

Internet-yhteyksien kautta onnistuu nykyisin monien asioiden hoito myös maatalayrityksissä. Maatalouden tietoverkkoja eli portaaleja syntyy kuin sieniä sateella kaikkialla maailmassa. Perustajina ja ylläpitäjinä ovat erilaisen yhteisöjen ja yritysten lisäksi myös riippumattomat tahot. Portaalien merkitys nopeana ja ajantasaisena tietolähteenä on kiistämätön, mutta myös kaupallisia palveluja on nopeasti syntymässä.



Saksalaisella tilalla on pian varaa valita netin palveluista, sillä kaupallisia portaaleja on tulossa useita.

Internetin kaupalliset palvelut tulossa maatiloille

TEKSTI JA KUVA: JOUKO PASI



Laajalevikkinen saksalainen maatalousalan ammattilehti "TOP AGRAR" visioi artikkelissaan lannoitteiden hankintaa netin kautta seuraavasti:

"Kun viljelijä haluaa hankkia lannoitteita, hän näpyttelee ostotarjouksen portaalin ostosivulle. Hän määrittelee ilmoitukseensa tarkasti lajin, määrän, toimitusajan ja -paikan sekä ylimmän hinnan. Pari päivää myöhemmin viljelijälle on saapunut neljältä liikkeeltä tarjoukset, joista hän voi valita edullisimman vaihtoehdon."

Tuotantotarvikkeiden ostot erityisesti massa-artikkeleiden tehdään pian internetin välityksellä. Myös tuotekauppa tiloilta jalostuslaitoksiin tulee tapahtumaan samoin periaattein. Tästä hyvänä esimerkkinä ovat netin viljakauppapalvelut, joita toteutetaan Suomessa ilmeisesti ensimmäisenä maailmassa.

Verkkokaupankäynnin etuja

Uusi tapa ostaa ja myydä houkuttelee maatilayrittäjiä, koska se tarjoaa monia etuja perinteiseen tavike- ja tuotekauppaan verrattuna. Kustannuksia voidaan säästää monessa kohdassa.

Tuotteiden etsiminen sekä ominaisuuksien ja hintojen vertailu voidaan suorittaa mukavasti kotona mikron äärellä. Jopa kaupanteko osto- ja myyntitarjouksiin on mahdollista. Stressaavalta liikkeissä juoksemiselta ja puhelinkyselyrumbalta vältytään, jolloin myös aikaa ja bensaa säästyy.

Edullisimpien hintojen ja maksuehtojen hakemisella on suuri merkitys maatalon toiminnan kannattavuuteen. Lannoitteiden, polttoaineiden, kalkin, siementavaran ja kasvinsuojeluaineiden ostoissa voidaan hankinnat kilpailuttaa. Näin löydetään edullisimmat ostospaikat vähällä vaivalla.

Toistaiseksi tämä on vielä paljolti teoriaa, mutta pian jokapäi-

väistä käytäntöä. Se edellyttää vain portaalin perustamista, jossa riittävän suuret määrät myyjä ja ostajia voivat kohdata toisensa. USA:ssa maataloustarvikkeiden kaupasta jo noin 10 prosenttia tapahtuu online-portaaleissa!

Etuja voidaan tarkastella myös maataloustavarakaupan näkökulmasta. Logistiikka yksinkertaistuu. Rahti-, jakelu- ja varastointikustannukset tulevat pienemmään, koska asioita pystytään suunnittelemaan tarkemmin. Näin saadaan kysyntä ja tarjonta vastaamaan paremmin toisiinsa.

Samalla voidaan ohjata tietynlaatuiset tavarat ja tuotteet haluttuihin kohteisiin. Tällöin riittää usein yksi jakelutie: tuotantotarvikkeet tehtaalta suoraan tilalle tai maataloustuotteet tilalta jalostajalle. Tämän pitäisi merkitä myös maatilayrittäjälle korkeampia tuotteiden hintoja ja alempia panoskustannuksia.

Kaupallisen portaalin toiminta

”TOP AGRAR” lehden artikkelissa kerrotaan, että Saksassa muutamia kaupallisia portaalit käynnistävät juuri toimintaansa. Farmpartner.com, farmworld.de ja reiffeisen.com esitellään artikkelissa.

Farmpartner ja Farmworld ovat riippumattomia portaalieja, joiden taustalta ei löydy huomattavia maatalousliikkeitä. Reiffeisen on Saksan osuustoiminnallisten yritysten perustama portaalie, joka keskittyy vielä tällä hetkellä enemmän omien yritystensä esittelyyn kuin toimimaan keskeisenä markkinapaikkana.

Kaupankäyntiä tapahtuu usealla eri tavalla. Myyjät voivat yksinkertaisesti ilmoittaa tuotteitaan tarjolle tiettyyn hintaan määrääjäksi. Tänä aikana ostajien on mahdollista hankkia tarvikkeita, esim. lannoitteita myyjän asettamalla ehdoilla.

Huutokaupamallissa myyjä ilmoittaa tuotteelle ns. minimihinnan ja määrätyn ajanjakson, jolloin ostajat voivat tehdä tarjouksiaan. Tämän jälkeen tavaraa myydään korkeimpaan ”huudettuun” hintaan.

Kolmas tapa on ehkä mielenkiintoisin. Siinä joko viljelijät eli ostajat etsivät antamansa korkeimman hinnan puitteissa kumppania, jonka kanssa kauppa voisi syntyä. Tuotteitaan myyvällä on vastaavasti mahdollisuus tarjota viljaa tai öljykasvien siemeniä myyntiin haluamaansa hintaan.

Kaupankäyntimallit vaihtelevat hiukan eri portaalieissa. Osallistumisesta peritään yleensä käyttäjämaksu. Ohjeisiin on syytä tutustua huolellisesti ennen aloittamista. Tarjotuista ja kysytyistä tuotteista saadaan näkymään myös ajankohtaiset listaukset, joista voidaan seurata hintoja kuin pörssistä ikään.

Verkkokaupan ongelmia ja riskejä

Kaupankäyntiin osallistuvalla vaaditaan aina rekisteröitymistä portaaliein käyttäjiksi, ennen kuin kaupallisten palvelujen käyttö aloitetaan. Tällä halutaan estää häiriköiden tai pelleilijöiden mukanaolo.

Portaaliein ylläpitäjät pyrkivät karsimaan luottokelvottomat



Ylempi kuva on etusivu www.farmworld.de -osoitteesta ja alempi osoitteesta www.farmpartner.com

asiakkaat. Se onkin tarpeen, koska kaupankäynti tapahtuu useimmiten tuntemattomien kesken. Joskus tavaroiden laatu, toimitukset yms. voivat aiheuttaa kaupan tapahduttua valituksia, mutta sellainenhan ei ole tavatonta perinteisessäkään kaupassa.

Portaaliein pitäjät eivät voi taata käyttäjilleen sataprosenttista varmuutta joka asiassa, vaikka pyrkivät tietenkin parhaaseen mahdolliseen luotettavuuteen. Riitatapauksissa voidaan soveltaa normaalia kaupankäyntiä koskevaa lainsäädäntöä. Yleensä riskit eivät ole suuria ja niitä voidaan

välttää antamalla tiedot portaaliein mahdollisimman täsmällisesti ja ohjeiden mukaisesti.

Eräänlainen ongelma on se, että pienten erien välitys voi osoittautua hankalaksi ja epäedulliseksi. Pienissä kaupoissa portaalimaksut muodostuvat tuoteyksikköä kohti suuremmiksi, koska ilmoitusmaksut ovat usein määrästä riippumattomia. Portaaliein kiinnostuskin näyttää suuntautuvan isoihin mautiloihin. Mm. agrarion.com ilmoittaa aikovansa asioida vain yli 100 ha tilojen kanssa.

Tulevaisuuden näkymiä

Kaikkialla kehittyneissä maatalousmaissa kaupalliset portaalit tekevät vasta tuloaan nettiin. Niiden merkitys kokonaiskaupasta on vielä pieni. Tällä hetkellä palvelun tarjoajia ryntää markkinoille sankoin joukoin. Opetellaan toimivia käytännön malleja. ”TOP AGRAR” -lehti toteaaakin, että USA:ssa tulee päivittäin verkkoon 2 – 3 uutta portaaliea, mutta jatkuvasti niitä joutuu myös poistumaan konkurssien myötä. Asemansa vakiinnuttavat tulevat kuitenkin näyttämään tulevaisuudessa erittäin merkittävää roolia maataloustavarakaupassa. Tästä ovat monet markkina-asiantuntijat maailmalla vakuuttuneita.

Perinteinen maataloustavara-kauppa perinteisine kustannuksineen joutuu erittäin kovaan kilpailuun. Tietokonesukupolven maatilayrittäjät tulevat näet bisneslähtöisesti haravoimaan mikroillaan aina taloudellisesti edullisimmat vaihtoehdot. Monet kaupan rakenteet joudutaan ehkä jälleen kerran rationalisoimaan, mikä merkinnee työpaikkojen vähentymistä ja liikerakennusten sekä varastohallien tyhjentymistä.

Maatilayrittäjän kannalta kehitykseen näyttäisi sisältyvän enemmän myönteisiä kuin kielteisiä seikkoja. Tosin haasteena on uuden tietotekniikan omaksuminen ja liiketaloudellisten periaatteiden soveltaminen tilan hoidossa. Näyttöpäätteen kanssa työskennellään yhä enemmän. Sen ääressä tehdään tärkeimmät tilan kannattavuuteen vaikuttavat päätökset.

Lähde: Jörg Mennerichin artikkeli: ”Agrarhandel im Internet” TOP AGRAR-lehdessä 6/2000

