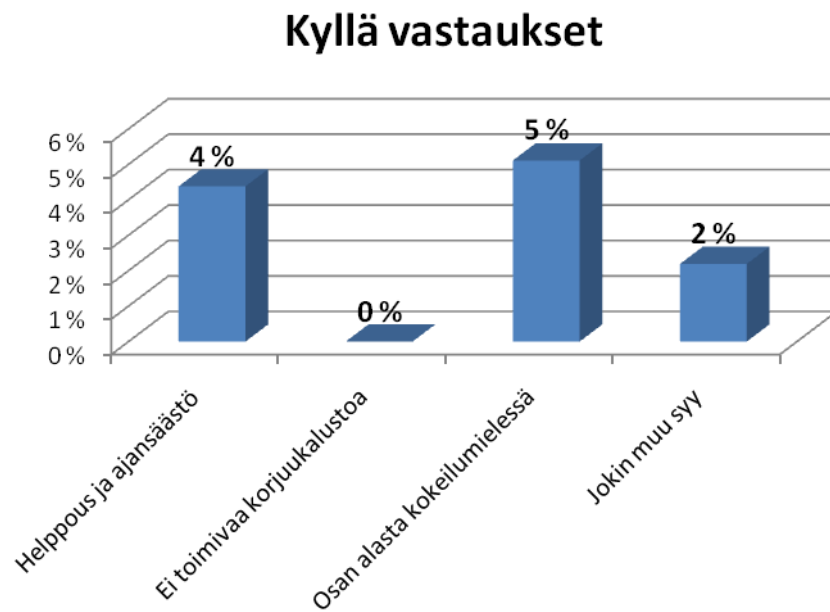
KUVA 5

Suurin syy siihen, että viljelijä ei ole halukas uudistamaan nostokalustoaan, on oma vanha toimiva kone (80 %). Yhdeksää prosenttia vastanneista investoinnin suuruus pelottaa ja kahdeksalla prosentilla vastanneista ei ole tilan jatkajasta varmuutta. Jokin muu syy -vastaukset näet seuraavassa kappaleessa.

5.3.1 Kysymyksen 4 ”Ei” vastausten ”Jokin muu syy” kohdan mietteitä

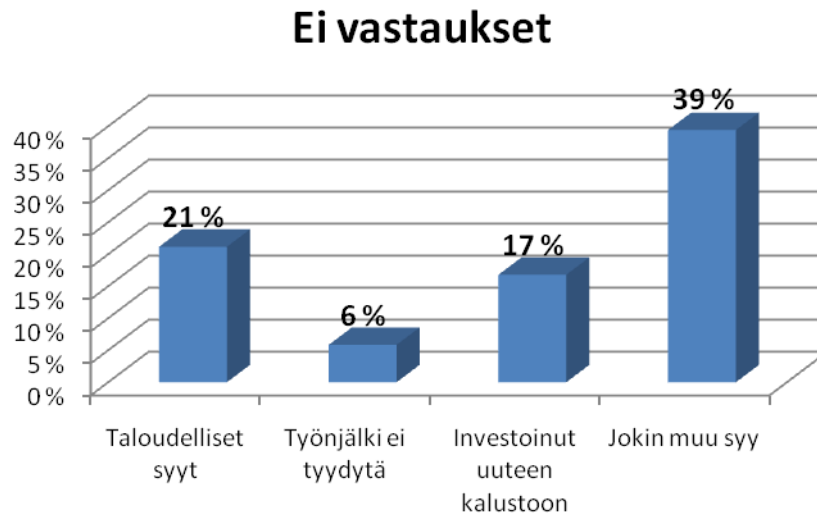
- ”Tärkkelysperunan viljelyn jatkuminen epävarmaa.”
- ”Viljelyn lopetus.”
- ”Näillä pinta-aloilla ja tuotoilla ei kannata.”
- ”Lopetan perunanviljelyn.”
- ”Käytän urakoitsijaa.”

5.4 Kysymys 5, yhteenveto



KUVA 6

Urakoinnista kiinnostuneet viljelijät jakautuivat aika tasan. Viisi prosenttia vastanneista on halukas ulkoistamaan perunankorjuun, mutta vain osan koko peruna-alastaan. Neljä prosenttia haluaisi testata urakointia sen helppouden ja ajansäästön vuoksi. Jokin muu syy kohtaan tuli kahdelta prosentilta vastauksia. Jokin muu syy kohdan vastauksia on kerätty kohtaan 5.4.1.



KUVA 7

Ei -vastauksia tuli moneen kohtaan. Eniten vastauksia oli jokin muu syy kohdassa ja näitä vastauksia näet kohdasta 5.4.2. Noin joka viides viljelijä piti urakointia liian kalliina (Taloudelliset syyt, 21 %). Seitsemäntoista prosenttia viljelijöistä oli investoinut juuri uuteen kalustoon. Kuutta prosenttia viljelijöistä ei työn jälki tyydyttänyt.

5.4.1 Kysymyksen 5 ”Kyllä” vastausten ”Jokin muu syy” kohdan mietteitä

”Jos nostotyön saa järjestettyä itselle sopivaan aikaan.”

5.4.2 Kysymyksen 5 ”Ei” vastausten ”Jokin muu syy” kohdan mietteitä

”Tautiriski, varsinkin ankeroinen.”

”Rikkakasvien leviäminen.”

”En ole tullut ajatelleeksi.”

”Itse kulkeva nostokone liian painava -> maan tiivistyminen.”

”Nostoalat liian pienet.”

”Nostoajankohdan sopivuus itselle.”

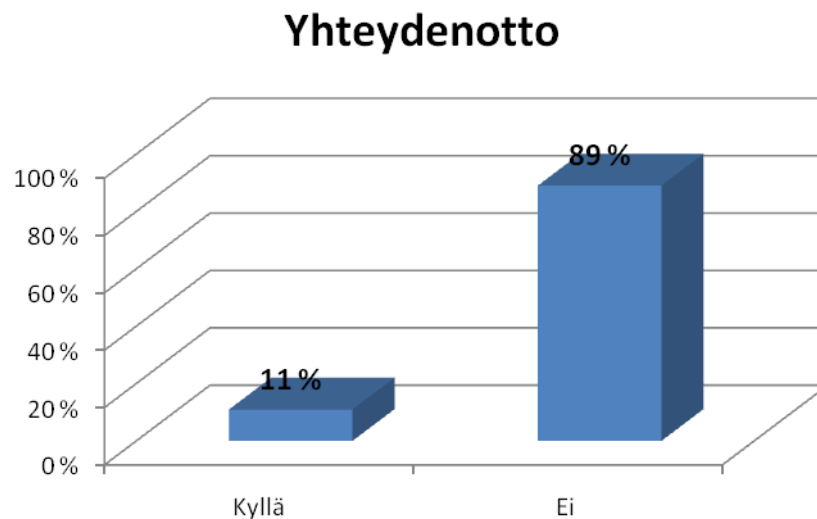
”Siemenperunanviljely.”

”On jo toimiva kimppakoneporukka.”

”Oma toimiva kalusto.”

”Järkevämpää hyötyliikuntaa, kuin esim. sauvakävely.”

5.5 Kysymys 6, yhteenveto



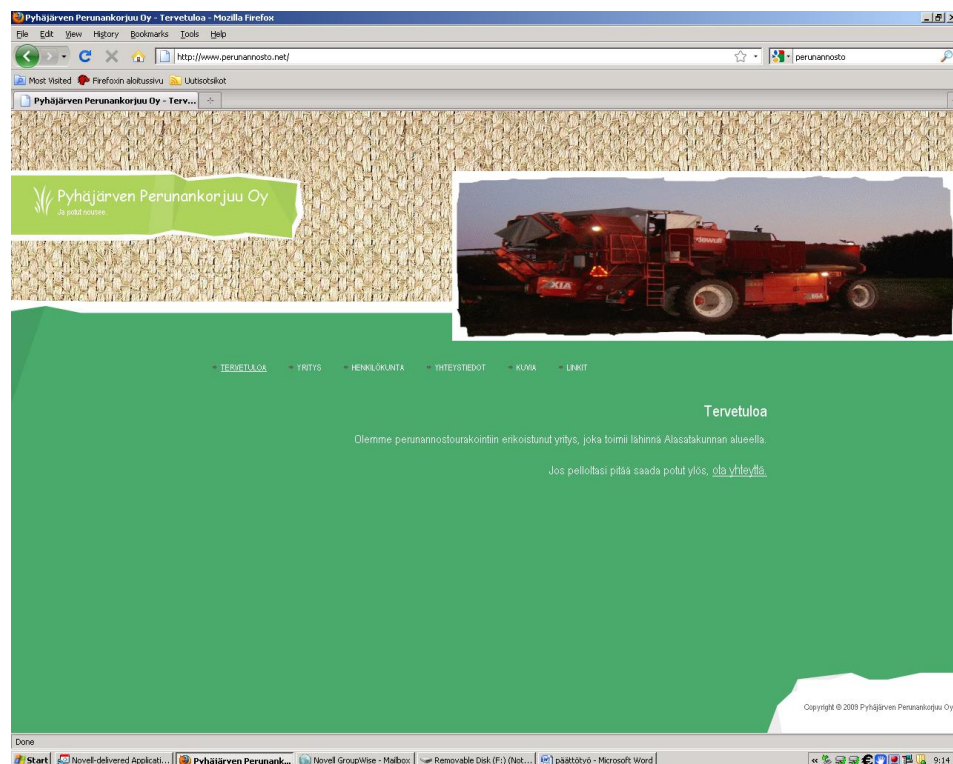
KUVA 8

Yhteydenottoja halusi (11 %) vastanneista ja (89 %) eivät toivoneet yhteydenottoa Pyhäjärven Perunankorjuulta.

6. MARKKINOINTISUUNNITELMA

Markkinointisuunnitelmaan saimme toimeksiantajaltamme ns. vapaat kädet. Suunnitelman rungoksi hahmotelimme yksinkertaiset ja toimivat internet sivustot, joita tulevaisuudessa on helppo päivittää ja ylläpitää. Sivujen nimeksi valitsimme www.perunannosto.net. Tällä vältimme mielestämme kirjoitusvaikeudet, joita olisi syntynyt, jos olisimme käyttäneet yhtiön virallista nimeä. Lisäksi yritimme säästää myös kuluissa ja valitsimme mielestämme edullisen sivunvalmistusohjelman (Sitebuilder Pro). Sivuille halusimme saada tietoa yhtiön rakenteesta, toiminnasta sekä historiasta, sekä kuvia ja teknisiä tietoja yhtiön itsekulkevasta perunannostokoneesta. Yhteydenottoa varten loimme firmalle omat sähköpostiosoitteet ja erillisen yhteydenottolomakkeen. Esittelimme yhtiön toimitusjohtajan sekä ammattitaitoiset kuljettajat. Sekä lisäsimme linkkeihin tärkeimmät yhteistyökumppanit.

Sivujen serveritila ja kotisivujen teko-ohjelma Sitebuilder Pro vuokrattiin INT2000–webhotellista. Vuoden käyttömaksu serveritilasta ja ohjelmasta oli 59 €/vuosi. Itse verkko-osoitteesta ei tarvinnut maksaa, kun päätimme ottaa sille ilmaisen ”.net” –päätteen. Palveluiden hankinta oli hyvin helppoa, kaikki onnistui int2000.net -sivuston kautta. Myös Sitebuilder Pro-ohjelman käyttö oli helppoa, vaikka aikaisempaa kokemusta kotisivujen teosta ei ollutkaan.



KUVA 9 Perunannosto.net sivuston etusivu (Perunannosto 2009).

Tarrojen luominen oli hetken mielijohde, kun mietimme lehtijuttujen tilalle jotain sopivaa ja edullista markkinointitapaa. Tarrat suunnittelimme itse, valitsimme käytettäväksi fonttikoot 24 ja 56 sekä kirjoitustyyliksi Rockwell Extra Bold (LIITE 3). Tarroihin painettiin yksinkertaisesti www.perunannosto.net ja värinä käytimme valkoista. Teetimme tarroja ikkunatarroiksi, lähinnä osakkaiden autoihin, mutta myös jaettavaksi esim. Yläneen Maatalouskaupalla. Lisäksi teetimme kaksi kappaletta isompia tavallisia tarroja, jotka liimasimme nostokoneen kumpaankin kylkeen. Nyt kone markkinoi itse itseään. Tarrat painatimme euralaisessa Markkinointi Jari Nummela -nimisessä markkinointialan yrityksessä.

Otimme yhteyttä alan lehtiin, tällä pyrimme saamaan näkyvyyttä Pyhäjärven Perunankorjuu Oy:lle juuri ennen nostokauden alkua. Yrityksemme jäi kuitenkin jostain syystä heikoksi, sillä mikään lehti ei oikein innostunut ajatuksestamme. Paikallislehteen olisimme jutun varmasti saaneet, mutta siitä ei markkinointimielessä olisi ollut juuri mitään hyötyä. Urakointi Uutiset on urakointialan johtava lehti, joka innostui aluksi aiheestamme. Meidänkin mielestämme juttumme olisi sopinut hyvin lehden muuhun materiaaliin. Jostain syystä idea kariutui ja lehden päätoimittaja ilmoitti markkinatilanteeseen vedoten, että juttua ei saada tehtyä. Mutta mainostilaa olisi tosin ollut myytävänä. Tässä asiassa olisi meidänkin varmasti pitänyt olla aktiivisempia, sillä monta alan lehteä jäi käymättä läpi.

7. PÄÄSTIINKÖ TAVOITTEESEEN

Alkuseminaarissa asetimme tavoitteeksi yhden uuden asiakassuhteen luomisen Pyhäjärven Perunankorjuu Oy:lle. Kyselyn pohjalta saimme yhteensä 11 perunankorjuu-urakoinnista kiinnostunutta viljelijää. Näistä yhtiö joutui karsimaan neljä viljelijää johtuen maantieteellisistä ja logistisista syistä. Tilat sijaitsivat niin kaukana päätoimialueelta, että olisi ollut mahdollonta urakoida heidän perunoitansa. Jäljelle jäi seitsemän viljelijää, joiden kanssa yhtiön toimitusjohtaja Antti Reko kävi neuvotteluja perunankorjuu-urakointiin liittyen. Menneen syksyn 2009 nostokautena nostokone urakoi viidellä perunanviljelytilalla. Näistä kolme olivat suoraan kyselymme ansiota. Lisäksi kahden uuden tilan kanssa päästiin sopuun tulevasta nostokaudesta 2010 ja silloin palataan uudestaan asiaan. Yksi perunanviljelijä vetäytyi miettimään mahdollista urakointia, vaikkakin kyselyssä oli valmis kokeilemaan osan peruna-alastaan urakkanostona. Kaikille kolmesta uudesta urakointipaikasta jäi Pyhäjärven Perunankorjuu Oy:stä positiivinen kuva niin nostotyöstä / -jäljestä kuin nosto- ja vientijärjestelyistäkin. He ovat valmiit käyttämään yhtiön palveluita myös ensi vuonna. Saavutimme asettamamme tavoitteen moninkertaisesti. Meille opiskelijoille työ oli mielenkiintoinen ja omalta osaltaan haastava.

Markkinointisuunnitelmaan olemme kaiken kaikkiaan tyytyväisiä. Nettisivut ovat selkeät ja hyvin toimivat. Toivommekin, että Pyhäjärven Perunankorjuu Oy niitä myös päivittää ja seuraa sähköpostia. ”Tarrabrändin” luominen onnistui hyvin. Sitä kautta nettisivujen osoite sai/saa tulevaisuudessa paljon enemmän näkyvyyttä.

Myös toimeksiantajamme Pyhäjärven Perunankorjuu Oy:n kannalta työmme onnistui hyvin.

8. KUVIA PYHÄJÄRVEN PERUNANKORJUU OY:N NOSTOKONEESTA



KUVA 10 Pyhäjärven Perunankorjuu Oy:n itse kulkeva kahta riviä nostava perunannostokone. Merkki Dewulf ja vuosimalli 2005.



KUVA 11 Dewulf nostokone työssä.



*KUVA 12 Dewulf nostokone tyhjentämässä elevaattori säilötä, jonka
maksimitilavuus 6t/perunaa.*

9. LÄHTEET

Apetit. 2009. Viljelijät
www.apetit.fi/viljelijat

Inoa. 2009. Pyhäjärven Perunankorjuu Oy
<http://www.inoa.fi/Maatalouden%20palveluja/Pyh%C3%A4j%C3%A4rven%20Perunankorjuu%20Oy/UUSIKARTANO/taloustiedot/1232017/>

Mikola, K. R. Laaksonen Oy. Suullinen tiedonanto. 25.11.2009

Perttu, M. Apetit Pakaste Oy. Suullinen tiedonanto. 20.10.2009

Perunannosto. 2009.
www.perunanosto.net

Reko, A. Pyhäjärven Perunankorjuu Oy. Suullinen tiedonanto. 1.4.2009

Reko, A. Pyhäjärven Perunankorjuu Oy. Suullinen tiedonanto. 7.1.2010

Tärkkinetti. 2009.
www.tarkkelysperuna.fi/site?node_id=697

SAATE

Arvoisa perunantuottaja,

Olemme kaksi agrologiopiskelijää, Atte Mäkitalo ja Heikki Perho, Hämeen Ammattikorkeakoulusta Mustialasta ja teemme perunankorjuuseen liittyvää kyselyä. Kysely liittyy opinnäytetyöhömmme ja toimeksiantajamme on Pyhäjärven Perunankorjuu Oy ja yhteistyökumppaneina Finnamyl Oy ja Apetit Pakaste Oy.

Toivomme, että ehtisitte vastata kyselyyn ja palauttamaan sen oheisella kirjekuorella **26.6.2009** mennessä. Kyselyyn vastaamiseen kuluu aikaa n. 10 minuuttia. Kyselyn vastauksia käsitellään luottamuksellisesti ja siitä saatavaa tietoa käytetään opinnäytetyötämme varten sekä Pyhäjärven Perunankorjuu Oy: n tarpeisiin.

Kesäterveisin ja kiittäen agrologiopiskelijat,

Atte Mäkitalo
puh. 040 562 3998
atte.makitalo@student.hamk.fi

Heikki Perho
puh. 041 504 6923
heikki.perho@student.hamk.fi

KYSELYLOMAKE

KYSELYLOMAKE

1. Viljelijän tiedot

Nimi

Osoite

Puh.

E-mail

2. Peruna-ala hehtaareina ja perunan käyttötarkoitus

Ala _____ ha

Tärkkelysperuna

Ruokateollisuusperuna

3. Miten perunankorjuu tapahtuu tällä hetkellä?

Omalla koneella

Kimppakoneella

Urakoitsija

4. Oletteko juuri uudistanut tai uudistamassa perunankorjuukalustoa?

Kyllä Oma kone Kimppakone

En, kalustoni on toimiva

En, investoinnin suuruus pelottaa

En, tilanjatkajasta ei varmuutta

En, jokin muu syy

KYSELYLOMAKE

5. Jos ette ole jo siirtynyt urakoitsijan palveluihin, oletteko kiinnostunut ulkoistamaan perunankorjuun?

Kyllä, helppouden ja ajansäästön vuoksi

Kyllä, ei toimivaa omaa korjuukalustoa

Kyllä, osan alasta kokeilumielessä

Kyllä, jokin muu syy

En, taloudelliset syyt

En, työnjälki ei tyydytä

En, olen investoinut uuteen kalustoon

En, jokin muu syy

6. Haluatteko, että Teihin otetaan yhteyttä perunankorjuu-urakointiin liittyvissä asioissa?

Kyllä

Ei

Kiitos ajastanne!

TARRAT

Fontti: Rockwell Extra Bold, väri valkoinen ja läpinäkyvä pohja. Tarroja teetettiin kahta eri kokoa. Toisessa tarrapinta on sisäpuolella ja toisessa ulkopuolella.

www.perunannosto.net