

Sinikka Tuomikoski ja Taina Vuorimies

Kasvusuunta

Lahden ammattikorkeakoulun julkaisu, sarja C, Artikkelikokoelmat, raportit ja muut ajankohtaiset julkaisut, osa 112



LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU
Lahti University of Applied Sciences

Sinikka Tuomikoski ja Taina Vuorimies

Kasvusuunta

Lahden ammattikorkeakoulun julkaisusarjat

A Tutkimuksia

B Oppimateriaalia

C Artikkelikokoelmat, raportit ja muut ajankohtaiset julkaisut

Lahden ammattikorkeakoulun julkaisu

Sarja C, Artikkelikokoelmat, raportit ja muut ajankohtaiset julkaisut, osa 112

Vastaava toimittaja: Ilkka Väänänen

Tekstit: Sinikka Tuomikoski

Videot: Hannu Kaikonen

Kannen kuva: Elina Arasola

Taitto: Minna Mujunen

ISSN 1457-8328

ISBN 978-951-827-152-2

Paino: M&P Paino Oy, 2012

Sisällys

PÄÄKIRJOITUS.....	6
”Tiedätkö, mistä leipäsi tulee?”	10
Elämäntehtävänä Teerenpeli	16
Fazer mylly on aktiivinen aluekehittäjä	20
Oluen alkulähteillä	24
Ketjun ensimmäinen lenkki.....	28
Pro Ruis ry – kehitysohjelma rukiinviljelyn puolesta	34
Osaamisverkosto viljelijän tukena	38
Kasvua Hämeessä	44
Lakes kehittää klustereita.....	48
Salpaus kouluttaa tulevaisuuden osaajia	52
Rehtorin kysymyspatteri pysäyttää	58

PÖYDÄLTÄ PELLOLLE

Kuluttajan vallannousu elintarvikemarkkinoilla lienee jo kiistämätöntä. Mutta ovatko vallankahvassa olevat edelläkävijät uskottavia? Säilyykö liekki tulenkantajan soihdussa? Tapahtuuko innovaation diffuusio, jossa tietty ilmiö alkaa levitä tietyssä ympäristössä tietyssä aikana?

Jos näin käy ja siihen uskomme, niin mitä sitten tapahtuu? Kuinka se näkyy arjesasi, viljelijä, mylläri, oluenpanija, leipuri ja kauppias? Keneltä kysyä, mitä tehdä tiedolle ja kuinka kertoa sitä eteenpäin heille, jotka ovat vastuussa tiedon jalostamisesta ja jotka ohjaavat työelämään uutta verta, uutta virtaa, uusia innovaatioita ja aiheita uusiin hymyihin kuluttajien kasvoille?

Siinäpä se on projektipäällikön muuttaman vuoden ajatuksenkulku pikakelauksella. Ja mitä jää jäljelle?

- kyky tuottaa monikanavaista, erilaisia kuluttajaryhmiä puhuttelevaa viestintää
- kyky ennakoida toimintaympäristön muutoksia
- kyky ohjata verkostoituvaa liiketoimintaa ja kumppanuussuhteita
- kyky käsitteellistää uusia ilmiöitä ja löytää niiden merkitykset yritysten toiminnan kehittämisessä
- kyky soveltaa kestävyyttä ja vastuullisuutta
- kyky juurruttaa yrityksiin innovaatiotoimintaa
- kyky hyödyntää monimutkaisia ja avoimia tilanteita

Siinä koreilevat otsikot sievässä rivissä – osaamistarpeet jotka huutavat päästä esille uudessa verkostoituneessa työelämässä. Laaja-alaisesti, poikkitieteellisesti ja työelämälähtöisesti koulutettujen moniosaajien esiintuomina.

”Ei leivottaisi yhtäkään pullaa tuolla osaamisella” huudahti työpajaamme osallistunut leipomon edustaja listan nähdesseen. Hetken asiaa pohdittuaan hän totesi, että ei muuten tulevaisuuden yritysmaailmassa leivottaisi sittenkään, jos ei näitä taitoja hallitsisi. Ei ainakaan sitä pullaa, josta kuluttaja olisi valmis hyvillä mielin maksamaan ja kaverillekin suosittelemaan.

Tervetuloa kahlaamaan läpi herkullisia tarinoita, joissa yhteistyökumppanimme avaavat omilla tarinoillaan viljaklusterin tulevaisuuden näkymiä ja joita Kikka Kolmonen pohdiskelee kuluttajan hämmennyksellä varustettuna vieressä.

Taina Vuorimies

Projektipäällikkö

Osaamistarpeiden klusteriennakointi viljaketjussa



http://youtu.be/7X_xFrmqZyw



Kuva: Sinikka Tuomikoski

Kikka kommentoi



Hei, olen Kikka Kolmonen, kolmekymppinen, työssäkäyvä kahden riiviöikäisen lapsen äiti ja uraputkiaviomiehen vaimo. Kikka-kolmonen sopii nimekseni hyvin, sillä perhearjen pyöritys vaatii välillä melko paljon kekseliäisyyttä ja tilannetajua. Ja ei, en ole sukua sille kuuluisalle sukunimikaimalleni, joka kokkailee televisiossa. Se meillä on yhteistä, että minäkin tykkään häärätä keittiössä ja haluan tarjota perheelleni maukasta ja terveellistä ruokaa.

Meidän perheen arki on varmaan aika samanlaista kuin muillakin: aamuhässäkkää – pipojen ja lapasten etsintää, kiukuttelevien lasten hoitoon viemistä, töihin ja töistä kiirehtimistä, kaupassa käyntiä ja mitätänäänsyötäisiin-pähkintää.

Ruuanlaittoon ei montaa hetkeä saa mennä, sillä lapsilla on kiljuva nälkä – kirjaimellisesti. On se vaan hyvä juttu, että hoidossa ja koulussa lapset saavat täysipainoista ruokaa, kun ravintoarvoja ei välttämättä jaksa iltaisin enää ajatella. Päätavoitteena on nälkäisten suiden tukkuminen edes vähäksi aikaa. Viikonloppuisin kokoontumme saman pöydän ääreen, silloin meillä on ruokakulttuurikasvatuksen ja herkkutunnelun aika.

Sain innostavan työtehtävän: kommentoida tämän julkaisun haastatteluja kuluttajan näkökulmasta. Kuluttajathan lopulta päättävät sen, mitä kaupan hyllyiltä löytyy. Sosiaalisen median aikakaudella meidän kuluttajien on helppo liittyä yhteen ja joukkovoimalla joko suosia tai hylätä meille tarjottavia tuotteita. Enää meidän mielipiteitämme ei voi jättää huomiotta.

Lähdetäänpä liikkeelle viljaketjun loppupäästä, niistä tuotteista joita me kuluttajat käsissämme pyörittelemme marketeissa ja pubeissa.



Kuva: Sinikka Tuomikoski



Kuva: Sinikka Tuomikoski



Kuva: Vipurilainen kotiteipomo

TEPPO YLÄ-HEMMILÄ



Kuva: Sinikka Tuomikoski



Kuva: Sinikka Tuomikoski



”TIEDÄTKÖ, MISTÄ LEIPÄSI TULEE?”

Viipurilainen kotileipomo on uurtanut uraa tuomalla leipurit framille heidän omien tarinoidensa avulla. Leipomon [www-sivuilla](#) olevat henkilökuvaukset ovat lämminhenkisiä ja humoristisia. Asiakas saa hyvän kuvan siitä, minkälaiset kaverit ilmoittavat tavoitteekseen tehdä maailman parasta ruisleipää. Sivulla on myös kertomus Vääkсын myllyn sopimusviljelijöistä, joten leivän voi jäljittää pellolle asti.

Mistä nuori kaveri on keksinyt näin oivallisen ja kuluttajaa puhuttelevan markkinointitavan?

Teppo Ylä-Hemmilä, tuttavallisemmin Tepi, kertoi päättäneensä jo opiskeluaikanaan, että leipomon pitää saada kasvot. Niinpä Tepi kutsui mainostoimiston väen leipomaan kanssaan, ja yhdessä mietittiin visuaalista ilmettä ja tarinoita.

Koko kehitystyö lähti liikkeelle dramaattisesta taustakuvasta, jossa tummat sadepilvet roikkuvat tuleentuneen ruispellon yllä. Mainostoimistolta saatiin sivustolle graafinen esitys, mutta kaikki tarinat kirjoitettiin itse. Tositarinoinhin haluttiin piirtää henkilökuvat nimenomaan leipurien siviilielämän ja harrastusten kautta eikä ammatitaitoa kehumalla. Tarinat on liitetty nyt myös uusiutuneisiin pakkauksiin.

Nettisivujen ilmeen avulla halutaan myös antaa kuvaa Viipurilaisesta nuorten osaajien työnantajana. Facebookiin Viipurilainen meni noin vuosi sitten. Sivulla on nyt noin viisisataa ”tykkääjää”. Sosiaalinen media näyttää siis toimivan hyvin markkinointikanavana. Asiakkaiden mielenkiinnon ylläpitämiseksi sisältöä pitää tuottaa usein. Ongelmana onkin lähinnä se, mistä siihen saadaan riittävästi aikaa.

Isot toimijat ovat nyt myös alkaneet liittää kotimaisen, jäljitettävän viljan puo-

lesta. Miten tämä vaikuttaa pienen edelläkävijän toimintaan?

”Isojen massojen heittäminen onnistuu paremmin, kun mukana on paljon toimijoita. Koen sen positiivisena asiana myös meille. Tosin isot eivät pysty yhtä tarkasti jäljittämään viljaa pellolta pöytään kuin me.”

Tepi kertoo haastaneensa kaikkialla ihmisiä ajattelemaan, mitä syövät. Ja nyt tulosta alkaa tulla, vaikka ajattelutavan muutoksen konkretisoituminen ostopäätökseksi saattaakin viedä pitkän tovin.

Mutta tuoko ainutlaatuisuuden menettäminen pienelle yritykselle haasteita pysyä alati vähän muita edellä? Pitääkö koko ajan olla ideoimassa uutta?

Tepi kertoo, että heillä on ideoita muhimmassa niin paljon, että juuri nyt ei ole tarvetta myllyttää uusia. Jostain pitäisi vain löytää riittävästi aikaa lähteä toteuttamaan unelmia.

Ajan puutteesta huolimatta on tärkeää pitää kaiken aikaa mielessä, että kehittyminen ja oman ajatusmaailman jumppaaminen on jatkuva prosessi. ”Putkinäöllä ei pitkälle päästä.”

Reilun kaupan filosofiaa voitaisiin noudattaa myös viljan ostossa. Valveutunut asiakas haluaisi, että viljelijä saisi isomman osuuden lopputuotteen hinnasta. Nythän viljelijän on myytävä satonsa sillä hinnalla, jonka ostajat suostuvat maksamaan. Leivän hinnasta raaka-aineen osuus on 15–20 %, josta viljelijälle tilityy suoraan noin neljä prosenttia. Mylly ottaa omansa välistä ja rahdit maksavat myös paljon. Kuluttajan maksama hinta riippuu siitä, mitä kauppa on valmis tuotteesta maksamaan ja millaisella kätteellä se myy eteenpäin.

Pro Ruis on Tepin mielestä hyvä liike, kunhan asenne viljelijöitä kohtaan säilyy nöyränä ja vuoropuhelu toimii niin, että

KEHITTYMINEN JA OMAN AJATUSMAAILMAN JUMPPAAMINEN ON JATKUVA PROSESSI.

kaikkien osapuolien sanomisilla on painoarvoa.

Viipurilainen on vielä liian pieni hyvin kannattavaan liiketoimintaan, joten hallittu kasvu olisi hyväksi – kuitenkin

niin, että pysyttäisiin noin 20 työntekijän määrässä. Nyt leipomossa pyörii 11 työntekijää. Toisaalta suomalaiset asiakkaat liuttavat pienten yritysten puolesta, suomalaisen kansanluonteeseen kun kuuluu olla pienemmän puolella. Kaikki tuntevat Oululaisen ja Vaasan ison tuotannon, mutta pieni, laadukas paikallisleipomo antaa kuluttajan arkeen yksilöllisemmän leiman.

Tulevaisuudensuunnitelmista Tepi paljasti sen verran, että paikka uudelle leipomolle on jo katsottu Vääksyntien varrella. Asikkalalainen perheyrittys haluaa viedä tuotantonsa maaseudulle. Yhteistyötä paikallisruuan tuottajien kanssa on myös kaavailtu. Kesäisin Vääksyntietä kulkee massoittain kesäasukkaita lomaparatiiseihinsa, ja paikallistuotteet kävisivät varmasti hyvin kaupaksi. Kaikki kesämökkeilyyn liittyvä tuo kuluttajalle hyviä mielikuvia. Kesätorilta ostettu tuoksuva ja tuore ruisleipä mökkieväänä innostaa asiakasta haluamaan samaa hyvää leipää myös omaan kotimarkettiin.

Uuteen leipomoon on suunnitteilla myös kokeittio, jonne voisi kutsua ryhmiä leipomaan samalla, kun leipuri kertoo leivän valmistuksesta. Erityisesti ruislimpun leipominen herättäisi varmasti innostusta, se kun ei tavalliselta kotileipurilta noin vaan onnistu. Ja vielä jos saisi ostaa mukaansa taikinajuurta, niin mikä sen parempaa.

Nettikauppa on myös valtavassa kasvussa. Esimerkiksi ruokapiirien toiminta perustuu täysin nettikauppaan. Nettikaupan antamat hyödyt ja siihen tarvittavat panostukset ovat myös Viipurilaisella mietinnässä. 🍞

A series of 25 horizontal dashed lines for writing.

Kikka kommentoi



Leipurien tarinat ovat hauskaa luettavaa. Tepistä sanotaan muun muassa näin: ”Tämä lämmissydäminen leipuri pyrkii säteilemään hyvää oloa kaikkiin hänen ympärillä oleviin ihmisiin. Jos kuulet hänen höhötyksen kerran, tunnistat sen seuraavalla kerralla varmasti.

Tepi pyrkii myös aina kyseenalaistamaan normeja ja hän uskoo, että positiivinen asenne kantaa elämässä pitkälle.”

Meidän perheessä leipää kuuluu uskomattomat määrät, koska välipalanälkä iskee lapsiin miltei välittömästi ruokapöydästä nousemisen jälkeen. Ruisleipä on hyvä polttoainetta koko ajan liikkeessä olevalle lapselle. Itsekin uskon ruisleivän voimaan, onhan sen evästämänä suot kuokittu ja kasket poltettu. Vasta näitä haastatteluja lukiessani ymmärsin, että kotimainen ruisleipä ei suinkaan aina sisällä kotimaista ruista. Taisin tuntea oloni myös hieman huijatuksi.

Linkistä pääset katsomaan, kun Tepi pyörittelee ruislimpuja. Näyttää helpolta, mutta jokainen, joka on yrittänyt saada aikaan kauniin pyöreitä pullia, tietää että omat niksinsä siinäkin hommassa tarvitaan.



<http://youtu.be/wpw5tafMmD0>

A series of 25 horizontal dashed lines for writing.



ELÄMÄNTEHTÄVÄNÄ TEERENPELI

”Olemme olleet viljaklusterissa mukana alkukeskusteluista lähtien”, kertoo Teerenpelin-yhtiöiden toimitusjohtaja **Anssi Pyysing**.

Ensimmäinen Teerenpeli-ravintola avattiin Lahdessa vuonna 1994. Nykyään Teerenpeliä voi pelata myös Helsingissä,

Tampereella, Turussa ja Lappeenrannassa. Lisäksi yhtiöihin kuuluu Taivaanranta-ravintola, kesäravintola Teerenranta, oma olutpanimo ja viskitislaamo.

Teerenpelin panimossa ja tislaamossa on töissä seitsemän henkilöä. Panimo- ja tislaamolalle ei ole Päijät-Hämeen alueella koulutusta tarjolla. Erityisesti pienpanimoalalla osaajien tarve on kasvusuunnassa, joten tässä voisi olla kehitysyhteistyölle tilausta.

TEERENPELI-YHTIÖT ON HOUKUTTELEVA TYÖN- ANTAJA, JOTEN ONGELMIA TYÖNTEKIJÖIDEN SAAMI- SEEN EI OLE OLLUT.

Teerenpelin panimossa työskentelee kaksi panimomestaria ja elintarvikealan insinööri. Lisäksi elintarvikealan peruskoulutuksen saaneita on ns. ”lattiataason työssä”.

Yhtiöillä on oma tislaamomestarin ammattinimike. Nykyinen mestari on oppinut työnsä Skotlannissa. Panimomestarien koulutukset on myös hankittu ulkomailla, koska kotimaassa sitä ei ole tarjolla. Elin-
tarvikealan insinöörinkin on erikoistuttava tislaamoalalle. Viskin tislaamiseen voi saada oppia esimerkiksi Edinburghin yliopistossa Skotlannissa.

Lahden alueen ravintoloissa yhtiöillä on työntekijöitä 25–30. Ravintolapuolella Päijät-Hämeessä on tähän asti saanut paikallisesti koulutettua työvoimaa. Anssi onkin huolissaan siitä, että Lahden ammattikorkeakoulussa lopetetaan matkailualan koulutus. Koulutuskeskus Salpaukseen kehitettävä kulinaaritalo on hänestä tarpeellinen, koska alueella on paljon ravintola-toimintaa.

Teerenpeli-yhtiöt on houkutteleva työnantaja, joten ongelmia työntekijöiden saamiseen ei ole ollut. Koko viljaklusterin näkökulmasta osaajien riittävyys voi sen sijaan muodostua pullonkaulaksi.

Yhtiössä etsitään jatkuvasti uusia kehitysuuntia, esimerkiksi erilaisten tynnyrien tuomia uusia mahdollisuuksia viskin kypsytämiseen. Anssi on tyytyväinen siitä, että alueella on syntynyt viime vuosina uusin-
novatiivisuutta. ”Ajattelun ilmapiiri on aukeamassa.”

Pienpanimoalalla on imua, suunta on

samanlainen kuin muualla maailmassa. Useita pienpanimoja on kehittynyt ”autotallin perukoilta” vakavasti otettaviksi toimijoiksi. Teerenpelin panimotoiminta on jo vakiintunutta yritystoimintaa. Hyvien henkilökohtaisten yhteyksien ja viljaklusterin myötävaikutuksella panimotuotteita on saatu myös vähittäiskauppaan. Pullotettuja oluita ja siidereitä on saatavissa S- ja K-ketjun isommista liikkeistä sekä Stockmannilta. Anssi pitää tätä tärkeänä kasvun kannalta.

Kahden ison kauppaketjun ylivallasta Anssi kommentoi, että kolmas operaattori olisi hyvä saada maahan. Ruokapiirejä hän pitää hyvänä lisävaihtoehtona kuluttajille. Yksityisiä kauppoja ei juuri ole alueella tarjolla, mutta esimerkiksi Taivaanranta-ravintola käyttää Lahden kauppahallissa toimivan Vuorisen lihatuotteita.

Sosiaalisessa mediassa on hyvä olla mukana. Kaikilla Teerenpeli-ravintoloilla on omat facebook-sivut, joilla on yhteensä tuhansia ”tykkääjiä”. Henkilökuntaa on koulutettu sosiaalisen median käyttöön. ”Emme yritä hallita sosiaalista mediaa, mutta jos sivuille eksyy väärää informaatiota, se on tietenkin korjattava”, Anssi toteaa.

Kuluttajana Anssi toteaa olevan lievästi ”luomumielinen”, mutta luomu ei kuitenkaan pelkästään ohjaa hänen ostamistaan. Tuotteiden hyvä laatu on hänelle tärkeää kaikissa hankinnoissa.

Tavallisessa arkirutiinissa hän suosii perusturvallisia tuotteita, mutta innostuu joskus impulsiivisesti ostamaan erikoisuuksia. 🍷

Kikka kommentoi



Onnenpekka, Saubusanttu, Hippabeikki, Lempi Mustikka – jo pelkästään nimet houkuttelevat maistamaan. Pullotkin ovat vähän erinäköisiä kuin tavalliset olutputelit. Australialainen sukulaistyttö ihastui mustikkasiideriin ikihyväksi ja pyytelee lähettämään sitä pullopostina. Ihan heti sitä ei taida aussimarketeista saada. Vaan eihän sitä koskaan tiedä.

Ennen vanhaan tiesi olevansa ”Labe”, kun astui Teerenpelin ovesta sisään. Ja siellä olivat kaikki, muun muassa nykyinen mieheni eräänä lauantai-iltana, kun notkuin kaveriporukassa täpötäydessä salissa. Todellinen teerenpeli alkoi ja lempi leiskahti samana iltana.

Aika harvoin pääsen nykyään olusille, mutta kesäaikana on hauska piipahtaa Teerenrannassa lastenkin kanssa. Ja kun vapaalle pääsy on harvinaisempaa, ovat vaatimukset paikan ja tarjonnan suhteen korkeammalla kuin esimerkiksi opiskeluaikoina.



A series of 20 horizontal dashed lines spanning the width of the page, intended for writing or drawing.



FAZER MYLLY ON AKTIIVINEN ALUEKEHITTÄJÄ

Fazer myllyn johtaja **Pekka Mäki-Reinikka** on ollut viljaklusterin kehittämisessä koko sen historian ajan. Hän kertoi, että kaikki alkoi Etelä-Suomen Sanomien julkaisemasta jutusta 2000-luvun alkupuolella. Toimittaja nimitti siinä lahtelaista elintarviketeollisuutta auringonlaskun alaksi. Kuitenkin juuri samaan aikaan Hartwalin uutta jättipanimoa rakennettiin, Fazerin mylly ja Fazerin Lahden leipomo sekä Lahden polttimo laajensivat, ja pienpanimot olivat alkaneet saada jalansijaa. Itse asiassa 2000-luvun alun kaikki isot lahtelaiset investoinnit olivat nimenomaan paikallisen

elintarviketeollisuuden investointeja.

Lahden polttimon toimitusjohtaja **Mikko Maunula** sisuuntui jutusta niin paljon, että halusi oikaista tilastojen tulkintavirheestä johtuneen kömmähdyksen. Työntekijöiden määrä oli kyllä lievästi laskenut, mutta tuotanto oli noussut automaation ansiosta. Itse asiassa Lahden seudulla on Suomen suurin vilja-alan keskittymä. Alueella on Pohjoismaiden suurin leipomo ja panimo, Pohjolan toiseksi suurin mylly ja lukuisia ketteriä pk-yrityksiä.

Huonosta uutisesta oli hyvät seuraukset. Viljaklusteri-niminen yhteisö syntyi. Alusta pitäen oli selvää, että ei muodosteta rekisteröitynyttä yhdistystä, vaan kyseessä

on Pekan mukaan ”viljakertsi”-kerho, johon kaikki alan pääjähämäläiset toimijat ovat tervetulleita ja jonka toiminta on vapaaehtoista.

Hyvänä oivalluksena Pekka piti myös Laakesin ja Lahden tiede- ja yrityspuiston mukaan kutsumista. Näiden organisaatioiden mukanaolo on mahdollistanut uusien innovaatioiden kehittämisen, kuten lahtelaisen elintarviketuotannon sivujakeiden hyödyntämismallitus sekä siihen perustuva bioetanolin valmistus.

Yhteistyössä Lappeenrannan teknisen yliopiston kanssa on järjestetty innovaatiotiesessio, jossa Viljaklusterille on syntynyt uusia avauksia. Ristipölytykseen tarvitaan ”kaikki kanavat auki”-keskustelua. Vaikka innovaatiot ovat lopulta hyvin yksinkertaisia, ne eivät aina synny helposti.

Maanviljelijöihin pidetään yhteyttä Viljaklubin välityksellä. Klubissa on mukana sekä ostavaa teollisuutta että viljelijöitä. Viljaklusterin järjestämissä viljelijäseminaareissa on tavoitteena lisätä viljelijöiden ja teollisuuden yhteistä ymmärrystä viljamarkkinoista sekä tuoda esiin sekä viljelijöiden että teollisuuden ongelmia.

Fazerin tavoitteena on, että vuonna 2016 kaikki Oululaisen ruistuotteet on valmistettu kotimaisesta rukiista. Maailmallakin ruistietoisuus on parantunut. Sitä on edistänyt muun muassa koko Euroopan laajuisesti kasvanut Rye & Health -projekti. Vaikka rukiin terveysvaikutukset nyt tunnetaan ja tunnustetaan, monessa maassa ruis mielletään vielä pelkäksi rehuksi.

Luomun suosiota Pekka luonnehtii pitkälti tunnelähtöiseksi. Luomun kasvanut kysyntä ja tarjonta on myös herättänyt kuluttajat huomaamaan, että heillä on aitoa päätösvaltaa ja kykyä vaikuttaa markkinoihin.

Pekka totesi, että sekä teollisuudessa että kaupassa on puhuttava aina totta. Piilottelu herättää ihmisten uteliaisuuden. Ylimieli-

syys on vaarallinen asenne nykyisessä mediakulttuurissa. Elintarviketeollisuudessa on jo pitkään tiedetty, että toiminnan on oltava läpinäkyvää asiakkaan luottamuksen saamiseksi.

Leipomisoppia yliopistoväelle

Pekka pitää riittävää luonnontieteellistä koulutusta, erityisesti biokemian perusteiden hallitsemista, tärkeänä kaikille alalla työskenteleville. Elävän viljamateriaalin ominaisuudet on tunnettava, samoin taikinan biokemialliset reaktiot, jotka etenevät usein logaritmisesti.

Suomalaisen elintarviketieteilijöiden ja amk-insinöörien osaamisen taso on korkea. Silta toisen asteen koulutukseen kuitenkin puuttuu. Pekan mielestä kunnianhimoisimmat leipurit voisivat käydä joitakin yliopiston tai ammattikorkeakoulun kursseja. Toisaalta yliopiston opiskelijoilla ja tutkijoilla ei ole aina riittävää tietoa ja taitoa käytännön leipomisesta. Siinä olisi yhteistyön paikka toisen asteen opetuksen kanssa.

Koulutustarpeiden ennakkoinnissa on oltava tarkkana, että koulutusjärjestelmälle tuotetaan oikeanlaista tietoa. Isot yritykset, kuten Fazer tai Hämeenmaa, elävät jo tulevaisuutta. Niissä on omat instrumentit ennakkointiin ja kuluttajakäyttäytymisen tutkimiseen. Pienillä tuottajilla ei ole varaa ylläpitää omaa ennakkointi-instrumenttia, mutta niiden vahvuutena ovat ketteryys ja kyky muuntautua nopeasti.

Ennakkointia ja tulevaisuustutkimusta tekevillä henkilöillä on oltava hyvä nenä sekä suurta havainnointi- ja oivalluskykyä. Globaalit markkina- ja luonnonvoimat saavat kuitenkin joskus aikaan yllättäviä, nopeita ja valtavia mullistuksia, oli ennakkointi kuinka hyvää tahansa. Tällöinkin hyvä valmistautuminen ja muutosherkkyys auttavat, ja ainahan hyvälle tuurillekin on annettava mahdollisuus. 🍞

Kikka kommentoi



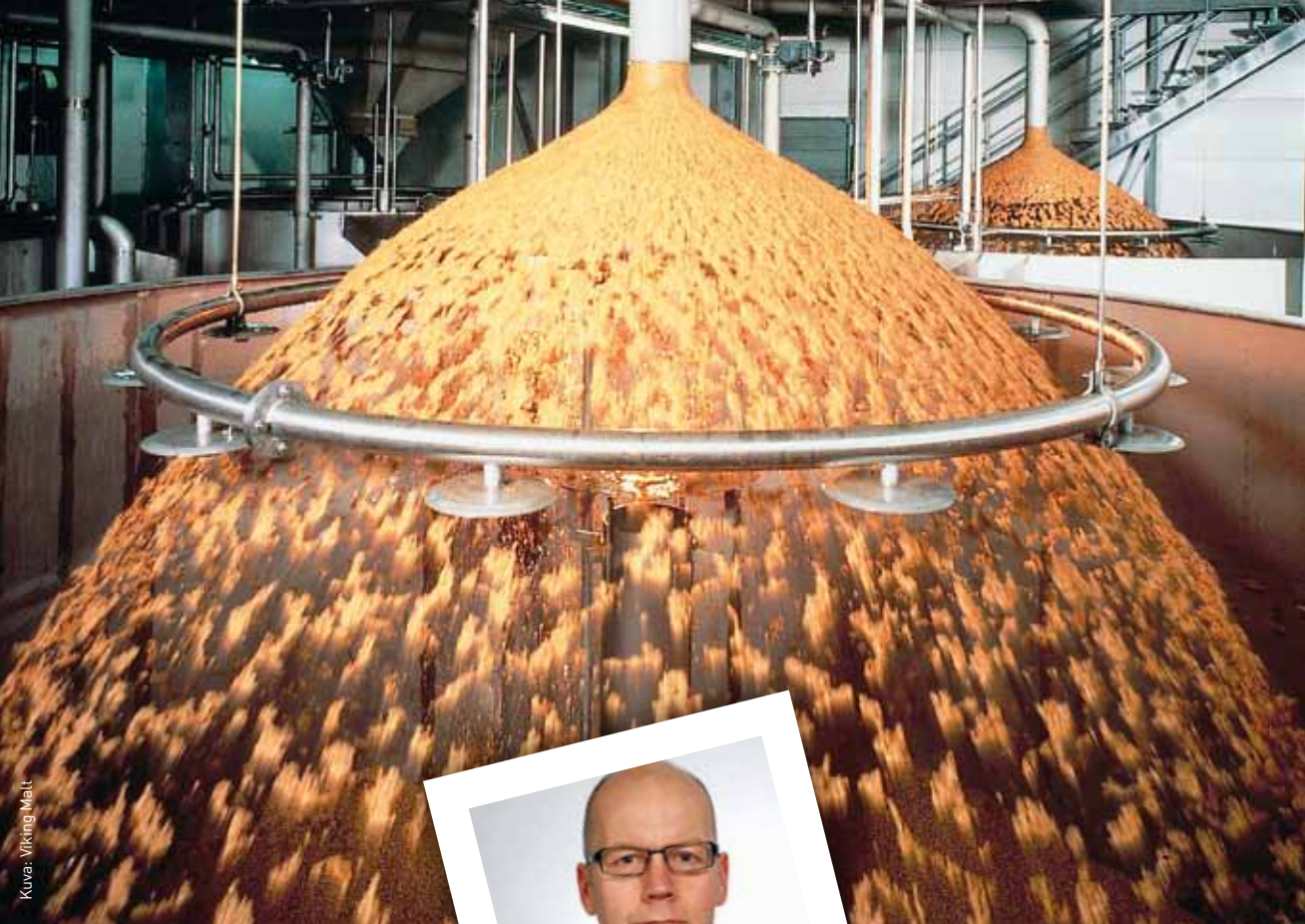
Jaa-a. Meikäläiselle Fazer merkitsee ensisijaisesti sitä sinistä suklaalevyä, pihlajanmarjakarkkeja, lapsuuden kesiä ja turvallisuuden tunnetta. Väri ja logo ovat varmaankin imeytyneet suomalaisiin äidinmaidon kautta. Lahtelaisille Fazer on Oululainen, Reissumies ja viljasiilot. Mielikuvilla on valtava voima.

Brändin luominen onkin pitkäjänteistä hommaa. Menettää sen voi kuitenkin yhdessä päivässä, joten kuulostaa hyvältä tuo Pekan painotus totuuden puhumiseen ja läpinäkyvyyteen.

Mutta onko luomu tunneasia? No, ehkä se on. Itse heräsin käyttämään luomutuotteita, kun minusta tuli äiti. Haluan antaa lapsilleni mahdollisimman turvallista ruokaa. Ja ehkä takana on myös tarve parantaa maailmaa omalta pieneltä osaltani.



A series of 25 horizontal dashed lines for writing.

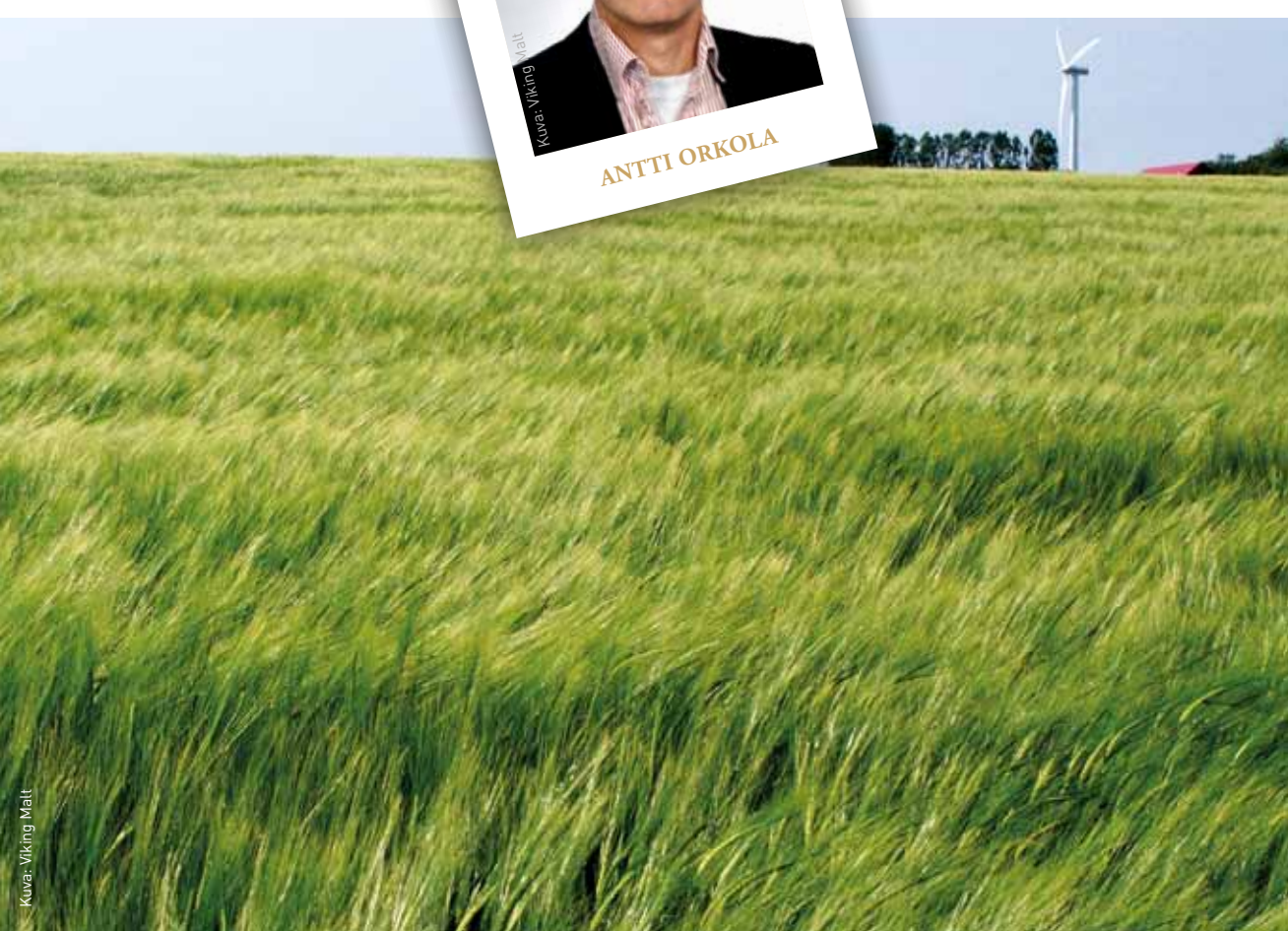


Kuva: Viking Malt



Kuva: Viking Malt

ANTTI ORKOLA



Kuva: Viking Malt

OLUEN ALKULÄHTEILLÄ

Viljaklusterin nykyinen puheenjohtaja ja Viking Maltin toimitusjohtaja **Antti Orkola** kertoo, että heillä panimomestariutkinto on yksi tärkeimmistä koulutuksista. Opiskelu on päätoimista ja kestää puoli vuotta. Suomessa ei panimomestariksi voi valmistua, vaan väki käy Tanskassa, Saksassa tai USA:ssa oppia saamassa. Panimomestariutkintokoulutuksessa opitaan myös tuiki tärkeä asiakasnäkökulma.

Mallastamon liiketoiminta on suhteellisen tasaista, pääasiassa BtoB-kauppaa, joten brändin luominen ei ole niin merkityksellistä kuin kuluttajabisneksessä. Kotimaassa toimintaa ohjaavat eniten valtiovallan toimenpiteet esimerkiksi oluen vähittäiskaupassa. Kilpailijat on luonnollisesti otettava huomioon, mikä tarkoittaa kustannusten kurissapitoa ja hyvää palvelutasoa. Tärkeimmät kilpailijat ovat Euroopassa, isoin niistä Ranskassa. Fyysisesti lähimmät kilpailevat mallastamot ovat Liettuassa ja Tanskassa.

Yrityksellä on omia sopimusviljelijöitä, mutta iso osa viljasta tulee myös viljakauppojen (Kesko, Agrimarket) kautta. Viljelijät ovat mallastamolle tärkeitä, ja siksi heihin pidetään yhteyttä seminaarien ja tietoisukujen avulla. Heille järjestetään vuosittain myös sadonkorjuujuhlat.

Tämän päivän asiakkaiden vaatimukset ulottuvat myös viljelijöihin. Uusia trendejä ovat esimerkiksi raaka-aineen jäljitettävyys,

kestävä kehitys ja hiilijalanjälki. Esimerkiksi Heinekenin strategiassa energiatehokkuus ja hiilijalanjäljen pienentäminen ovat merkittävässä osassa. Sopimusviljelijöiltä tarvitaan siis nykyään myös raportointia.

Luomua kysytään jo jonkin verran, ja sen kysyntä on kovassa kasvussa. Sen osuus mallastuksessa on kuitenkin vielä alle prosentin luokkaa. Kaiken kaikkiaan kuluttajien tietoisuus on kasvanut, ja heillä on myös enemmän rahaa tehdä eettisiä valintoja.

Verkostoitumistaito, ennakointikyky ja uteliaisuus ovat Orkolan mielestä tärkeitä ominaisuuksia tälläkin toimialalla. Tuotekehitystä tehdään Polttimon tutkimuskeskuksessa, jossa on myös oma ”pienpanimo”. On tärkeää, että työntekijät sisäistävät kaikki viljan käsittelyn ja mallastamisen osa-alueet.

Viljaklusterista Antti toteaa, että se on hyvä foorumi, koska vilja-alalla on Lahden alueella pitkä perinne ja vahvaa osaamista. Hän toivoo, että tämä tunnustetaan Lahden alueella luontaiseksi vahvuudeksi, jolle on hyvä rakentaa ja jota voidaan kehittää alueen vetovoimatekijänä.

Klusterin jäsenyys on vapaaehtoinen, kaikkien saatavilla ja maksuton. Pienet yritykset hyötyvät klusterista suhteellisesti eniten.

Vapaaehtoisuus on valttia myös viljaklusterin tulevaisuudessa. Innovointiin panostetaan vuosittain yhteisissä tapaamisissa. Kauppa on klusterissa mukana tuomassa muun muassa kuluttajanäkökulmaa klusterin toimintaan. 🍷

Kikka kommentoi



Hups, nyt mentiin meikäläisen osaamisalueen ulkopuolelle. Netistä katsoin, että mallastuksen työvaiheet ovat jyvien liotus, idätys, kuivaus ja paahto. Tiedän että maltaita tarvitaan oluen panemiseen ja sahdin valmistukseen. Viking Malt tai lahtelaiselle Polttimo on kyllä tuttu nimi, mutta tavallinen kuluttaja ei juurikaan tiedä sen tekemisistä. Eikä ole ilmeisesti tarpeellistakaan, pääasia että saan käsiini laadukkaita lopputuotteita, joiden alkuperä on mieluusti kotimaassa.

Orkola kertoi myös, että Viking Malt tukee paikallista nuorisotyötä. Yritykset voisivatkin enemmän kantaa yhteiskuntavastuuta. Erityisesti alueen nuorisolle voisi järjestää kesä- ja harjoittelupaikkoja niin paljon kuin kysyntää on. Näin nuoret oppisivat tuntemaan paikkakunnan yrityksiä ja saataisivat sitten jäädä tai palata kotikonnuilleen asustelemaan ja perhettä perustamaan. Jossain vaiheessa se työvoimapula joka tapauksessa on todellisuutta.



A series of 20 horizontal dashed lines spanning the width of the page, intended for writing or drawing.



MARKKU KIVIMÄKI

KETJUN ENSIMMÄINEN LENKKI

Kivimäen tilalla Hollolassa odoteltiin peltojen kuivumista, jotta päästäisiin kylvötoihin. Maanviljelijä **Markku Kivimäki** kertoi, että 110 hehtaarin kokonaisalasta ruista on kylvetty syksyllä kymmenen hehtaaria. Ensimmäistä kertaa kokeilussa on myös vähän hybridiruista. Lajikkeen luvataan ole-

van satoisampi ja kylvömäärän pienempi kuin maataisrukiilla.

Syysrukiin isoin riski on talvehtiminen, jota ei pysty mitenkään ennustamaan. Keväällä kylvettävä ruis taas vaatii pitkän kasvukauden ja ylittää miehen mittaan, jolloin se on haavoittuvainen ukkosmyrskyjen riepottelussa. Rukiista saatava hinta ei kannusta viljelijää riskin ottoon. ”Kyllä me viljelimme ruista enemmän, jos riskiä

SADOSTA SAATAVAN HINNAN
JA PARHAAN MYYNTIAJAN
KANSSA TASAPAINOILU ON
VARSINAISTA FINANSSI-
TIEDETTÄ, JOS HALUAA
OPTIMOIDA TUOTON.

voitaisiin jakaa jonkun muun tahon, esimerkiksi myllyn kanssa.” Nyt koko riski jää viljelijän harteille, joten ristiriita kotimaisen rukiin saatavuustavoitteiden ja viljelijän kohtaaman todellisuuden välillä on aika suuri.

Sadosta saatavan hinnan ja parhaan myyntiajan kanssa tasapainoilu on varsinaista finanssitiettä, jos haluaa optimoida tuoton. Viljelijä voi myös sopia kaupan kanssa etukäteen kiinteän hinnan. Markkinahinnan noustessa sopimuksen tekemisen jälkeen viljelijä häviää erotuksen verran. Kauppa kantaa vastuun, jos markkinahinta pienenee. Kivimäen tilalla hinta kiinnitetään yleensä noin kolmanneksen sadosta.

Hintojen kehittyminen on muuttunut perinteisestä paljon heikommin ennustettavaksi. Esimerkiksi vehnän ostohinta tempoilee nykyään paljon enemmän kuin aiemmin. Ennen se oli parhaimmillaan kevättalvella, kun varastot alkoivat tyhjentyä. Nykyään hinta saattaaakin olla korkeimmillaan juuri puintiaikaan.

”Pitäisi osata ajatella kuin pörssimeklari”, Markku toteaa. Aikaa ja innostusta tarvittaisiin rutkasti markkinoiden seuraamiseen. Viljelijä joutuu keräämään tietoja useista eri lähteistä, esimerkiksi farminetistä, viljakaupoista ja Maaseudun tulevaisuus-lehdestä.

Maanviljelijät ovat perinteisesti toimineet hyvin itsenäisesti. Vaikka tukiorganisaatioita onkin saatavilla, neuvoja ei tilalla juuri ole tarvittu eikä viljaklusterin tai muiden toimijoiden järjestämiin tapahtumiin

tahdo ehtiä. Eniten kokemuksia jaetaan ja keskustellaan naapuri-isäntien kanssa.

Markulla on agrologin koulutus, jonka avulla hän ”osaa laittaa siemenet oikein päin turpeeseen”. Mutta koneiden kanssa on myös tultava toimeen. Peltotöissä on 6–7 eri vaihetta, jotka vaativat oman koneen, ja sen lisäksi vilja on kuivattava omassa kuivurissa syksyisin. Koneiden perushuollon Markku tekee itse, mutta esimerkiksi traktori huollatetaan liikkeessä.

Konekanta on melkoinen investointi. Jo pelkästään traktori maksaa uutena noin 100 000 euroa. Kaikkiaan hän arvioi, että peruskoneissa on kiinni 300 000 euroa, joten ne on pidettävä hyvässä toimintakunnossa. Traktorin tavallinen käyttöikä on 10–15 vuotta, jotkut viljelijät tosin vaihtavat useammin.

Kuivuri on energiasyöppö. Vilja kuivataan syksyllä noin 13 % kosteuteen. Polttoainetta saattaa kuluja jopa 25 litraa tunnissa. Sateisina syksyinä saattaa kuivaus kestää jopa 20 tuntia, joten sääennusteiden seuraminen puintiaikana on tuiki tärkeää.

Yhteiskoneitakin harrastetaan jonkin verran. Tennilän kylällä on yhteinen pienarniittokone, ja välillä Markku käy puintihommissa naapuritilalla. Isännät kuitenkin haluavat tärkeimmät peruskoneet ihan omaan käyttöönsä.

Varsinaiseen sopimusviljelyyn tilalla ei ole lähdetty. Suoraan kuluttajien kanssa kaupankäynnistä Markku toteaa, että se sopisi parhaiten vihannesten, hedelmien ja marjojen viljelyyn. 🍌

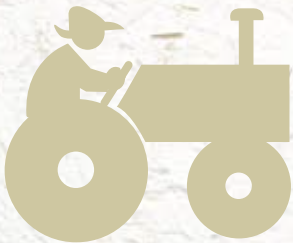
Kikka kommentoi



Onpa huimaa, että konekantaan pitää investoida ison omakotitalon verran rahaa. Kyllä siinä saa jonkun jyvän myydä, että pystyy semmoisen summan kuolettamaan. Tavallinen kuluttaja ei tule leipää ostaessaan edes ajatelleeksi, mitä kaikkea sen eteen on pitänyt tehdä. Tämä oli hyvä herätys asfaltti-prinsessalle.

Mietin, kenen pitäisi kantaa viljelijän kanssa osa rukiin kasvattamisen riskeistä. Olisinko itse valmis maksamaan vähän enemmän leivästä, johon on käytetty kokonaan kotimaista ruista? Varmaan olisin, pidän sitä niin tärkeänä asiana. Kuin myös sitä, että minun ei tarvitsisi tihrustaa pussin kyljestä, mistä juuri tämän leivän ruis on tullut, vaan voisin luottaa siihen, että kotimainen leipä on todella oikeasti kotimaista.

Tsemppiä vaan kaikille viljelijöille!



http://youtu.be/lS_OgkbJB18





VILJAKETJUN TUKIVERKOSTO



PRO RUIS RY – KEHITYSOHJELMA RUKIINVILJELYN PUOLESTA

Projektikoordinaattori **Aino Sipilä** kertoo, että Pro Ruis-kehitysohjelman tavoitteena on parantaa rukiin viljelyn edellytyksiä, lisätä rukiin tunnettuutta ja suosiota niin viljelijöiden kuin kuluttajien keskuudessa. Koska tuotanto ei vastaa tämänhetkistä kysyntää, rukiin viljelymäärät halutaan nostaa vähintään elintarviketeollisuuden tarvitsemalle tasolle.

Yhdistys perustettiin syksyllä 2011, ja perustajajäseninä ovat tärkeät vaikuttajat kuten Fazer leipomot, Fazer Mylly, Boreal kasvinjalostus Oy, Raisio Oyj, Kauppamylärien yhdistys. Mukana on myös joukko viljelijöitä ja yksityishenkilöitä. Jäseniksi halutaan toimijoita koko arvoketjusta kuluttajia myöten.

Kehittämishjelmaa rahoittavat maa- ja metsätalousministeriö sekä jäsenyritykset.

RUKIIN LUKUISISTA TERVEYSVAIKUTUKSISTA ON TUTKITTUA TIETOA, JOTA LEVITETÄÄN KULUTTAJILLE JA VILJELIJÖILLE.

Yhdistyksen toiminta on valtakunnallista, mutta rukiin viljelyn kannalta suurimmat pinta-alat löytyvät lähinnä Etelä-, Länsi- ja Keski-Suomesta. Sadon parantaminen ja viljelyn riskien pienentäminen esimerkiksi talvehtimisominaisuuksia parantamalla ovat kasvinjalostuksen keskiössä. Uusilla lajikkeilla on merkitystä rukiin viljeltävyyteen.

Tiedottaminen ja kampanjointi ovat keskeisiä toimintamalleja. Rukiin lukuisista terveysvaikutuksista on tutkittua tietoa, jota levitetään kuluttajille ja viljelijöille. Sähköistä mediaa voidaan käyttää hyvien käytäntöjen levittämiseen koko arvoketjussa. Rukiin puolesta kampanjoidaan myös erilaisten tapahtumien avulla. Pellonpiennarpäivillä viljelijät saavat tuoretta ammattitietoa, mutta kaikki asiasta kiinnostuneet ovat tervetulleita mukaan.

Toiminnan tavoitteiden joukossa on myös vastuullinen viljely. Se tarkoittaa laadukasta ja turvallista raaka-ainetta, jonka tuottamisessa on otettu huomioon ympäristövaikutukset; luontoa ja kukkaroa säästävä viljely, kun lannoitteiden ja kasvinsuojeluaineiden käyttö säädetään optimaaliseksi. Kotimaisen, lähellä tuotetun rukiin jalostaminen jo sinällään on ekologisempaa kuin tuontiviljan käyttö, koska kuljetus kuormittaa luontoa.

Vastuullisuus tarkoittaa myös sitä, että leivän hinta kattaa alkutuotannon kustannukset ja viljelijälle maksetaan riittävä palkka tehdystä työstä. Tällä hetkellä viljelijän osuus leivän hinnasta on 3–4 %. Suunta on pienenevä, samalla kun kaupan osuus kasvaa.

Viljelijän toimiminen suoraan kuluttajarajapinnassa ei Aino mielestä ole mahdollista kovin suuressa mittakaavassa, koska tuotantomäärät ovat niin suuria ja vilja on joka tapauksessa jalostettava. Kauppa pysyy siis ketjussa mukana vahvasti myös tulevaisuudessa. Jotkut viljelijät tekevät sopimuksia suoraan myllyjen kanssa, ja näin jää yksi välikäsi pois.

Aino on itsekin maanviljelijä

Aino on sitoutunut jatkamaan perinteitä perheen omistamalla Simolan luomutilalla, jossa leipäviljojen lisäksi kasvatetaan myös luomuomenoita. Tila on ollut luomussa jo yli viisitoista vuotta. Nuoren naisen tukena on vanhaisäntä ja muu perhe jo senkin takia, että työ on fyysisesti raskasta. Aino on alkanut kehittää tilan toimintaa myös puutarhapuolella. Tilalle on istutettu jo 3500 kääpiöomenapuuta. Ensimmäinen sato myytiin viime vuonna lähiseudun luomukauppoihin.

Aino pitää tärkeänä, että viljelijän tiedot ovat mukana tuotteessa. Kauppa päättää, miten näkyvälle paikalle luomu- ja paikallistuotteet liikkeessä sijoitetaan. Tuottajan on itse tuotava persoonansa ja tarinansa esille omalla tavallaan.

Ruokapiirien suosiota Aino pitää hyvänä kehityksenä, vaikka hänen tilansa omenat menevätkin pääasiassa myyntiin pieniin luomukauppoihin. Asiakkaalle helppo ja ekologinen nettikauppa vaatisi tuottajalta ihan uudenlaisia panostuksia, joten siihen mukaan lähtö on tilalla vielä harkinnassa. 🍏



Kikka kommentoi



Tuota tarinaa kun luin, niin itsellenikin tuli kaipuu maaseudulle ja luonnonläheiseen työhön. Sen verran olen puutarhassa puurtanut, että tiedän kuinka palkitsevaa mullassa möyriminen on. Työ kiittää tekijäänsä välittömästi, ja kun illalla ojentaa särkevän ruotonsa, voi häpeämättä olla tyytyväinen itseensä.

Vaan ei se ihan noin vaan käy. Taitaisi meikäläisen pullasorsakroppa tehdä tenän aika nopeasti. Ja kai sitä pitäisi osata niitä valtavankokoisia koneitakin käyttää. Ehkä tyydyn omaan rooliini ja ihailen ja tsemppaan ikätoveriani vain kaukaa.

Perheenäidin näkökulmasta olisi tärkeää saada marketteihin mahdollisimman laaja luomutuotteiden valikoima. Pienissä luomupuodeissa on kyllä mukava asioida, koska tuotteisiin ja myös kauppiaseen saa läheisemmän kontaktin, mutta ainakaan minulla aika ei mitenkään riitä monessa kaupassa juoksemiseen.



<http://youtu.be/1ZrnRksdUmU>



http://youtu.be/W_4PdG9fHdg

A series of 28 horizontal dashed lines, evenly spaced, spanning the width of the page, intended for writing.



Kuva: Sinikka Tuomikoski



Kuva: Sinikka Tuomikoski



Kuva: Sinikka Tuomikoski

REIJA SALONEN



Kuva: Sinikka Tuomikoski



Kuva: Sinikka Tuomikoski



OSAAMISVERKOSTO VILJELIJÄN TUKENA

”**V**ilja-projektin” kumppanuus-hanke Osaamisverkosto on ollut **Reija Salosen** osaa-

vissa käsissä Koulutuskeskus Salpauksessa.

Osaamisverkosto tarkoittaa niitä tahoja, jotka tarjoavat palveluja maaseutuyrittäjille. Näitä ovat erilaiset neuvontapalvelujen tuottajat, lomittajat, MELA, maaseutusihitteerit, pankit, MTK, meijerit ja jalostajat, kauppaliikkeet jne. Maanviljelijä on näiden palvelujen keskiössä ja osaamisverkosto kehänä maatalon ympärillä.

Projektissa kudottiin näistä toimijoista verkkoja, jotta he voisivat työskennellä yhteistyössä viljelijän parhaaksi. Aiemminhan jokainen kävi tilalla vuoron perään, toisistaan tietämättä, ja viljelijän tehtäväksi jäi

yhdistää eri tahoilta saamansa neuvot järkeväksi kokonaisuudeksi.

Projektissa toteutettiin Viljaverstas-innovaatioprosessi. Sen tarkoituksena oli tuottaa tietoa, joka auttaa viljatuotteen arvoketjun eri lenkkejä menestymään tulevaisuudessa.

Prosessin ydinkysymys oli: Mitä hämäläisillä pelloilla kasvaa vuonna 2025? Taivoitteena oli oppia ymmärtämään koko ketjun vaatimukset, kehittää tehokas vuorovaikutus ja toisiltaan oppimisen tapa, jotta saataisiin hyvä yhteisymmärrys kotimaisen viljantuotannon tulevaisuuden näkymistä. Prosessin aikana etsittiin ennakkoluulottomasti rohkeita, uusia ajattelun- ja toimintatapoja yhdessä koko viljaketjun ”pellolta pöytään” -toimijoiden kanssa. Kuusi viljelijää oli mukana koko prosessin ajan. Viljaverstasiin kutsuttiin mukaan uusia toimijoita pitkin matkaa sekä kuultiin eri alojen asiantuntijoita.

JOS MAATILAYRITTÄJÄT
VERKOTTUISIVAT NIIN,
ETTÄ TUOTANTOSUUNNAT
TUKISIVAT TOISIAAN,
VOITAIISIIN LUODA UUDEN-
LAISTA LIIKETOIMINTAA JA
PALVELUVERKOSTOJA.

Tärkeä kysymys oli, mitä tietoa viljelijät tarvitsevat yrittämisen tueksi kuluttajan ja koko ketjun näkökulmasta. Viljelijän on seurattava alan kehitystä monesta näkövinkkelistä: koneet, laitteet, viljalajikkeiden kehitys, satojen tilanne maailmanlaajuisesti, EU-tukien lainsäädäntö, viljelyvaatimukset, tuotannon kannattavuus jne.

Toisaalta haluttiin löytää ne tekijät, joita kuluttajat arvostavat tehdessään ostopäätöksiä. Asiakkaiden vaatimukset eivät aiemmassa tuotantosuuntaisessa ajattelussa olleet niin tärkeitä, mutta tänä päivänä ja tulevaisuudessa niidenkin merkitys on nousussa.

Tuottajalta suoraan kuluttajalle -kaupasta ja ruokapiiriin tarjonnasta Reija tuumaili, että vihannestuotanto voisi olla hyvä valinta. Päijät-Hämeessä on aika vähän puutarhamarjojen kasvatusta, ja tuotannollista osaamista on myös melko harvalla. Kotieläinpuolella lammastaloudella olisi varmasti kysyntää. Lampaille saisi apetta suoraan omalta tilalta, ja nurmiala olisi hyvä viljelykierrossa.

Uutena mahdollisuutena Reija mainitsi vuohien kasvatuksen maidontuotantoon.

Salosten naapurustossa on kokeilussa jopa tryffelintuotantoa. Tilalle on istutettu satoja tamentaimia. Juuri tällaisia uusia innovaatioita ja ennakkoluulottomia yrittäjiä tiloille kaivattaisiin.

Tilojen yhteistyöllä saisi aikaan paljon uutta yrittäjyyttä. Jos maatilayrittäjät verkottuisivat niin, että tuotantosuunnat tukisivat toisiaan, voitaisiin luoda uudenlaista liiketoimintaa ja palveluverkostoja.

Salosten pelloilla oli aloitettu kevättyöt kultivoinnilla. Reija tuumasi traktorin menoa katsellessaan, että sopivasti on pelto kuivunut, kun multa hienosti pomppii eikä takerru varpajyrään. Tämä on oiva esimerkki viljelijän hiljaisesta tiedosta, joka kertyy oman kokemuksen myötä ja sukutiloilla myös perimätietona.

Kuluttajana Reija suosii lähituotteita. Perheen kolme tytärtä ovat hyvinkin tarkkoja ruuan terveellisyydestä ja hyvästä mausta. Jos mahdollista, joutsenlipputuotteet täyttävät ostoskorin. Eineksiä perheessä käytetään mahdollisimman vähän, ja marinoitu liha on täysin pannassa. Lähtilöjen monipuolista tuotantoa hyödynnetään hujasta juureksiin ja tinkimaitoon. 🍷

A series of 25 horizontal dashed lines for writing.

Kikka kommentoi



Taas tuli palkkatyötä tekevälle kaupunkilaiselle ihan uudenlainen näkökulma maatalousyrittäjän arkeen. Ihan ihmetyttää, miksi tällaista verkostoa ei ole rakennettu jo ajat sitten. Paljon pörrää väkeä ympärillä, mutta viljelijä on silti ”kaiken keskellä yksin”.

Sukutiloilla asuvilla on myös jotain sellaista, josta voisin vaikka olla kateellinen: monen sukupolven aikana kerätty perimätieto ja juuret syvällä omassa maassa.



A series of 20 horizontal dashed lines spanning the width of the page, intended for writing or drawing.



Kuva: MTK

KASVUA HÄMEESSÄ

Ohjelmapäällikkö **Päivi Rönni** MTK:n Kasvua Hämeessä -ohjelmasta toteaa, että luomun kysyntä on räjähdysmäisessä kasvussa. Asiakkaiden valinnat ovat alkaneet ohjata jo isoja kauppaketjujakin. Luomua ei saada kaappoihin niin paljon kuin sille olisi kysyntää. Enää ei riitä, että luomutuot-

teita tarjotaan erikoisliikkeissä, vaan lähituotetuissa tarjotaan kaikkia jakelukanavat tuotteiden tehokkaaseen toimittamiseen.

Viljelijä on yleensä aika kaukana kuluttajasta, joten kuluttajan valintoihin reagoiminen vaatii uskottavia viestejä viljan ostajahoilta. Olisikin hyvä selvittää, millä tavalla tieto asiakkaiden valinnoista saataisiin viljelijöille niin, että he uskaltaisivat lähteä toimimaan uudella tavalla.

RUKIIN VILJELYYN
KANNUSTETAAN TÄNÄ
PÄIVÄNÄ VAHVASTI, KOSKA
KULUTTAJAT HALUAVAT
KOTIMAISESTA RUKIISTA
LEIVOTTUA LEIPÄÄ.

Päivi pohtii, miksi viljelijä on jäänyt ikään kuin jalkoihin viljaketjussa, jossa teollisuus ja kauppa ovat ottaneet valta-aseman. Pitkät perinteet on varmaan osasyy. Viljelijät ovat kautta aikain toimineet itsenäisesti, osin myös yksin. Yksittäinen viljelijä ei kuitenkaan ole tasavertainen toimija muiden ketjun lenkkien kanssa, koska isompi toimija yleensä määrää, mistä vilja ostetaan ja mihin hintaan. Nuori sukupolvi ajattelee jo eri tavalla. Tilat ovat alkaneet toimia yhdessä, on yhteistä konekantaa, ja tuotannossakin on alettu tehdä yhteistyötä. Vahvempi yhteen liittyminen voisi tuoda viljelijöille enemmän sananvaltaa koko ketjussa.

Pienet tuottaja- ja kauppa- ja kauppaketjut reagoivat muutokseen ketterästi. Perinteisesti on ajateltu, että hinta ja tehokkuus liittyvät yhteen, mutta tätäkin itsestäänselvyttä tulisi tarkastella kriittisesti. Jos raaka-aine on kallista, se myös käytetään tehokkaammin. Ruuan hinnan osuus kotitalouksien kulu- tuksesta on laskenut. Ruokaa myös heitetään pois paljon aiempaa enemmän, mikä myös kertoo siitä, että ruoka ei ole ”liian kallista”.

Edelläkävijäkuluttajat haluaisivat tietää, mistä vilja on kotoisin. Monet olisivat valmiita maksamaan leivästä enemmän, jos vakuuttuisivat siitä, että viljelijä saa riittävän ison osuuden korkeammasta hinnasta. Voidaan siis puhua ”reilun kaupan” tulemis-

ta myös vilja-alalla. Nykyään on jo myös olemassa ns. ”edelläkävijäviljelijöitä”, jotka toimivat suoraan kuluttajan kanssa. Heillä on yhteinen kieli edelläkävijäkuluttajien kanssa; ovat ikään kuin samalla viivalla ja ekonomia on samankokoinen.

On myös jo olemassa ns. cityviljelijöitä, kaupunkilaisia jotka ovat vuokranneet pellon ja myös viljelijän omaan käyttöönsä. Näin edelläkävijäkuluttajat varmistavat sen, että tietävät mistä ruoka tulee. Viljelijät voisivat myös tarjota maksua vastaan osuuksia omista pelloistaan. Omenapuiden ja marjapensaiden kummiutta ja vuokrausta jo tarjotaankin. Sosiaalinen media on tässä toiminnassa mainio väline, ja sen käytön osaaminen voisi auttaa viljelijääkin markkinoinnissa.

Rukiin viljelyyn kannustetaan tänä päivänä vahvasti, koska kuluttajat haluavat kotimaisesta rukiista leivottua leipää. Pienet toimijat, kuten Vääksyn mylly ja Viipurilainen kotileipomo, ovat olleet tässä kehityksessä edelläkävijöitä. Sopimusviljelijät ja täysin kotimaisen raaka-aineen käyttö leivonnassa ovat näiden pienten yritysten valtti, ja isot toimijat ovat pikkuhiljaa lähteneet tähän trendiin mukaan. Rukiin terveysvai- kutukset ovat kiistattomat, ja ruistuotteista voisikin saada hyvän vientivaltin. Asiakkaiden vaatimukset ovat lisänneet myös tutkimusta ja parempien lajikkeiden kehittämistä. 🍞

Kikka kommentoi



Ruokaosuuskuntia ja ruokapiirejä putkahtelee kuin sienä sateella, niitä on jo yli sata. Muutamat tilat pystyvät kuulemma myymään koko tuotantonsa ruokapiireille. Nettikaupan valikoima on paljon pienempi kuin supermarkettien hyllyillä, mutta se ei häiritse. Tuttujen lapsetkin ovat innostuneita ruokapiiripuhasta. Netistä shoppaillessa perhe voi yhdessä miettiä, mitä ruokaa voidaan valmistaa esimerkiksi nautanlavasta – oiva tapa opettaa lapsia kokkailun saloihin.

Ruokapiiripuuha on myös yhteisöllistä ja perustuu paljolti talkoohenkisyteen. Jäsenet antavat oman työpanoksensa, tekevät sitä mitä parhaiten osaavat. Tässäkin asiassa ollaan menossa kohti ”ennen-vanhaa”, jolloin talkootyö oli aivan arkista touhua. Minä pidän erityisesti siitä, että koko perhe voi olla mukana yhteisessä harrastuksessa.



A series of 24 horizontal dashed lines for writing.



LAKES KEHITTÄÄ KLUSTEREITA

Lahden Alueen Kehittämisyhtiössä yritys- ja rahoitusneuvonnan tehtävissä toimiva **Jari Eskola** on ollut Päijät-Hämeen viljaklusterin yhteistyön koordinoinnissa mukana kolme vuotta.

Viljaklusterin lisäksi Lakes on mukana mekatroniikka- ja hyvinvointi-klustereiden kehittämisessä.

Viljaklusteri toimii vähän eri tavalla kuin alueen muut klusterit. Sen yritysperhe kattaa viljanjalostuksen koko arvoketjun, viljanviljelijöistä jalostavan teollisuuden kautta (veturiyrityksinä Fazer, Hartwall, Viking Malt) ravintola- ja kaupan alan yrityksiin asti. Klusterin kehittämisyhteistyö on alusta alkaen ollut yritys- ja rahoitusneuvonnan tehtävissä toimiva Jari Eskola on ollut Päijät-Hämeen viljaklusterin yhteistyön koordinoinnissa mukana kolme vuotta.

ulkopuolisen kehittäjätahon synnyttämää. Yrityslähtöisyys luokki Jarin mielestä hyvän kehittämissilmapiiriin klusteritoiminnalle. Kehitysideat tulevat pääasiassa yrityksiltä, ja Lakes auttaa niiden toteuttamisessa.

Ympäristö, muotoilu ja käytäntölähtöinen innovaatiotoiminta Lahden alueen elinkeino- ja kilpailukykystrategian osamiskärkinä ovat periaatteessa toimialariippumattomia, joten myös viljaklusteri voi johtaa näistä strategian kärjistä omia kehittämishankkeitaan. Esimerkiksi muotoilun ja viljaklusterin välinen yhteys on nyt ollut mietinnässä, kun viljaklusterin yrityksille järjestettiin Suomen Muotoilusäätiön kanssa muotoiluteemainen tilaisuus.

Muotoilusta Jarille tulee ensimmäiseksi mieleen pakkausmuotoilu. Teerenpelin tis-

PALVELUMUOTOILULLAKIN
VOISI OLLA ANNETTAVAA
VILJAKETJUN YRITYKSILLE,
VILJELIJÖIHIN ASTI.

laamon viskipullo ja Viipurilaisen kotileipomom visuaalinen ilme ovat Jarin mielestä hyviä esimerkkejä menestyksekkäistä muotoiluprojekteista, puhumattakaan Fazerin ja Hartwallin jo legendoiksi nousseista brändeistä, joiden rakentamisessa muotoilulla ja visuaalisella ilmeellä on ollut keskeinen osuus.

Palvelumuotoilullakin voisi olla annettavaa viljaketjun yrityksille, viljelijöihin asti. Kuluttajat ovat heränneet vaatimaan enemmän tarvitsemiltaan tuotteilta ja palveluilta, avainsanoja ovat kotimaisuus, paikallisuus ja jäljitettävyyys. Tämä näkyy ostokäyttäytymisessä jo isoissa päivittäistavaraketjuissa. Viljelijän rooli asiakaspalvelijana ei kuitenkaan ole vielä noussut kovin vahvasti esille, koska perinteisesti viljelijät toimivat BtoB-rajapinnassa. Osalle viljelijöistä jalostusasteen nostaminen ja suoraan kuluttajalle myyminen voisi olla mahdollista, jolloin viljelijän työlleen saama kate paranisi.

Viljelijän riskejä ovat mm. voimakkaasti vaihtelevat maailmanmarkkinahinnat, sääolot, ilmasto-olosuhteiden muutokset ja polttoaineen hinnannousu. Kuluttajat eivät tunne viljelijän riskejä eivätkä siten ehkä osaa arvostaa viljelijän työpanosta. Tässä olisi lisätiedottamiselle sijaa. Vasta perustettu Pro Ruis ry voi omalta osaltaan lisätä kuluttajien tietoisuutta rukiin viljelyn haasteista.

Viljaklusterin yhteinen kehittämistoiminta on perustunut pitkälti yritysten omaan rahoitukseen, mutta hankerahoitustakin on käytetty mm. yhteisiin selvityshankkeisiin. Jarin mielestä uusi EU-oh-

jelmakausi antaisi mahdollisuuksia nostaa Päijät-Hämeen viljaklusterin painoarvoa suomalaisessa elintarviketoimialan kehitystyössä. Viljaklusterin yritykset ovat tehneet viime vuosina suuria yrityskohtaisia ratkaisuja ja investointeja, jotka vahvistavat koko toimialaa Päijät-Hämeessä – tuoreimpana esimerkkinä Fazerin kauramyllyn rakentaminen Lahteen.

Osaamistarpeiden ennakointiprojekti on avannut silmiä laajalti. On todella mietittävä, miten tulevaisuudessa työvoiman kysyntä ja tarjonta saadaan kohtaamaan vilja-alalla. Projektin avulla viljaklusterin yritykset on saatu mukaan pohtimaan alan koulutuksen kehittämistä pitkälle tulevaisuuteen.

Kuluttajan roolissa Jari arvostaa ostamisen helppoutta. Paikallisuus on Jarille arvo, samoin hyvä kotiruoka. Lähellä tuotettujen leipien näkyvyyttä marketeissa hän on työn puitteissa jo jonkin aikaa seurannutkin. Tuoteselosteet ovat vain niin täynnä pientä pranttia, että aina pitäisi olla silmälasit mukana kaupassa, jos aikoo katsoa tarkemmin mitä on ostamassa.

Perheet asioivat isoissa marketeissa, jotka tuntuvat kaiken aikaa vain laajenevan. Jonkin verran marketeissakin on jo tuotu paikallistuotteita esiin, mutta parantamisen varaa on vielä paljon.

Osa kuluttajista suosii pieniä luomupuotteja ja ruokapiirejä, koska haluavat välttää kahta isoa ketjua. Pienestä kaupasta voi lisäksi ostaa suunnitellummin kuin isosta marketista, kun suppeampi valikoima on helposti hahmotettavissa. 🍷

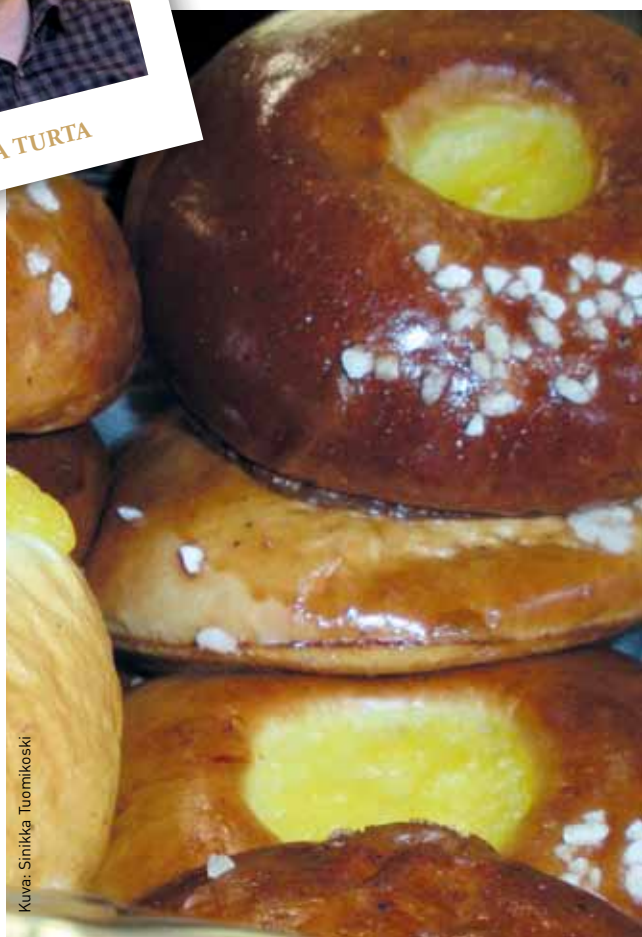
Kikka kommentoi



*Tosi on, kyllä pakkauksella on iso merkitys nykyi-
kana, kun valikoimaa on kaupassa hyllymetreittäin
ja erottua pitäisi siitä massasta. Yllättävän paljon
pakkaus luo tiedostamattomia mielikuvia tuotteesta.*

*Lapset ihastuvat pakkauksiin, varsinkin jos niissä
on jonkun muotihahmon kuva – Hello Kitty, Angry
birds, Cars, smurffit jne. Lapset ohjaavat näin myös
tehokkaasti vanhempien ostokäyttäytymistä.*

*Itse hermostun hankalan mallisiin ja turhanaikai-
siin pakkauksiin, koska niiden määrä vaikuttaa suo-
raan siihen, miten usein minun on vietävä roskat.
Hyvä asia on, että energiajäte muutetaan nykyään
oikeasti lämpöenergiaksi, mutta pieni viherpiipertäjä
sisälläni sanoo, että vähempikin riittäisi. Ei minua
pakkauksella lahjota ostamaan, vaan laadukkaalla
sisällöllä.*





Kuva:
Sinikka Tuomikoski

SALPAUS KOULUTTAA TULEVAISUUDEN OSAAJIA

Koulutuskeskus Salpauksen palvelupäällikkö, keittiömestari **Jukka Turta** on mukana suunnittelemassa toisen asteen opetuksen kulinaaritaloa, lempinimeltään kuliinaario. Taloon keskitetään hotelli-, ravintola- ja cateringalan sekä elintarvike- ja puhdistuspalvelualojen koulutus, jotka tähän asti ovat olleet hajallaan useassa toimipisteessä.

Opetuskeittiöiden ja -leipomom lisäksi uusiin tiloihin tulee opetusravintola ja kahvila-myymälä. Toisen asteen tutkintoon johtavan koulutuksen lisäksi kulinaaritaloon saadaan puolivuotinen talouskoulu, jossa nuorten on mahdollista opiskella elämän perustaitoja.

Tämän hetken tietojen mukaan noin 5 % alle 30-vuotiaista luokitellaan syrjäytyneiksi, joilla ei ole peruskoulutuksen lisäksi

mitään muuta koulutusta. Toisaalta ennusteiden mukaan elintarvikealalla ongelmaksi tulee muodostumaan työvoiman tarpeen ja saatavuuden välinen kuilu. Koko työvoimareservi olisi siis saatava käyttöön, joten syrjäytymiseen olisi puututtava ripeästi.

Salpauksessa on jo kokemusta erityisopiskelijoiden kanssa toimimisesta. Vuoden toiminut Hetki Café tarjoaa myös erityisopiskelijoille työelämävalmiuksia arkirytmien opetteluun ja asiakkaiden kohtaamisen muodossa. Palvelutilanteissa nuorten ihmistuntemus ja ongelmanratkaisukyky kasvavat merkittävästi.

Hetki Cafén perusideana on, että käytettävän raaka-aineen jalostusaste on matala. Opiskelijat leipovat ja kokkaavat itse alusta pitäen, jotta he oppisivat käsillä tekemisen taidon. Suurimmassa osassa ravintoloita raaka-aineet ovat pitkälle jo prosessoituja, joten työelämässä tätä oppia ei aina saa.

Leipurien koulutuksessa käsityötaito-

AMMATTIYLPEYDEN
KANNALTA ON TÄRKEÄÄ,
ETTÄ PERINTEISIÄ
KÄDENTAITOJA EDELLEEN
OPETETAAN.

jen rinnalle on tullut vahvasti tuotanto-prosessin hallinta suurissa tuotantolaitoksissa. Tämä on tuonut leipomoihin paljon työntekijöitä myös muilta aloilta ilman elintarvikealan peruskoulutusta. Elintarvikealan koulutuksen tehtävänä onkin vastata tämän päivän haasteisiin yhdessä työelämän kanssa.

Ammattiylpeuden kannalta on tärkeää, että perinteisiä kädentaiteja edelleen opetetaan. Leipomoalalle on noussut uusia pieniä ja keskisuuria yrityksiä, jotka panostavat yksilöllisiin tuotteisiin. Tämä vie omalta osaltaan eteenpäin ruokakulttuuria ja käsin oppimista. Myös monessa ravintolassa on herätelty leipomisosaamista henkiin.

Jukka painottaa ruokakulttuurin merkitystä opinnoissa. ”Myös nuorten vanhemmat pitäisi saada opin ääreen”. Uusi ruokakulttuurin professuuri on hieno juttu. Myös yliopisto-opiskelijoille ”hyppystuntuman” ja käden taitojen oppiminen olisi tärkeää, samoin makumaailman sisäistäminen.

Lähiruoka-termi on Jukan mielestä jo aika kulunut, ja sen merkitys on muuttunut. Pääasia on kuitenkin se, että kuluttajien mielenkiinto ruuan alkuperään on herännyt.

Laaja lähi- tai luomuruuan markkinointi luo mielikuvia ja nostaa profiilia, jolloin tuotteiden hintakin on noussut. Nyt kun aihe ei enää ole niin kuuma, kaupan margi-

naali on pienentynyt. Kuluttajat haluavatkin ”hypetyslisän” hinnoista pois, ja sen takia edelläkävijäkuluttajat ovat lähteneet mukaan ruokapiireihin.

Jukka on järjestänyt keittiömestareille muutaman vuoden ajan ”lähiruokapyöräilyjä”, joissa tutustutaan paikallisiin tuottajiin ja jatkojalostajiin. Häntä kiinnostaisi ottaa myös opiskelijat mukaan tutustumaan lähitaloihin, jotta heille syntyisi kuva siitä, mitä tuotteita lähialueelta saa.

Toiminnan täydellinen läpinäkyvyys, rehellisyys ja nöyryys – ja toisaalta terve ammattiylpeys ovat eettisiä arvoja, joita Jukka pitää tärkeinä ravintolatyössä. Työtä pitää tehdä ikään kuin olisi koko ajan web-kameran kuvassa, koska jokainen ketjun eri vaiheissa työskentelevä on markkinoijan roolissa. Ravintola-ammattilaisen pitäisi ymmärtää paikkansa tärkeässä ruokaketjussa. Myös kokin tarina olisi hyvä tuoda esille asiakaspalvelussa.

Nykyään kovin suosittuja pop-up-ravintoloita Jukka pitää hyvänä asiana. Ravintolayrittäjän haasteet tulevat näin esille kuluttajalle. Ravintolan pahin kilpailija onkin kotikeittiö. Jotta omatekoisen ruuan äärestä lähdetäisiin ravintolaan syömään, pitäisi asiakkaan saada jotain uutta ja yleistä ja vaikkapa uusia ideoita omaan kokkaamiseen. Toisaalta esimerkiksi pop-up-ravintoloiden pitäjät hoksavat, että ei muille kokkaaminen välttämättä olekaan niin helppoa. 🍷

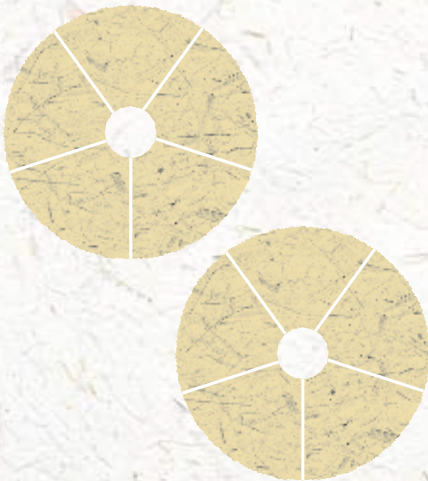
A series of 25 horizontal dashed lines for writing.

Kikka kommentoi

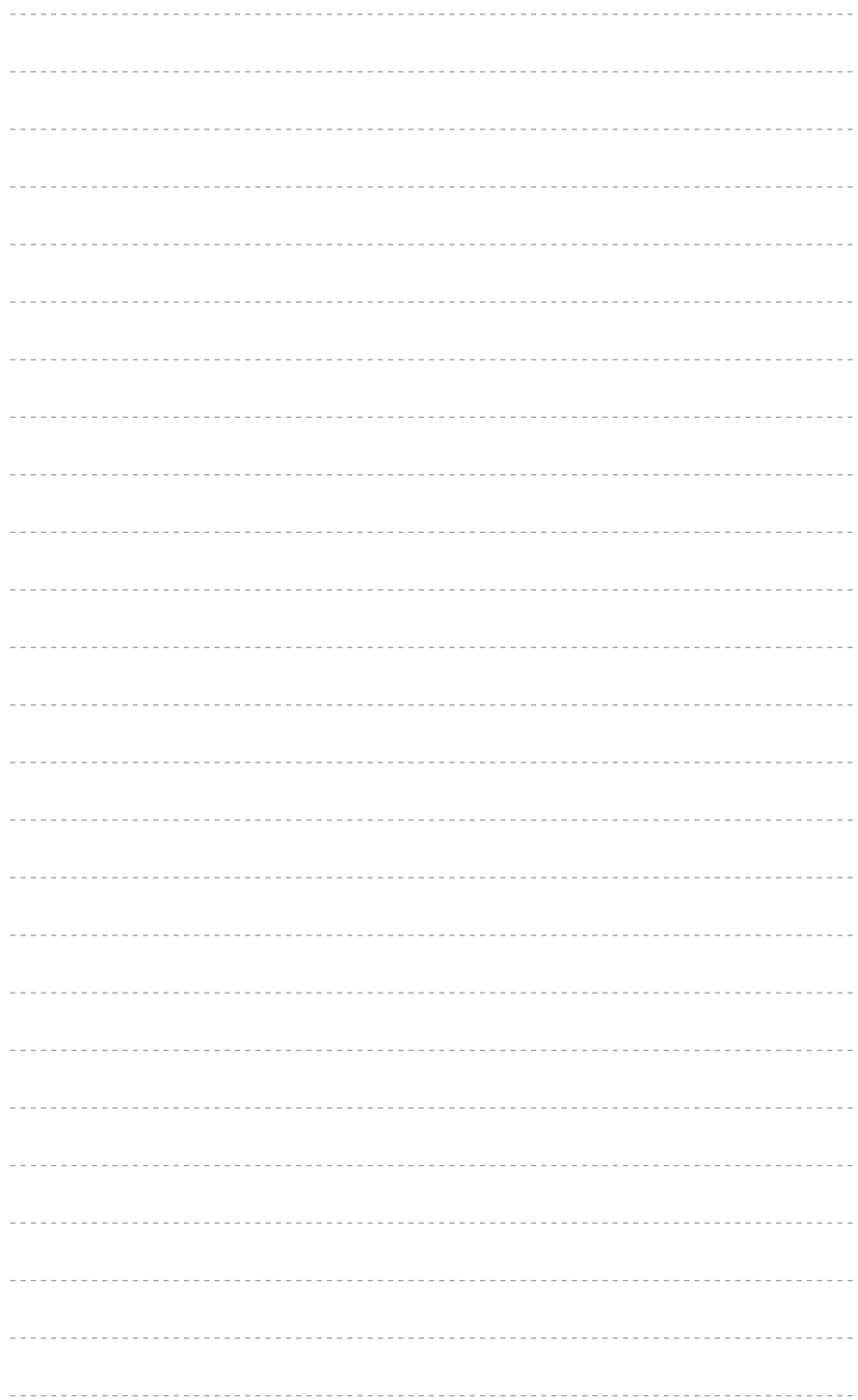


Pari kertaa olemme kavereiden kanssa suunnitelleet pop-up-ravintolaa, mutta vielä se on jäänyt suunnitelmaksi. Kerran olen sellaisessa käynyt syömässä. Emännät puuhasivat innostuksen puna poskillaan, ja ruoka oli herkullista ja kauniisti esille pantua. On se loistava ilmiö tässä meidän sääntöjen ja kielten yhteiskunnassa.

Allekirjoitan myös Jukan kommentin ravintolaan lähtemisen motiiveista. Perheellinen pariskunta pääsee ravintolapöydän ääreen harvakseltaan, ja silloin kyllä toivoo saavansa hyvän ruuan lisäksi muutakin ekstraa, esimerkiksi loistavaa palvelua.



<http://youtu.be/oQ2Q1VsmufM>





REHTORIN KYSYMYSPATTERI PYSÄYTTÄÄ

Lahden ammattikorkeakoulun rehtori **Outi Kallioinen** painottaa substanssi-osaamisen tärkeyttä myös viljaklusterissa. Ennakointiprojektissa kehitetyt osaamiskvalifikaatiot ovat kovin yleisellä tasolla. Hän vertasi niitä ammattikorkeakoulututkintojen yhteisiin kompetenssuosituksiin. Yleisten osaamisten painottaminen on tullut tärkeäksi viime vuosina, mutta pelkästään niillä ei voi menestyä. Niin am-

mattikorkeakouluopiskelijoiden kuin viljelijöidenkin on hallittava ammatillinen ydinosaaminen ennen yleisiä tietoja ja taitoja.

Osaamisessa on kolme tasoa:

- se mikä on pakko osata (must know)
- se mikä olisi hyvä osata (should know)
- se mikä olisi mukava osata (nice to know). Tämän osuus on vain noin viisi prosenttia kokonaisuudesta.

VILJELIJÖILLÄ JA MUILLA
VILJAKLUSTERIN YRITYSTEN
TYÖNTEKIJÖILLÄ ON PALJON
HILJAISTA TIETOA, JONKA
TUNNISTAMINEN JA SIIRTO
NUORILLE ON TÄRKEÄÄ.

Outi luettelee joukon kysymyksiä, joita viljajklusterissa olisi hyvä pohtia tulevaisuuden osaamistarpeiden määrittämiseksi:

- Mitkä on viljajklusterin strategiset tavoitteet? Onko osaaminen tasapainossa niihin nähden?
- Mikä on klusterin toimijoiden laadullinen ja määrällinen osaamistase?
- Mikä erottaa viljajklusterin muista klustereista? Mitkä ovat ne ainutlaatuisuuden elementit, joita tarvitaan uusilla markkinoilla? Mitä ovat kriittiset ydinosaamiset, joilla menestys tehdään? Miten ne kartoitetaan ja miten niitä huolletaan?
- Millä kriteereillä tiloista tehdään huipputiloja? Olisi hyvä kartoittaa osaamisväittämät ja peilata niitä tilan tuottavuuteen.

Viljelijöillä ja muilla viljajklusterin yritysten työntekijöillä on paljon hiljaista tietoa, jonka tunnistaminen ja siirto nuorille on tärkeää. Hiljaista tietoa on hankala selittää sanoilla, se syntyy vuosien kokemuksesta. Esimerkiksi maanviljelijä tietää viljan kypsyamisasteen tähtää tunnustelemalla. Kun hiljainen tieto ensin saadaan sanalliseen muotoon, se voidaan muuntaa pedagogiseksi kriteereiksi.

Mikä on luonnonvara-alan vetovoima tulevaisuudessa, kun esimerkiksi maanvilje-

lijälle alan ja paikkakunnan vaihto on huomattavasti vaikeampaa kuin muilla aloilla? Pysyvyys ja juurtuneisuus ovat viljajklusterin toimijoille tyypillisiä arvoja, kun taas nykynuoret eivät enää helposti sitoudu yhteen uraan.

Miten alan valinta tehtäisiin nuorille houkuttelevaksi viestinnän avulla? Olisi osattava viestittää asiapitoisesti ja kiinnostavasti alan haastavuudesta ja herättää nuorten kunnianhimo tälläkin alueella. Vilja-alan sisälle pitäisi luoda uusia painotuksia, joissa monipuolinen asiantuntijuus tuotaisiin kiinnostavasti esille.

Nuorten syrjäytyminen ei suoranaisesti kohdistu ammattikorkeakouluihin, mutta välillisesti kyllä. Tämä vaatii erityisohjauksen tehostamista, jotta nuoret eivät turhautuisi ja keskeyttäisi opintojaan.

Vanha perinteinen koululaitos ei enää toimi nykynuorison kanssa, jonka suhde auktoriteetteihin ja aikaan on täysin erilainen kuin aiemmillä sukupolvilla. Nuorilla on valmius opiskella vuorokauden ympäri tietoverkoissa, kun taas etenkin vanhemman polven opettajat toimivat perinteisessä työajassa.

Erilaiset oppimistyylit tulisi myös ottaa paremmin huomioon, jotta nuoriso voisi ”shoppailla” erilaisia koulutusmoduuleja omien vahvuuksiensa mukaisesti. 🍀

Kikka kommentoi



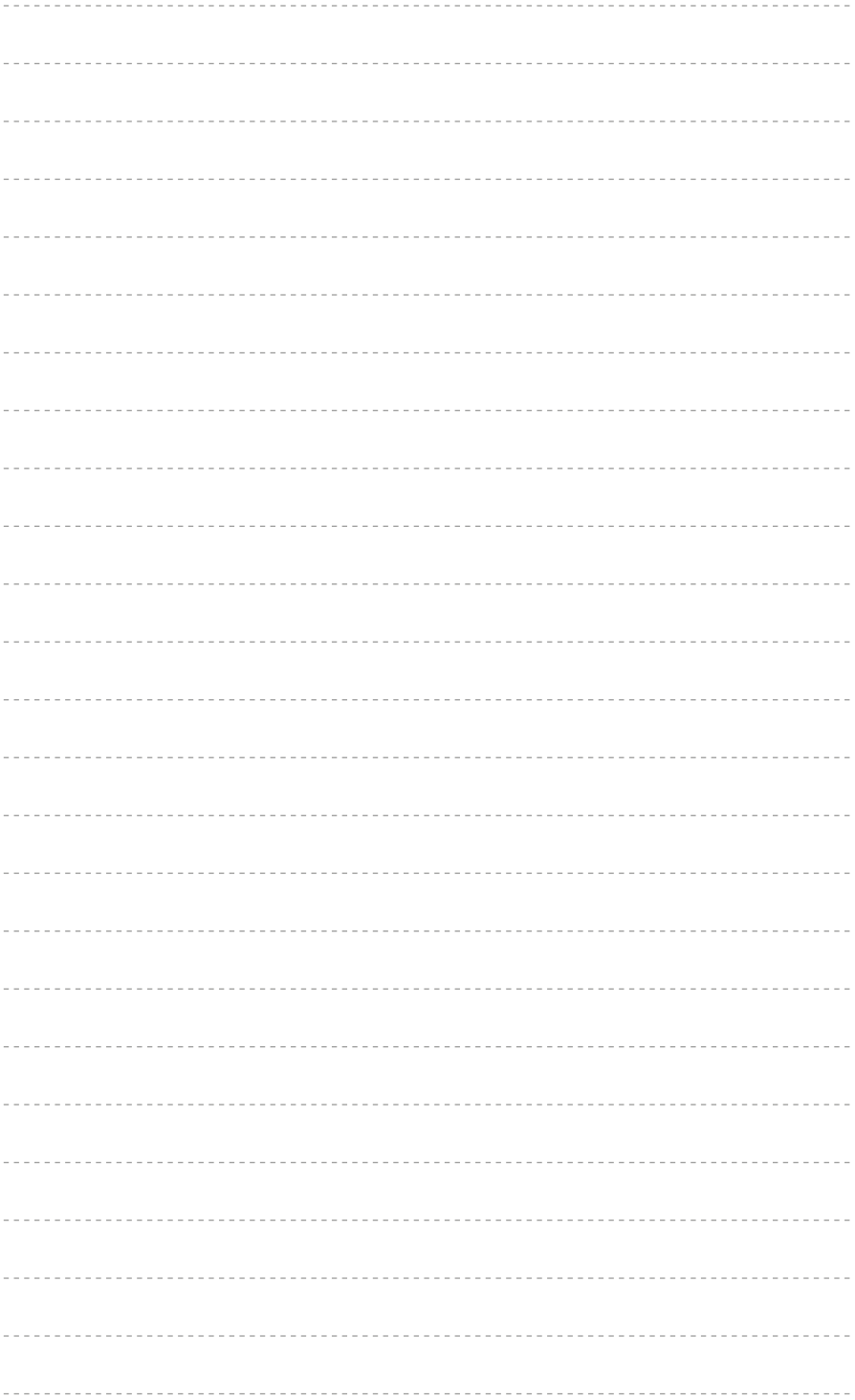
Katselin yhtenä kesänä, kun muurari rakensi kesämökin saunaan tiiliseinää. Hän työskenteli rauhallisin liikkein ja ehti jutustella ja kahvitellakin siinä työn lomassa. Silti seinä kasvoi valtavalla vauhdilla, ja saumat olivat suorat ja siistit. Ihailen taitavia ihmisiä. Taitavuus terminä tarkoittaa minulle juuri sitä, että tekijän hiljainen tieto muuttuu laadukkaaksi tulokseksi. Konkreettisessa työssä tarkkailija pystyy näkemään sen helpommin kuin ajatustyössä, mutta työssä kuin työssä taitavan tekijän on vaikea pukea osaamisensa sanoiksi.

Näiden haastattelujen lukeminen ja kommentointi on ollut minulle melkoinen herätys todellisuuteen. Näen nyt viljan tien pellolta ostoskoriini aivan uusin silmin, ja ihan varmasti kokemus vaikuttaa omaan ostokäyttäytymiseeni.

Lopuksi kehotan tulevaisuuden tuotesuunnittelijoita sun muita asianosaisia panostamaan niihin asioihin, jotka helpottavat perheen arkea.



<http://www.lamk.fi/viljaklusteri/materiaalit/Sivut/default.aspx>



A series of 25 horizontal dashed lines for writing.

Osaamistarpeiden klusteriennakointi viljaketjussa -projekti ennakoi viljan tuotannon, elintarviketeollisuuden ja vähittäiskaupan muodostamien ketjujen pitkän aikavälin osaamistarpeita peilaamalla nykyosaamista tulevaisuuden työ-, yritys- ja kulutusmarkkinoilla tapahtuviin muutoksiin.

Ennakointiprojekti kuuluu valtakunnallisen ESR -toimintalinjan 3 kehittämissuunnitelmaan: ”Koulutus- ja osaamistarpeiden ennakointi”. Projektia rahoittaa Euroopan sosiaalirahasto ja Opetushallitus.

Julkaisussa viljaklusterin uusia osaamistarpeita ja tulevaisuuden näkymiä pohtivat sekä viljaklusterin, että sen sidosryhmien edustajat. Julkaisun teon yhteydessä tuotettuun videomateriaaliin pääsee tutustumaan ottamalla matkapuhelimella kuvan tekstin yhteydessä olevasta QR – koodista tai kopioimalla koodin alla olevan osoitteen selaimen osoiteriville. QR-koodit vaativat toimiakseen mobiililaitteeseen kehitetyn sovelluksen. Sovelluksen voi ladata ilmaiseksi internetistä.



Lahden ammattikorkeakoulun julkaisusarjat

A Tutkimuksia

B Oppimateriaalia

C Artikkelikokoelmat, raportit ja muut ajankohtaiset julkaisut

ISSN 1457-8328

ISBN 978-951-827-152-2