

Sisällys

Ruoka-Suomi –tiedote

Ruoka-Suomi –tiedote kertoo elintarvikealan kehittämistyöstä. Tiedote ilmestyy vuonna 2004 neljä kertaa. Tiedotteen kunkin numeron painosmäärä on 1800 kpl. Jakelulistalla on noin 1300 elintarvikealan toimijaa. Levitä tiedotetta kaikille, joita elintarvikealan kehittäminen kiinnostaa.

Toimitus

Arja Meriluoto
(02) 333 6476
arja.meriluoto@utu.fi

Heidi Valtari
(02) 333 6416
0400 487 160
heidi.valtari@utu.fi

Turun yliopisto
Täydennyskoulutuskeskus
Lemminkäisenkatu 14-18 B
20520 Turku
fax (02) 333 6331

Ruoka-Suomi –tiedotteen tarkoitus on palvella eri puolilla Suomea olevia elintarvikealan toimijoita ja yrityksiä kertomalla valtakunnan tason asioista, verkostoitumisesta ja muista kaikilla elintarvikealan kehittäjiä kiinnostavista asioista. Toisaalta tavoitteena on välittää eri alueellisten toimijoiden tietoja, kokemuksia ja aikomuksia muille hyödynnettäväksi. Toivottavasti löydät tiedotteesta sinulle uusia asioita tai rohkaistut ottamaan yhteyttä kirjoittajiin.

Toimitus odottaa aktiivisuutta elintarvikealan toimijoilta. Liuska tekstiä syntyy helposti. Kyse on aktiivisuudesta. Kertomalla asioista auttaa toisia ja voi toisaalta saada arvokasta palautetta omaan toimintaan muilta.

Ruoka-Suomi -tiedotetta voit lukea Ruoka-Suomi sivustosta osoitteesta www.maaseutupolitiikka.fi

Konstailematonta ruokaa -läheltä ja kaukaa	1
Elintarvike- ja luonnontuoteväki kokoontui Ähtäriin	3
Kuluttajien ja päättäjien käsityksiä lähi- ja luomuruoasta	4
Hyvää Suomesta -tunnus myös ammattikeittiöille	5
Laatuvarma auttaa arvioimaan yrityksen toimintaa	6
Maakunnan maut -ravintola Varsinais-Suomessa	7
Huoli pk-elintarvikeyritysten tulevaisuudesta yhdistää kehittäjätahoja	8
Elintarvikealan toimialaraportit 2003	9
Voiko maaseutukunta vahvistaa talouttaan valitsemalla omassa kunnassa tuotetun elintarvikkeen?	10
Lähiruokapörssi	12
Ideavispilät Oy	13
Laatu -hanke auttaa yrittäjää	14
Luomuhankkeiden tapaaminen	15
Lähiruokatuotteiden kaupallistaminen -seminaari 17.9.2003 Joensuussa	16
Lukijakyselyn tulosten kertomaa	17
Finnvera tarjoaa rahoituspalveluja suomalaisille yrityksille	18
Laatunen tiedottaa laatutyöstä	19
Ruokakori -tilausjärjestelmä palvelee pieniä elintarvikeyrityksiä ja ravintoloita	19
PD-ohjelmasta täydennyskoulutusta elintarvike- ja kotitalousaloille	20
Lukijakyselyn palkinnot	21
Elintarvikealan koulutuksen markkinointihanke etenee	22
Elinvoiman eväät -opassarja	22
Yrttitietoa tarjolla	23
Itsearviointilla tulokselliseen hanketyöhön	24
Asiakaslähtöisyyttä toimintaan ja tuotteisiin	26
Hankasalmelaiset erikoisruokavaliotuotteet -hanke -gluteenitonta yksilöllisesti	27
Uusia ylimatekunnallisia hankkeita käynnistymässä ALMA-alueella:	28
Vikuri, Metsän uudet mahdollisuudet ja Helmi	
Strateginen kumppanuus -etsii kumppaneita	30
Elintarvikekeskus Veteli tiedottaa	31
Elintarvikealan kontaktitapahtuma	31
Palvelukortti	32



Eteläpohjalainen ruokatarjonta esittäytyi näyttävästi Ähtärissä 7.10.2003 Elintarvikeyrityksien kehittämisen hankeseminaarissa.

Konstailematonta ruokaa -läheltä ja kaukaa

Laajentuvan Euroopan ja EU:n maaseudun kehitystavoitteita ja välineitä pohtinut kongressi pidettiin Itävallan Salzburgissa, tuossa Mozart-kuulien ja Red-Bullin ynnä ties minkä vanhojen ja uusien herkkujen kotipaikassa. Ja niinpä kassiin löysi paikallisesta minimarketista talonpojanmakkaraa, -juustoa ja merkkituotetta, Steireriläistä kurpitsaöljyä, joka on tummaa, paksumaa, raffinoimatonta pähkinäntuoksuista mausteöljyä. Runsas ruokatarjoilu perustui perinteiseen Itävaltalaiseen keittiöön, paljon liharuokia, erityisesti sianlihaa, savustettua siiankylkeä, mausteisia makkaroita, kalaa, kypsennettyjä kasviksia, knödeleitä ja spätzlejä, juustoja, viinejä, olutta, kuohkeita hedelmäisiä ja suklaaisia jälkiruokaleivoksia –kermavaahdolla. (Yksi ja toinen ehti kaipailla salaattia, leipää ja perunaa.) Selväksi tuli, että omaa ruokakulttuuria arvostetaan ja perinteistä pidetään kiinni.



Kongressin tärkein anti tietenkin olivat hahmotelmat maatalouspolitiikan niin sanotun toisen pilarin muodosta. Jääkö se vain hernekepiksi vai kehitetäänkö siitä laajapohjainen ja itsenäinen poliittikalohko. Mihin on päästy vuoden 1996 Corgin kokouksen jälkeen ja millaiset tavoitteet voidaan asettaa Eurooppalaisen maaseudun tulevaisuudelle kun meitä keuhkolla on 25 jäsenmaata ja ”Eurooppalainen maaseutu”, sen mahdollisuudet ja ongelmat vaihtelevat mittavasti maittain ja alueittain. Millaista politiikkaa pitäisi nyt harjoittaa, jotta tulevaisuus toteuttaisi maaseudun mahdollisuudet.

Keskeisiä kysymyksiä nyt maatalousreformin jälkeen olivat: Onko EU:n tar-

joama keinovalikoima tarpeeksi laaja maaseudun kehitystarpeisiin vastaimiseksi? Miten huolehditaan maaseudun ympäristökysymyksistä ja samalla maatalouden kilpailukyvyistä? Mikä rooli LEADER-tyyppisellä toiminnalla on ensi kaudella? Miten puretaan liialliseksi koettua byrokratiaa?

Kysymyksiä ja vastauksia komissiolle tarjosi liki 2000 osallistujaa. Mukana oli virkamiehiä, paikallisia ja alueellisia toimijoita, tutkijoita, kansalaisorganisaatioita, ministereitä ja EU-tason poliitikkoja. Loppuyhteenvedossa maatalouskomissaari Fischler linjasi komission periaatteeksi uudelle kaudelle:

-maaseudun kehittämiseen panostaminen on investointi tulevaisuuteen
-maaseudun kehittämistoimien tulee kattaa kaikki Unionin maaseutualueet
-maaseudun kehittämisessä tarvitaan laajasti erilaisia toimia vastaamaan tarpeisiin
-maatalous on keskeinen maaseudun toimija, mutta maaseuturahaston pitää toimia laajemmin
-seuraavan kauden toiminnan yksinkertaistamiseksi olisi vain yksi maaseuturahasto, yksi maaseutuohjelma ja yksi kontrollisysteemi
-komission ja jäsenmaan valtaa, vastuuta ja tavoitteenasettelua on edelleen tarkasteltava.

EU:n budjetin maaseuturesurseista konferenssissa tietenkin puhuttiin, mutta esitykset ovat vasta tulossa, odotan niitä kuitenkin suhteellisen luottavaisena. Lopulliset linjaukset muokkautuvat vielä komission ja jäsenmaiden ministereiden mankelissa ensi vuoden mittaan.

Suomalaisten maaseudun elintarvikeyrittäjien ja hanketoimijoiden kannalta on selkeästi myönteistä, että komissio kuten mekin näkee kaikki maaseutalueet EU:n maaseutupolitiikan kohteena, eikä halua kaventaa tuen kohteita. Virkamiehenä suhtaudun tosin hieman skeptisesti komission yksinkertaistamisesityksiin. Se, mikä komissiolle on yksinkertaistamista, yleensä merkitsee jäsenmaalle ja varsinaisille toimijoille monimutkaistusta.

Tää nyt on vaan tämmöstä...

Suomalaiseen menoon kuuluu, että omiin tekemisiin ja osaamisiin pitää suhtautua vähätellen ja ihailla vain kaukaa tulevia ihmeitä. Kuitenkin jo Ruotsissa ollaan sen verran paremalla itsetunnolla tai kulttuuritajulla varustettuja, että "Husmanskost" –konstailematon kotiruoka on arvossaan. "Talonpoikien" toriviikonloput vetävät Tukholmalaisia kuin vain Silakkamarkkinat meillä. Kyllähän meilläkin kotimaisuutta ja suomalaista ruokaa arvostetaan -mutta ruokakulttuuri ei ole kovin syvällisellä tasolla. Omaan makuun ei uskalleta luottaa.

Merkkejä on kuitenkin ilmassa; murteilla herkutellaan jo kirjallisessa muodossa, ja kunhan opitaan arvostamaan ensin erilaisia viinejä, oluita, juustoja niin pian puhutaan myös

muusta ruoasta, sen kulttuurin rikkaudesta ja laaduista. ELMA:n tapaiset messut vetoavat ja kiinnostavat kuluttajia. Nuorten ja vastuuntuntoisten tavoitteena on kestävä kehitys. Ruoassa se tarkoittaa eettistä valintaa ja lähellä tuotetun suosimista. Pienille ruoan tuottajille nämä ovat positiivisia merkkejä. Lähi tuotteiden hankinta pitäisi vielä olla mahdollisimman helppoa, ennen kuin ajatukset muuttavat ostotapahtumiksi.

Kaupan keskittyessä on pienillä yrittäjillä aina vaikeampaa päästä paikallisillekaan markkinoille. Miten markkinointia pysyttäisiin organisoimaan tuloksellisemmin? Mikä on meidän lähiruokastrategia? Ruokapalvelut kuntatasolla kilpailutetaan, miten pärjää pieni yritys? Löytyykö sopimusten pohjalle ymmärrystä strategisesta oman kunnan/seutukunnan kehittämisestä? Muiden muassa näitä kysymyksiä on nostettu esiin syksyn mittaan ja niitä pohditaan kun Ruoka-Suomi -teemaryhmä vuodenvaihteen jälkeen valmistelee mahdollisimman konkreettisia ja mietittyjä esityksiä neljänteen maaseutupoliittiseen ohjelmaan. Mitä pienten yritysten kilpailukyvyyn hyväksi voidaan yhteisillä toimilla tehdä? Mitä mahdollisuuksia tai systeemejä julkinen valta voi tuottaa? Miten tieto hyvistä tuloksista saadaan parhaiten jakeluun? Siinä myös vuonna 2004 osa Ruoka-Suomen tehtäväksiä.

Yrittäjät kehittävät tuotteet ja tekevät ne. Ottavat riskit ja vastuun. Kun itse olen Suomea päässyt jo jonkin verran kiertämään, tiedän hieman, miten upeita tuotteita ja yrittäjiä löytyy. Pait si että omista tuotteista pitää olla ter-

veesti ylpeitä, ne pitää saada myös kuluttajan koriin.

Lisätietoja

Sirpa Karjalainen

puh. (09) 1605 2901

sirpa.karjalainen@mmm.fi

Ruoka-Suomi –teemaryhmän vt. puheenjohtaja vuonna 2004

Tehtävät maa- ja metsätalousministeriössä liittyvät Suomen alueellisiin maaseudun kehittämisen ohjelmiin, rakentanut myös kansallista elintarvikkeiden laatustrategiaa ja vastaa ministeriössä EU:n elintarvikkeiden nimisuoja-asioista.

Elintarvike- ja luonnontuoteväki kokoontui Ähtäriin

Elintarvike- ja luontoyrittäjyyden valtakunnallinen seminaari kokosi yhteen noin 140 toimialojen edustajaa ja asiantuntijaa Ähtäriin. Kolmipäiväinen seminaari pidettiin 7.–9.10.2003 Scandic-hotel Mesikämmenessä.

Seminaari välitti tietoa elintarvike- ja luontoyrittäjyyden ajankohtaisista asioista ja kehitysnäkymistä. Ohjelma oli kohdistettu elintarvikealan kehittämishankkeissa toimivien, elintarvikeyrityksien kehittäjien sekä luonnontuotealan yrittäjien ja eri toimijoiden tarpeisiin.

Sekä ohjelmassa että seminaarin oheistapahtumissa (näyttely, illallistilaisuus ja seminaariin liittyvät ruokapalvelut) oli vahvasti esillä eteläpohjalainen elintarvikejalostus ja ruokatarjonta.

Varsinaisen ammatillisen tiedon lisäksi toisena seminaaripäivänä filosofi Majja-Riitta Ollila paneutui yrittäjien ja kehittäjien jaksamiseen antamalla



Eteläpohjalaiset tuotteet esittäytyivät Ähtärissä.

seminaarilaisille vinkkejä teemasta "Mistä saada virtaa työskennellä ja yrittää?"

Seminaariesityksistä on kerätty materiaalipaketti, johon voit tutustua Ruoka-Suomi -teemaryhmän [www-sivuilla osoitteessa](http://www.sivuilla.osoitteessa) www.maaseutupolitiikka.fi

Lisätietoja

Heidi Valtari

puh. (02) 333 6416, 0400 487 160

heidi.valtari@utu.fi

Kuluttajien ja päättäjien käsityksiä lähi- ja luomuruoasta

Millaisia mielikuvia kuluttajat liittävät lähi- ja luomuruokaan? Miten lähi- ja luomuruoka eroavat toisistaan kuluttajien ja päättäjien mielestä? Miten tietoista lähi- ja luomuruoan käyttö on? Millä keinoin lähi- ja luomuruoan käyttöä voitaisiin lisätä erityisesti kunnallisissa ateriapalveluissa? Muun muassa näihin kysymyksiin etsitään vastauksia Kuluttajatutkimuskeskuksen, VTT Biotekniikan ja MTT:n taloustutkimusyksikön yhteistyöhankkeessa.

"Kuluttajat, päättäjät sekä lähi- ja luomuruoka. Mahdollisuuksia PK-sektorille" on maa- ja metsätalousministeriön rahoittama tutkimushanke, jonka tavoitteena on tutkimalla kuluttajien ja päättäjien käsityksiä lähi- ja luomuruoasta edesauttaa elintarvikealan PK-yritysten toimintaedellytyksiä. Hankkeen koordinoinnista vastaa Kuluttajatutkimuskeskus.

Toukokuussa 2003 alkanut hanke on kolmevuotinen, ja se toteutetaan kahdessa vaiheessa. Ensimmäisessä vaiheessa tehdään kolme laadullista tutkimusta, joiden tulosten perusteella rakennetaan yleistettäviin tuloksiin

tähtäävät kyselyt. Laadulliset aineistot kerätään erityyppisillä haastatteluilla ja ryhmäkeskusteluilla. Niiden tulokset valmistuvat vuonna 2004. Toisessa vaiheessa tehdään sekä kuluttajille että päättäjille suunnatut kyselyt, joiden tulokset julkaistaan vuonna 2005.

VTT Biotekniikan laadullisessa tutkimusosuudessa selvitetään kuluttajien lähi- ja luomuruokaan liittämiä mielikuvia ja arvoja sana-assosiaatiohaastatteluilla. Kuluttajatutkimuskeskuksen ryhmäkeskusteluissa kuluttajat pohtivat lähi- ja luomuruoan määritelmiä ja käyttöä. MTT:n taloustutkimusyksikön kvalitatiivisessa osiossa tarkastellaan kunnallista päätöksentekoprosessia liittyen lähi- ja luomuruoan käyttöön julkisissa ateriapalveluissa haastatella kunnallisia päättäjiä.

Hankkeen tulokset tuottavat tietoa PK- ja joukkorukailusektoreille kuluttajien ja päättäjien suhtautumisesta lähi- ja luomuruokaan. Tietoa kuluttajien käyttäytymisestä ja arvoista voidaan hyödyntää tuotekehityksessä ja markkinoinnissa. Lisäksi tuloksia voidaan käyttää tuoteinformaation ymmärrettävyyden parantamisessa sekä kuluttaja- ja elintarvikepolitiikan suunnittelussa.

Lisätietoja hankkeesta
tutkimuspäällikkö *Johanna Mäkelä*
Kuluttajatutkimuskeskus
puh. (09) 7726 7725,
johanna.makela@kuluttajatutkimuskeskus.fi

tutkija *Anne Arvola*
VTT Biotekniikka
puh. (09) 456 5229
anne.arvola@vtt.fi

tutkija *Sari Forsman*
MTT, Taloustutkimus
puh. (09) 5608 6237
sari.forsman@mtt.fi

Hyvää Suomesta -tunnus myös ammattikeittiöille

Viime vuoden alusta alkaen myös ammattikeittiöt ovat voineet hakea suomalaisuudesta kertovan Hyvää Suomesta -tunnuksen käyttöoikeutta. Alkuperämerkille on kysyntää ja tunnusta käyttävien ravintoloiden määrä nousee.

Tunnus soveltuu erilaisille ammattikeittiöille eri puolella Suomea. Käyttäjinä on niin henkilöstö-, kuin gourmet-ravintoloitakin, joita kaikkia yhdistää suomalaisten raaka-aineiden arvostus.

Tunnus koko ravintolalle tai erikseen merkittyihin aterioihin

Ammattikeittiöillä on valittavanaan kaksi eri vaihtoehtoa. **Hyvää Suomesta -ravintolan tunnus** kertoo, että ravintola on sitoutunut käyttämään kaikissa aterioissaan ainoastaan suomalaista lihaa, maitoa ja kananmunia. Näissä tuoteryhmissä vaatimus on sataprosenttinen. Tunnuksen ideologiaan kuuluu, että muita kotimaisia raaka-aineita käytetään aina, kun niitä on hyvänlaatuisina saatavilla.

Hyvää Suomesta -aterian tunnus osoittaa ravintolan sitoutuneen samoihin sääntöihin erikseen merkityissä aterioissa.

Ravintoloiden toimintaa valvotaan

Kotimaisen ruuan ystävä tunnistaa Hyvää Suomesta -ravintolat pääoven joutsenlipputarrasta sekä seinällä komeilevasta sertifikaatista. Hyvää Suomesta -tunnuksen käyttöä valvotaan Finfoodin toimesta säännöllisin valvontakäynnin.



Uudet yhteistyökumppanit tervetulleita

FINFOOD Hyvää Suomesta etsii uusia yhteistyökumppaneita ammattikeittiöistä. Mukaan halutaan erityisesti ravintoloita, joiden toiminnassa näkyy kotimaisuuden henki.

Tällä hetkellä tunnusta käyttää kaksitoista ammattikeittiötä ja ensi vuoden aikana määrän uskotaan tuplaantuvan.

Hyvää Suomesta -ravintolat löytyvät netistä

Hyvää Suomesta -ravintolat yhteystietoineen löytyvät osoitteesta www.finfood/hs. Samasta osoitteesta saa myös tietoa tunnuksen käytöstä sekä säännöistä.

Lisätietoja

Essi Laamanen
FINFOOD Hyvää Suomesta
puh (09) 6155 4528
essi.laamanen@finfood.fi

Laatuvarma auttaa arvioimaan yrityksen toimintaa

Laatuvarma tarjoaa ketjun eri osille luotettavia ja edullisia arviointipalveluita. Arvioinnin avulla voidaan todistaa että tietyt väittämät laadusta ja yrityksen toiminnasta toteutuvat.

Laatuvarma toimii Finfood - Suomen Ruokatieto ry:n tiloissa Vantaan Tikurilassa. Maa- ja metsätalousministeriön tukeman yhdistyksen taustavoimana on joukko alan organisaatioita.

Kansallisen laatutyön todentaja

Laatuvarma toimii kansallisen laatutyön todentajana. Kansallisen laatustrategian tavoitteeksi vuonna 1999 asetettiin, että koko ketju on järjestelmällisen laatutyön piirissä vuoteen 2006 mennessä. Laatutyössä on edetty ja esimerkiksi alkutuotannon laatu-koulutuksiin on osallistunut jo 13 000 tilaa.

Laatuvarman päätehtävänä on maatalojen ja muiden pienyritysten laatujärjestelmien sertifiointi, mutta yhdistys voi toimia myös muissa ulkopuolista arviointia vaativissa tehtävissä. Tulevaisuudessa toimeksiantoja voidaan laajentaa tuotannonalakohtaisiin sopimuksiin ja erilaisiin laatukilpailuihin. Arviointityön lisäksi yhdistys tuottaa laatua edistäviä julkaisuja, kouluttaa arvioijia sekä tiedottaa sertifiointiin liittyvistä asioista.

Sertifiointi lisää luottamusta

Laatujärjestelmä parantaa yrityksen kilpailukykyä. Pelkkä laatujärjestelmän rakentaminen ei kuitenkaan riitä. Laatutyöhön on sitouduttava aidosti ja pyrittävä jatkuvasti kohti parempia

käytäntöjä. Sertifiointia käytetään, kun halutaan varmistua siitä, että valittu suunta on oikea ja saada arvio tehdyn työn onnistumisesta.

Sertifiointi tarkoittaa yrityksen toiminnan ja laatujärjestelmän puolueetonta arviointia. Se on laadunhallinnan työkalu, jolla saadaan tärkeää tietoa omasta toiminnasta ja kehityskohteista. Sertifiointilla varmistetaan, ettei laatujärjestelmä jää vain paperille, vaan on osa yrityksen jokapäiväistä toimintaa.

Sertifioitu laatujärjestelmä kasvattaa asiakkaiden ja sidosryhmien luottamusta. Se on todistus siitä, että yrityksen asiat ovat kunnossa. Sertifiointi on mittari, jolla arvioidaan toiminnan hallintaa ja asiakkaiden kuuntelemista.

Laatuvarman sertifiointia voivat hakea sekä yritykset että yritysryhmät. Ryhmäsertifiointi on edullinen ja motivoiva tapa ottaa laatujärjestelmän hyödyt kokonaisuudessaan käyttöön.

Lisätietoa

*Laatuvarma ry
toiminnanjohtaja
Essi Laamanen
puh. (09) 6155 4528
essi.laamanen@finfood.fi
www.finfood.fi/laatuvarma*



Maakunnan maut -ravintola Varsinais-Suomessa

Vuoden 2003 parhaaksi Maakunnan maut -ravintolaksi Varsinais-Suomessa valittiin turkulainen kalaravintola Kaskenahtede. Ravintolan erityisansioita ovat: Maakunnan maut -näkyvyys ravintolassa hyvä, raaka-aineet lähes 100-prosenttisesti lähiruokaa, läheltä toimitetut raaka-aineet koko toiminnan idea, osa raaka-aineista noudettu aamulla torilta ja kauppahallista ja kaikkien raaka-aineiden alkuperä on hyvin tiedossa. Ravintola on ollut aktiivisesti edistämässä oman maakunnan raaka-aineiden käyttöä ja tunnettua. Ruoka Kaskenahteessa on taidolla valmistettua, maukasta lähiruokaa. Kaskenahteen ravintoloitsijana toimii Kauko Takalo.

Kunniamaininnan Maakunnan maut -ravintoloina sai Ravintola Sualaspuar Uudestakaupungista, Panimoravintola Koulu Turusta, Laivaravintola Svarthe Rudolf Turusta ja Yli-Tuomarilan tila Tarvasjoelta.

Kilpailu käytiin kymmenen Varsinais-Suomalaisen Maakunnan maut -ravintolan kesken. Ravintolat olivat itse ilmoittautuneet mukaan kisaan.

Kilpailuraatiin kuului puheenjohtajana Turun Keittiömestariyhdistyksen pj Kai Järnström, Maakunnan maut hankkeen projektipäällikkö Kaija Roiha, Kari Nilsson LounaFoodista ja Heli Heinonen Lihaliike Jokiselta.



Turun kaupunginjohtaja Armas Lahoniitty kilpailun suojelijana oli julistamassa voittajaravintolan. Kuvassa Kauko Takalo ravintola Kaskenahteesta (vas.), Armas Lahoniitty, Kaija Roiha ja Kai Järnström.

Kannattaa käydä syömässä Maakunnan makuja!

Lisätietoja
Kaija Roiha
Turun yliopisto, Täydennyskoulutuskeskus
puh. (02) 333 6216, 0400 527 599
kaija.roiha@utu.fi
www.maakunnanmaut.net

Huoli pk-elintarvikeyritysten tulevaisuudesta yhdistää kehittäjätahoja

Maaseudulla ja maaseutumaisilla alueilla sijaitsevat pienet ja keskisuuret yritykset ovat merkittäviä toimijoita elintarvikesektorilla, sillä suurin osa elintarvikeyrityksistä on hyvinkin pieniä ja kaikista yrityksistä noin puolet sijaitsee maaseudulla. Monet pienet yritykset tarvitsevat kuitenkin neuvoja ja apua yritystoimintaansa tueksi ja onneksi sitä on saatavilla. Kehittämistyötä tekevät kohtaavat kuitenkin monenlaisia haasteita.

Kolmivuotisen (2001-2004) viidennen puiteohjelman SUPPLIERS-tutkimushankkeen (Supply Chains Linking Food SMEs in Europe's Lagging Rural Regions) päätutkimuskohteena ovat maaseudulla toimivat pienet ja keskisuuret elintarvikeyritykset. Tutkimuksessa keskitytään lähinnä elintarvikkeiden jakeluketjuihin ja erityisesti pienyritysten markkinoillepääsyn ongelmiin. Tutkimus toteutetaan samankaltaisena kuudessa Euroopan maassa: Irlannissa, Isossa-Britanniassa, Kreikassa, Puolassa, Ranskassa ja Suomessa. Jokaisessa maassa tutkimuksen suorittamisesta huolehtii paikallinen tutkimuslaitos.

Keväällä ja kesällä 2003 tutkimusta varten haastateltiin elintarvikealalla toimivien kehittäjätahojen edustajia. Haastateltavat organisaatiot valittiin ensisijaisesti sillä perusteella, että minkä tahojen kanssa pienelintarvikeyritykset olivat aikaisemmassa tutkimusvaiheessa maininneet tehneensä yhteistyötä. Tämän lisäksi haastatelluissa kehittäjäorganisaatioissa kerät-

tiin ehdotuksia muista tutkimukseen soveltuvista haastateltavista. Haastatelluissa keskityttiin organisaatioiden perustietojen ja -tavoitteiden lisäksi mm. haastateltavien näkemyksiin pienten ja keskisuurten elintarvikeyritysten tämän hetken keskeisimmistä kysymyksistä sekä suurimmista haasteista lähitulevaisuudessa. Tieto- ja viestintätekniikan merkitys pienelintarvikeyritysten toiminnassa erilaisissa jakeluketjuissa oli mukana keskustelussa mm. ketjuintegraation ja kilpailuvyyn näkökulmista katsottuna. Haastateltavat pohtivat pk-elintarvikeyritysten toimintaa ja merkitystä myös maaseudun kehittämisen ja yritysten välisen verkostoitumisen näkökulmasta.

Haastateltavat näkivät pienelintarvikeyritysten tämän hetken suurimmiksi haasteiksi hyvin erityyppisiä asioita. Kaupan ketjuuntuminen ja keskittymisen koettiin melko yleisesti haasteellisenä pienyritysten kannalta katsoen. Nykypäivän vähittäiskaupasektorilla ei riitä, että yrityksellä on hyvä tuote, on oltava myös riittävä volyyymi ja jakelu kunnossa, ja nämä ovat pienelle yritykselle monesti melko vaikeita asioita toteuttaa. Yhtenä vastauksena tähän haastateltavat näkivät pk-yritysten välisen yhteistyön kaikilla liiketoiminnan osa-alueilla. Myös tieto- ja viestintätekniikan taso olisi pk-yrityksissäkin saatava nopeasti ajan tasalle. Haastateltavien mukaan nykypäivänä oletetaan jo kaikkialla, että yrityksillä on käytössään edes jokin 'minimitasoinen' tietotekniikka. Tekniikka voi olla apuna niin monessa: sen avulla helpottuvat niin laskutus, varaston seuranta, kirjanpito, omavalvonta kuin tuotantokin. Tokikaan pelkät laitteet

eivät riitä, vaan myös osaamisen taso täytyisi saada nostettua, että laitteita osattaisiin yrityksissä myös käyttää. Asiakaslähtöisyyden merkitystä yrityksen kaikessa toiminnassa korostettiin lähes kaikissa haastatelluissa. Liian monen pienyrityksen katsottiin toimivan mutu-periaatteella. Kuuntelemalla kuluttajaa yritys välttää monia 'mokia' ja täten säästyy suuriltakin hukkainvestoinneilta.

Suurimmat tulevaisuuden haasteet liittyivät haastateltujen elintarvikealan kehittäjien mukaan sekä pk-yrityksen sisäisiin järjestelyihin että ulkoisen toimintaympäristön muutoksiin. Yritysten verkostoitumisesta on puhuttu jo kauan, mutta haastateltavien mukaan pienyritysten välinen yhteistyö ei ole vielä läheskään sillä tasolla kuin sen tulisi olla. Haastateltavat korostivat, että pienen yrityksen kannattaa keskittyä ydinosaamiseensa, eikä tehdä kaikkea itse. Järkevällä työnjaolla pienet yritykset voisivat esimerkiksi tehostaa tuotteiden jakelua ja täten päästä parempiin kannattavuuslukuihin. Suurena kysymysmerkkinä haastateltavat näkivät kuluttajien mieltymykset ja arvot tulevaisuudessa. Koska arvot määräävät pitkälti sen mitä kuluttaja ostaa, on pienyrityksenkin oltava jatkuvasti selvillä kuluttajien mielipiteistä, että se voisi pärjätä kiristyvässä kilpailussa. Ja joka tapauksessa tuotteiden elinkaaret ovat lyhentyneet lyhentymistään, eikä tähän kehitykseen näytä haastateltavien mukaan olevan tulossa muutosta. Tutkittu tieto varmistaa yritysten 'osumattarkkuuden'. Tulevaisuudessa osaavien työntekijöiden saaminen pk-elintarvikeyrityksiin nähtiin entistä haasteellisempänä. Haastateltavat totesivat,

Elintarvikealan toimialaraportit 2003

että opintojaan aloittelevat nuoret eivät koe elintarvikesektoria tarpeeksi kiinnostavaksi alaksi ja tämän takia yhä harvempi valitsee elintarvikealan opinnot. Nuorten houkuttelun alalle ja koulutuksen muokkaaminen alan tulevaisuuden tarpeita vastaavaksi katsottiin olevan tehtäviä, johon koko elintarvikeketjun tulisi osallistua. Tämä luonnollisesti sisältää myös pienyritykset.

Kehittäjätahot näkivät monenlaisia haasteita myös omalle toiminnalleen pk-yritysten keskuudessa. Nykyisen hankemmailman pätkittäisyyden ja liiallisen byrokratian uskottiin vieraannuttavan yrittäjiä kehittämistyöstä. Nykyinen lainsäädäntö koettiin liian monimutkaiseksi ja rahoitusinstrumentit kankeiksi. Yrittäjien usein alhainen sitoutuminen kehittämistyöhön nähtiin myös melko yleisenä ongelmana. Haastateltavat korostivat, että yrittäjien puolesta asioita ei saa tehdä, vaan yrittäjien on itse oltava aidosti kiinnostuneita ja sitoutuneita kehittämistyöhön. Lisäksi haastateltavat uskoivat, että monet yrittäjät pelkäävät liikesalaisuuksiensa puolesta, eivätkä tämän vuoksi lähde kehittämistoimintaan mukaan vaikka periaatteessa olisivatkin siitä kiinnostuneita. Yhdeksi kaikkein keskeisimmäksi haasteeksi koettiin kuitenkin erilaisten 'trendien' perässä pysyminen alati muuttuvassa toimintaympäristössä. Monilla haastateltavilla oli erityinen huoli siitä, että tehdäänkö aidosti oikeita asioita eli niitä, joista pk-elintarvikeyrityksille on juuri sillä hetkellä tai lähitulevaisuudessa eniten hyötyä. Lopuksi voi vielä mainita, että yleisenä huolenaiheena monilla haastatelluista olikin, että miten jatkossa taataan pieni-

muotoisen elintarviketuotannon kannattavuus Suomessa.

Lähde: Viitaharju, L. (2003) Supply Chain Analysis: The Institutional Perspective – Finland. Supply Chains Linking Food SMEs in Europe's Lagging Rural Regions. Working paper 7. University of Helsinki, Seinäjoki Institute for Rural Research and Training.

Lisätietoja

Leena Viitaharju

*Helsingin yliopiston Maaseudun tutkimus- ja koulutuskeskus, Seinäjoki
puh. (06) 421 3315, 040 576 8873
leena.viitaharju@helsinki.fi*

Kauppa- ja teollisuusministeriö yhdessä TE-keskusten kanssa julkistaa vuosittain toimialaraportteja yritysten suhdannetilanteesta ja alan keskeisistä kehittämismahdollisuuksista. Uudet raportit löytyvät internetistä www.ktm.fi (julkaisut), www.tekeskus.fi/toimialanraportit sekä <http://eportti.tietopalvelut.com>

Elintarvikealata julkaistiin seuraavat toimialaraportit:

- Teurastus ja lihajalostus
- Leipomoteollisuus
- Kalakauppa ja kalatalous

Lisätietoja

*ylitarkastaja Esa Tikkanen
puh. 0500 405 459
esa.tikkanen@ktm.fi*

tiedottaja Johanna Leinonen

*puh. 050 359 3813
johanna.leinonen@ktm.fi*

Voiko maaseutukunta vahvistaa talouttaan valitsemalla omassa kunnassa tuotetun elintarvikkeen?

Useissa maaseutukunnissa tuotetaan moninkertaisesti enemmän ruokaa kuin kunnan omat asukkaat tarvitsisivat. Ne ovat siis elintarvikkeiden ja niiden raaka-aineiden nettoviejiä. Kuitenkin yhä harvempi kunta saa verotuloja elintarvikkeiden jalostusyrittäjiltä. Tyypillisesti maatalousvaltaisissa kunnissa ei ole vahvaa teollisuutta tai laajaa väestöpohjaa, joka houkuttelisi yrityksiä sijoittumaan alueelle.

Maaseutukunnan kannalta tilanne on sama kuin kehitysmailla maailman-kaupassa. Se tuottaa halpoja perustuotteita kuten vilja, maito ja peruna. Ne myydään alueen ulkopuolelle jalostettaviksi. Valmiit tuotteet käyvät sen jälkeen mahdollisesti vielä kaupan keskusliikkeiden keskusvarastoilla, usein esimerkiksi pääkaupunkiseudulla. Sieltä ne tuodaan takaisin maaseutukunnan kauppoihin, joista muiden muassa raaka-aineet tuottanut maanviljelijä niitä ostaa.

Tämän ketjun huono puoli on tuottaja-alueen kannalta, että suurin osa elintarvikkeen hinnasta muodostuu jalostuksessa. Perusraaka-aineen osuus lopputuotteen hinnasta saattaa olla hyvin pieni. Kaikki jalostuksessa syntyvä arvonnisa, verotulot ja työpaiikat hyödyttävät vain elintarviketeollisuuden sijaintipaikkakuntia. Näitä hyötyjä ovat osaltaan maksamassa myös ne kunnat, jotka valmiita tuotteita ostavat.

Koko hyöty elintarvikkeetjusta omaan kuntaan

Lähiruoka-ajattelussa on yhtenä perusajatuksena elintarvikkeiden tuottamisen ja jalostuksen synnyttämien

hyötyjen saaminen mahdollisimman suurelta osin kulutuspaikkakunnan hyödyksi. Tämä merkitsee, että suosimalla oman paikkakunnan tuotteita, kunta samalla saa tuloja esimerkiksi verotuloina. Toisaalta työmahdollisuudet kunnassa lisääntyvät, mikä taas pienentää esimerkiksi työttömyys- ja sosiaalikuluja.

Yleisesti lähiruoka merkitsee, että elintarvike on tuotettu lähellä sen kuluttajaa. Käsite on uusi ja moniulotteinen. Tavoitteena on, että kuluttaja tietäisi, missä ja miten hänen syömänsä ruoka on tuotettu. Lähiruoa voi käsitellä maantieteellisesti, eli se voi olla oman kunnan tai maakunnan alueella tuotettua ruokaa. Kunnan taloudellisesta näkökulmasta lähiruokaa voi olla elintarvike, jonka tuotanto ja jalostus tuovat tuloja kunnalle ja kunnan asukkaille.

Yksinkertainen kysymys siis on, kannattaako oman kunnan alueella tuotettu ruoka myydä ensin halvalla ja ostaa se sitten kalliilla takaisin? Tai kannattaako kunnan ostaa halpaa ulkomaista ruokaa samalla, kun omassa kunnassa olisi tarjolla työvoimaa, peltoa ja tiloja yrityksille, jotka voisivat tuottaa samat elintarvikkeet?

Tehostaako suuri yksikkökoko jalostuksessa ja kaupassa elintarvikkeetjun toimintaa niin paljon, että elintarvikkeiden halvoilla hinnoilla kompensoidaan kunnan ulkopuolelle maksetut jalostuksesta koituneet kustannukset?

Rahan pysyminen paikallistaloudessa vahvistaa kunnan taloutta. Yksittäiselle kuluttajalle lähiruoa ostaminen

ei tarjoa vastaavasti suoraa taloudellista hyötyä. Siksi on perusteltua tarkastella lähiruoaan taloudellisia vaikutuksia etenkin kunnan päätettävissä olevien elintarvikehankintojen kohdalla.

Onko lähiruokaruoka halpaa vai kallista?

Lähiruoka voidaan nähdä osana maaseudun selviytymisstrategiaa. Se tarjoaa mahdollisuuden vahvistaa ja monipuolistaa kunnan elinkeinorakennetta. Esimerkiksi kunnan julkisen ruokahuollon päätöksenteossa ei ole olennaista vertailla vain elintarvikehankintojen suoraa kustannusta. Ostohinnaltaan hieman ulkomaista kalliimpi lähiruoka saattaa kokonaisuudessaan ja pitkällä aikavälillä olla kunnalle taloudellisesti kannattava valinta.

Lähiruoaan hinnalle saatavaa vastinetta ollaankin parhaillaan selvittämässä tutkimuksen keinoin. Taloudellisten seikkojen lisäksi lähiruoka tarjoaa mahdollisuuden esimerkiksi ympäristön tilan paranemiseen ja sosiaalisiin hyötyihin. Tavoitteena on myös ruokaketjua lyhentämällä välttää elintarvikkeisiin sisältyviä riskejä. Kun tiedämme mitä syömmä ja miten se on tuotettu, eivät BSE- kriisin kaltaiset ylikansalliset ongelmat pääse yllättämään niin helposti kuin nykyisin.

Maaseudun kannalta lähiruoaan tärkeä positiivinen vaikutus on mahdollisuus hidastaa työpaikkojen ja väkiluvun vähenemistä. Samalla monipuolinen paikallinen ruoantuotanto takaa peltojen pysymisen viljelyssä ja maatalousmaiseman säilymisen. Kulttuuri-

sesti ja maatalousalueiden asukkaiden identiteetin kannalta tämä on erittäin merkittävää. Lähiruokaa ostaessamme saamme siis muutakin kuin pelkän elintarvikkeen.

Lähiruoka vaatii markkinointia

Tuottajalta vaaditaan ehkä entistä enemmän markkinointia. Suoraan loppukäyttäjälle tai paikalliselle jalostajalle myytäessä myyntityöhön pitää panostaa. Myyntierien ollessa pienempiä kuin suurille yrityksille ja keskusliikkeille myytäessä lisääntyy myyntityöhön käytetty aika. Tätä voi kuitenkin kompensoida tuotteesta saatavalla hinnalla, sillä väliportaiden väheneminen tarjoaa mahdollisuuden nostaa tuottajan osuutta lopputuotteen hinnasta.

Kauppan kannalta tärkeää on nostaa lähiruokatuotteiden arvostusta. Keskeistä on myös tuotteiden hankinnan helppous. Lähiruoka joudutaan yleensä hankkimaan erikseen, kun muut tarvikkeet tulevat suoraan yhdellä tilauksella keskusvarastoista. Lähiruoan tarjontaa rajoittaa myös sen saatavuus. Tarjontaa tulisi olla tasaisesti ympäri vuoden.

Lähiruoka mielletään helposti erikoistuotteeksi, joka hinnoitellaan kalliimaksi kuin "normaali" ruoka. Monissa tuotteissa hinnan ei kuitenkaan tarvitsisi olla tavallista korkeampi. Kun kaupan ja jalostuksen väliportaita jää pois ja esimerkiksi kuljetukset vähenevät merkittävästi, alenevat myös kustannukset. Tämä korvaa tuotannon pienimuotoisuuden aiheuttaman paineen lopputuotteiden hinnoissa.

Kokonaistaloudellinen näkökulma Juvalla

MTT (Maa- ja elintarviketalouden tutkimuslaitos) ja Helsingin yliopisto ovat käynnistäneet tutkimushankkeen, jossa tarkastellaan lähiruoan käytön lisäämistä ja sen vaikutuksia maaseutukunnissa. Projektin tuloksena saadaan tietoa mahdollisuuksista, joita kunnan päättäjillä on julkisen ruoka-huollon hankintoja pohdittaessa.

Tutkimushanke toteutetaan vuosina 2003-2005. Ensimmäisiä tuloksia saamme jo ensi vuoden alkupuoliskolla. Tutkimuksessa tarkastellaan lähiruoan lisäämisen ekologisia, taloudellisia ja sosiaalisia vaikutuksia sekä oppimishaasteita.

Tutkimuksen tavoitteena on esimerkiksi selvittää, kannattaako kuntien maksaa lähellä tuotetusta ruoasta hie-man enemmän kuin ulkomaisesta ja kuinka suuri tämä ero saa olla. Esimerkkikuntana käytetään Juvaa Etelä-Savossa. Juvalla on noin 7500 asukasta. Lähin suuri kaupunki on maakunnan keskus Mikkeli, jonne on matkaa noin 45 km.

Juvalla on kiinnitetty erityistä huomiota sekä luomu- että lähiruoan tuotannon ja käytön edistämiseen. Kunnan strategiassa on suuntauduttu kehittämään maa- ja elintarviketaloutta yhtenä kunnan kivijalkana työllisyyden ja ympäristöarvojen säilymisen turvaajina. Juvalaiset tuottajat, vähittäiskauppiat ja muut paikalliset aktiivit ovat olleet aktiivisia lähiruoan käytön edistämässä. Kunnanvaltuustossa on tehty aloite luomuruoan käyttämisestä kunnallisessa ruokatuotannos-

sa ja kunta on osallistunut tuotteiden juvalaisuutta kuvaavan logon lanseeraamiseen paikallisiin päivittäistavara-kauppoihin.

Tällä hetkellä juvalaisten tuottajien ja jalostajien osuus keskuskoulun keittiön hankintojen arvosta on 4,8 %, mikä kuvaa lähiruoan nykyistä osuutta julkisen sektorin elintarvikehankinnossa. Paikallisen S-marketin myynnistä 6,6 % on puolestaan paikallisia tuotteita. Nyt selvitetään tutkimuksen keinoin, olisiko näiden osuuksien lisäämisellä positiivisia vaikutuksia Juvalla ja yleisemmin myös muissa maaseutukunnissa.

Lisätietoja tutkimuksesta

Marko Sinkkonen

puh. (09) 5608 6202

marko.sinkkonen@mtt.fi

tai projektin vastuullinen johtaja

Laura Seppänen,

laura.seppanen@helsinki.fi

Lähiuokapörssi

Lähiuokapörssi on Kainuun Etu Oy:n hallinnoima hanke, jossa ideana on lähiuoka ja 'aivona' sähköinen kauppa. Tavoitteena on lähiuoka-, raha- ja informaatiovirran kesittäminen pörssiin, josta niitä ohjataan. Käyttäjilleen pörssi on kuin 'avoin kirja'. Hanke alkoi syyskuussa 2003 ja päättyy keväällä 2004, jonka jälkeen kajaanilainen Nettimo Oy tulee toteuttamaan Lähiuokapörssin liiketoiminnan.

Mikä ihmeen lähiuokapörssi?

Sähköinen kauppapaikka, Lähiuokapörssi, jaetaan seuraaviin toiminnallisiin osiin:

1. Internetissä toimiva kauppapaikka-järjestelmä
2. Intranetissä toimiva tuottajien verkosto
3. Intranetissä toimiva logistiikan ohjauskeskus
4. Intranetissä toimiva asiakaspalvelun rajapinta
5. Intranetissä toimiva rahavirtojen hallintajärjestelmä
6. Intranetissä toimiva kauppiaan EDI-tilausjärjestelmän rajapinta

Palvelu on avoin kaikille rekisteröityneille tukkuostajille. Rekisteröinti tapahtuu palvelun sivulla ja asiakaspalvelu hyväksyy tai hylkää täytetyn asiakashakemuksen asiakkaan tiedot varmistettuaan.

Tuottajat käyttävät järjestelmän "Tuottajien verkosto" -osaa, jossa he määrittelevät myymiensä tuotteiden nimik-

keet, myytävissä olevat määrät ja hinnat. Tuottajat näkevät myös toisten tuottajien antamat tiedot täydellisinä, hintoja ja toimitusmääriä myöten.

Asiakas näkee käyttöliittymänsä avulla kaikkien tuottajien kaikki tuotteet, hinnat ja toimitusajat. Asiakkaan tarvitessa esim. perunaa 500 kg, hän valitsee perunan lajikkeen, laadun, hinnan ja toimitusajan suhteen hänelle sopivimman erän. Raha- ja informaatiovirtojen logistiikka huolehtii siitä, että lasku lähtee oikeaan paikkaan ja että kun se on maksettu, rahat tilitetään oikealle myyjälle.

Järjestelmä toimii siis ikään kuin pörssi; tuottajat tekevät myyntitarjouksia ja ostajat ostotarjouksia. Tuottajan kannalta tavaran saa menemään heti, jos tarttuu ostajan tarjoamaan ostotarjoukseen. Ostotarjous voi sisältää myös tuotteen laatuksiteerit, kuten esim. lajikkeen, laadun, hinnan ja toimitusajan.

Logistiikan ohjauskeskus on reitittänyt tarkalleen ajoneuvojen reitit. Logistiikan ohjauskeskuksella on myös tarkasti tiedossa se, missä auto nyt on ja milloin se tulee olemaan missäkin. Lisäksi keskus tietää, mitä milläkin autolla on kyydissä, mitä pitää jättää pois kyydistä missäkin ja mitä pitää ottaa kyytiin. Tämä kaikki informaatio näkyy autossa olevassa ajoneuvotietokoneessa. Lisäksi ajoneuvotietokone opastaa autoa ajamaan lyhintä mahdollista reittiä ja oikeassa aikataulussa.

Miksi pörssi on niin hyvä vaihtoehto?

Järjestelmä tarjoaa eri osapuolten kannalta ainakin seuraavia ylivoimaisuustekijöitä:

ASIAKAS, OSTAJA

- saa aina kilpailukykyiseen hintaan niitä tuotteita ja sitä laatutasoa sekä sillä toimitusnopeudella, kuin odottaa
- logistiikan kustannukset ovat alhaiset
- logistiikka toimii hyvin laskutusta ja muita seikkoja myöten
- järjestelmä antaa hyvän mahdollisuuden käyttää lähellä tuotettuja tuotteita

TUOTTAJA

- saa mahdollisuuden markkinoida ja toimittaa omia tuotteita
- kaupankäynti rasittaa vain vähän omia resursseja
- tuotteista saatava hinta on aina oikea
- tuottajan on mahdollista kilpailla myös muilla kuin hintakriteereillä

KÄYTÄNNÖN LOGISTIIKKAA HOITAVA KULJETUSYRITYS

- toiminnan konsepti on selvä
- tuotetun palvelun hinnanmuodostus tekee liiketoiminnasta helposti ennustettavan
- palvelusta saatava informaatio helpottaa toiminnan kehittämistä

LÄHIRUOKAPÖRSSI

- konsepti on selvä ja helposti hallittavissa
- asiakaspalvelulla on käytettävissään kaikki tieto reaaliajassa, joten palvelun laatu ja kustannustehokkuus ovat kohdallaan

Ideavispilät Oy

- toiminnasta syntyvät kustannukset ovat pääosin muuttuvia, mikä helpottaa ennustettavuutta ja kannattavaa liiketoimintaa

- onnistuneen konseptin edelleen kopiointi on hyvä mahdollisuus

KULUTTAJAT

- saavat mahdollisuuden ostaa kilpailukykyiseen hintaan lähellä tuotettua ruokaa

- lähiruoan tarjonta kasvaa olennaisesti nykyisestäään

- kotiseutujen tuottajien 'moraalinen' tukeminen ostamalla heidän tuotteitaan tulee paremmin mahdolliseksi

Katri Manninen

Kainuun ELO-aluekoordinaattori

Lähde ja lisätietoja

Kainuun Etu Oy

Lähiruokapörssi-projekti

Timo Surmanaho

puh. 050 581 4470

timo@lahiruoka.fi

www.lahiruoka.fi

Ideavispilät Oy on toiminut nyt yhden vuoden. Toimipisteemme sijaitsee Ylöjärvellä.

Järjestämme kahdenlaisia kursseja: Ruokakursseja suurkeittiöiden ammattilaisille. Näillä kursseilla kokkailaan asiakkaan omassa keittiössä teollisuuden tuoteuutuuksista ja uutuusresepteistä yhdessä ruokia. Tämän jälkeen ruokia maistellaan ja arvioidaan miten ne soveltuvat lounastai edustusruokakäyttöön. Nämä aktiiviset ruokakurssit ovat olleet todella antoisia ja mukava tapa tutustua makuhermojen välityksellä mieleenpainuvasti työssä tarvittaviin ruoan raaka-aineisiin.

Toinen kurssimuoto, joita järjestämme, on Kokkauskurssit kaikille. Hyviä asiakkaita ja henkilökuntaa voi kannustaa ja palkita monella tapaa. Yhteinen ilta patojen ja pannujen ääressä on loistava vaihtoehto yritystapah-tumissa. Hyvän ruoan valmistaminen porukalla on hauskaa ja hyödyllistä - tiimityötä parhaimmillaan.

Kurssin aiheeksi voidaan valita eri maiden ruokakulttureihin liittyviä makumatkoja tai aihe voi perustua raaka-aineeseen kuten kasviksiin tai riistaan. Olemmekin suunnitelleet kasvisruokakurssin Äänekosken-Laukaan seudun elintarvikealan kehittämishankkeelle, joka on tarkoitettu mm. maaseutumatkailuyrittäjille sekä toteuttaneet syksyllä riistarukakurssit. Olemme ohjanneet myös muutamia kotimakkarakursseja ja Lasten kokkauskursseja.

Suunnitteluasteella ovat eräruokakurssit ja monipuoliset sadonkorjuu-

kurssit tuottajille.

Uskomme, että kiinnostus ruoanlaittoon ja raaka-aineisiin tulee yhä kasvamaan, vaikka jo nyt elämme alalla hyvää noususuhdannetta. Kotimaiset ruokamme tulevat pitämään pintansa mutta osa niistä tulee saamaan esim. mausteiden kautta kansainvälisiä viivahteita.

“Henkilökuntaan” kuuluvat Antero Mäkkylä, joka hoitaa markkinoinnin ja pitää ruokakursseja järjestettäessä lankoja käsissään sekä hoitaa käytännön järjestelyjä. Oivi Koivuniemi kotitalousopettajana ohjaa kurssijamme ja suunnittelee niiden sisältöä.

Ohessa vielä luetteloa tämän syksyn kursseista:

Ruokakursseja ruokapalveluille

- Vammalan kaupunki 8/03

- Parkanossa 11/03

- Tampereella (yksityisille toimipaikkaravintoloille) 11/03

- Uusia ideoita vitriiniin, sotilaskotiyhdistyksen koulutuspäivät 10/03

Lasten kokkauskurssit 10/03

Elämyksellinen riistailta 11/03

Kotimakkarakurssi 11/03

Lisätietoja

Antero Mäkkylä

Ideavispilät Oy

puh. (03) 348 0410, 044 062 3833

ideavispilat@yritys.soon.fi

www.ideavispilat.com

Laatu -hanke auttaa yrittäjää - jotta elintarvikkeiden laatuun voi luottaa

Elintarvikeyrittäjä osaa kyllä työnsä, oli se sitten makkaran tai juuston valmistus, ylimääräistä päänvaivaa sen sijaan tuottavat erilaiset lait ja asetukset, jotka muuttuvat ja tuovat uusia vaatimuksia. Siispä apua ja neuvoja tarvitaan juuri tällä saralla. Esimerkiksi omavalvontaan, hygieniaan, laadun ja ympäristöasioiden hallintaan liittyvissä asioissa neuvonta on yrittäjälle tervetullutta.

Ylimaakunnallinen hanke, Laadunhallinnan parantaminen pk -yrityksissä, eli lyhyemmin Laatu-projekti, tarjoaa evästyksiä tukea kaipaavissa asioissa ja muuttuvien säännösten viidakossa. Etelä-Pohjanmaalla, Pirkanmaalla, Pohjanmaalla ja Satakunnassa toimiva hanke auttaa yrittäjiä tekemällä esimerkiksi tarvekartoituksia ja laadunhallintaan liittyvien ongelmien mallinnuksia, järjestämällä koulutusta, neuvontaa ja ohjausta. Käytännössä hanke auttaa yrittäjää löytämään asiantuntijan juuri heidän ongelmaansa, joita voi olla laidasta laitaan.

*Tärkeimpiä asioita ovat päivitetyt ja uudet omavalvontasuunnitelmat yrityksille, tuotantohygienian kehittäminen valmistustiloissa ja hygieniapassit, kertoo hankkeen tähänastisista saavutuksista Laatu -projektin koordinaattori, kehittämispäällikkö **Asko Mäyry** Foodwest Oy:stä Seinäjoelta.*

Kokonaisuudessaan kyse on hänen mukaansa hygienisten riskien ja tuoteturvallisuusriskien hallinnan parantumisesta. Mäyry muistuttaa, että lainsäädännöllä viranomaiset pyrkivät turvaamaan nimenomaan kuluttajan etuja.



Ylikypsä tuppikinkku on Katajan lihan bravuurituote. Se jalostetaan suomalaisesta viljapossusta, joten asiakas tietää taatusti mistä hänen pöytään pistämänsä liha on peräisin.

Tavoitteena on saada aikaan myös uusia ja päivitettyjä laatu- ja ympäristöjärjestelmiä mukana oleville yrityksille. Pohjimmiltaan hankkeessa on kyse kotimaisten elintarvikkeiden laadun varmistamisesta ja sitä kautta yritysten asiakastyytyvyyden ja kannattavuuden lisäämisestä.

*Tärkeää on, että kuluttajilla on luottamus pientenkin yritysten tuotteiden laatuun, toteaa hanketta Pirkanmaalla vetävä **Riitta-Liisa Niemi**, Pohjois-Pirkanmaan koulutusinstituutin Tamfood -yksiköstä.*

Yrittäjien kannattaa Niemen ja Mäyrin mukaan lähteä projektiin mukaan jo siitäkin syystä, että sen kautta saa asiantuntijapalvelut nyt huomattavan

edullisesti.

Oletettavaa on, että tuki ei ole samantasoista enää vuoden 2006 jälkeen, nyt olisikin hyvä aika kehittää toimintaa, Mäyry kiteyttää.

Katajat mielivät laatukäsikirjaa

Katajan Liha Oy Pälkäneeltä lähti mukaan Laatu -hankkeeseen saadakseen asiantuntija-apua muun muassa omavalvonnan päivittämisessä ja muussa yrityksen kehittämistyössä. Tähtäimessä on myös laadunhallintakäsikirjan saaminen hankkeen avulla. Jatkojalostukseen keskittynyt yritys valmistaa suomalaisesta vilja-

possusta useita erilaisia makkaroita ja perinteisiä palvelutuotteita. Yrityksellä on myös suoramyyntimymälä Kesänmaku, johon paikkakunnan muutkin tuottajat tuovat tuotteitaan myytäväksi.

*Ihmiset kyselivät jo suoraan tilalta lihaa, kertoo **Sari Kataja** myymälätöiminnan alkuvaiheista kymmenisen vuotta sitten. Tuolloin Sari ja **Kari Kataja** perustivat tilateurastamon ja palveluun.*

Pikkuhiljaa yrityksessä siirryttiin sika-tilan pidosta kokonaan jatkojalostus- ja suoramyyntitoimintaan. Oma sika-tila tyhjentyi vuoden 2000 alussa ja tilateurastamosta oli luovuttava saman vuoden lopussa korkeiden tarkastus- ja valvontamaksujen takia. Possut tu-

levat yritykseen nykyään ruhona toiselta teurastamolta.

Markkinointi on asia, johon omat resurssit eivät enää riitä, Sari Kataja sanoo. Hän kertoo olevansa tyytyväinen projektin tähänastiseen antiin. Työtä teettää esimerkiksi tuoteselosteiden uusiminen, mikä tuli eteen johtuen lihaprosenttien laskutavan muutoksesta. Yritys työllistää täysipäiväisesti Katajan pariskunnan itsensä, lisäksi tarvitaan kausiluontoista väkeä kesällä ja syksyn sekä joulun tietämissä.

Laadunhallinnan parantaminen pk-yrityksissä -hanke toteuttaa osaamiskeskusohjelmaa ja alueellista maaseutuohjelmaa, hanke saa rahoitusta myös Euroopan maatalouden ohjauksen tukirahastosta. Kolmivuotisen han-

keen kokonaisbudjetti on 500 000 euroa, josta EMOTR:n osuus on 90 prosenttia. Projektin on määrä kestää vuoden 2005 keväälle saakka. Hanketta hallinnoi Foodwest Oy Etelä-Pohjanmaalta. Mukana on tähän mennessä 38 yritystä, lisää yrityksiä otetaan hankkeeseen vieläkin.

Lisätietoja
Asko Mäyry
Foodwest Oy
Vaasantie 1 C
60100 Seinäjoki
puh.(06) 421 0000
fax. (06) 421 0020
asko.mayry@foodwest.fi

Luomuhankkeiden tapaaminen

Luomuhankevetäjien tapaaminen, jossa teemana yhteisen luomuviestinnän sekä luomuvihannes- ja lihaketjun kehittäminen 28. - 29.1.2004 Helsingissä, hotelli Arthurissa, Vuorikatu 19.

Ilmoittautuminen 14.1.2004 mennessä aino.viertola@finfood.fi tai puh. (09) 6155 4572. Osallistumismaksu 70 euroa sisältää ohjelman sekä koulustarjoilut.

Tilaisuuden ohjelmaan voi tutustua osoitteessa www.finfood.fi/luomu, www.ekoneum.com sekä www.maaseutupolitiikka.fi olevalla Ruoka-Suomi -sivustolla kohdasta ajankohtaista.

Lisätietoja
Päivi Rönni
puh. 040 563 4074
paivi.ronni@finfood.fi

Heidi Valtari
puh. 0400 487 160
heidi.valtari@utu.fi

Sari Mäkinen Hankamäki
puh. 044 355 6293
sari.makinen-hankamaki@ekoneum.com

Lähirookatuotteiden kaupallistaminen -seminaari 17.9.2003 Joensuussa

Monipuolinen seminaari oli kiinnostanut niin yrittäjiä kuin tuotteiden vastaanottajia. Seminaarin luennoitsijat olivat pääasiassa Pohjois-Karjalan ulkopuolelta. Haluttiin kuulla kokemuksia muualta ja saada myös tutkittua tietoa lähirookaidean etenemisestä eri sektoreilla ja niistä toimenpiteistä, joilla asiaa on viety eteenpäin.

Lähirooka -hankkeessa on tuottaja ja/ tai jatkojalostusyrittäjiä yrityksiä 35. Suurkeittiöt käyttävät Pohjois-Karjalassa paikallisia perunoita, kasviksia, sieniä ja marjoja melko paljon. Leivät otetaan yleensä oman kunnan leipomosta. Jonkinverran käytetään lähilihaa ja kaloja. Vähittäiskaupoissa on mehuja, hilloja, kalasäilykkeitä, jauhotuotteita, leivonnaisia. Ravintoloissa lähirooan käyttö vaihtelee kovasti. Jotkut käyttävät melkein kaikkia raaka-aineita, mitä on saatavissa ja toiset hankkivat raaka-aineensa hyvin keskitetysti suurilta toimittajilta.

Seminaarin yhteyteen oli koottu näyttely hankkeessa mukana olevien yritysten tuotteista. Myös seminaaritarjoiluna oli lähirookaa.

Mikkelin kaupungin ruokahuoltopäällikkö Marjut Kuosma toi esiin, että Mikkelin kaupungissa on siirrytty lähiruokatuotteiden luomuruokaan. Ruoka on maultaan hyvää. Hankintojen kilpailuttamisessa käytetään avointa ja rajattua menettelytapaa riippuen tuoteryhmistä. Ruokahinnan hinta ei ole ollut esteenä. Toimittajan valinnassa hinnan ohella huomioidaan mm. laatu. Hinta ratkaisee ostopäätöksessä 90 % ja laatu 10%. Oman maakunnan tuotteiden ostamisella tuetaan myös seutukunnan kasvua ja kehitystä. Se lisää alueelle työllisyyttä.

Lähi- ja luomuruoka ovat ekologisesti tuotettu ja kuljetettu. Nämä ovat arvokkaita tekijöitä, jotka usein jäävät liian vähäiselle huomiolle.

Mikkelissä paikalliset tuotteet ostetaan suoraan tuottajalta tai jatkojalostajalta. Mikkelissä on havaittu samat ongelmat, mitkä varmasti ovat tuttuja muuallakin. Eli ongelmia ovat nousseet esiin:

- tuotteen jalostusaste
- toimitusvarmuus
- saatavuus ja pakkaus / koko
- elintarvikehygieeniset vaatimukset mm. omavalvonta
- toimintakulttuurien erot
- hankintaprosessi – kilpailutus ja itse hankinta

Ratkaisuehdotuksena Marjut Kuosmalla oli osuustoiminta tuottajien kesken. Silloin voitaisiin taata tuotteiden riittävyys ja keskittää tuotteiden kuljetusta keittiöihin.

Jaana Paananen esitteli tutkimustuloksia lähirooan lisäarvoista ja markkinointimahdollisuuksista. Jaana Paananen esityksen asiasisältöön voit tutustua esim. Ruoka-Suomi -tiedotteen numerossa 3/2003 julkaistussa artikkelissa sivuilla 6-7.

Kaj Työppönen käsitteli seminaarissa lähirookatuotteiden hankintaa kunnallisissa ruokapalveluissa. Näyttää siltä, että mikäli lähirookaa halutaan tarjota suurkeittiöille, sen hankinta pitää olla yhtä vaivatonta kuin suuren teollisuudenkin tuotteiden. Ratkaisuna esitettiin sähköisiä tilausjärjestelmiä ja lähirookaterminaalia, josta kuljetukset hoituisivat keskitetysti. Tämä varmaan rationalisoi myös yrittäjän toimintoja.



Jokainen väliporras lisää luonnollisesti tuotteen hintaa. Se vaikuttaa tuotteen lopulliseen hintaan.

Seminaarin järjestivät Pohjois-Karjala lähirooan tuottajana ja kehittäjänä -hanke ja Ruoka-Suomi -teemaryhmä.

Lisätietoja
Projektipäällikkö
Kaija Huhdanpää
puh. (013) 244 2343
kaija.huhdanpaa@pkky.fi

Lukijakyselyn tulosten kertomaa

Ruoka-Suomi –teemaryhmä on julkaissut Ruoka-Suomi –tiedotetta vuoden 1994 alusta lukien. 90-luvulla tiedote ilmestyi viisi kertaa vuodessa monistetyyppisenä. 2000-luvulla tiedotteen ulkoasu kehittyi monisteesta enemmän lehden suuntaan. Jo usean vuoden ajan olemme julkaisseet tiedotteen neljä kertaa vuodessa. Tiedotteen painosmäärä on noin 2000 kpl numeroa kohti ja säännöllisellä jake-lulistalla on 1300 elintarvikealan toimijaa. Nykyään Ruoka-Suomi -tiedote ilmestyy myös sähköisesti osoitteessa www.maaseutupolitiikka.fi olevilla Ruoka-Suomi –teemaryhmän sivuilla.

Tiedotteen on tarkoitus palvella elintarvikealan toimijoita ja yrityksiä kertomalla valtakunnan tason asioista ja yhteistyömahdollisuuksista sekä toisaalta tavoitteena on välittää alueellisten toimijoiden tietoja, kokemuksia ja aikoja muille hyödynnettäväksi. Kymmenen julkaisuvedon kunniaksi Ruoka-Suomi –teemaryhmä näki tarpeelliseksi selvittää mitä mieltä te lukijat olette tiedotteesta. Kyselystä saamamme palautteen pohjalta pyrimme kehittämään tiedotteesta elintarvikealan pienyrityksien kehittämistä entistä paremmin palvelevan viestintäkanavan.

Ruoka-Suomi -tiedote kertoo ajankoh-taistietoa elintarvikeyrityksistä ja sen kehittämisestä mutta huomionarvoista on se että kyselyyn vastanneista yli puolet ilmoitti käyttävänsä tiedotetta tietolähteenä myöhemminkin. Reilu 93% vastaajista arvioi saavansa tiedotteen kautta ammatillista hyötyä. Kaikista vastaajista 33% arvioi hyötyvänsä paljon.

Vastaajia pyydettiin tarkemmin arvioimaan tiedotetta 3/2003. Sen ylivoimaisesti kiinnostavimmaksi artikkeliksi osoittautui sivuilla 6-7 julkaistu MTT taloustutkimusyksikön tutkijoiden Jaana Paanasen ja Sari Forsmanin artikkeli lähiruuan markkinointimahdollisuuksista ja -kanavista. Useita mainintoja saivat myös elintarvikkeiden vientiartikkeli ja RuokaRaitti-ohjelmistoa esittelevä artikkeli. Merkille pantavaa on myös se että kysyttäessä kiinnostavinta juttua jokaisella artikkelilla oli omat kannattajansa. Tämä kuvastaa myös tiedotteen lukijakunnan laaja-alaisuutta ja monimuotoisuutta.

Lukijakyselyssä kysyttiin myös tiedotteen teknisestä toteutuksesta ja luettavuudesta. Tiedotteen nykyistä ilmestymistiheyttä (4 x vuodessa) yli 70% vastaajista piti sopivana. Noin 20% vastaajista puolestaan toivoisi että tiedote ilmestyisi useammin. Tiedotteen luettavuutta piti hyvänä 80% vastaajista. Sanallisissa arvioissa korostuivat tiedotteen selkeys, asiallisuus ja luettavuus. Osa vastaajista toivoi enemmän kuvia ja väriä, mutta totesivat että myös kustannukset kasvavat silloin vastaavasti ja että "nykysysteemillä asiat selviävät".

Ruoka-Suomi –tiedotteen toimitus kiittää kyselyyn vastanneita ja pyrkii saamaansa palautteeseen nojaten kehittämään tiedotetta jo heti vuoden 2004 ensimmäisestä numerosta alkaen. Selkein yksittäinen asia jota eniten toivottiin lisää sisältöön on uudet tutkimustulokset ja ajankohtainen tutkimustieto. Toimituksessa olemmekin neuvotelleet ELO-verkoston kanssa yhteistyön, jonka tuloksena vuoden

2004 alusta alkaen ELO-verkosto osallistuu Ruoka-Suomi –tiedotteen kautta tutkimustiedon levittämiseen siten, että jokaisessa tiedotteessa on vähintään kaksi artikkelia elintarvikealan uusimmista tutkimuksista tai niiden tuloksista.

Lisätietoja

Heidi Valtari

puh. (02) 333 6416, 0400 487 160

heidi.valtari@utu.fi

Finnvera tarjoaa rahoituspalveluja suomalaisille yrityksille

Finnvera Oyj on valtion omistama erityisrahoitusyhtiö, joka kehittää suomalaisten yritysten kotimaan toimintoja sekä edistää vientiä ja yritysten kansainvälistymistä tarjoamalla erityisrahoituspalveluja. Finnvera toimii myös Euroopan unionin rahoituksen välittäjänä suomalaisille pk-yrityksille. Finnvera on Suomen virallinen vientitakuulaitos, Export Credit Agency (ECA). Finnveralla on 16 aluekonttoria eri puolilla Suomea. Aluekonttorien yhteystiedot löytyvät osoitteesta www.finnvera.fi. Sieltä löytyy myös aluekonttorien elintarvikehenkilöt (esim. Turussa yrittäjiä palvelee Turun aluekonttori, Eerikinkatu 2, 20100 Turku, vaihde 020 460 3610)

Finnvera Oyj:llä on markkinoita täydentävänä riskirahoittajana kolme päätehtävää

- pk-yritysten riskirahoitus ja kehittäminen
- yritysten kansainvälistäminen ja viennin edistäminen
- valtion aluepoliittisten toimenpiteiden edistäminen.

Finnvera myöntää lainoja yrityksille ja yrittäjille; takauksia ja vientitakuuta yrityksille ja rahoittajille. Finnveran rahoitusta voidaan käyttää investointeihin, kansainvälistymiseen, käyttöpääomaksi, kehitysprojekteihin, yrityksen perustamiseen ja omistajanvaihdoksiin sekä viennin rahoitusriskeiltä suojautumiseen.

Osaan Finnveran rahoitustuotteista sisältyy valtion ja EU:n tukea, mistä yritykset hyötyvät tavanomaista alemmina rahoituskustannuksina. Elintarvikealan yrityksille soveltuvat usein mm. ympäristölainat- ja takaukset.

Markkinoita täydentävänä rahoittajana Finnvera on kotimaan rahoitustoiminnassaan läheisessä yhteistyössä pankkien, vakuutusyhtiöiden ja muiden rahoittajien kanssa.

Finnvera toimii myös yhteistyössä samoihin tavoitteisiin pyrkivien TE-keskusten, Tekesin, Suomen Teollisuussijoitus Oy:n, Sitran ja Finpron kanssa.

Pk-yritysten riskirahoittaja

Kotimaan rahoitustoiminnassa Finnveran rahoituspalvelut on tarkoitettu erityisesti pienille ja keskisuurille yrityksille, joissa on henkilökuntaa vähemmän kuin 250, liikevaihto enintään 40 miljoonaa euroa tai taseen loppusumma enintään 27 miljoonaa euroa. Edellä mainittuja rajoja suurempien yritysten omistusosuus voi olla enintään 25 %. Finnvera voi rahoittaa myös suuryrityksiä, mutta Finnveralta löytyy rahoitusta myös yhden hengen yrityksille.

Finnvera voi rahoittaa sekä alkavia että toiminnassa olevia yrityksiä ja yrittäjiä kaikilta toimialoilta lukuun ottamatta varsinaista maatilataloutta ja rakennusliiketoimintaa. Vientitakuut soveltuvat kaikille yrityksille koosta riippumatta.

Finnvera ottaa kantaa osallistumisestaan rahoitukseen haastatteleamalla yrittäjiä ja arvioimalla yrityksen johtamista, taloudellista asemaa, rahoitus-tilannetta kokonaisuudessaan, asemaa markkinoilla, toimialan kehitysnäkymiä ja lisäksi yrityksen tulevaisuuden suunnitelmia. Rahoitusta saavalla yrityksellä tulee olla edellytykset

kannattavaan liiketoimintaan.

Vuoden 2003 kesäkuun lopussa Finnveralla oli kotimaan rahoitustoiminnassaan 25 500 asiakasta, joista noin 80 prosenttia oli alle 10 henkilöä työllistäviä yrityksiä.

Lisätietoja

Elintarvikealan yritysten rahoituksesta

Jyrki Isotalo

Finnvera Oyj

Eerikinkatu 2

20100 Turku

puh. 020 460 3612, 040 824 4360

fax. 020 460 3649

jyrki.isotalo@finnvera.fi

www.finnvera.fi

Laatunen tiedottaa laatutyöstä

Laatunen on elintarviketalouden kansallisen laatustrategian kuukausittain ilmestyvä sähköinen uutiskirje. Se kertoo lyhyesti laatutyön edistysaskeleista ja ajankohtaisista asioista. Laatusesta voi seurata työryhmien kuulumisia, tulevia tapahtumia ja uusia julkaisuja. Uutiset taustoittavat laatutyötä. Henkilöesittelyssä tehdään tutuksi ihmisiä laatutyön takana.

Laatunen on koko elintarviketalouden laatutyön yhteinen tiedotuskanava, joka on kaikkien käytettävissä. Toimitus ottaa mielellään vastaan ajankohtaisia vinkkejä. Laatunen toimitetaan maa- ja metsätalousministeriön ja Finfood – Suomen Ruokatieto ry:n yhteistyönä.

Tilaa Laatunen sähköpostiisi
katja.leminen@finfood.fi

Ruokakori -tilausjärjestelmä palvelee pieniä elintarvikeyrityksiä ja ravintoloita

Erilaiset internetin kautta toimivat sähköiset tilausjärjestelmät ovat yleistyneet viime vuosikymmenellä. Tilausjärjestelmiä on rakennettu erityisesti kuluttajia varten.

Finfood - Suomen Ruokatieto ry, Viikki Food Centren hallinnoimat logistiikkahankkeet ja Trans Veritas Oy ovat kehittäneet yhteistyössä Ruokakori-tilausjärjestelmää, jonka tavoitteena on helpottaa ravintoloiden ja muiden ammattikeittiöiden edustajia löytämään erityisesti paikallisia ja valtakunnallisia pieniä elintarvikealan yrityksiä ja heidän tuotteitaan. Tilausjärjestelmään nivoutuvat eri maakuntien alueilla toimivat yrittäjät Viikki Food Cent-

ren hallinnoimissa logistiikkahankkeissa Trans Veritas Oy:n kanssa kehittämien kuljetus- ja jakeluratkaisujen kautta.

Ruokakori-tilausjärjestelmässä elintarvikeyrittäjä eli myyjä vastaa yrityksen ja tuotetietojen syöttämisestä järjestelmään ja niiden ylläpidosta. Ravintolan edustaja eli ostaja näkee tuotteet tilausjärjestelmässä tuoteryhmittäin, alueittain ja myyjittäin. Samalla hän saa tiedot mm. tuotteiden hinnoista, toimitusajoista ja jakelupäivistä. Tilausjärjestelmä on nyt koekäytössä ja valmistuttuaan sen voi saada käyttöönsä käyttömaksua vastaan Finfood - Suomen Ruokatieto ry:n kautta.

Lisätietoja

Mirja Hellstedt

puh. (09) 6155 4501, 040 707 3223

mirja.hellstedt@finfood.fi

PD-ohjelmasta täydennyskoulutusta elintarvike- ja kotitalousaloille

Elintarvike- ja kotitalousalojen PD-opiskelu on mahdollisuus yksilölliseen, omiin tarpeisiin ja ajankäyttöön soveltuvaan täydennyskoulutukseen. Elintarviketalouden Professional Development -ohjelma on suunniteltu elintarvike- ja kotitalousalojen tai jonkin muun soveltuvan ylemmän korkeakoulututkinnon suorittaneille, jotka ovat toimineet jo muutaman vuoden näiden alojen työtehtävissä. PD-koulutuksen sisältöä kehittää ja valvoo PD-lautakunta.

PD-opiskelija laatii opinnoistaan henkilökohtaisen opintosuunnitelman, jonka voi koostaa yliopistojen, täydennyskoulutuskeskusten ja muiden koulutusorganisaatioiden lähinnä akateemisen tutkinnon suorittaneille tarjotusta koulutuksesta. Opiskelija saa myös oikeuden suorittaa opintoja Helsingin yliopiston Maatalous-metsätieteellisessä tiedekunnassa. Yhteensä PD-opintojen laajuus on 40 opintoviikkoa. Kokonaisuudesta elintarvike- tai kotitalousalan opinnoista muodostuu vähintään puolet eli 20 opintoviikkoa. Kaikille opiskelijoille yhteisiä opintoja on 5 opintoviikkoa, johon aiheina sisältyvät mm. tiedonhaku, tutkimusmenetelmät ja tieteellinen kirjoittaminen.

Opiskella voi joko päätoimisesti tai työn ohessa. Henkilökohtainen, kunkin opiskelijan tarpeisiin soveltuva opintosuunnitelma laaditaan opintoja ohjaavan tutorin ja työnantajan kanssa. Suositeltava opiskeluaika on kolme mutta kuitenkin enintään viisi vuotta. Opintojen päätyttyä opiskelijalle myönnetään PD-todistus ja hän voi liittää oppiarvonsa yhteyteen lyhenteen PD.

PD-koulutusta kehittävässä ja valvovassa lautakunnassa on monipuolinen elintarvike- ja kotitalousalojen sekä opetuksen edustus. Lautakuntaan kuuluvat Helsingin yliopiston Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta, Helsingin yliopiston Maaseudun tutkimus- ja koulutuskeskus, Agronomiliitto, Elintarviketeollisuusliitto, Opetushallitus, Elintarvikevirasto, Elintarviketieteiden seura ja PD-opiskelijat.

Seuraavat Elintarviketalouden PD-opinnot alkavat tammikuussa 2004.

Hakulomakkeet ja yhteystiedot
www.helsinki.fi/hymakes/koulutus/erikoist.htm

Lisätietoja
Koulutuspäällikkö Markku Kivioja
Helsingin yliopisto, Maaseudun tutkimus- ja koulutuskeskus
puh. (06) 421 3329
markku.kivioja@helsinki.fi

Professori Hannu Salovaara
Helsingin yliopisto, Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta
puh. (09) 1915 8235
hannu.salovaara@helsinki.fi

Lukijakyselyn palkinnot

Ruoka-Suomi -tiedotteen lukijakyselyn vastausaika päättyi 10.10.2003. Kyselyyn vastasi kaikkiaan 73 henkilöä. Lähes kaikki vastaajat palauttivat Ruoka-Suomi -tiedotteen 3/2003 välissä olleen erillisen kyselylomakkeen. Kyselyyn oli mahdollista vastata myös sähköisesti täyttämällä www.maaseutupolitiikka.fi Ruoka-Suomi -sivuilla olleen vastauslomakkeen, mutta vain 6 henkilöä vastasi kyselyyn sähköisesti.

Nimellään ja yhteystiedoillaan vastanneiden kesken arvottiin kaksi 50 euron arvoista tuotepakettia, jotka sisälsivät elintarvikealan pienyrittäjien tuotteita. Arpaonni suosi **Merja Havukais-ta Kiteeltä ja Leena Hyrylää Lappeenrannasta**. Onnea voittajille! Tuotepaketit on toimitettu voittajille. Kiitos kaikille kyselyyn vastanneille.

Lukijakyselyn tuloksiin voi tutustua sivulla 17.

Lisätietoja

Heidi Valtari

puh. (02) 333 6416, 0400 487 160

heidi.valtari@utu.fi



Voittajien arvonta käynnissä. Arvonnin valvojana toimi varajohtaja Heimo Välimäki Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskuksesta, oikealla. Onnettarena toimi Heidi Valtari. Arvonnin valvojista kuvassa näkyvät vasemmalla Kaija Roiha ja Antti Karlin, molemmat Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskuksen suunnittelijoita.

Elintarvikealan koulutuksen markkinointihanke etenee

Marraskuun 2003 aikana saimme iloisen uutisen MMM:n suunnasta. Työs-tämämme "Elintarvikealan koulutuk-sen markkinointihanke " sai positiivi-sen rahoituspäätöksen. Toinen hank-keen rahoittajatahoista on ETL.

Tammikuun 2004 aikana, me täällä Pohjois-Karjalan Aikuisopistolla kirjoit-tamme koulutusessitteiden sisältöjä ts. esitteiden joissa esitellään elintarvi-kealan perustutkintoja, ammattitutkin-toja ja erikoisammattitutkintoja. Oiko-luvun jälkeen toimitamme tekstit OPH:n / Marja-Liisa Vihantin ja hank-keessa mukana olevien koulutusor-ganisaatioiden yhteys henkilöiden kommentoitavaksi ja sen jälkeen teks-tit siirtyvät Finfoodiin, jossa ne helmi-kuun aikana taitetaan valmiiksi.

Helmi-maaliskuun aikana nämä esit-teet lähetetään suoraan painotalosta koulutusorganisaatioihin.

Yleistä tiedottamista aiheesta tulee Finfoodin sivuille, joista linkitykset koulutusta järjestävien tahojen sivuil-le. Yleisvideo elintarvikealan koulutuk-sista työstetään yhdessä Avanti Broadcast Oy/ Harri Pajarin kanssa, myös tammi-helmikuun aikana. Harri Pajari teki myös TV-kampanjaan liit-tyvät kuvaukset. Kuluja ei hankkees-sa mukana oleville koulutusorgani-saatioille enää tule vaan näiden talou-dellinen sitoutuminen tapahtui TV-kampanjaan liittyvissä kuluissa. Toisin sanoen koulutusorganisaatiot saavat markkinointimateriaalia sekä esittei-den, videon + internet sivujen muo-dossa.

Elintarvikepäivät ovat 4.5.2004 Silloin nämä materiaalit ovat käytössä ja tuomme ne siellä tavalla tai toisella esiin.

Lisätietoja

*Osastonjohtaja, ELO-koordinaattori
Anne Karppinen
anne.karppinen@pkky.fi*

*ja koulutuslavastaava, RS-teema-ryhmän jäsen Marja-Leena Hirvonen
marja-leena.hirvonen@pkky.fi*

*Pohjois-Karjalan Aikuisopisto/ Palve-lut/ ELO-FOOD
PL 199
80101 JOENSUU*

Elinvoiman eväät -opassarja

Efektia Oy:n koordinoimassa Elinvoi-man eväät -kehityshankkeessa toteu-tetaan kolme opasta lähiruoan käyt-tämisen malleista. Oppaat ovat koh-deryhmäkohtaisia ja niillä pyritään rohkaisemaan yrittäjiä, kunnallisia ruokapalveluilta ja päättäjiä lähiruoan käyttämiseen. Oppaissa on kuvattu yksinkertaisia toimintamalleja onnis-tuneeseen yhteistyöhön.

Oppaat esiteltiin hankkeen seminaa-rissa Kiuruvedellä 20.11. ja niitä on saatavissa Efektiaosta alkuvuodesta 2004. Opassarja sisältää seuraavat oppaat:

- Yrittäjän opas. Lähiruoan markki-nointi ja yhteistyö kunnan suurkeitti-ön kanssa.
- Ostajan opas. Elintarvikkeiden han-kinta ja tilaaminen lähiryrittäjiltä.
- Päättäjän opas. Elinvoimaa! Lähi-tuottajat ja kunnalliset ruokapalvelut.

Lisätietoja

*Projektipäällikkö Kaj Työppönen
Efektia Oy
puh. (09) 771 2553
kaj.tyopponen@efektia.fi*

Yrttitietoa tarjolla

Boreal Herb Center Mikkeli –hanke tuottaa ja välittää tietoa yrttien viljelystä, käytöstä ja markkinatilanteesta. Hanke toimii Ekoneumin yhteydessä ja sitä hallinnoi MTT Ekologinen tuotanto, Karila.

Hankkeessa on mukana kuutisenkymmentä osallistujaa Etelä-Savosta, Pohjois-Savosta, Pohjois-Karjalasta ja Kainuusta. – Osallistujat ovat yrttiviljelijöitä, jalostajia ja tiedonvälittäjiä oppilaitoksista sekä neuvonnan piiristä, sanoo projektikoordinaattori Marjo Marttinen. Osallistujat saavat säännöllisesti yrttietolehtisiä ja markkinatietolehtisiä. Lisäksi heillä on vapaa pääsy hankkeen järjestämiin tilaisuuksiin. – Vuonna 2004 järjestämme nokkos- ja tuoteideaseminaarit sekä avoimet ovet keittiömauste-teemalla, hän jatkaa. Yrttien käyttöä pyritään lisäämään käyttökilpailuin ja reseptein.

Markkinatieto tärkeää yrttialan toimijoille

Hanke hakee tietoa myös kotimaan rajojen ulkopuolelta mm. seuraamalla alan kansainvälisiä julkaisuja. Parhaillaan hankkeen palkkaama henkilö hakee tämän hetken hinta- ja tuotetietoa Saksasta, joka on tärkeä maustekaupan keskus Euroopassa. – Ei riitä, että onnistumme viljelemään mauste- ja rohdoskasveja, vaan ne on myös myytävä. Vaikka ulkomaille myynti ei olekaan viljelijälle se ensimmäinen markkinointivaihtoehto, haemme tietoa Keski-Euroopasta. Kotimaisen maustekaupan tukkuhinta muodostuu kansainvälisen tilanteen mukaan, joten suomalaisten on hyvä tietää, mitä muualla tapahtuu. Yksittäisen viljelijän on hyvin vaikea saa-



Minttupäivä Mikkeliissä kokosi elokuussa noin satakunta henkeä tutustumaan MTT Ekologisen tuotannon yrttitarhoihin Karilaan, Mikkeliin. Saman verran väkeä käsi Kenkäverossa ja Tertin kartanossa, joissa myös oli avoimet ovet. Puutarhuri Hannu Kirjonen (vas.) oli kasvattanut Karilassa ei minttulajeista taimia myytäväksi niistä kiinnostuneelle yleisölle. Kuva: Matti Latvala.

da hintatietoa Saksasta, mutta yhteyshenkilömme avulla meillä on mahdollisuus välittää sitä tietoa osallistujille, sanoo hankkeen suunnittelija, vanhempi tutkija Bertalan Galambosi.

Markkinointia tukee myöskin tutkija Marja Roiton hankkeessa tekemä työ. Hän tekee kaksi vertailututkimusta kotimaisten ja ulkomaisten yrttien raskasmetalli- ja aromipitoisuuksista. Jos tutkimuksen tuloksena on suomalaisten yrttien paremmuus, sitä tietoa voidaan käyttää hyödyksi markkinoinnissa.

Vielä ehtii mukaan

Hanke on käynnistynyt helmikuussa ja jatkuu vuoden 2005 syyskuuhun

saakka. – Vaikka hanke onkin jo hyvää vauhtia menossa, mukaan voi vielä tulla, sanoo Marjo Marttinen. Hankkeen päärahoittaja on Etelä-Savon TE-keskus, joka on myöntänyt rahoitusta sekä kansallisista että EU-varoista (EMOTR). Kuntarahoitus saadaan Mikkelin ja Pieksämäen seudun liitoilta ja yksityisrahoitus osallistujilta.

Lisätietoja

Marjo Marttinen, projektikoordinaattori

*Boreal Herb Center, Mikkeli -hanke
MTT Ekologinen tuotanto, Karila
puh. (015) 321 2238, 040 747 1255
marjo.marttinen@mtt.fi*

Itsearviointilla tulokselliseen hanketyöhön

Projektityyppinen työskentely ulottuu nykyään yhä moninaisempiin tehtäväalueisiin. Erilaiset kehittämissuunnitelmat niin julkisella kuin yksityisellä sektorilla ovat arkipäivää, ja tuloksellisuuden liittyvät kysymykset askarruttavat niin hankkeiden rahoittajia ja toteuttajia kuin myös kohderyhmiä. Hankkeiden itsearviointi ja sen luomat mahdollisuudet ovat nousseet esille aivan uudessa valossa. Arviointi nähdään tätä nykyä yhä vahvemmin projektin työvälineenä, perinteisen ylhäältä asetetun velvoitteen sijaan. Arviointi antaa hankkeen toteuttajalle mahdollisuuden tavoitteiden ja toimintatapojen tarkistamiseen. Samalla tavoin kuin urheilijan valmentautuessa merkittävään koitokseen, myös hankkeiden osalta on syytä tarkistaa ovatko asiat edenneet tavoitteiden mukaisesti. Ennen hankkeen toteutusta tulisi arvioida ovatko hankkeen tavoitteet ja toimenpiteet realistisia sekä tasapainossa käytössä olevien resurssien kanssa. Välitarkistuksen yhteydessä tulisi puolestaan punnita tavoitteiden saavuttamista, sekä syitä mitkä ovat johtaneet tavoitteiden ylittämiseen tai alittamiseen. Välitarkistuksen yhteydessä voi olla syytä myös tarkistaa sekä tavoitteita että toimenpiteitä. Esimerkiksi toimintaympäristössä tapahtuneet muutokset ovat voineet synnyttää tarpeen tavoitteiden muuttamiselle ja/tai toimenpiteiden uudelleen valinnalle. Arviointi hankkeen kuluessa varmistaa osaltaan sen, että hankkeen päättyessä vältytään ikäviltä yllätyksiltä. Hankkeen loputtua tapahtuva arviointi antaa puolestaan oivan mahdollisuuden osoittaa projektin saavutuksia ja perustella toiminnan jatkamisen oikeutusta.

Itsearvioinnissa, kuten arvioinnissa yleensä joudutaan huomioimaan lukuisia eri tekijöitä. Jokaista arviointia voidaan pitää yksilöllisenä prosessina, jolla on omat tavoitteensa ja toteutustapansa. Yksilöllisyydestään huolimatta itsearviointien toteutuksessa on syytä kiinnittää erityistä huomiota seuraaviin yleisiin tekijöihin.

1. Arviointi on kiinteä osa hanketta. On tärkeää sisäistää arviointi kiinteänä osana hankkeen toteutusta. Itsearvioinnin keskeisenä tehtävänä on tuottaa informaatiota hankkeen toteutuksen edelleen kehittämiseksi sekä hankkeen loppuvaiheessa uusien hankeideoiden jalostamiseksi ja organisaation muun toiminnan kehittämiseksi.

2. Arviointi vaatii resursseja. Hankkeiden itsearviointikin vaatii resursseja, jotka tulisi budjetoida jo hanketta suunniteltaessa. Asianmukainen itsearviointi vaatii toteuttajan työpanoksen lisäksi myös usein konsultointia.

3. Arvioinnin toteuttamisajankohta määrittelee arviointikysymykset. Arvioinnit voidaan jakaa karkeasti toteuttamisajankohdiansa perusteella kolmeen pääluokkaan – etukäteisarvioinnit, jatkuvat arvioinnit ja jälkikäteisarviointit. Arviointikysymykset määrittyvät pitkälti sen perusteella millaista informaatiota on arviointihetkellä saatavilla. Luotettava informaatiopohja kasvaa luonnollisesti kohti hankkeen loppua ja jälkikäteisarviointia. Esimerkiksi väliarvioinnin yhteydessä on tärkeää huomioida se, että osa tavoitelluista tuloksista voi painottua hankkeen loppuvaiheisiin tai hankkeen jälkeiseen ajankohtaan.

4. Arviointi alkaa tavoitteiden asetelusta. Arviointi alkaa jo hankkeiden suunnitteluvaiheessa, jolloin määritellään tavoitepohja hankkeelle. Asetettujen tavoitteiden tulisi olla mitattavia määrällisesti ja/tai laadullisesti. Tavoitteiden mitattavuus mahdollistaa hankkeen tuloksellisuuden konkreettisen seurannan. Asetettujen tavoiteindikaattoreiden mukaisesti tulisi järjestää asianmukaisesti myös seuranta-tietojen keräys. Jatkuva ja järjestelmällinen seuranta-tietojen kerääminen helpottaa huomattavasti varsinaisen arvioinnin suorittamista myöhemmissä vaiheissa.

5. Arviointiasetelman pohja on tulosten hyödyntämisessä. Se miten tuloksia hyödynnetään, määrittelee pitkälti arviointiasetelman. Hankkeen toiminnan kehittämisen osalta on oleellista määritellä, mitkä ovat mahdollisia ongelmakohtia tai muuten seurannan kannalta tärkeitä elementtejä, ja miten näistä voidaan tuottaa päätöksentekoa palvelevaa informaatiota. Itsearvioinnilla voi olla myös sidosryhmiä palvelevia tehtäviä, kuten esim. rahoittajan vaatima projektin seuranta tai jatkorahoituksen hankinta. Myös näissä yhteyksissä on tärkeää määritellä ensin millaista informaatiota tarvitaan ja miten tämä informaatio on mahdollista luotettavasti tuottaa.

6. Seuranta ei ole vielä arviointia. Myös itsearvioinnissa on tärkeää huomioida seurannan ja arvioinnin välinen ero. Seuranta tuottaa informaatiota, joka voi olla osittain pohjana arvioinnille. Asianmukainen arviointi perustuu kuitenkin useampaan tietoläh-

teeseen ja ottaa huomioon myös toimintaympäristössä tapahtuvat muutokset. Arviointi on synteesi moniulotteisesta havainnoinnista. Arviointi poikkeaa oleellisesti seurannasta myös siinä, että se pyrkii tuottamaan päätöksentekoa tukevia johtopäätöksiä ja toimenpidesuosituksia.

7. Yksinkertaisuus on hallittavuuden perusta. Itsearviointissa kannattaa pitää käytettävät menetelmät, aineiston hankinta ja suoritettava analyysi mahdollisimman yksinkertaisina. Arvioinnissa kannattaa myös keskittyä toiminnan kannalta keskeisiin avainalueisiin, eikä yrittää selvittää kaikkea. Yksinkertainen arviointiasetelma ja toteutus tukevat osaltaan myös asianmukaista raportointia ja tulosten hyödyntämistä.

8. Toteutettu toiminta ohjaa arvioinnin sisältöä. Itsearviointissa tulisi muodostaa riittävän selkeä kuva hankkeiden resurssien kohdentumisesta kehittämistyöhön (esim. organisaation, mallien tai menetelmien kehittäminen) ja suoraan toimintaan (esim. koulutuksen toteuttaminen tai suora työllistämistoiminta). Edellä mainittu jako ohjaa osaltaan arvioinnin painopisteiden ja menetelmien valintaa. Kehittämistyön arviointi vaatii erilaista lähestymistapaa kuin suoran toiminnan arviointi.

9. Johtopäätökset ja toimenpidesuosituksiset ovat itsearviointin suola. Arvioinnin kannalta on tärkeää havainnoida miten on edetty suhteessa asetettuihin tavoitteisiin, onko hankkeella ollut ennalta aavistamattomia vaikutuksia ja onko toiminta ollut tehokasta. Edellä mainittu kysy-

myksenasettelu ei kuitenkaan kerro siitä, mistä mahdolliset positiiviset tai negatiiviset poikkeamat johtuvat tai mihin toimenpiteisiin nämä johtavat. Vasta kun edellä mainittuihin kysymyksiin pyritään vastaamaan, itsearviointi tulee mielekkääksi ja palkitsevaksi suorittaa.

10. Kohtuus on tärkeää myös arvioinnissa. Hyvin organisoitu ja toteutettu itsearviointi ei saa muodostua rasitteeksi hankkeen pääasialliselle toiminnalle, vaan on tukemassa osaltaan sitä. Arvioinnin toteutuksen osalta onkin tärkeää huomioida, että se ei saa haitata hankkeen varsinaista missiota. Lisäksi on hyvä muistaa myös arvioinnin osalta kustannus-työ -lähtökohta. Kaikki, mikä olisi mielenkiintoista tietää, ei välttämättä tuota siihen kohdennettuja resursseja vastaavaa lisäarvoa.

Lopuksi on hyvä muistaa, että vasta arvioinnin tulosten hyödyntäminen antaa arvioinnille merkityksen. Jos arvioinnin tuloksia ei kyetä hyödyntämään, ei arviointi vaikuta oikeastaan mihinkään muuhun, kuin työtaakan lisääntymiseen. Onnistunut arviointi puolestaan mahdollistaa kriittisten kehittämiskohteiden tunnistamisen ja konkreettisten kehittämistoimenpiteiden toteuttamisen. Arvioinnin sato näkyy parhaimmillaan oppimisena ja entistä tuloksekkaampana projektityönä.

Lisätietoja

Jari Ritsilä
Johtava tutkija (KTT)
Jyväskylän yliopisto
Taloustieteiden tiedekunta
Tutkimuskeskus
PL 35(MaE)
40014 JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO
puh. (014) 260 3165
fax. (014) 260 3343
jarrits@econ.jyu.fi

Asiakslähtöisyyttä toimintaan ja tuotteisiin

Ajassa liikkuvien ilmiöiden tarkastelu on mielenkiintoista puuhaa. Viimeiset vuodet on puhuttu lähes jokaisella elintarvikkeisiin liittyvällä areenalla asiakslähtöisyydestä. Sillä on parhaassa tapauksessa tarkoitettu sitä, että tuotteiden ja toiminnan pitää vastata asiakkaan tarpeisiin ja toiveisiin. Muulla keinolla ei voida varmistaa asiakkaan ostohalujen pysyvyyttä. Edelleen kuitenkin suurin osa tuotteista tuotetaan raaka-aine- tai tuotantolähtöisesti; kun meillä nyt maitoa, mansikoita tai possua sattuu kasvaamaan, niin niistä myös tuotteita tehdään. Asiakslähtöisyys lisääntyy, jos asiakkaan tarpeet pystytään yhdistämään omaan toimintaan ja tarjoamaan johonkin erityistarpeeseen sopivaa tuotetta. Usein asiakkaan tarpeet pyritään kuitenkin liimaamaan päälle, tuotteeseen sopivaksi tai jopa luomaan uusia tarpeita tuotetta varten. Milloin tuotannon aloittamisen tai lisäämisen suunnitteluvaiheessa otettaisiin lähtökohdaksi asiakkaiden tarpeet ja markkina-aukot tuotevalikoimassa?

Asiakslähtöisyys on ymmärrettävä syvällisesti: asiakas on aina oikeassa vanhan sanonnan mukaan. Eivät asiakkaat ihan aina tiedä, mitä haluavat, eivätkä ymmärrä omaa parastaan. Asiakkaiden kysynnän ohjaamiseen on monenlaisia keinoja. Eettinen kysymys nouseekin sitten siitä, kenen tarpeiden mukaan asiakkaiden toimintaa ohjailaan ja millä keinoin.

Tämän syksyn ilmiönä on näkynyt eri areenoilla käsittämätön joustamatto-

muus ja haluttomuus palvella asiakkaita. Esimerkkinä haluan nostaa tarkasteltavaksi ihmisten ruokavalioon liittyvät toiveet.

Syksyn aikana on puhuttu paljon ortoreksiasta, jolla tarkoitetaan lähinnä sairaalloista addiktoitumista ruoan terveellisyteen. Ortoreksia ei kuitenkaan ole mikään virallinen diagnoosi, vaikka termi muistuttaa hämäävästi syömishäiriöiden nimiä. Ortoreksia yhdistetään usein ruokauskontoon, jossa ihminen pyrkii säätelemään elämänsä sekä luomaan järjestystä kaaokseen ja ympärillä vellovaan maailmaan omatekoisilla tai muilta lainatuilla säännöillä. Kukaan ei ole todennäköisesti selvittänyt muodostuvatko säännöt suosituksista vai uskomuksista. ts noudattavatko ihmiset todella terveellistä ruokavaliota vai sellaista ruokavaliota, jonka uskovat itse terveelliseksi. On mahdollista, että osa asiakkaista suhtautuu ruokavalioonsakin liian tiukkapiipoisesti, mutta onko toiminta tiskin toisella puolella varmasti asiakslähtöistä? Voisiko olla niin, että asiakkaat eivät todellakaan tällä hetkellä saa niin terveellisiä tuotteita tai ruokaa kuin haluavat ja siitä syystä haluavat terveellisempää? Mistä ihmeestä syntyy halu leimata terveellistä ruokaa tarvitsevat sairaisiksi ja diagnosoida heidät?

Toinen syksyn kuuma puheenaihe syntyi Jukka Oreston kannanotoista erityisruokavalioiden toteuttamiseen ruokapalveluissa. Erityisruokavaliot ovat ihmisille välttämättömiä ja joissakin tapauksissa hyvin ehdottomia.

Elintarvikealan yritysten ja ruokapalvelujen pitäisi osata ottaa erityisruokavaliioasiakkaat elämää rikastuttavina mahdollisuuksina osoittaa ja kehittää ammattitaitoaan, eikä ongelmana. Keskustelussa on päässyt unohtumaan, että meillä kaikilla on aina omanlaisensa ruokavaliio. Jokaisella on varmasti ruokia, joita ei voi syödä syystä tai toisesta, mm aversioiden takia. Jokaisella on myös ruokia, joita ei halua syödä ja ruokia, joita ei pidä yhtä hyvinä kuin ruokia, joista pitää. Jos ihmisten yksilöllisyyttä ja erilaisuutta ei haluta ottaa huomioon ja palvella ihmistä ihmisenä, ollaan aina törmäyskursilla. Asiakas on kuitenkin viime kädessä palkanmaksaja, joten on hyödyllistä välillä miettiä kenen ehdoilla työtä tehdään ja miten kauan haluaa sitä tehdä.

Terveysterrorismi on mielenkiintoinen ilmiö. Termillä lyödään väheksyvä leima yleensä terveyden edistäjiin ja terveellisyttä arvostaviin asiantuntijoihin ja asiakkaisiin. Varsinaiset terveysterroristit taitavat kuitenkin löytyä niistä, jotka haluavat sitkeästi tarjota vain epäterveellistä ja ainakin pitkällä aikavälillä terveyttä vaarantavaa ruokaa ja elintarvikkeita. Ovatko voin ja kerman nimeen vannovat törmänneet klassiseen ristiriitaan oman ammattitaitonsa, arvojensa ja asiakkaiden arvojen ja toiveiden kanssa?

Terveellisyys ei ole enää trendi, siitä on tullut pysyvä, vahva arvo. Sen toteuttaminen ei ole asiakkaan vastuulla ruokavaliiossakaan, vaan nyt on tullut muutoksen aika. Asiakasta pitää

Hankasalmelaiset erikoisruokavaliotuotteet -hanke -gluteenittomia yksilöllisesti

aina palveluun niin kuin haluaisi itseään palveltavan. Jos asiakas haluaa terveellistä ruokaa, hänen pitää sitä saada.

Lisätietoja

Enni Mertanen

Jyväskylän ammattikorkeakoulu

Matkailu-, ravitsemis- ja talousala

Saarijärventie 21

40200 Jyväskylä

puh. (014) 444 6571, 040 717 7509

enni.mertanen@jypoly.fi

Keski-Suomen kaakkoisreunalle on syntymässä valtakunnallisestikin merkittävä gluteenittomien ja myös muiden erikoisruokavaliotuotteiden valmistusalue. Vuosina 2002 - 2004 toteutettava EU-rahoitteinen hanke koostuu seudulle kertynyttä vahvaa osaamista verkostoituneeksi, kannattavaksi yritystoiminnaksi.

Hankkeen lähtötilanteessa oli muutama taitava, gluteenittomien tuotteiden valmistaja, havaitut markkinat korkealaatuisille, yksilöllisille tuotteille, halutyöllistyä omalla paikkakunnalla ja hankesuunnitteluun perehtynyt henkilö.

Hankkeen tuella lähtöpalasia kootaan toimivaksi kokonaisuudeksi. Keskeisenä tavoitteena on nostaa Hankasalmenseutu merkittäväksi erikoisruokavaliotuotteiden valmistajaksi. Vaatimattava tavoite merkitsee käytännössä jatkuvaa koulutustarvetta sekä halua ja taitoa yhteistyöhön. On kuunneltava herkällä korvalla asiakkaita, seurattava ja ennakoitava tavanomaista tarkemmin alalla tapahtuvaa kehitystä sekä huolehdittava ammattitaidon ja yrittäjyystaitojen ylläpidosta.

Hankkeen keskeisiä toimenpiteitä ovat koulutus, yhdessä tekeminen ja oppiminen sekä uusien markkinointikanavien aukaiseminen mm. keliakiayhdistysten ja ravitsemusterapeuttien yhteistyön kautta.

Keväällä 2003 suoritetun väliarviointin mukaan hanke on puolivälissä menossa kohti tavoitettaan. Hankkeen aikana on syntynyt kaksi uutta yritystä, uusia, herkullisia tuotteita on kehi-

tetty, tuotantomäärät ovat kasvaneet ja myyntiä on keskeisillä paikoilla Keski-Suomessa. Yhteistyö keliakiayhdistyksen ja ravitsemusterapeuttien kanssa kantaa hedelmää. Keliakiayhdistys valitsi Vuohelan herkkupuodin tattarilimpun vuoden 2003 gluteenittomaksi tuotteeksi. Yrittäjät hallitsevat oikeat toimintatavat ja ymmärtävät valmistuksen ja omavalvonnan vaatimuksien sekä jatkuvan tiedonsaannin merkityksen. Tuotekehitys-, laatu- ja liiketoimintakoulutuksella pyritään varmistamaan toiminnan jatkuva kehitys. Myös täydennyskoulutus hankekauden jälkeen halutaan varmistaa.

Muodostuminen toimivaksi verkostoksi tapahtuu hitaasti. Ongelmat ovat sekä käytännöllisiä että sosiaalisia. Miten ratkaistaan tuotantoon, logistiikkaan tai markkinointiin liittyvä asia kaikkia osapuolia tyydyttävällä tavalla? Miten luodaan yhteinen toimintakulttuuri ja vältetään sovittamattomat ristiriidat? Hankevetäjän rooli verkostoitumisessa on keskeinen, mutta yrittäjien oma tahto ratkaisee.

Lisätietoja

Marjaana Sulkunen-Olkkonen

puh. (014) 840 0283, 0400 540 159

marjaana.sulkunen-

olkkonen@hankasalmi.fi

www.hankasalmengluteenittomat.com

Marja Seuranen

ELO-aluekoordinaattori Keski-Suomi

Uusia ylimaakunnallisia hankkeita käynnistymässä ALMA-alueella

ALMA –alueella käynnistyy tammi-
kuussa 2004 kolme uutta ylimaakun-
nallista elintarvikealan hanketta: **VI-
KURI; METSÄN UUDET MAHDOL-
LISUUDET ja HELMI.**

Hankkeet on valmisteltu yhteistyössä
eri maakuntien elintarvikealan avain-
toimijoiden kanssa. Lähtökohtana
suunnittelussa on ollut olemassa ole-
vien yritysten tarpeet. Ylimaakunnal-
lisilla hankkeilla tavoitellaan uudenlai-
sia toimintamalleja alan eteenpäin vie-
miseksi, kootaan voimavaroja vaikut-
tavampien tulosten aikaansaamiseksi
ja helpotetaan tiedonkulkua ja yh-
teistyötä yli maakuntarajojen.

Seuraava ylimaakunnallisten ALMA –
kehittämishankkeiden haku päättyy
31.3.2004. Haun avaamisesta ja paino-
tuksista ilmoitetaan Maaseudun Tu-
levaisuudessa alkuvuodesta 2004. Li-
sätietoja ylimaakunnallisesta hanke-
toiminnasta: www.agropolis.fi/alma

Lisätietoja

Pia Niemikotka

*ALMAN ylimaakunnallisten kehittä-
mishankkeiden koordinoitihanke*

Agropolis Oy

31600 Jokioinen

puh. (03) 4186 7392, 050 525 1368

pia.niemikotka@agropolis.fi

Alueellinen maaseutuohjelma (ALMA) 2000 - 2006
Ohjelma-alue



Vikuri Peruna ja vihanneskuorimon jätteet ja jätevedet

**Selvittää ja kehittää peruna- ja vihan-
neskuorimoilta tulevien jätevesien puh-
distusta sekä kiinteän jätteen käsitte-
lyä ja hyödyntämistä.**

VIKURI -hankkeessa etsitään ratkaisumal-
leja olemassa olevien peruna- ja vihannes-
kuorimoiden jätevesien ja jätteiden käsit-
telyyn. Ympäristönsuojelulaissa (86/2000)
edellytetään, että haja-asutusalueen jät-
teet ja jätevedet käsitellään parhaan käy-
tettävissä olevan tekniikan mukaisesti. Ki-
ristyvät käsitelyvaatimukset edellyttävät
yrityksiltä huomattavaa rahallista panos-
tusta jäte- ja jätevesihuoltoon. Myös lait-
teiden huolto ja kunnossapito tulee aihe-
uttamaan yrittäjille lisätyötä ja -kustannuk-
sia.

Hankkeessa kerätään tietoa erilaisista
sovellutuksista ja ratkaisuista sekä niiden
sopivuudesta erilaisiin kohteisiin. Menetel-
miä kehittämällä edistetään maatalouden
sivuelinkeinotoimintaa ja parannetaan kuor-
imoiden toimintaedellytyksiä.

Hankkeen toteutusajaksi on 2004 – 2005 ja
toiminta-alueena koko ALMA –alue.
Kiinnostuneilla yrityksillä on mahdollisuus
päästä mukaan hankkeen pilottiyrityksik-
si. Yrityskohtainen osallistumismaksu on
n. 600-1000 euroa riippuen mukaan otet-
tävien yritysten määrästä. Tavoitteena on
löytää edustava joukko eri kokoisia ja tyyp-
pisiä peruna- ja vihanneskuorimo-yrityksiä
sekä laitevalmistajia.

Mukaan valittavissa pilotti-kohteissa
- selvitetään yrityksen toiminta ja ongel-
makohdat
- selvitetään kohteeseen parhaiten sovel-
tavat jätevesien ja kiinteän jätteen käsitte-
lymenetelmät
- annetaan asiantuntija-apua menetelmi-
en valinnassa ja toteutuksessa
- seurataan käsitelymenetelmien toimi-
vuutta ja tehokkuutta vuoden 2005 lop-
puun.

Hankkeeseen mukaan haluavia yrityksiä
pyydetään ottamaan yhteyttä hankkeen
toteuttajiin MTT maatalousteknologian tut-
kimuksessa.

Lisätietoja

Tutkija Marja Lehto

MTT maatalousteknologian tutkimus

puh. (09) 2242 5231

marja.lehto@mtt.fi

Metsän uudet mahdollisuudet Riista-alan kehittämishanke

Vahvistaa ja monipuolistaa riistaan pohjautuvien elintarvike- ja matkailuyritysten toimintaedellytyksiä.

Metsästys herättää intohimoja. Alan harastajan mielestä mikään ei voita metsän tuoksua, passipaikan jännitystä ja jalon saaliseläimen kaatohurmaa. Vastustajat rutisevat eläinten raa'asta kohtelusta, herrojen tappoleikeistä ja harvojen herkusta. Tosiasia on kuitenkin se, että yhä useampi kuluttaja olisi valmis maksamaan sekä aidosta kotimaisesta riistaruoasta että metsästyselämyksestä.

Nautinnon suurimpana esteenä lieenee perinteinen suomalainen kateus ja tiedon puute. Metsästäjien ja maanomistajien yhteistyö on ontuvaa. Osa maanomistajista kokee, että metsästäjät syövät heidän kustannuksellaan "ilmaista lihaa". Tehometsästys tuhoaa luontaiset eläinkannat ja vähentää siten metsämaiden arvoa – ja vielä ilman korvausta maanomistajalle! Monilla kyläkunnilla metsästyseurat ja yksittäiset metsästäjät tekevät kuitenkin arvokasta työtä sekä kyläyhteisön että luonnon monimuotoisuuden säilyttämiseksi.

Metsästyseura voi olla ainoa kylällä aktiivisesti toimiva seura. Metsästyksen ja hirvipeijaisten lisäksi yhdistys ylläpitää kylän yhteistä kokoontumistilaa, järjestää kylän kesäjuhlat ja virkistysretket. Metsästyseura huolehtii alueen pikkupetokannan harventamisesta niin, että metsäkannalinnut ja muut saaliseläimet pystyvät lisääntymään. Lisäksi metsästyseuran jäsenet avaavat metsässä rajalinjoja ja auttavat metsäautoteiden kunnossapidossa. Ja ilman aktiivista hirvikannan harvennusta taimikoiden hirvituhot olisivat huomattavasti nykyistä suuremmat.

Metsän uudet mahdollisuudet –hanke pyrkii vuosien 2004 – 2005 aikana vahvistamaan ja monipuolistamaan riistaan pohjautuvien elintarvike- ja matkailuyritysten toimintaedellytyksiä. Toiminnassa kylien kehittäminen on keskeisellä sijalla sillä koko kyläyhteisön hyötyminen riistaan pohjautuvasta yrityksestä on edellytys toiminnan hyväksyttävyydelle ja jatkuvuudelle.

Hanke etsii hyviä toimintamalleja ja levittää niitä koko ALMA-alueella. Lisäksi hankkeeseen kuuluu yritysten ja yhdistysten välisen yhteistyöverkoston luominen, koulutusta ja neuvontaa, opintomatkoja



koti- ja ulkomaassa sekä tuotekehitystä ja markkinointia. Kaikki ALMA-alueen yritykset ja yhdistystoimijat ovat tervetulleita hankkeeseen. Pääosa toiminnasta toteutetaan Varsinais-Suomessa, Keski-Suomessa, Etelä-Pohjanmaalla ja Pohjois-Pohjanmaalla.

Lisätietoja
Tarja Uusipaasto
Jämsän seudun koulutuskeskus, maatalous- ja puutarhaoppilaitos
puh. 050 324 1144
tarja.uusipaasto@jkouke.fi

Etelä-Suomen elintarvikealan pienyrittäjien tuotteet pk-seudun markkinoille **HELMI** "Helsingin markkinat mielessä"

Hankkeessa kehitetään maaseudun pienyritysten markkinointiympäristöön liittyviä markkinoinnillisia toimintatapoja ja uusia palvelukonsepteja.

Hankkeen tavoitteena on:

- Madaltaa porrasta ja poistaa esteitä kasvuhakuisten pienyritysten liiketoiminnan laajentamiseksi.

- Luoda menetelmiä ja kehityspolkuja yrityksille pääkaupunkiseudun eri kohderyhmämarkkinoille pääsemiseksi.

- Nostaa Etelä-Suomen maakuntien maaseutualueiden mikroyrityksissä tuotettavien elintarvikkeiden tunnettuutta pääkaupunkiseudun markkinoilla (ravintolat, erikoiskaupat, sk, vk, kuluttajat)

- Kehittää myyntiargumentteja tuotteiden menekin edistämiseksi ja uusien asiakkaiden löytämiseksi, esim. pakkaus, tuotantotapa, ekologisuus ja ympäristönäkökulmat, logistiikka.

Oikeilla kohderyhmävalinnoilla on suuri merkitys. Tuotteet ovat erikoistuotteita, joiden jakelukanava on valittava tarkoin ja viisaasti, jotta tuote ei huku bulkkituotteiden joukkoon. Pienyritysten tuotteille on tyypillistä, että ne sisältävät vahvan palveluosan. Lähtökohtana on asiakkaan tarpeista lähtevä tuotteiden ja palvelun kokonaisuus, joka vastaa asiakkaan kysymyksiin ja ongelmiin ja tekee kokonaisuudesta haluttavan. Asiakkaat hakevat uusia ratkaisuja, jotka helpottavat toimintaa kustannuksia lisäämättä. Hanke on jatkoa logistiikan kehittämiselle ja alueellisille elintarvikeketjun kehittämisen toimenpiteille Uudenmaan ja Itä-Uudenmaan, Varsinais-Suomen, Kanta-Hämeen ja Päijät-Hämeen, Kymenlaakson sekä Etelä-Karjalan maakunnissa.

Lisätietoja
Tiina Piilo
puh. (09) 1915 8454
Helsinki Viikki Food Centre
tiina.piilo@helsinki.fi

Strateginen kumppanuus -etsii kumppaneita

Toimintamallin kehittäminen pk-elintarvikealan ja matkailualan yrityksille

Oulun yliopiston Kajaanin kehittämiskeskus ja Kainuun naisyrityäjyys Leader ovat työstäneet esiselvitystä, jossa vuoden loppuun mennessä kartoitetaan ruoka-alan strategisen kumppanuuden toimintamalli ja asiasta kiinnostuneet yritykset ja toimintatahot. Hankkeella on kaksi päätuotetta: kalevalainen pitopöytä ja strateginen kumppanuus.

Kalevalainen pitopöytä on tarkoitus tarjoilla kokonaisvaltaisena kulinaarisena elämyksenä siitä, mitä kalevalaisen kansanperinteen mukaan syötiin 1000-1500-luvuilla. Hankkeessa kartoitetaan tarvittavien tuotteiden tuottajat, selvitetään logistiikka ja haetaan yhteistyökumppaneita Kainuusta ja lähialueilta.

Kumppanuus toteutetaan Kalevalan arvomaailmaan pohjautuvan tuote-

merkin alla osapuolten sitoutuessa yhteisten pelisääntöjen luomiseen sekä tuotteiden kehittämiseen, valmistamiseen ja markkinointiin.

Kulttuuri- ja ruoka-asiantuntemusta hankkeelle antavat kulttuurintutkija ja gourmet-konsultti Lasse Laaksonen, keittiömestari Veikko Huovinen ja Pekka Kurtz sekä ravintotalouden opettaja Kaija Huttunen. Hankkeeseen on sitoutunut tähän mennessä kolme tasokasta yritystä: Kalevalahotelli Kuhmossa, ravintola Kultainen Kukko Suomussalmella ja hotelli Suvikas Sotkamossa. Projektipäällikkö Maire Härkönen-Schwab kumppaneineen uskovat vahvasti, että nyt on aika kypsä uudelle, kainuulaiselle ruokahankkeelle!

Verkostoon haetaan tällä hetkellä valtakunnallisesti:

- elintarvikeyrityksiä: kalayrityksiä, lihan tuottajia ja käsittelijöitä (lam-

mas, nauta, hirvi, poro), riistan tarhaajia, yrityyrittäjiä, vilja- ja sienituotteiden tuottajia

- matkailualan yrityksiä, jotka miljööltään sopivat kalevalaiseen henkeen
- keittiömestareita ja reseptiikan asiantuntijoita
- tekstiilialan yrittäjiä (liinat, servitit, henkilökunnan asut jne.)
- keramiikkataiteilijoita ja -yrittäjiä (tarjoiluastiasto, koriste-esineet)
- markkina- ja myyntitahoja

Katri Manninen
Kainuun ELO-aluekoordinaattori

Lähde ja lisätietoja
Maire Härkönen-Schwab
puh. 050 550 9800

Lasse Laaksonen
puh. 050 537 3455

Elintarvikekeskus Veteli tiedottaa

Avaamme lähipäivinä elintarvikeyrityksille nettisivut

www.elintarvikkeet.fi

Jos olette kiinnostuneita laittamaan yhteystietonne
ja linkin omille sivuillenne

Ottakaa yhteys alla olevaan osoitteeseen.

Huolehdimme nettisivun ajan tasalla olemisesta
tulevinakin vuosina ilman korvausta
vain lisäyksistä veloitamme

Yhteystiedot ja linkki sivuillenne maksaa vain 25,- euroa yritykseltä

Projektipäällikkö Rauni Kivelä

(06) 866 1139

rauni.kivela@kpedu.fi

Elintarvikealan kontaktitapahtuma

Warnemünde, Saksa

22. - 24.2.2004

Toimialat: elintarvikkeiden ja juomien valmistus sekä niihin liittyvä

- koneiden valmistus
- tutkimus- ja tuotekehitys
- tekniset palvelut

Lisätietoja tapahtumasta sekä ajantasainen osallistujarekisteri:

www.trademeeting.de

Haluatko Ruoka-Suomi tiedotteen?

Haluatko mukaan neljä kertaa vuodessa ilmestyvän, ilmaisen Ruoka-Suomi –tiedotteen jakelulistalle?
Ilmoittautuminen onnistuu kätevästi alla olevalla kortilla. Voit myös ilmoittautua sähköpostilla, puhelimella tai faksilla.

Sähköposti: arja.meriluoto@utu.fi

Puh. (02) 333 6476

Faksi: (02) 333 6331

Palvelukortti

___ Haluan Ruoka-Suomi -tiedotteen jakelulistalle

___ Ilmoitan osoitteen muutoksesta

Nimi

Yhteisö/yritys

Postiosoite

Postinumero ja -toimipaikka

Palautusosoite: Turun yliopisto
Täydennyskoulutuskeskus
Arja Meriluoto
Lemminkäisenkatu 14-18 B
20520 Turku

Ruoka-Suomi –tiedotteen ilmestyminen vuonna 2004

Nro	Materiaali toimitukseen	Ilmestyminen
1/2004	2.2.	18.2.
2/2004	19.4.	5.5.
3/2004	23.8.	8.9.
4/2004	15.11.	1.12.



Hyvää joulua
ja
onnellista uutta vuotta

toivottaa Ruoka-Suomen toimitus

Tapahtumakalenteri

12. - 13.1.2004	Maataloustieteen Päivät, Helsinki Viikki (www.agronet.fi/maataloustieteellinenseura)
28. - 29.1.2004	Luomuhankeseminaari, Helsinki Hotelli Artur kts. s. 15
22. - 24.2.2004	Elintarvikealan kontaktitapahtuma, Saksa (www.trademeeting.de)
17. - 19.3.2004	Gastro 2004, Helsinki Messukeskus(www.finnexpo.fi)
17. - 20.3.2004	Viiniexpo 2004 ja Kala 2004, Helsinki Messukeskus (www.finnexpo.fi)
26. - 27.8.2004	Maaseutututkijatapaaminen, Seinäjoki
3. - 5.9.2004	Kauhajoen Ruokamessut (www.ruokamessut.fi)
2. - 3.10.2004	Luomumessut, Helsinki Kaapelitehdas (helena.juutilainen@sci.fi)
12. -15.10.2004	ELKO 2004, Helsinki Messukeskus (www.finnexpo.fi)
26. - 28.11.2004	RUOKA 2004, Helsinki Messukeskus (www.finnexpo.fi)

MAASEUTUPOLITIIKAN YHTEISTYÖRYHMÄ (YTR)

on valtioneuvoston asettama, usean hallinnonalan yhteistyöelin. YTR:n teema- ja työryhmät toimivat aloilla, jotka vaativat pitkäjänteistä valtakunnallista kehittämistyötä. Yksi näistä ryhmistä on Ruoka-Suomi -teemaryhmä.

www.maaseutupolitiikka.fi