



WOLMARI^{BOR}-ohra
Aikaisten ykköslajike

MAASEUDUN TULEVAISUUS

NRO 44 – PERUSTETTU 1916
PERJANTAINA 17. HUHTIKUUTA 2015



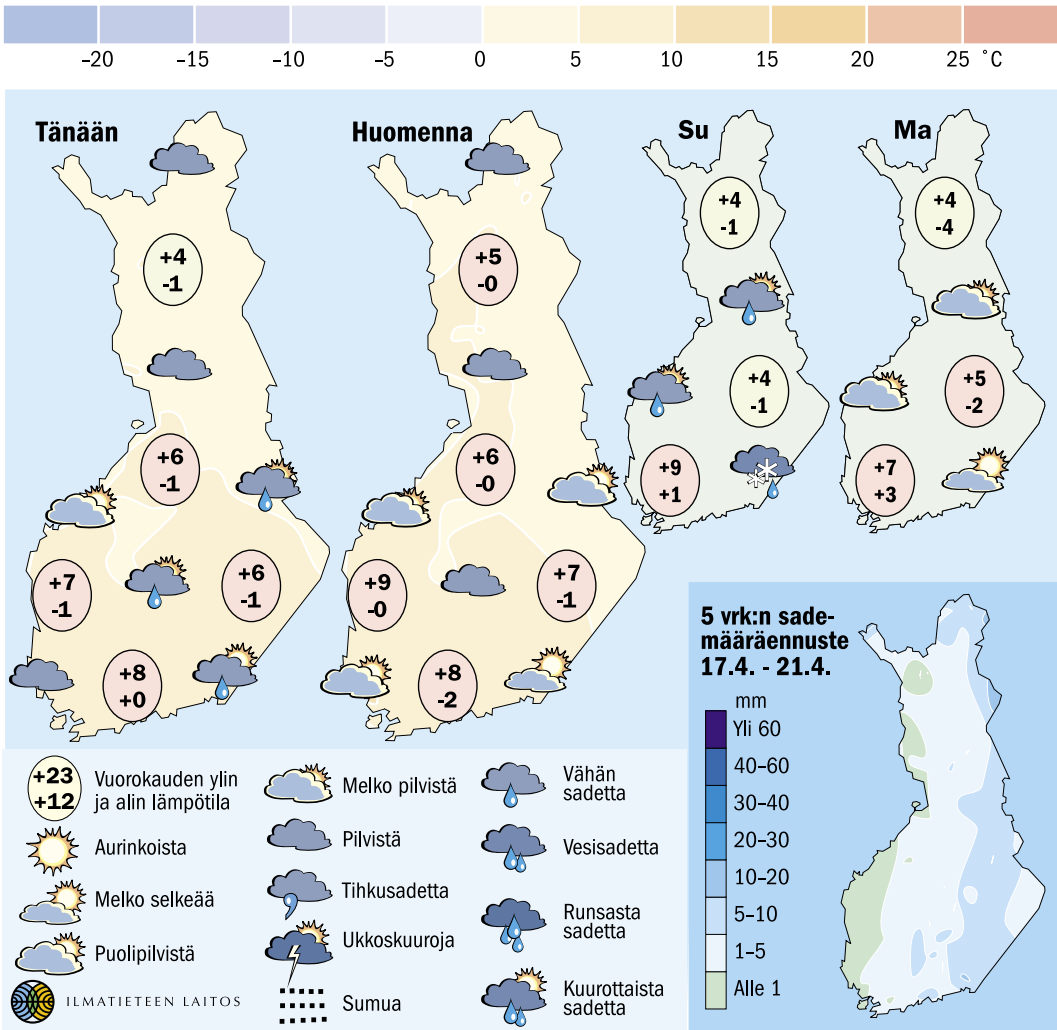
JUSTI.
TUOLAKHTAINEN KEMU

Tuoreena suoraan tehtaalta!



Uusi verkkokauppa avattu! www.karkiagri.fi

VIIDEN VUOROKAUDEN SÄÄ



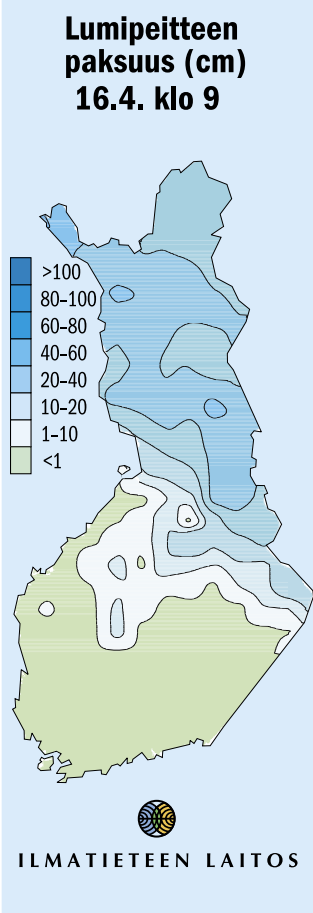
SÄÄ EILEN

Paikka	Lämpö-tila	Pilvi-syys	Sade 5 vrk
Helsinki	5	○	0,5
Kiikala	4	●	1,9
Turku	6	●	6,4
Jomala	6	●	3,9
Pori	5	●	7,8
Niinisalo	3	●	5,0
Tampere	3	●	2,3
Jokioinen	4	●	4,5
Lahti	3	○	2,0
Kouvola	3	●	2,5
Lappeenranta	3	●	0,3
Mikkeli	6	●	*
Ilova	2	●	18,4
Joensuu	1	●	14,4
Kuopio	1	●	11,8
Viitasaari	1	●	8,9
Jyväskylä	1	●	3,5
Ahtari	2	●	9,1
Kauhajoki	2	●	10,3
Vaasa	2	●	20,2
Ylivieska	1	●	6,3
Kajaani	2	●	7,4*
Oulunsalo	3	●	3,6
Pudasjärvi	3	●	7,9
Suomussalmi	1	●	12,0
Kuusamo	1	●	8,5
Rovaniemi	3	●	7,2
Pello	2	●	13,5
Salla	2	●	2,1
Sodankylä	0	●	2,0
Muonio	0	●	15,3
Kilpisjärvi	3	○	15,9
Ivalo	0	●	6,5
Utsjoki	2	●	2,2

*jaksossa puuttuv(t)ia päiv(i)ä

Sää eilen klo 12 ○ = selkeää
Sadejako päät- ● = puolipilvistä
tyen eilen klo 9 ● = pilvistä

LUMITILANNE



Pohjoisenpuoleinen ilmvirtaus vallitsee

SUOMESSA VALLITSEE POHJOISENPUOLEINEN ilmvirtaus ja sää on epävakaista. Pilvisuus vaihtelee ja ajoittain tulee vesi- tai räntäkuuroja, lauainta ja sunnuntain vaihteessa voi maan itä- ja pohjoisosassa sataa paikoin myös lunta. Alkuvuokolla sää on tilapäisesti poutaisempaa.

PÄIVÄLÄMPÖTILA ON PÄÄOSIN +2 ja +10 ja yölämpötila +1 ja -5 asteen välillä.

JAKSON ENNUSTETTU SADEMÄÄRÄ on vedeksi muutettuna 1-10 millia itään painottuen.

Ilmatieteen laitoksen
Maatalouden sääpalvelun puhelinnumero



Kaikkialla maassa alueellisenä numerosta: 0600 10620

• 24 tuntia vuorokaudessa
• hinta: 0,93 e/min + paikallispuhelimaksu



Keikkuuko kevät Kälviälle

Paikka-kunta-kohtainen sääennuste

www.maaseuduntulevaisuus.fi
mobiililehti: m.mt1.fi

Laadukkaat klapisäkit





Traktori 0% KOROLLA

Voimassa kesäkuun loppuun. Valtra rahoitusehtojen mukaan.

Horoton maksuaika vuoden 2015 loppuun.

→ VALTRA-MYYJÄSI, ACCO SUOMI OY
Lähimmän myyjän yhteystiedot saat numerosta 020 45 501 tai www.valtra.fi

YOUR WORKING MACHINE

Valtra is a worldwide brand of AGCO.

Seuraava MetsäPlus-numero ilmestyy 20.4.

Painos 106 000 kpl

Soita ja varaa ilmoituksesi (14.4. mennessä)
p. 020 413 2321
tai lähetä sähköpostia ilmoitus@maaseuduntulevaisuus.fi

MAASEUDUN TULEVAISUUS



Kukkien värikäs esillepano houkuttelee ostamaan. Juhlava kotimainen hortensia kestää pitkään, Petri Kouhia kertoo.

Maaseudun kukkakauppa ei pelkää marketkimppuja

Kukkakauppa pärjää, kun se palvelee asiakkaitaan hyvin, myy vain laatua ja on askeleen edellä kilpailijoitaan.

JANAKKALA (MT)
Vieno kukkien tuoksu ja iloinen tervehdys toivottavat asiakkaan tervetulleeksi.

"Asiakkaan on tunnettava, että me olemme häntä varten", sanoo kukkakauppias **Petri Kouhia**.

Hän pitää vaimonsa **Anitan** kanssa Turengissa Kukkatalo Kouhiaa.

Kouhia muistuttaa, ettei pienen paikkakunnan kukkakauppa pysty kilpailemaan hinnalla vähittäiskauppojen edullisten kimppejen ja leikkokien kanssa.

Hän ei kuitenkaan pidä marketteja peikkoina. Kaikenlainen kukkien myynti edistää alaa.

"Mutta järki käteen, etteivät polkisi hintoja vaan myisivät normaalisti katteella. Mitä halvemmalla kuluttaja voi kukkansa ostaa, sitä enemmän hänen hintatietoisuutensa hämärtyy."

Kukkakauppa myy erikoistuotteita, jotka eivät voi olla kaikkein halvimpia, Kouhia muistuttaa.

Kauppiaan tekemää tiliä nakertavat myös sivukulut, jotka kasvavat vuosi vuodelta. Tuotteiden hintoja ei voi nostaa samaa tahtia tai asiakkaat kaikkavat.

Alkuperä kiinnostaa yhä useampaa
Kukkatalossa on myynnissä laaja valikoima erilaisia valmiita kimppeja, jotta kiireinen asiakas löytää haluamansa.

Isolle osalle asiakkaita kukkien alkuperällä ei ole väliä, mutta kiinnostuneita on yhä enemmän, Kouhia kertoo.

Kukkatalo mainostaa suomalaista näyttävästi aina, kun sitä on tarjolla.



Elina Kouhian taitavissa käsissä syntyy keväinen kimppu.

"Kesällä lähes kaikki kesäkatat ja perennat ovat suomalaisilta taimistoilta."

Kukkatalossa suomalaisuutta halutaan pitää yllä, koska näin tuetaan työllisyyttä, kauppias tähdentää.

Leikkokukkavitrini on kukkakaupan yleisyys. "Kukkien on oltava tuoreita ja vitriinin puhdas ja hyväntuoksuinen."

Kouhia kertoo jatkuvasti miettivänsä mitä uusia ja kilpailijoista erottuvia tuotteita myymälä voisi asiakkaille tarjota.

Valikoimien runsaus on nykyäpäivää, joten kukkatalossa on lahjatavaraosasto.

Kesällä pihan valtaa kesämyymälä taimineen ja multakasinneen.

Liikevaihto kasvaa hiljalleen
Kukkatalon menestyksen re-

ALAN KANNATTAVUUS

Tuntipalkka 5,41 euroa
Kukkakaupparyittäjän vuotuinen työtuntimäärä on keskimäärin 2 300 tuntia (kasvi-huoneyrityksen 3 700 ja maanviljelijän 2 000).

Työtuntia kohti laskettu nostokelpoinen bruttotulo on keskimäärin 5,40 euroa (viljelijän laskennallinen tuntipalkka 5 euroa).

Palkka on keskimäärin 23 000 (maanviljelijällä 20 000-22 000).

Liikevaihdon keskiluku on 180 000 euroa (sisältää muista tuotteista kuin kukista kertyneet myyntitulot).

Liikevaihto kertyy työntekijää kohti keskimäärin 78 000 euroa.

Toimitilojen koko on keskimäärin 79 neliötä.

Myyntikate on keskimäärin 96 000 euroa, myyntikateprosentti keskimäärin 47.

Oikaistu tulos ennen veroja oli keskimäärin -10 000 ja parhaimmillaan 19 500 euroa

Tulosprosentti on keskimäärin -4, mutta parhaimmillaan 7.

Tutkimuksessa oli mukana 26 yritystä, joista 13 myös edellisessä vuoden 2012 tutkimuksessa.

Valinnassa ei käytetty satunnaisotantaa, vaan osallistujat valikoituivat lähinnä oman mielenkiintonsa perusteella.

Lähde: www.suomenkukkakauppiasliitto.fi/ kukkakaupan+kannattavuustutkimus+2014/

Kuten monen muun kukkakaupan myös Kukkatalon yhteydessä on hautausoimisto.

Kouhia kertoo, että vaikka kaupungeissa on yhä yleisempää tuoda arkulle vain yksi kukka, maaseudulla vainajaa muistetaan kukkalaittein. Niiden väriskaala ja kukkavaliokima ovat tosin entisajoista monipuolistuneet.

Ennen morsiamet halusivat suuria kimppejä ja hääkirkko koristeltiin juhlavasti. Nyt halutaan vaatimattomampaa, yrittäjä jatkaa.

Kouhia ei arvostele asiakkaita, mutta kannustaa kauppiaita käyttämään ammattitaitoaan.

Asiakas saattaa kiinnostua näyttävämistä kukkalaitteista, jos niitä osataan tarjota oikealla tavalla.

MAIJA ALA-SIURUA

Ala painii kasvavien kulujen kanssa

Kukkakauppojen kannattavuus on kohentunut hieman, mutta alalla on edelleen tiukkaa, kertoo asiamies **Ismo Ojala** Kauppa-puutarhaliitosta.

"Kukkakauppaa tarvitaan aina, mutta tilakulut ovat suuret ja nousevat koko ajan. Samalla nousee kynnys työntekijän palkkaamiseen."

Ojala esitteli kukkakaupan kannattavuustutkimuksen tuloksia vuoden 2013 lukujen valossa keskiviikkona kukkakaupan päivässä.

Ostojen ja myynnin suhde on keskeisin kukkakauppojen tuloksia selittävä tekijä.

Monet yrittäjät myyvät liian

pienellä katteella, vaikka loppu-tuotteen hintaan kateprosentin korottaminen vaikuttaisi vähän, Ojala sanoo keskiviikkona.

Keskimäärin kauppias myy ostamansa materiaalin kaksinkertaisella hinnalla asiakkaalle.

Pienimmillään kate jäi 1,5-kertaiseksi, kun parhaimmillaan yrityksillä se oli yli kolminkertainen.

"Kaikki myytävä katteella"
Seminaariyleisö kommentoi kateprosentteja ahkerasti.

Osa kertoi myyvänsä vain korkeamman katteen tuotteita ja luopuneensa kukkivien ruukkukasvien myynnistä.

Vähittäiskauppa myy esimerkiksi keväteskoita niin edullisesti, ettei kukkakaupan ole järkevä ryhtyä kilpailuun.

"Asiakkaita osa on pöyristyneitä, kun ruukkukukkia ei olekaan valikoimissa", ruukuista luopunut yrittäjä kertoi.

Yrittäjä muistutti, että ruukkujen puute ei saa ajaa asiakasta kaupasta vaan tätä pitää auttaa löytämään valikoimista jotain muuta itselleen sopivaa.

Ojalan mukaan kukkakauppojen hävikki jää pieneksi, koska sitä ei ole varaa päästää paisumaan.

"Viimeisenkin kukan saa myytyä, jos haluaa, mutta kuinka

monta työtuntia siihen kannattaa uhrata?", kuului penkkiriviltä.

"Kaikki pitää myydä katteella, hituja ei kannata pyöritellä."

Vähän rahaa mainontaan
Tutkimuksen mukaan kukkakauppiat käyttävät markkinointiin keskimäärin prosenttien liikevaihdoistaan.

Summalla ostetaan lähinnä ilmoituksia lehdistä.

Vaikka markkinointikulut ovat pienet, se ei tarkoita, etteivätkö kukkakauppiat mainostaisi. Kalliin lehti-ilmoittelun sijaan käytetään ilmaista sosiaalista mediaa.

MAIJA ALA-SIURUA