



Postiksen tilan yrittäjän Erik Perklénin suosikkilaitte on kaivinkone. Sen avulla hän huoltaa salaojia ja rakentaa kestävä perustan maan kasvukunnolle.

Viljelijän kannattaa pitää tilan sopimusasiat ajan tasalla. Myös perhejuridiset sopimukset on hyvä huomioida, sillä ne tuovat vakautta tilanteiden muuttuessa.

16



MAATILAN Pellervo

Sisältö 6 • 2024

Maatilalla

- 10 Postiksen tilalla kohennetaan kasvukuntoa
- 32 Mustakauraa ravinnoksi Ylitalon tilalta
- 50 Monen toiminnan maatila Talvisillan tähkä ja trekooli

TEEMA: Luomutuotanto & suoramyynä

- 22 Bisnestä perinteitä kunnioittaen Malmgårdissa
- 27 Kumipyöräkaupan hyllyt täynnä luomua
- 30 Luomutilojen satotasoja olisi mahdollista nostaa
- 46 Luomualan monialainen äänitorvi Aura Lamminparras

Työtä & taloutta

- 16 Ajantasaiset sopimukset yrittäjän turva
- 20 Robottitraktori on väsymätön peltotyöjuhta
- 39 Huomioi arvonlisäveron muutos laskuissa
- 56 Tilalla työskentelevien erilaisuus voimavaraksi

Ajassa nyt

- 9 Helppo verkkokauppa aloittelijalle
- 36 Lisätuloa biopohjaisista sivuvirroista
- 40 Tehokas fosforin käyttö tarkkailussa
- 44 Sääilmiövakuutus tekee tuloaan

Metsä

- 58 Tukin katkenta ratkaisee tilin pystykaupassa
- 62 Lämpöyrittäjä remontoi metsäopistosta hotellin

Vakiot

- 3 Pääkirjoitus: Kotimainen löytää tiensä ostoskoriin
- 43 Nollarajalla: Sirkustelua
- 49 Kolumni: Kisastudio
- 66 Sarjakuva Herra Punttila

KANNEN KUVA: PEKKA ROUSI



Puotimaalla on kumipyörien päällä ja traktorin vetämänä tapahtumiin kulkeva tilamyymälä, joka on täynnä luomutuotteita.

27



Robottitraktori pystyy itsenäiseen työskentelyyn pellolla ja käyttää taka- ja etunostolaitteissaan tavallisia työkoneita. Hankkija aloittaa maahantuonnin.

+ TEEMA
Luomutuotanto
& suoramyynä



62 Mikko Sirviö remontoi vanhasta metsäoppilaitoksesta hotellin ja vaihtoi lämmitysmuodon öljystä hakkeeseen. Haketta kuluu 3 000 kuutiota vuodessa, mutta säästöä syntyy.



Pääkirjoitus

Kotimainen löytää tiensä ostoskoriin

KOTIMAINEN RUOKA on ollut pitkään suosiossa, ja se on pitänyt pintansa kuluttajien ostoskoreissa hintapaineista huolimatta. Kotimaisuus ja lähellä tuotettu vastuullinen ruoka ovat edelleen trendejä, jotka tarjoavat suoraan tilalta myyjälle maatalousyrittäjälle mahdollisuuden markkinaosuuden kasvattamiseen.

Suoramyyntillä on mahdollista tehdä kannattavaa tulosta, mutta kuten yrittämisessä yleensä, se vaatii investointeja ja riskinottoa. Yrittäjä voi kohdata haasteita esimerkiksi näkyvyyden lisäämisessä ja asiakaskunnan laajentamisessa, ja markkinointi vaatii merkittävää panostusta alkuinvestointien lisäksi. Pelkkä hyvä tuote ei yksinään riitä, jos kukaan ei tiedä siitä.

Digitaalinen markkinointi tarjoaa maatalouden toimijoille tehokkaan keinon arvojen ja tuotteiden tarinoiden jakamiseen, näkyvyyden lisäämiseen ja kuluttajien sitouttamiseen. Sosiaalinen media, verkkosivustot ja muut digitaaliset kanavat mahdollistavat vuorovaikutuksen kuluttajien kanssa sekä voivat automatisoida ja tehostaa suoramyyntiä. Yhtenä aivan uutena digitaalisen työkalun esimerkkinä on suoramyyntisovellus Graani, jonka perustaja on itsekin maatalousyrittäjänä toimiva Maarit Rockenfeller (s. 9).

Perinteinen suoramyyntin muoto on myydä tuotteet tilan omasta myymälästä. Vaikka tämä malli toimii hyvin joillakin tiloilla, toisilla esi-

merkiksi syrjäinen sijainti voi tehdä myynnistä haasteellista. Liisa ja Tommi Mattilan tilalla (s. 27) aikaisemman myymälän vaiuun asiakasvirtaan liittyviä haasteita on taklattu kekseliäästi. Tilan kivijalkakauppa on nykyään traktorin perässä kulkeva kumijalkakauppa, joka otetaan mukaan myyntitapahtumiin ja markkinoille. Samalla myyntivaunu toimii myös markkinointivälineenä tuotteille.

Yhtenä vaihtoehtona tilamyymälälle on jo yli kymmenen vuoden ajan toiminut ja Suomesta ulkomaille asti levinnyt Reko-toiminta. Monet yrittäjät, kuten esimerkiksi Talvisillan tähkä ja trekoolin Kaisa Vasama-Kakko ja Juha Kakko (s. 50), hyödyntävät Rekoa markkinointikanavana sen sijaan, että ylläpitäisivät runsaasti resursseja sitovaa fyysistä myymälää.

Onnistuminen suoramyyntissä edellyttää tarkkaa harkintaa siitä, mitkä kanavat ja työkalut palvelevat parhaiten oman tilan tarpeita. Pienilläkin askelilla, kuten esimerkiksi uusien digitaalisten välineiden kokeilemisella tai olemassa olevien markkinointikeinojen säädöllä, voi parantaa oman yrityksensä mahdollisuuksia markkinoilla. Laadukkaille suomalaisille tuotteille löytyy aina ostajakuntansa.

RITA LAHTI
TUOTTAJA

Vastaava päätoimittaja

Anna Malk
040 069 9614

AD

Minna Aho
040 156 9162

Tuottaja

Rita Lahti
040 688 3305

Tämän lehden kirjoittajat: Markku Pulkkinen, Pekka Karppinen, Eeva Vänskä, Marja Heikkilä, Vesa Vainio, Minna Nurro, Anne Saarikettu, Martti Perho, Anne Rauhamäki, Sirpa Palokari, Kari Lindholm • **Näköislehti** pellervo-e-lehdet.fi • **Mediamyynti** Saarsalo Oy, Niina Tuulaskoski, niina.tuulaskoski@saarsalo.fi, 041 313 1047 • **Toimitus** PL 77, 00101 Helsinki, maatilanpellervo@pellervo.fi, etunimi.sukunimi@pellervo.fi • **Julkaisija** Pellervo-Media Oy • **Aikakausmedia** ry:n jäsen • **Painopaikka** PunaMusta Oy ISSN 1456-7229 • Tämän lehden tilaajarekisteriä voidaan käyttää suoramarkkinointitarkoituksiin.

Toimituspäällikkö

Anne Penttilä
044 222 6884

Ulkoasu

Heli Nokkala
040 764 5754

Tilaa palvelu

020 413 2636,
tilaukset@
pellervo.fi

