

UUTISET



KIMMO HAIMI

» Maatalous-koneet kävivät laiskasti kaupaksi Suomessa viime vuonna, mutta vienti paikkasi ainakin osittain notkahdusta.

ANTTI KIILLO

Kari Pohjonen viimeisteli ja tarkisti kylvökoneen maalanneen robotin jälkeä tiistaina Tumen tehtaalla Janakkalan Turengissa.

Maatalouskonevalmistajat hakevat tukijalkaa viennistä

Konepajaväki lähtee ristiriitaisiin tuntein torstaina alkaville Koneagria-messuille Tampereelle. Kotimaassa kysyntä supistui täksi kaudeksi.

Maatalouskonevalmistajat, viimeisin tilinpäätös

MT	Liikevaihto, miljoonaa euroa	Nettotulos, 1 000 euroa	Liiketulos, 1 000 euroa	Työntekijöitä
Weckman Steel konserni	47,6	678	200	282
El-Ho konserni	13,3	1545	2069	88
Tume-Agri Oy	13,0	892	1233	68
Junkkari Oy	11,6	-767	-787	71
Dometal konserni	9,3	370	577	49
Agronic Oy	8,3	287	370	-
Potila Tuotanto Oy	5,1	-32	79	36
Vieskan Metalli Oy	4,4	-252	-97	27

Lähde: Kauppalehti Tietopalvelut / Balance Analysointitoimisto

lisää. Kotimaan menekin laskua paikataan viennillä.

Kiilon mukaan Potilan myynti laski, mutta vienti paikkasi notkahdusta.

Viennin osuus kipusi kolmasosaan liikevaihdosta.

Pietarsaarelainen El-Ho on tehnyt kelpo tulosta vuodesta toiseen, eikä viime kausi ollut poikkeus. Kotimaassa tultiin hieman alaspäin, mutta vienti paikkasi, kertoo yrityksen toimitusjohtaja **Stig-Göran Forsman**.

Forsman arvioi, että markkinatilanne pysyy aika tasaisena ensi vuonna. Viennin osuus on yli kaksi kolmasosaa ja yhtiö on menestynyt etenkin Aasian

markkinoilla Etelä-Koreassa ja Japanissa.

Australiaan tehdään paluuta ja ovia availlaan Kanadaan, Forsman sanoo.

Maine kohdallaan vientimaissa

Stig-Göran Forsmanin mukaan suomalaisilla maatalouskoneilla ja toimijoilla on hyvä maine ulkomailla. Koneita pidetään kestävinä ja suomalaisia luotettavina ja rehellisinä.

”Toivottavasti viimeaikaiset kohut eivät ole heikentäneen imagoamme.”

Forsmanin mukaan tilanne on yhtä tukala myös ulkomaisilla

konevalmistajilla. Maatalouskoneiden kysyntä on pudonnut Keski-Euroopassa viidenneksen ja alan jättiläiset Agco ja New Holland kertoivat peräti kolmannen pudotuksesta tammimaaliskuussa.

Kylvökoneita valmistavan Tume-Agrin liikevaihto notkahti reilun neljänneksen, mutta tulos pysyi lähes ennallaan. Kotimaan ohella myös vienti kärsi Ukrainan kriisistä ja Venäjä-pakotteista, kertoo markkinointijohtaja **Heikki Sola**.

Sola ja toimitusjohtaja **Harri Hyvönen** Junkkarilta pohtivat kotimaisen maatalouskoneen imagoa ja sitä, että toisinaan

tuontikone koetaan jotenkin paremmaksi.

Kotimaisissa tuotteissa valikoimia voi olla tuontikalustoa suppeampi, mutta laadussa ja kestävyudessa ei ole eroja ja jälkimarkkinointi kuten huolto ja varaosat ovat lähellä, kaksikko vakuuttaa.

”Emme halua kotimaisuuslisää, mutta toiveena on, että ostajat vilkaisisivat myös kotimaisia työkonemuutoksia, kun investointeja harkitaan”, Sola ja Hyvönen sanovat.

Loimaalainen Dometal on hakenut kasvua viennistä. Viennin osuus hipoo jo puolta liikevaihdosta, sanoo toimitusjohtaja **Mikko Mäkimattila** Dometalilta.

Liikevaihto kyettiin pitämään ennallaan viennin ansiosta. Mäkimattilan mukaan vientimarkkinoilla pärjää, kun tuotteet ovat kunnossa ja kilpailukykyisiä. Viennin kautta saadaan myös arvokasta kokemusta koneiden käytöstä ja kestävydestä.

Peltoa voi olla tuhansia hehtaareita, peltotiet ovat mitä sattuua ja kuljettajat ovat tilan työntekijöitä. Koneet joutuvat koviin, ehkä kovemmille kuin kotimaassa.

VEIKKO NIITYMÄÄ

Venäläis-turistien laajaa paluuta turha odottaa

Kaupan liitto ennakoii, että venäläisten Suomen matkailu palaa alkujuurilleen: rajan yli haetaan ruokaa ja käyttötarvikkeita itselle tai edelleen myytäväksi.

Venäläismatkailijoiden kuluks Suomessa voi puolittua tänä vuonna, liitto ennustaa.

Ostosten arvo putosi neljänneksellä Tammi-elokuussa venäläisten palveluihin käyttämä summa oli pudonnut kolmanneksen viime vuodesta.

Ostoksiin he käyttivät lähes neljänneksen vähemmän.

Rajahaastattelujen mukaan venäläiset käyttivät Suomessa palveluihin keskimäärin 35 euroa ja ostoksiin reilut 120 euroa. Eniten kuluttavien eli varakkaiden osuus matkailijoista oli vähentynyt.

Verkkokauppa vähentää käyntejä

Viime vuonna Suomessa matkailusta venäläisistä 39 prosenttia oli joskus ostanut palveluita tai tavaroita verkossa. Tänä vuonna osuus on kasvanut jo 66 prosenttiin.

”Jos kansainvälinen verkkokauppa tarjoaa venäläiselle kuluttajalle laatua, valikoimaa ja kilpailukykyisiä hintoja, miksi tulla Suomeen?” kysyy pääekonomisti **Jaana Kurjenoja** tiedotteessa.

Tutkimus- ja Analysointikeskus TAK Oy:n haastattelun vastasi tammi-elokuussa 6 725 Suomesta lähtenyt, vähintään 15-vuotiaasta venäläistä.

MT-STT

LUKULASIT
HUKASSA?

Tero Pajari
silmäkirurgi

Silmäoperaatiolla apua aikuisnäön ongelmiin.

Kysy lisää Kamra-implantista ja monitehoisista tekomykiöistä.

Terveystalo Tampere

p. 030 633 4429* arkisin kello 9–16.

Rautatiekatu 27
33100 Tampere

ma-pe 8-20,
la-su 10-18

www.terveystalo.com

Kestotilaus on aina **EDULLISIN.**

MAASEUDUN TULEVAISUUS

Kauppa pärjää vain auttamalla kuluttajaa

Kuluttaja on valmis luovuttamaan henkilökohtaisia tietojaan kaupan käyttöön, jos hän saa vastineeksi tunteen oman elämänsä hallinnasta ja personoituja sähköisiä palveluita.

Elämänhallinnan tarve ei ole uusi asia, mutta se korostuu vaikeassa taloudellisessa tilanteessa. Ihmiset haluavat kokea voivansa vaikuttaa edes johonkin, selittää kaupallinen johtaja **Pippa Goodman** Future Foundationista.

Eurooppalaiset haluavat hallita ennen kaikkea rahankäyttöään. Oma terveys on kuitenkin yhä tärkeämpää, mistä kertoo

tarve vaikuttaa tunteisiin, painoon ja uneen.

Suomalaisille paino on keskimääräistä eurooppalaista merkityksellisempi asia, Goodman kertoi Kaupan päivässä tiistaina Helsingissä.

Mitä kaupan on tehtävä, jotta se kohtaa rahasta ja unenlaadustaan tarkan kuluttajan kartutaakseen kassansa? Kehitettävä kuluttajaa tukevia digitaalisia palveluita.

Se ei kuitenkaan ole helppoa, koska ihmiset haluavat hallita myös teknologiaa.

Peräti noin puolet eurooppalaisista kuluttajista kertoo, että

he vilkuilevat matkapuhelinta useammin kuin halusivat. 77 miljoonaa eurooppalaista käyttää älylaitteissaan sovelluksia, jotka suodattavat mainoksia, Goodman kertoo.

Palvelun onkin oltava sellainen, että kuluttajalle syntyy autetuksi tuleminen kokemus. Maailmalla on jo kehitetty muun muassa koruja ja kelloja, jotka ilmoittavat hienovaraisesti viestin saapumisesta.

Hinnasta tulee hyödyke

Kuluttajat ovat erittäin hintatietoisia. He eivät kuitenkaan

aina etsi halvinta hintaa vaan ostotapahtumaa, joka juuri sillä hetkellä on itselle paras.

Goodmanin mukaan hinnasta onkin tulossa hyödyke tavaroiden ja palveluiden tapaan. Kuluttajat ovat jo tottuneet tämän tapaiseen ajatteluun muun muassa käyttäessään sopivia hotelleja etsiviä palveluita.

Seuraava askel on Goodmanin henkilökohtaiseksi kutsuma hinta.

Kauppa voisi kertoa asiakaalle hänen tarpeisiinsa sopivista tuotteista, joita juuri nyt voisi ostaa edullisesti.

Tämä on askel kanta-asia-

kasjärjestelmiä personoidumpan suuntaan. Tulevaisuuden kaupan on kyettävä tarjoamaan kuluttajalle kokemus ja yllätys, joka tyydyttää kaikkia aisteja.

Kyseessä ei tarvitse olla luksesta, mutta sen on tarjottava tunne henkilöhtaisuudesta, Goodman sanoo.

Tällainen palvelu voisi olla matkapuhelinsovellus, jolla voisi tilata lähikaupasta viikon yllätyskasviksen.

Kauppa ei kuitenkaan lähettäisi selleriä, koska asiakkaan tiedoista käy ilmi tämän oleva sellerille allerginen.

MAIJA ALA-SIURUA

Tarvitsetko maksuaikaa?
A-Rahoituksella saat kätevästi joustoa laskujesi maksamiseen.
Korko on tällä hetkellä 1,85 %.

A-Rehu
Ruokkii hyvää

Haluaisitko laskun meijerin kautta?

Kysy lisää rehutilausta tehdessäsi!

Lisää seleeniä!

A-Rehun maitotilan rehuissa on nyt entistä enemmän seleeniä ja jopa puolet siitä on erittäin hyvin imeytyvää orgaanista seleeniä.

TuhtiTäysrehu

TuhtiTäysrehu suunniteltiin tuottajien toiveiden mukaan: runsaasti energiaa sisältävä rehu tuottaa entistä enemmän maitoa ja täydentää lehmien ruokintaa haasteellisen rehukesän jälkeen.

Tilaa helposti netissä: www.a-kauppa.fi tai puhelimella: 020 472 7060

A-Maito
Rehut ja ruokintaratkaisut

Idaalla