

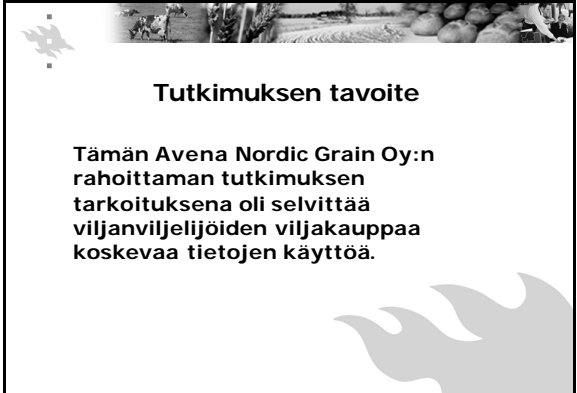
HELSINGIN YLIOPISTON  
TALoustieteen LAITOS

## Informaation merkitys viljanviljelijän myyntipäätöksille

Johan Andberg<sup>2</sup>, Stefan Bäckman<sup>2</sup>, John Sumelius<sup>2</sup>

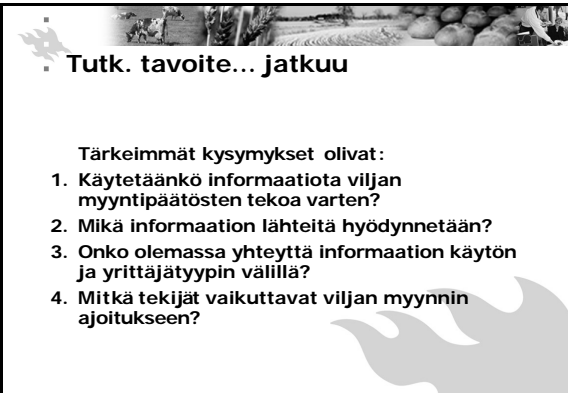
<sup>1</sup> MMM:n tietopalvelukeskus  
<sup>2</sup> Taloustieteen laitos

Kalvojen laatija: John Sumelius



## Tutkimuksen tavoite

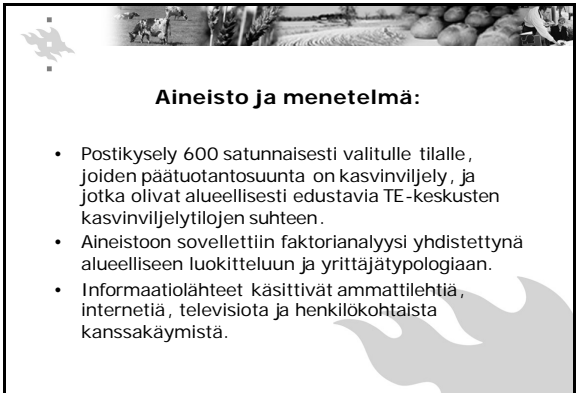
Tämän Avena Nordic Grain Oy:n rahoittaman tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää viljanviljelijöiden viljakauppaa koskevaa tietojen käyttöä.



## Tutk. tavoite... jatkuu

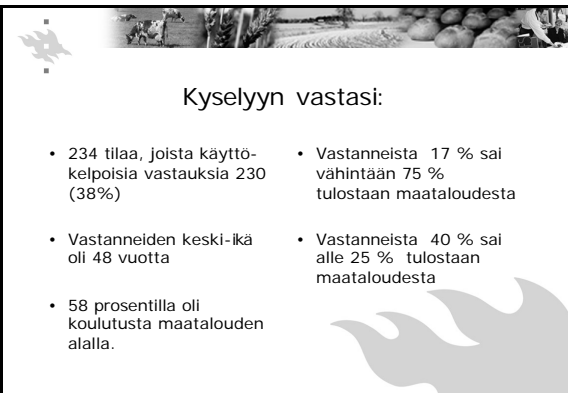
Tärkeimmät kysymykset olivat:

1. Käytetäänkö informaatiota viljan myyntipäätösten tekoa varten?
2. Mikä informaation lähteitä hyödynnetään?
3. Onko olemassa yhteyttä informaation käytön ja yrittäjätyyppin välillä?
4. Mitkä tekijät vaikuttavat viljan myynnin ajoitukseen?



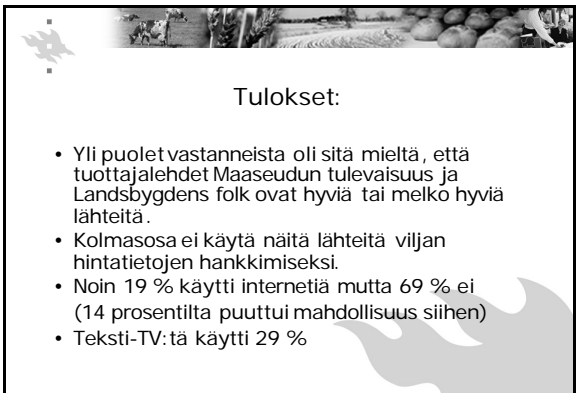
## Aineisto ja menetelmä:

- Postikysely 600 satunnaisesti valitulle tilalle, joiden päätuotantosuunta on kasvinviljely, ja jotka olivat alueellisesti edustavia TE-keskusten kasvinviljelytilojen suhteen.
- Aineistoon sovellettiin faktorianalyysi yhdistettynä alueelliseen luokitteluun ja yrittäjätypologiaan.
- Informaatiolähteet käsittivät ammattilehtiä, internetiä, televisiota ja henkilökohtaista kanssakäymistä.



## Kyselyyn vastasi:

- 234 tilaa, joista käyttökelpoisia vastauksia 230 (38%)
- Vastanneiden keski-ikä oli 48 vuotta
- 58 prosentilla oli koulutusta maatalouden alalla.
- Vastanneista 17 % sai vähintään 75 % tulostaan maataloudesta
- Vastanneista 40 % sai alle 25 % tulostaan maataloudesta



## Tulokset:

- Yli puolet vastanneista oli sitä mieltä, että tuottajalehdet Maaseudun tulevaisuus ja Landsbygdens folk ovat hyviä tai melko hyviä lähteitä.
- Kolmasosa ei käytä näitä lähteitä viljan hintatietojen hankkimiseksi.
- Noin 19 % käytti internetiä mutta 69 % ei (14 prosentilla puuttui mahdollisuus siihen)
- Teksti-TV:tä käytti 29 %

## Tulokset jatkuu...

- Kaksi komasosa hyödynsi viljakauppaa tietolähteenä (hyvä tai aika hyvä lähde) ja 17 % hyödynsi neuvvoja.
- Vastaajista 43 % seurasi markkinointitapahtumia muutaman kerran kuukaudessa ja 43 % pelkästään myyntiajankohtana.
- Hankittu hintainformaatio vaikutti viljelyksavin valintaan 40 prosentilla vastanneista, kun sillä oli vain vähän merkitystä 42 prosentille ja 18 prosentille ei ollenkaan.

## Tulokset jatkuu:

- Vastanneista 21 % teki omia katetuotto-laskelmia ja 57 % muunlaisia arvioiteja, kun taas 22 % ei tehnyt minkäänlaisia kannattavuuslaskelmia tai arvioiteja.
- Joukkotiedotusvälineet vaikuttivat myynnin ajoitukseen erittäin paljon yhdellä prosentilla vastanneista, melko paljon 44 prosentilla, vähän 32 prosentilla ja ei ollenkaan 23 prosentille vastanneista.

## Informaatiolähteiden valinta, %:

Informaatiolähde	Hyvä	Aika hyvä	Aika huono	Huono	Ei käytä
Maas. Tul., LF.	26	32	6	4	32
Hintapu.Tietokappi	3	5	5	5	84
Käytännön maam.	8	10	10	3	69
Paikallislehdet	5	10	16	16	53
Viljak. omia lehtiä	4	28	17	6	45
Internet	7	12	7	5	69
Teksti-TV	4	10	8	7	71
Ostajat, kauppiaat	32	33	10	1	24
Maatalousneuvojat	5	12	11	2	70
Viljelijäkok., kurssit	6	19	11	5	59
Muut viljelijät	16	36	9	6	33

- **Faktorianalyysi** tuotti kolme faktoria, joiden ominaisarvo oli yli yhden.
- Nämä kolme tekijää keräsivät 53 % otoksen varianssista. Faktoreille annettiin nimet "Vain informaatiota arvostavat yrittäjät", "Analysoivat yrittäjät" ja "Tietoiset yrittäjät".

## Muuttujien kommunaliteetti

Muuttuja	Kommunaliteetti	Muuttuja	Kommunaliteetti
Internet	0,42		
Teksti-TV	0,38	Tietoläht.vaik.viljel yksavien valintaan	0,58
Viljak. omia lehtiä	0,45	Tietoläht.vaik. myynnin ajoitukseen	0,63
Maatalousneuvoj.	0,64	Kannattavuulask. en. tuot. toteutta	0,43
Lehdet	0,63	Ostajien vertailu	0,37
Muut yrittäjät, kurssit, vilj.kok.	0,65	Viljan ostajien tarjoukset	0,56
Tietoläht. käyttö	0,44	Yrittäjän tietoisuus viljakaupasta	0,69

Faktorin **vain informaatiota arvostavat yrittäjät** vahvimmat lataukset muodostivat informaatiolähteet.

- Faktori vastaa noin 31 prosenttia alkuperäisen otoksen varianssista.
- Tietolähteet "lehdet", "maatalousneuvojat" ja "muut yrittäjät, kurssit kokoukset yms." oli vahvimmat lataukset tällä faktorilla.

### Muuttujien faktorilataukset:

Muuttuja	Vain informaatiota arvostavat yrittäjät	Analysoivat yrittäjät	Tietoiset yrittäjät
Internet	0,53	0,33	0,15
Teksti-TV	0,41	0,44	-0,16
Viljakauppiat	0,51	0,08	0,42
Maatalousneuvojat	0,78	-0,10	0,11
Lehdet	0,77	0,19	-0,09
Muut yrittäjät, karsit, viljelijäkokoukset yms.	0,79	0,13	0,01
Tietolähteiden käyttö	0,04	0,63	0,19
Tietolähteiden vaikutus viljelykasvien valintaan	0,14	0,74	0,12
Tietolähteiden vaikutus myynnin ajoitukseen	0,25	0,72	0,22
Kannattavuuslaskelmia ennen tuotannon toteutt.	0,02	0,62	0,21
Ostajien vertailu	0,06	0,39	0,46
Pyytiä tarjouksia viljan ostajilta	0,11	0,17	0,72
Yrittäjien tietoisuus viljakaupasta	0,07	0,19	0,81

### Faktorin *analysoivat yrittäjät*

- vahvimmat lataukset muodostivat "tietolähteiden vaikutus viljelykasvin valintaan" ja "tietolähteiden vaikutus myynnin ajoitukseen".
- Muuttujat "tietolähteiden käyttö" ja "kannattavuus laskelmia ennen tuotannon toteuttamista" oli vahvat lataukset.
- Faktori vastaa noin 13 prosenttia alkuperäisen otoksen varianssista.

### Kolmas faktorin *tietoiset yrittäjät*

- vahvimmat lataukset muodostuivat muuttujista "yrittäjän tietoisuus viljakaupasta" Viljan ostajien tarjoukset", "ostajien vertailu" ja "viljakauppiat".
- Faktori vastaa noin 8 prosenttia alkuperäisen otoksen varianssista.

### Faktoreiden välinen korrelaatio:


- 216 yrittäjän saamien kolmen faktorin faktoripisteistä käytettiin korrelaatioanalyyseissä
- Korrelaatio kolmen faktorin välillä oli positiivinen, ts. mikäli yrittäjä on vain informaatiota arvostava niin todennäköisyys on suuri, että hän on myös analysoiva ja tietoinen ja toisin päin.
- län ja faktoreiden *analysoivat yrittäjät* ja *tietoiset yrittäjät* välinen korrelaatio oli noin -0,20 mikä tarkoittaa, että nuoret viljelijät ovat hieman enemmän analysoivia ja tietoisia kuin iäkkäämmät viljelijät.
- Korrelaatio faktoreiden *analysoivat yrittäjät* ja *tietoiset yrittäjät* ja koulutuksen välillä on 0,22 mikä merkitsee, että yrittäjät, joilla on enemmän koulutusta ovat enemmän analysoivia ja tietoisia kuin vähemmän koulutusta saaneet viljelijät.

### Eräiden muuttujien välinen korrelaatio:

- Korrelaatioanalyyseistä käy ilmi kohtuullisen selvä yhteys useiden tilalla esiintyvien työtehtävien välillä.
- Yrittäjien omat arviot ammattitaidostaan analysoida taloudellista tulosta, investointien kannattavuutta sekä maksuvalmiusseurantaa ja riskien hallintaa korreloivat keskenään voimakkaasti positiivisesti.
- Korrelaatio vilja-alan ja yrittäjän oman kasvinviljelytoimen arvostuksen välillä on 0,39.

### Viljelysuunnitelmat –korrelaatio ominaisuuksien kanssa

- Ne yrittäjät jotka ovat saaneet odottamansa tuloksen viljelysuunnitelman teosta mitä todennäköisemmin katsovat hallitsevansa keskimääräistä paremmin investointeja, maksuvalmiusseurantaa ja riskinhallintaa koskevat laskelmat



## Johtopäätökset:

- Maatalousyrittäjät hyödyntävät useita viljamarkkinoiden informaatiota koskevia tietolähteitä.
- Arvostetuimmat tietolähteet ovat viljan ostajat ja lehdet Maaseudun Tulevaisuus ja Landsbygdens Folk.
- Informaation käyttö ja merkitys yrittäjille kasvavat suhteessa tilan viljelyalaan.



## Johtopäätökset.. jatkuu

- Tutkimuksen mukaan, on olemassa yhteys iän, koulutustason ja yrittäjän kokeman informaation merkityksen välillä.
- Nuoret yrittäjät ja korkeasti koulutetut yrittäjät käyttävät enemmän viljakauppaa koskevaa tietoa kuin iäkkäät ja vähemmän koulutetut viljelijät.
- Viljan myyntiajankohtaan koskevaan päätökseen vaikuttavat eniten viljan hinta myyntiajankohtana, verosuunnittelu ja viljan ostajien suositukset



**Kiitos !**