

Talous

Esimies:
Jorma Rahkonen, p. 014 622 276
Uutispäivystys: p. 014 622 276

Sähköposti:
talous@keskisuomalainen.fi,
etunimi.sukunimi@
keskisuomalainen.fi

Osoite:
Talous,
PL 159, 40101 Jyväskylä

YRITYKSET

Tilausliikenne Sami Arjotie hakeutui konkurssiin

Tilausliikenne Sami Arjotie on hakeutunut konkurssiin omasta hakemuksesta. Jyväskylässä kotipaikkaansa pitävä, vuonna 2001 perustettu linja-autoyritys tuotti muun muassa konsertti- ja tilausmatkoja Suomessa ja ulkomailla. Konkurssihakemuksen mukaan velkasumma on runsaat 330 000 euroa. Yrityksen suurim-

mat velkojat ovat Keski-Suomen Osuuspankki, jolla on lainasääntöjä varten 170 000 euroa sekä Verohallinto, jolla on lainasääntöjä varten noin 85 000 euroa. Velallista on varoja noin 174 000 euroa. Omistajan lisäksi yritys on työllistänyt yhden vakituisen työntekijän, asianajaja, pesähoitaja **Miikka Nuorva** tiivistää.



ELISA

4G-verkko laajenee Keski-Suomessa

Elisa on laajentanut 4G-verkon saatavuutta Keski-Suomessa. Verkkoa laajennettiin Joutsassa, Jyväskylässä, Tikkakoskella, Jämsässä, Karstulassa, Keuruulla, Kivijärvellä, Kuhmoisissa, Luhangassa, Multialla, Saarijärvellä, Toivakassa, Uraisilla, Viitasaarella ja Äänekoskella. Elisän tavoitteena on rakentaa

4G-verkosta yhtä kattava kuin nykyinen 3G-verkko on. Elisa on tähän mennessä tuonut 4G-nopeudet yli 290 paikkakunnalle. 4G eli niin sanottu neljännent sukupolven mobiiliteknikka on jatkoa jo laajasti käytössä olevalle 3G-tekniikalle. 4G-verkossa voidaan päästä jopa 300 Mbit/s siirtonopeuksiin.

YRITYSKAUPAT

Finlandia Candy osti makeistehdas Namellin

Riihikoskella toimiva makeistehdas Finlandia Candy Oy on ostanut suomussalmelaisen makeistehdas Namelli Oy:n liiketoiminnan. Keski-Suomessa Vaaajakoskella vuonna 1989 toimintansa aloittanut Namelli siirsi makeistehdantonsa Suomussalmelle Kainuuseen jo vuonna 2000.

Namellin työntekijät siirtyvät uuden omistajan palvelukseen vanhoina työntekijöinä ja yhtiön liiketoiminta jatkuu nykyisissä tuotantotiloissa Suomussalmella. Namellin ja Finnsweet-konserniin kuuluva Finlandia Candyn yhteenlaskettu liikevaihto on noin 3 miljoonaa euroa.

Huutokauppakeisarinna

Heli Palsanmäki:

Kouluja kartellut yrittäjä on oppinut käytännön kautta yrittäjyyttä, atk-taitoja ja Arabian astioiden arvon.

UURAINEN
Jaana Siljamäki

Kun suomalainen mies haluaa olla hauska, hän puhuu naisestaan "hallituksena", jolta pitää kysyä lupaa ja neuvoa. Supli-kistaan ja tv-sarjasta tunnettu huutokaupparyrittäjä **Aki Palsanmäki** on niitä miehiä, joilta tuollainen kasku on saattanut joskus livahtaa – eikä se kaukana todellisuudesta olisikaan, sillä **Heli Palsanmäellä** on kokonaiskäsitys ja hallinta toiminimi Palsanmäen talouteen. – Se on selkeintä. Aki vastaa puhelimeen ja minä tiedän rahaliikenteen, Heli kiteyttää. Helin sarkaa on myös "atk-hommat, sillä muutoin Aki tekisi niitä yhdellä sormella", sekä leipominen huutokaupan kioskiin.

Kenties keskeinen syy sille, että he ovat tänä päivänä huutokaupparyrittäjiä, on Heli Palsanmäki. Akin isä **Lauri Palsanmäki** halusi yritykselleen jatkajan, mutta omasta jälkipolvesta ei siihen yksinään ollut.

– Jotenkin se meni niin, että otin velat omiin nimiini, aloin pyörittämään yritystä ja Aki oli siinä mukana, mutta etsi samaan aikaan töitä. Ajattelimme, että hänen oli niitä helpompi löytää metallialan osajana.

Tiedossa oli, että pelkällä huutokaupalla elää huonosti. Akin isä ja avoaimoksin olivat tehneet hommaa osa-aikaisesti. Hankalaa se oli nuoremmallekin Palsanmäen pariskunnalle. – Kolme pankkia tyrmäsi täysin, kun haimme lainaa. Lopulta saimme lainan samasta pankista, mistä Akin isäkin.

Yrittäminen oli kiihuttamista niin kauan, että **Heli Palsanmäki** herkistyy moneen otteeseen haastattelun aikana. – Sen kädestä suuhun eläminen muistaa vielä... kauanko sitä olisi henkisesti kestänyt.

Onnekkain käänne tietävät nyt kaikki.

Pariskunta ylipuhuttiin huutokaupasta kertovaan tosi-tv-ohjelmaan, kun tuotantoyhtiön miehet olivat päätyneet Palsanmäkiin vierailtuaan salaa noin kolmessakymmenessä huutokaupassa kehä-kolmosen yläpuolella. Yritys oli silloin viitti vaille varasan alla.

Kituttavasta yrityksestä on nyt tullut menestys, ainakin Helin mittapuulla.

– Laskut saa maksettua ajallaan. Homma pyörii, tulee tavaraa ja ihmisiä. Ennen piti soitella vakimyyjille ja myydä tavaraa omasta kodistakin. Nyt puhelin soi joka päivä ja tavaraa tulee ympäri Suomen. Lomaakin on voinut pitää.

Heli Palsanmäki tuli yrittäjäksi kuten monet: kylmiltään. Hän kokosi aikaisemmin kännyköitä Nokialla Salossa useita vuosia ja piirilevyjä Aspokompilla. Hänellä on hotelli- ja ravintola-alan perustutkinto ammatikoulusta.

– En ole mikään kouluihminen. Ne menivät vähän miten sattuu.

Ennen nykyistä työtään hän oli vierailut kaksi kertaa huutokaupassa. Nyt alan yrittäjyyttä on pian 10 vuotta takana ja Arabian "kipot" eivät ole enää täydellisen epäkiinnostavia, kuten joskus.

– Alkuun verrattuna minulla on nyt aika hyvä esinetietämys. Ymmärtää jo aika hyvin, mikä myy ja mikä ei – esimerkiksi huonekalujen myynti on nyt aivan ala-arvoista.

Vanhan tavaran markkina on nyt yleisesti melko hyvä. – Pienesineistö menee hyvin kaupaksi, esimerkiksi signeerattu kotimainen lasi. Kyllähän kierrätys kiinnostaa monia. Olemme kullekin, että muillakin huutokaupoilla on alka-



Vaikka Palsanmäen huutokaupalla on nyt nostetta tv-ohjelman siivittämänä, heillä ei ole aikeita tehdä laajennuksia toimintaan. "En usko että suosio kestää loputtomiin, pidetään jalat maassa. Jostain isommasta hallista tulisi vaan kauheat velat", Heli Palsanmäki sanoo.

nut mennä paremmin ohjelman myötä, Heli Palsanmäki kertoo.

Ohjelman vuoksi myös ansaintamalli on nyt monipuolisempi. Myynnissä on Akin ja Helin lentävillä lauseilla varustettuja t-paitoja, joilla on Helin mukaan erittäin hyvä menekki.

– Alkuaikoina niitä meni joi-tain kymmeniä kuukaudessa, nyt tuplatan siitä.

Lisäksi he ovat kysytyjä huutokaupan vetäjiä ympäri Suomea. Meklaukkelikoja tehtiin viime vuonna noin 80. Ohjelmasta on myös toisella ja kolmannella tuotantokaudella maksettu palkkio.

– Ei puhuta huimista summista, mutta sellaisista, että se kannattaa tehdä. Tuntipalkka ei ole huikea, kun laskee että yhteen jaksioon kuvataan 30 tuntia materiaalia.

Ennen kaikkea on tietenkin ohjelman mainosarvo. – Kuinka monella yrittäjällä on laittaa tunnin mainos kerran viikossa televisioon? Jos emme olisi telkkariin lähteneet, niin hulluja olisimme olleet.

Helin verotettavat tulot nousivat toissa vuonna parilla kymmenellä tuhannella reiluun 50 000 euroon, Aki tienasi vuoden 2014 verotietojen mukaan kymppitonnin vähemmän. Moni

”Ennen piti soitella vakimyyjille ja myydä tavaraa omasta kodistakin.

on kehottanut vaihtamaan toiminimestä osakeyhtiöksi "turhi-verojen välttämiseksi".

– Minusta turhia veroja ei olekaan. Selvitimme kyllä asiaa, mutta laskelman mukaan vaihdos toisi vuodessa 1500 euron säästön. Minusta se on pieni hyöty siitä vaivasta, mitä Oy-muoto aiheuttaisi. Olen lais-

HELI PALSANMÄKI Huutokaupparyrittäjä

■ Pyörittää T:mi Palsanmäkeä ja huutokaupaa Uuraisten Hirvaskankaalla miehensä Aki Palsanmäen kanssa.

■ Tunnettu Nelosen tosi-tv-sarjasta Suomen Huutokaupakeisari, jonka neljäs tuotantokausi esitetään helmikuusta alkaen.

■ Syntynyt 1978 Kiskossa.

■ Perheeseen kuuluu myös isä, äiti ja kolme siskoa.

■ Harrastaa keräilyä, hiihtoa, lenkkeilyä ja bingoa.

■ Motto: Tee niin toiselle, kuin tahdot toisen tekevän sinulle.

ka opettelemaan mitään uutta. Mikä on yrittäjän suurin onnistuminen?

– Se, että on selvinnyt tähän saakka, sanoo Palsanmäki. Ja herkistyy taas.

KAUPPALAISPIHA Ravintolat yhdistävät voimansa

Jyväskylän Kauppalaispihalla sijaitsevat Bar Passion ja Food Bar & Kitchen yhdistyvät alkuvuonna. Uusi ravintola tulee kantamaan nimeä Passion Food & Bar. Passionin ravintolapäällikkö **Juuso Puusti-**nen painottaa, että esimerkiksi Foodin suosittu lounas tai Passionin kattava juomavalikoima eivät tule poistumaan. Remontti on molempien ravintoloiden puolella jo käynnissä ja se jatkuu tammihelmikuulle. Passionin ja Foodin muodostama uusi kokonaisuus tulee omalla tytäryhtiönään osaksi Restamax Oyj -konsernia. Sekä Bar Passion että Food Bar & Kitchen ovat toimineet Jyväskylässä vuodesta 2007 lähtien.

Kauppiaasi tuntee tapasi

Tutkimus: VTT selvitti kameroin kuluttajien ostokäyttäytymistä.

Raisa Nerg

Kauppiaalle on ensiarvoisen tärkeää tuntea asiakkaansa. Uusimman teknologian avulla kuluttajien ostokäyttäytyminen on entistä paremmin tiedossa. Teknologian tutkimuskeskus VTT seurasi kameroin ihmisten liikkumista myymälässä ja jopa situle, mihin tuotteisiin kuluttajan katse kiinnittyi. – Dataa yhdistelemällä saatiin tietoa siitä, millä tavalla ihmisen ostosnopeus tai mieliala vaikuttaa hänen käyttäytymisensä, kertoo tutkija **Katri Grenman**. Tutkimuksessa selvisi, min-käläiset asiakkaat ovat hypiste-lijöitä ja mitkä asiat vaikuttavat heräteostosten tekoon, sekä miten kauppareisuus vaikuttaa asiakkaan mielialaan.

Asiakkaita luokiteltiin esimerkiksi ostostyyppiin mukaan (eväs-, täydennys- ja ruokaos-tokset) ja ostosten valitsemisnopeuden mukaan. Luokitte-luja oli useampia päällekkäisiä. – Nopealle ostajalle, joka on suoraviivainen toiminnassaan, ja "omien" tuotteiden löytymi-nen helposti. Hidas hypisteijä sen sijaan etsii iloisia yllätyksiä tuotevalikoimasta, uutuustuot-teita tai on erityisen kiinnostu-nut tuotteiden sisältötiedoista, Grenman toteaa.

VTT:n, Suomen lähikaupan, Sinebrychoffin, Forecan ja Aalto-yliopiston Koda-yhteishanke toteutettiin Suutarilan Siwassa Helsingissä. Ostokäyttäytymisestä saatua

”Hidas hypisteijä etsii iloisia yllätyksiä.

Tutkija Katri Grenman

tietoa yhdistettiin Forecan sää-tietoihin ja lähikaupan myynti-dataan. Tämän perusteella voitiin kaupassakävijät luokitella erilai-siin ryhmiin ja ymmärtää kysei-sen kaupan rooli näiden asiak-kaiden ostokäyttäytymisessä. Samoin tunnistettiin tekijöitä, jotka ovat tärkeitä hyvän kaupa-sakäyntikokemuksen kannalta. Tutkimuksessa saatiin tietoa myös siitä, millä tavoin kulut-tajat tekevät valintoja kaupassa. Esimerkiksi väsyneeksi itseään kuvaileet ihmiset tekivät toden-

näköisemmin ostoja juomahyl-lyltä, mutta kiinnittivät vähem-män huomiota hyllynpäättyihin, jotka ovat monille kauppoille hy-vinkin tärkeä mainospaikka. Tutkimuksesta hyötyvät enen-ten kaikkea kaupat, jotka saavat tietoa asiakkaistaan sekä palve-lujensa, valikoimansa ja tuottei-densa esillepanon merkityksestä. Kun erilaiset asiakastyypit voidaan tunnistaa, palveluita ja valikoimaa kyetään mukautta-maan paremmin asiakkaiden tarpeita vastaaviksi. Kauppiaiden ohella myös tavarantoimittajat ja valmista-va teollisuus voivat tutkimuk-sessa käytettyjen menetelmien avulla kerätä tietoja esimerkiksi pakkaukseen ja -materiaalien vaikutuksesta kuluttajien va-lintoihin.

Uutta suuntaa johtamiseen?

**KIRJAT
VILLE TÖRMÄLÄ, JARI MARKKA-
NEN, TERO KADENIUS**
Uusi ajattelu – Uusi johtaminen
Suomen Liikekirjat. 2015. 114 s.

Törmälä, Markkanen ja Kadenius ovat tarttuneet kovaan haasteeseen. Uusi ajattelu kirittää uutta johtamista – tällaista konseptia heidän teoksessaan työstehtään. Lukijaa hieman epäilyttää ot-sikon haastavuus. Onko ky-seessä vain uusi yllämainostet-tu liikkeenjohdollinen tuote? Luonnehdin johtamista kolmella tapaa. Se on tietty ilmiö, joka vallitsee todellisuudessa. Johtaminen on myös oppi, jota opetetaan, jotta johtaminen tapahtuisi hyvin suhteessa kaikkiin sidosryhmiin että myös te-hokkaasti. Johtaminen tie-teenä pyrkii kuvaamaan ja

selittämään todellisuudessa vallitsevia johtamiskäytänteitä. Kaikki nämä kolme asiaa ovat jatkuvassa vuoropuhe-lussa keskenään. Teoksessa *Uusi ajattelu – Uusi johtaminen* kehitellään tapoja hahmottaa johtaminen useista eri näkökulmista. Tässä mielessä kirja edustaa oppi-piirijallisuutta, joka rakentaa tieteellisen tiedon varaan. Tämä on hyvä asia. Vuopuuhelu on toimivaa. Kirja koostuu yhdeksästä eri alaluvusta; tuotejohtaminen, motivointi, oppimi-nen tiimit, mittarit, ja lopussa myös johtaminen merkitysten luojana, saavat oman käsitte-lynsä. Teos edustaa humanis-tista liikkeenjohdollista otetta: käskevästä johtajuudesta tulisi siirtyä jaettuun johta-juuteen. Tämä on hyvä lähtö-kohta, mutta ei varsinaisesti

kovin uusi ajattelutapa. On tietysti hyvä, että ihmiskes-keisiä arvoja korostetaan liik-keenjohdon työssä. Usein näiden arvojen siirtyminen johtamisen käytäntöihin näyttää olevan valitettavasti kovin hankalaa. Kirjan viimeinen luku kä-sittelee kielen merkitystä johtamisessa ja organisaatiossa – teesi kuuluu, että kieli on uudistettava, jotta muutos olisi mahdollista. Käytetyt termit, ilmaiset ja sanat ohjaavat ta-paamme muodostaa sosiaalinen todellisuutemme. Tässä alkaa olla jo uutta liikkeenjoh-dollista ajattelua mukana. Tä-tä teemaa olisi hyvä kehitellä eteenpäin. Kirjaa voi suositella yritys-johdolle. Oluudestaan huolimatta kirja sisältää paljon pohdittavaa. TUOMO TAKALA

NIMITYKSET

OP Keski-Suomi:

Yritysasias- kasliiketoiminnasta vastaavaksi pankinjohtajaksi on nimetty 1.2. alkaen **Hannu Ujula** ja vahin-kovakuu-tuksesta ja varallisuudenhoidosta vastaavaksi pankinjohtajaksi 1.1. alkaen **Juhana Jacksén**. Ujula on tätä ennen toiminut Hel-singin OP Pankki Oyj:n yritysliiketoiminnassa ja Jacksén sijoitusjohtajana OP Keski-Suomen OP-Privatessa vastaten yksikön myynnin johtamisesta.

Uuden perustettavan asiakkuudenhoitoyksikön vetäjäksi 1.1. alkaen on nimetty pankinjohtaja **Reijo Piippanen**. Yksikön tehtävänä on keskittyä henkilöasiakkuuksien aktiiviseen ja joustavaan hoitamiseen asiakkaan haluamissa kanavissa. Piippanen on tähän asti vastannut pankin varallisuudenhoidosta.

LENTOYHTIÖ Norwegian teki uuden ennättyksen

Lentoyhtiö Norwegian teki uuden matkustajaennättyksen vuonna 2015, kun yhtiö kuljetti lähes 26 miljoonaa matkustajaa, mikä on kaksi miljoonaa matkustajaa enemmän kuin vuotta aiemmin. Käyttöaste oli 86 prosenttia, kun se vuotta aiemmin oli 81 prosenttia. Viime vuonna Norwegianin laivasto myös kasvoi 11 uudella lentokoneella ja yhtiö lanseerasi useita uusia reittejä.