



UUDENMAAN JA ITÄ-UUDENMAAN PK-ELINTARVIKEALAN KEHITTÄMISOHJELMA



UUDENMAAN JA ITÄ-UUDENMAAN PK-ELINTARVIKEALAN KEHITTÄMISOHJELMA

1	Johdanto	3
2	Nykytilanne	3
2.1	Uudenmaan maakunta	4
2.2	Itä-Uudenmaan maakunta	4
2.3	Elintarviketeollisuus Suomessa	4
2.4	Elintarviketeollisuus Uudenmaan maakunnassa ja Itä-Uudenmaan maakunnassa	4
2.5	Alkutuotannon merkitys Uudenmaan maakunnan ja Itä-Uudenmaan maakunnan elintarviketeollisuudelle	4
2.6	Uudenmaan maakunnan ja Itä-Uudenmaan maakunnan elintarvikealan yritysten nykytila	6
3	Tulevaisuuden näkymät	7
3.1	Uudenmaan maakunnan ja Itä-Uudenmaan maakunnan elintarvikealan yritysten suhtautuminen tulevaisuuteen	7
3.2	Kuluttajakäyttäytymisen suuntaukset	8
3.3	Tukut, ammattikeittiöt ja päivittäistavara-kaupat pk -elintarvikeyritysten asiakkaina	10
3.4	Uudenmaan liitto ja Itä-Uudenmaan liitto: maakuntien kehittämisen linjauksia	10
3.5	Teknologian kehittämiskeskus TEKES; tulevaisuuden haasteet Suomessa	11
4	Raaka-ainekohtaisten yritysryhmien tulevaisuuden kehittämisen haasteet	12
4.1	Kalanjalostus; kehittämishaasteet	12
4.2	Leipomoyritykset; kehittämishaasteet	12
4.3	Lihanjalostusyrietykset; kehittämishaasteet	13
4.4	Marjanjalostusyrietykset; kehittämishaasteet	13
4.5	Vihannestenjalostus; kehittämishaasteet	13
5	Elintarvikealan kehittämiskohteet - painopistealueet Uudenmaan maakunnassa ja Itä-Uudenmaan maakunnassa	14
6	Elintarvikeketjun kehittämisen tavoitteet ja niiden toteutumisen seuraaminen	14
7	Lopuksi	14

1 JOHDANTO

Yksi hyvinvoivan yhteiskunnan peruspilari on terve ja menestyvä elinkeinoelämä. Menestyvät yritykset luovat perustan alueelliselle hyvinvoinnille. Menestyksen peruspilareita ovat kannattava yritystoiminta ja osaamisen kehittyminen.

Uudenmaan maakunnassa ja Itä-Uudenmaan maakunnassa elintarvikealan yritystoiminnan kehittäminen on tapahtunut yrityskohtaisina panostuksina. Yritysten toiminnan kehittämisen apuna ovat olleet koulutusorganisaatiot, neuvonta- sekä yrityspalveluyksiköt tarjoamiensa koulutus- ja kehityspalveluiden kautta. EU-ohjelmakaudet ovat tuoneet lisäpanostusta alueelliseen elintarvikealan kehittämiseen laajempien kehittämishankkeiden tai yrityskohtaisten hankkeiden rahoittamisen kautta.

Alueellinen verkottuminen elintarvikeketjun eri osien välillä on ollut varsin vähäistä. Valtioneuvoston asettaman osaamiskeskusohjelman tavoitteiden mukaisesti Elintarvikealan osaamiskeskus ELO:n toiminnan tavoitteena on kehittää ja lisätä elintarvikealan osaamiskeskitymien yhteistoimintaa sekä alueellisella että valtakunnallisella tasolla sekä edistää teknologian siirtoa elintarvikealan pk-yrityksiin. Paikallisverkostojen kehittäminen eri maakunnissa tapahtuu alueellisiin erityispiirteisiin soveltuvan verkostotoiminnan avulla.

Alueellisen verkostoitumisen edistämiseksi Elintarvikealan osaamiskeskus ELO:n Uudenmaan ja Itä-Uudenmaan alueosaamiskeskus Viikki Food Centre käynnisti vuonna 2001 yhdessä Uudenmaan TE-keskuksen, Uudenmaan liiton ja Itä-Uudenmaan liiton kanssa *Elintarvikealan kehittämisohjelma v. 2001–2006 -strategiatyö Uudellamaalla ja Itä-Uudellamaalla* -hankkeen.

Elintarvikealan kehittämisohjelma v. 2001–2006 -strategiatyö Uudellamaalla ja Itä-Uudellamaalla -hankkeen tavoitteena oli herättää keskustelu Uudenmaan maakunnassa ja Itä-Uudenmaan maakunnassa tehtävän elintarvikealan kehittämistyön yhtenäistämiseksi. Kehittämisohjelman tavoitteena on palvella yrityskehitystyön ja hanketyön toimeenpanoa suuntaavana asiakirjana elintarvikealan kehittämisessä vuoteen 2006. Tarkastelu kattaa koko ketjun alkutuotannosta, jalostuksen kautta kulutukseen.

Hankkeen tavoitteita olivat:

- Luoda yhteistyöverkosto alueen yrittäjien, rahoittajien, koulutus- ja kehittämisorganisaatioiden välille.

- Selvittää yritysten osaamisen kapeikkoalueet ja ohjata osaamista sekä kehittämisrahoitusta osaamiskoulujen täyttämiseksi.
- Luoda suuntaviivat elintarvikeketjun tulevaisuuden kehittämistoiminnalle.

Elintarvikealan yritystoiminnan nykytilan selvittämiseksi haastateltiin 98 alueen yrittäjää. Tulevaisuuden kehittämistoimien konkretisomisessa mukana oli 27 yrittäjää. Hankkeen toimintaan, alueellisen nykytilan analysointiin ja tulevaisuuden kehityspiirteiden arviointiin sekä osaamiskartoitukseen on osallistunut 17 kehittämis- ja koulutusorganisaatiota (liite 2). Lisäksi hankkeen aikana on haastateltu alan keskeisimmät elintarvikealan edunvalvontaorganisaatiot alkutuotannosta jalostukseen (liite 2). Tulevaisuuden kehittämistoimien konkreettisiksi toimenpiteiksi saattamisessa ja tavoitteiden asettamisessa on hankkeen ohjausryhmällä ollut keskeinen panos (liite 1).

2 NYKYTILANNE

2.1 Uudenmaan maakunta

Uudenmaan maakunnan (Kuva 1.) alueella asuu neljännes suomalaisista kuluttajista, 1,3 miljoonaa asukasta. Uudenmaan maakunnan väestöstä n. 1 miljoonaa asukasta asuu pääkaupunkiseudulla. Pääkaupunkiseudun ikärakenne poikkeaa muusta maasta. Väestö on nuorta ja alle 40-vuotiaiden työikäisten osuus on korkea. Väestö on keskimääräistä korkeammin koulutettua ja tulotaso on maan keskiarvoa korkeampi. Markkinat ovat laajat ja kuluttajien ostovoima on hyvä.

Muuttoliike suuntautuu voimakkaasti Uudenmaan maakunnan alueelle. Uudenmaan liiton laatimassa aluekehityssuunnitelmassa (2002) arvioitiin, että Uudenmaan alueen väkiluku kasvaa 300 000 uudella asukkaalla vuoteen 2025 mennessä.

Pääkaupunkiseudun asukaskeskitymän ulkopuoliset alueet ovat pääosin maaseutu-alueita tai maaseutumaisia alueita. Läntisen Uudenmaan rannikkoseutu on vahvaa saaristolaisaluetta. Läntiselle Uudellemaalle on myös ominaista voimakas ruotsinkielinen rannikkokulttuuri. (Uudenmaanliiton aluekehityssopimus 2002–2006)



Kuva 1. Uudenmaan maakunnan alue ja kunnat.

2.2 Itä-Uudenmaan maakunta

Itä-Uudenmaan maakunnassa asuu n. 90 000 asukasta, joista n. 35 % on ruotsinkielisiä. Itä-Uudenmaan maakunnan (Kuva 2.) alueella on 10 kuntaa, joista kaksi on kaupunkeja. Itä-Uudenmaan maakunnan sijainti Suomenlahden rannalla on myös luonut edellytykset vahvan ruotsinkielisen rannikkokulttuurin kehittymiselle. Maakunnan väestön koulutustaso on maan keskiarvoa alhaisempi molemmissa kieliryhmissä. Maakunnan alueella ei ole korkeakoulutasoista opetusta ja kysyntä ammattikorkeakoulutasoiselle opetukselle ylittää tarjonnan.

Väestön kehityksen suhteen Itä-Uudenmaan maakunta jakaantuu voimakkaasti kahtia. Väestö kasvaa runsaasti Sipoon kunnan ja Porvoon kaupungin alueilla. Samanaikaisesti väestön väheneminen tuo ongelmia Itä-Uudenmaan maakunnan itä- ja pohjoisosiin. Tilastokeskus arvioi Itä-Uudenmaan maakunnan väestökehityksen kuitenkin positiiviseksi. Vuoteen 2030



Kuva 2. Itä-Uudenmaan maakunta ja kunnat

mennessä väestön arvioidaan lisääntyvän 17 % nykyisestä. Väestön lisääntyminen tulee keskittymään nykyisille kasvualueille eli Sipoon kunnan ja Porvoon kaupungin ympäristöihin. (Itä-Uudenmaan aluekehittämissuunnitelma 2000-2006; Tilastokeskus, 2002)

2.3 Elintarviketeollisuus Suomessa

Elintarviketeollisuus on neljänneksi suurin toimiala Suomessa. Suurempia teollisuuden aloja ovat metalli-, metsä- ja kemianteollisuus. Elintarviketeollisuus työllistää Suomessa n. 40 000 henkeä. Elintarvikealan yrityksiä on 3199 kpl, joista 2887 kpl on alle 20 henkeä työllistäviä yrityksiä. Pieniä, alle 20 henkeä työllistäviä elintarvikealan yrityksiä on n. 90 % kaikista yrityksistä. Pienten- ja keskisuurten elintarvikeyritysten merkitys on suuri monin tavoin. Koska suomalainen elintarviketeollisuus käyttää huomattavissa määrin kotimaisia raaka-aineita, elintarviketeollisuuden suorat ja epäsuorat vaikutukset koko kansantaloudelle ovat merkittävät. Kaikesta käytetystä raaka-aineesta 85% on kotimaista. (Ruoka-Suomi -tiedote, 2/2002; Keski-Suomen pk-elintarvikealan kehittämissuunnitelma)

2.4 Elintarviketeollisuus Uudenmaan maakunnassa ja Itä-Uudenmaan maakunnassa

Uudenmaan maakunnassa ja Itä-Uudenmaan maakunnassa elintarviketeollisuus on henkilökunnan määrän mukaisesti mitattuna neljänneksi tärkein teollisuuden toimiala ja jalostusarvoltaan viidenneksi tärkein toimiala. Uudenmaan alueella kuluttajat ostavat elintarvikkeita ja alkoholittomia juomia n. 1,9 miljardilla eurolla vuosittain. Näitä lähes 2 miljardin euron markkinoita on jakamassa Uudenmaan maakunnassa ja Itä-Uudenmaan maakunnassa 473 elintarvikealan yritystä (taulukko 1.), joista 390 on alle 20 henkeä työllistäviä yrityksiä. Yli 20 henkeä työllistäviä yrityksiä on alueella 83 yritystä. Alueella on elintarvikealan yrityksiä enemmän kuin missään muussa maakunnassa Suomessa. (Ruoka-Suomi -tiedote, 2/2002; Tilastokeskus, kulutustutkimus)

2.5 Alkutuotannon merkitys Uudenmaan maakunnan ja Itä-Uudenmaan maakunnan elintarviketeollisuudelle

Uudenmaan maakunta mielletään usein pelkäksi

	Lihan jalostus	Kalan jalostus	Vihannesten ja marjojen jalostus	Maidon jalostus	Myllytuotteiden valmistus	Leipomo toiminta	Juomien valmistus	Muut elintarvikkeet	Yhteensä
Uusimaa yli 20 henkeä	14	1	2	11	4	25	5	21	83
Uusimaa alle 20 henkeä	57	29	37	12	24	143	18	70	390
Koko maa yli 20 henkeä	59	11	23	39	12	114	13	41	312
Koko maa alle 20 henkeä	385	275	464	111	164	985	118	385	2887

	Elintarvikkeiden kulutus kg/hlö/v	Uudenmaan sato / tuotos Mijj.kg	Omavaraisuus %	Uudenmaan osuus koko maan sadosta / tuotosta %
Vehnä	44,3	179,9	302	39,17
Ruis	15,7	20,8	99	23,94
Peruna	60,1	19,8	25	2,59
Sokeri	36,3	94,7	6	10,56
Naudanliha	18,7	4,3	17	4,47
Sianliha	33	10,5	24	6,15
Lampaanliha	0,4	0,1	2	7,69
Siipikarja	9,7	0	0	0
Kananmunat	11	1,7	12	2,4
Maito, nesteenä	203,8	81	30	3,64

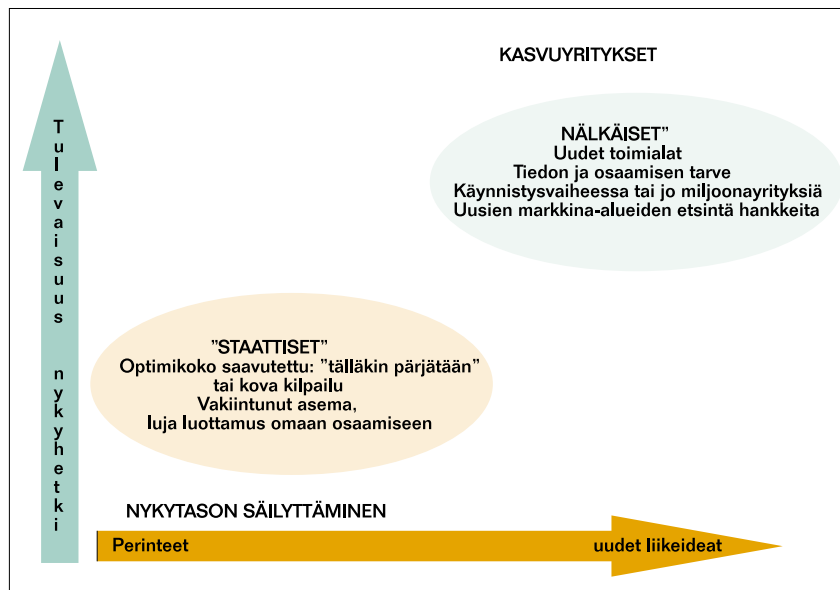
Taulukko 1. Elintarvikkeiden yritysten toimialakohtainen jakauma, alle ja yli 20 henkeä työllistävät yritykset Uudenmaan ja Itä-Uudenmaan maakunnassa ja koko maassa. (Ruoka-Suomi -tiedote, 2/2002)

Taulukko 2. Uudenmaan alkutuotanto 1998

pääkaupunkiseuduksi. Uudenmaan maakunnasta ja Itä-Uudenmaan maakunnasta löytyy myös laaja ja moni-ilmeinen maaseutu. Vaikka tilojen lukumäärä on laskenut varsin nopeasti (lasku n. 60 % vuodesta 1980 – 2000), on perusmaatalouden merkitys maaseutualueilla edelleen suuri. Uudenmaan maakunnan ja Itä-Uudenmaan maakunnan alueella maataloustukea hakeneita tiloja oli vuonna 2001 n. 4 900 kpl. Tukea hakeneiden

tilojen keskimääräinen pinta-ala on 38 hehtaaria ja näistä tiloista kasvinviljelytiloja on n. 70 % ja lypsykarjatiloja 13 %. Luomutiloja alueella on 9 % kaikista tiloista. Uusimaa on viljantuotantoaluetta. (TIKE; SLC:n vuosikirja, Uudenmaan Te-keskus)

Maaseudun muiden työpaikkojen merkitys perusmaataloutta täydentävänä tekijänä on kasvanut. Samalla kun tilojen keskipinta-alat



Kuva 3. "Nälkäiset" ja "staattiset" yritykset.

ovat nopeasti kasvaneet, on yhä useampi viljelijä hankkinut sivuansioita tilan ulkopuolelta. Noin puolet tiloista hankkii lisätuloja muusta kuin maataloudesta. Lisätuloja hankitaan työskentelemällä tilan ulkopuolella ansiotyössä tai erilaisten sivuelinkeinojen kautta. Maatalouden ohella harjoitettavista sivuelinkeinoista yleisin on koneurakointi. Yritystoiminta sivuelinkeinona on useimmiten edelleen pienimuotoista.

Arvio maatalouden kehityksestä

Maatalous on ollut viime vuodet suurten muutosten edessä. On arvioitu, että maatilojen tulee tulevaisuudessa oleellisesti laajentaa toimintaansa tai muutoin hankkia lisäansioita voidakseen jatkaa maatalouden harjoittamista. Muutokset mautiloilla tulevat suurella todennäköisyydellä jatkumaan vielä vuosia. Ruotsinkielinen tuottajajärjestö, Maatalouden strategia-projekti ja Maaseutubarometri ovat arvioineet, että Uudenmaan maakunnan ja Itä-Uudenmaan maakunnan alueella on vuonna 2010 n. 4000 maataloustukea hakenutta maatilaa ja niiden keskipinta-ala on 45 ha.

Alkutuotannon yksi suurimmista tulevaisuuden haasteita on räätälöidä tuotantoa jalostuksen, ammattikeittiöiden ja kuluttajien tarpeet huomioon ottaen. Tämä edellyttää entistä joustavampaa toimintatapaa ja halua verkostoitua alueen muiden toimijoiden kanssa. Onnistuakseen tässä tarvitsee alkutuottaja jatkuvaa palautetta kuluttajilta, kaupalta ja jalostajilta siitä, mitä pitää tuottaa, kuinka paljon ja miten pitkälle jalostettuna. Joustavalla toimintatavalla ja verkostoitumisella tavoitellaan parempaa tuotteiden laatua ja tuotteiden toimitusvarmuutta sekä tuottajille lisääntyneitä tuloja. Koska luomutuot-

teiden kysyntä ylittää alueellisella tasolla tarjonnan useiden tuotteiden kohdalla, arvioidaan luomutilojen määrän kasvavan tulevaisuudessa. Tavoitteeksi onkin asetettu, että luomutilojen määrä nousee maan keskiarvoa suuremmaksi. (NSP 2010, Maatalouden strategia-projekti ja Maaseutubarometri)

2.6 Uudenmaan maakunnan ja Itä-Uudenmaan maakunnan elintarvikealan yritysten nykytila

Elintarvikealan kehittämissuunnitelman yritysselvityssuunnitelmassa (Qualitem Oy, Tutkimus Uudenmaan elintarvikealan yritysten nykytilasta ja tulevaisuudesta, Viikki Food Centre, 2001) havaittiin, että alueen yritykset voidaan jakaa karkeasti kahteen ryhmään kehittymisintensiiteittinsä mukaan; "nälkäisiin" ja "staattisiin" yrityksiin (Kuva 3).

"Nälkäisillä" yrityksillä tarkoitetaan voimakkaassa kasvuvaiheessa olevia yrityksiä. "Nälkäisiä" yrityksiä yhdistää usein toimiminen tarkkaan rajatulla markkinasegmentillä tai yritysten tuoteideat perustuvat useisiin kuluttajien arvostamiin tuoteominaisuuksiin (ks. 3.2 kuluttajakäyttäytymisen suuntaukset). Koska "nälkäiset" yritykset toimivat usein uusilla markkinoilla, on heidän tiedon ja osaamisen tarpeensa suuremmat kuin yrityksillä, jotka toimivat ns. kypsillä, perinteisillä markkinoilla. Uusin tieto ja osaamisen lisääminen ovat "nälkäisille" yrityksille kasvun edellytyksiä. "Staattiset" yritykset toimivat usein ns. kypsillä markkinoilla ja heidän tuotteensa ovat perinteisiä.

3 TULEVAISUUDEN NÄKYMÄT

3.1 Uudenmaan maakunnan ja Itä-Uudenmaan maakunnan elintarvikealan yritysten suhtautuminen tulevaisuuteen

Elintarvikealan kehittämisohjelman yritys-selvitysosuudessa (Qualitem Oy, Tutkimus Uudenmaan elintarvikealan yritysten nykytilasta ja tulevaisuudesta, Viikki Food Centre, 2001) yrittäjiltä kysyttiin, millaisia muutoksia seuraavat 10 – 20 vuotta tuovat suomalaiselle elintarvikealalle ja uskovatko he yrityksensä kasvuun seuraavien vuosien aikana. Uudenmaan maakunnassa ja Itä-Uudenmaan maakunnassa sijaitsevista elintarvikealan yrityksistä selkeä enemmistö uskoo lähitulevaisuudessa kasvuun. Yrityksissä, joiden liiketoiminnan uskotaan säilyvän nykytasolla, on optimikoko saavutettu eikä tarvetta kasvulle yrittäjien mukaan ole. Myös henkilöstöresurssit tai yrittäjän jaksaminen, kova kilpailu alalla tai tilanpuute voivat olla kasvun esteinä.

Selvityksessä yrittäjiltä pyydettiin näkemyksiä kuluttajien käyttäytymisen muutoksista, kilpailutilanteen muutoksesta, raaka-aineiden saatavuudesta, laadusta ja hinnasta, verkottumisesta ja yritysysteistyöstä, jakelukanavien muutoksesta, viranomaistoiminnasta ja median roolista.

Kuluttajat

Selvästi yleisin kuluttajan tulevaisuuden käyttäytymistä koskeva muutos haastateltujen mukaan tulee olemaan valmisruokatuotteiden ja puolivalmisteiden käytön lisääntyminen. Luomuruoan osuuden uskottiin kasvavan, samoin terveellisten ja terveysvaikutteisten elintarvikkeiden. Kotimaisuus on kuluttajalle tulevaisuudessa yhä tärkeämpää, myös tuotteiden laatutasolle asetetaan entistä suurempia vaatimuksia ja laadusta ollaan valmiita maksamaan.

Kilpailutilanne

Useat yrittäjät kokivat, että kilpailu tulee kiristymään ja kilpailua tulee ulkomailta, mm. Itä-Euroopasta EU:n laajenemisen myötä. Tuotanto ja tukkukauppa jatkavat keskittymistään. Isot yksiköt pärjäävät tulevaisuudessa ”suuruuden ekonomian” mukanaan tuomalla tehokkuudella, pienet yritykset pärjäävät erikoistumalla. Useat yrittäjät näkevät tästä syystä keskisuuren teollisuuden tulevaisuuden vaikeana - sille voi olla vaikea löytää roolia tulevassa kehityksessä.

Raaka-aineet

Raaka-aineiden saanti on useimmilla yrittäjillä niin vakiintunutta, että siihen ei nähdä tulevaisuuden tuovan suuria muutoksia. Alkuperämaa, puhtaus ja luonnonmukaisuus ovat entistä tärkeämpiä.

Verkottuminen ja yritysysteistyö

Yli puolet haastatelluista yrityksistä uskoo verkottumisen lisääntyvän, muut eivät pidä sitä tärkeänä tai mahdollisena omalla kohdallaan.

Jakelukanavat

Useat yrittäjät uskovat keskittymiskehityksen jakelussa jatkuvan. Toisaalta monet vastaajat katsovat, että mitään merkittäviä muutoksia ei tulevaisuudessa tapahdu. Jonkin verran uskotaan yhteistyön jakelussa lisääntyvän.

Viranomaiset

Yrittäjien mielestä EU on lisännyt ja kiristänyt valvontaa sekä tulee tuomaan muutoksia viranomaisten toimiin. Monet yrittäjät pitivät viranomaisten toimintaa asiallisena tai se oli muuttunut jopa avoimemmaksi. Yrittäjien mielipiteet viranomaistoiminnasta jakaantuivat, sillä lähes puolet uskovat yhteistyön viranomaisten kanssa vaikeutuvan.

Tarkasteltaessa yritysten menestystekijöitä pitkällä aikavälillä kaikkein selkeimmin vastauksissa erottui kaksi menestystekijää:

- Tuotteiden ja toiminnan hyvä laatu
- Erikoistuminen tiettyyn/tiettyihin tuotteisiin.

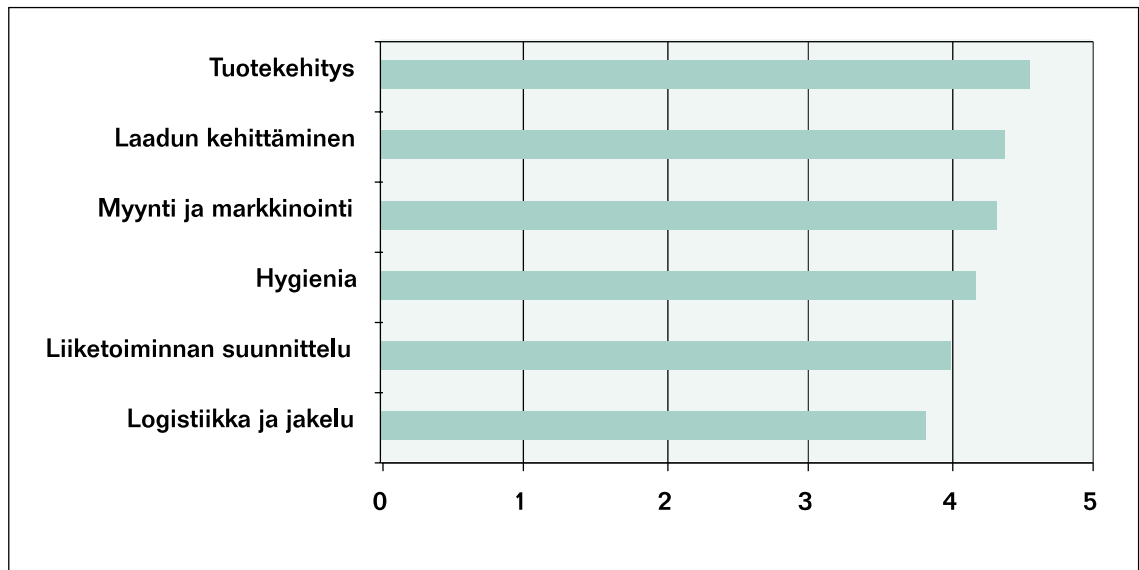
Lisäksi muita menestystekijöitä olivat tavarantoimitusten nopeus ja toiminnan joustavuus sekä asiakaskohtainen räätälöinti.

Uhat, jotka elintarvikeyritysten toimintaan liittyvät, ovat valtakunnallisia. Tällaisia uhkia voivat olla elintarvikekriisit, EU -laajentumisen negatiiviset vaikutukset, lisääntynyt elintarviketuonti sekä jakelu-, tukku- ja vähittäiskaupan keskittyminen ja kansainvälisten kaupparyhmittymien tulo Suomen markkinoille.

Kasvuyrityksiä ja vakiintuneen aseman saavuttaneita yrityksiä pyydettiin arvioimaan, miten tärkeitä erilaiset tekijät ovat oman yrityksen tulevaisuudelle ja osaamisen kehittämiseksi. Arviointi suoritettiin asteikolla 1 – 5, jolloin 1 = ei lainkaan tärkeä ja 5 = erittäin tärkeä (kuva 4.).

Alle 20 henkilöä työllistävien yritysten kehittämisen tärkeitä osa-alueita ovat panostukset tuotekehitykseen, laadun, myynnin ja markkinoinnin ja hygieniaoosaamisen kehittäminen sekä liiketoiminnan suunnitteluosaamisen nostaminen ja logistiikka kehittäminen.

Yrittäjät pitivät vähiten tärkeimpinä kehittämisen alueina verkottumista ja yritysysteistyötä,



Kuva 4. Kuusi tärkeintä osaamisen kehittämisen aluetta alle 20 henkeä työllistävissä yrityksissä (n = 53).

markkinatiedon hyväksikäyttöä ja viranomais- määräyksiin liittyvää osaamista (Kuva 5).

Yli 20 henkeä työllistävissä yrityksissä tärkeimmät tulevaisuuden osaamisen kehittämiskohteet erosivat hieman pienemmistä yrityksistä. Suuremmat yritykset näkivät yhteistyön muiden yritysten kanssa merkittävämpänä kuin pienemmät yritykset. Kuvassa 6 on kuusi tärkeintä osaamisaluetta, joihin yli 20 henkeä työllistävät yritykset tulevat seuraavina vuosina suuntaamaan kehityspanoksia.

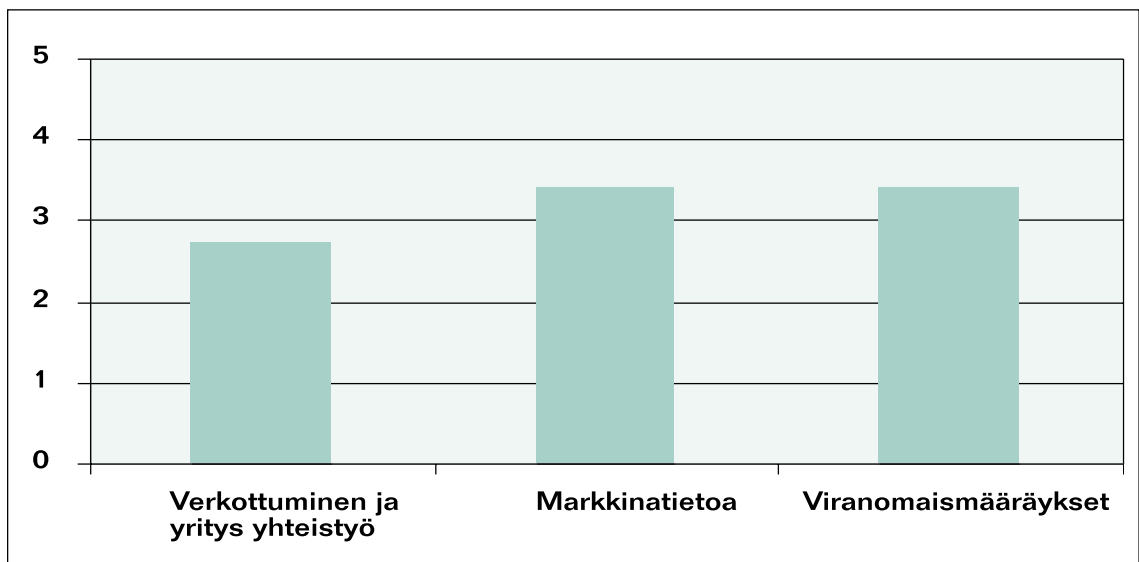
Yli 20 henkeä työllistävissä yrityksissä laadun kehittäminen, tuotekehitys ja liiketoiminnan kehittäminen olivat kolme tärkeintä tulevaisuuden kehittämiskohdetta. Muita tärkeitä yritystoiminnan kehittämisalueita olivat benchmarking,

markkinatieto, tutkimusyhteistyö ja yritys-yhteistyö.

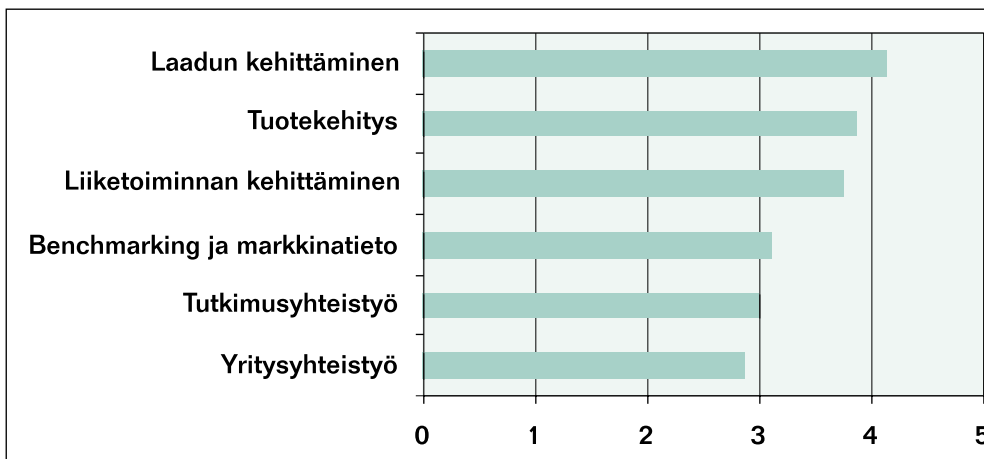
3.2 Kuluttajakäyttäytymisen suuntaukset

Yksi voimakkaimmin elintarviketeollisuuden toimintaan vaikuttavista kehityssuunnista tulee olemaan kuluttajien segmentoituminen yhä pienempiin kuluttajaryhmiin. Pääkaupunkiseudun läheisyydessä toimivilla yrityksillä on mahdollisuudet toimia pienilläkin erikoissegmenteillä taloudellisesti kannattavasti ostovoimaisten kuluttajien ja kuluttajamassan sijaitessa lähellä.

Johanna Mäkelä (2002) toi väitöskirjassaan



Kuva 5. Kehittämisen osa-alueet pienissä alle 20 henkeä työllistävissä yrityksissä, joita ei pidetty tärkeinä (n= 53).



Kuva 6. Kuusi tärkeintä osaamisen kehittämisen aluetta yli 20 henkeä työllistävässä yrityksissä. (n = 13)

esille ruokailun ja elintarvikkeiden kuluttamisen kehityssuuntia. Uusien tuotteiden on sovittava mahdollisimman hyvin useisiin näistä kehityssuunnista kasvaakseen menestykselliseksi tuotteiksi. Jos tuote ei täytä kuluttajien vaatimuksia, ei sillä ole taloudellisia menestymismahdollisuuksia. Tulevaisuuden kehityssuuntia kuvataan ruoan kulutukseen liittyvien vastakainasettelujen avulla:

- vaivattomuus ja vaivannäkö
- terveellisyys ja nautinto
- luonnollisuus ja teknologisuus
- vastuullisuus ja itsekeskeisyys
- yksin ja yhdessä syöminen
- turvallisuus ja vaarallisuus

Vaivattomuudella voidaan tarkoittaa mm. esikäsiteltyjä valmisteita tai puolivalmisteita. Vaivattomia elintarvikkeita käytetään erityisesti arkiruuanlaittoon, silloin kun nopeus ja helpous määrittävät ruuanlaittoa. Vaivattomuuden vastinparina oli vaivannäkö, joka keskittyy viikonloppujen ruuanlaittoon. Viikonloppuisin ”herkkuaterioiden” kohdalla elintarvikkeiden valintaan vaikuttavat käsittelemättömyys ja halu valmistaa ruoka kokonaan itse.

Ihmisten kyky ja halu vaikuttaa ravitsemuksen avulla omaan terveyteen on lisääntynyt viime vuosina voimakkaasti. Markkinoille on tullut paljon terveellisyyttä korostavia tuotteita, jotka ovat vähärasvaisia tai sisältävät esim. paljon kuitua. Terveellisyyden vastinparina on herkutelu ja nautinto, joihin liittyy usein arkiruokaa raskaammat ateriat ja makeat jälkiruoat.

Luonnollisuus saatetaan liittää pakkaamattomiin tuotteisiin, luomutuotteisiin ja lähiruokaan. Useilla elintarvikkeiden vähittäiskaupoilla on jo omat luomuhyllynsä ja luomutuotteiden menekin uskotaan nousevan. Samoin lähiruoan usko-


taan kasvattavan suosiotaan tulevaisuudessa. Luonnollisuuden vastinparina on teknologisuus. Teknologisuus näkyy esimerkiksi vitamiinoituina ja terveysvaikutteisina tuotteina. Terveysvaikutteisten tuotteiden menekin uskotaan kasvavan tulevaisuudessa.

Kuluttamisen eettisten näkökulmien esiin nostaminen ei ole enää harvinaista. Tätä ilmiötä Mäkelä kutsuu vastuullisuudeksi. Vastuullinen kuluttaminen elintarvikkeiden kohdalla saattaa tarkoittaa luomutuotantoa tai luonnollista mielikuvaa tuotanto-olosuhteista. Vastuullisuuden vastinparina on itsekeskeisyys, joka saattaa ilmetä harvinaisten raaka-aineiden käyttönä, joiden tuottamista ei pidetä kestäväen kehityksen periaatteiden mukaisina.

Viides Mäkelän vastinpari oli yksin ja yhdessä syöminen. Perheen yhteinen päivällinen ei Suomessa ole menettänyt merkitystään. Yksin syöminen kehityssuunta näkyy tavassa syödä esim. aamupala. Aamupala syödään perheen erilaisten elämänrytmien johdosta yhä enemmän yksin.


Viimeisenä ruuan ja elintarvikkeiden kuluttamisen kehityssuuntana on turvallisuus – vaarallisuus. Suomalaisessa elintarvikkeiden kuluttamisessa turvallisuusnäkökulmaksi nähdään kotimainen tuotanto ja lähellä tuotetut elintarvikkeet. Turvallisuuden vastakohtaa ”vaarallisuutta” saattavat ilmentää esimerkiksi ulkomailta tuodut vieraat raaka-aineet. Näiden raaka-aineiden käyttö ei ole ennestään tuttua. Toisena esimerkkinä ”vaarallisista” elintarvikkeista ovat tuotteet, joiden valmistaminen elintarvikkeeksi vaatii esimerkiksi useita ryöppäyksiä tai muita erikoiskäsittelyjä. ”Vaarallisuutta” korostavat kuluttajat saattavat etsiä uusia elämyksiä ruokailun kautta.

Tulevaisuuden elintarvikkeiden tulisi koh-



dentua mahdollisimman useille vastinparien ominaisuuksille ja vastinparien tulisi täydentää toisiaan. Uusien tuotteiden kehittäminen vaatii tarkkaa asiakaspuhjan tuntemusta sekä riittävää elintarviketeknologista osaamista. Näiden asioiden hallinta on asiakaslähtöisen tuotteistamisen avaintekijä.

3.3 Tukut, ammattikeittiöt ja päivittäistavarakaupat pk -elintarvikeyritysten asiakkaina



Tukkujen, ammattikeittiöiden ja päivittäistavarakauppojen roolia ja kehityksen suuntia pk -elintarvikeyritysten asiakkaina on käsitelty useissa tutkimuksissa. Mikroelintarvikeyritysten tuotteiden merkitys tukuille, ammattikeittiöille ja päivittäistavarakaupalle on ollut toistaiseksi vähäinen. Näihin asiakasryhmiin sisältyy kuitenkin paljon potentiaalia niin alkutuotannon kuin jalostuksenkin näkökulmasta. Osa pk-yrityksistä on toiminut tukkujen, ammattikeittiöiden ja pt-kaupan kanssa jo pitkään, joten ne tuntevat jo toimintatavat.

Tukkukaupat ja ammattikeittiöt

Pk- ja mikroyritysten tuotteiden käytön liikevaihdollinen merkitys on toistaiseksi melko pieni tukuissa ja ammattikeittiöissä. Tärkeimmät tuoteryhmät ovat leipä ja tuoretuotteet. Pk- ja mikroyritysten tuotteilla on tukuille ja ammattikeittiöille imagollista merkitystä, vaikka hinta vaikuttaa ratkaisevasti ostopäätöksiin. Ammattikeittiöissä, joissa käytettiin pk -yritysten tuotteita näiden osuus oli noin 15% elintarvikehankinnoista vuonna 1999. (Elintarviketieto, 2000)

Paanasen ja Forsmanin (2001) tutkimuksensa suurtaloudet perustelivat lähiruuan ostopäätöksiään mm. tuoreudella, laadulla ja tuotteiden alkuperän läpinäkyvyydellä. Yli puolet ammattikeittiöistä haluaisi lisätä pk -yritysten tuotteiden tarjontaa ja kolmannes pitäisi tarjonnan nykyisellään. Eniten lisäystä haluttaisiin nykyisinkin jo suurimpaan ryhmään eli vihanneksiin, juureksiin ja perunaan. Odotukset pk-yritysten tuotteiden ominaisuuksiin ovat samat kuin suurten toimittajien tuotteiden ominaisuuksiin. Tuotteissa tulee olla EAN -koodit ja riittävät pakkausmerkinnät sekä pakkausten tulee soveltua asiakkaan tarpeisiin koon ja ympäristönäkökulmien myötä. Yrityksillä tulee olla valmius organisaatioiden väliseen tiedonsiirtoon sekä logistiikan asettamiin vaatimuksiin. Lisäksi edellytetään toimitusvarmuutta, ja tasalaatuisuutta. (Aro 1998; Elintarviketieto 2000; Leskinen ym. 1999; Markula 1999; Paananen & Forsman, 2001)

Päivittäistavarakauppa

Pk- ja mikroelintarvikeyritysten tuotteiden

myynti päivittäistavarakaupan kautta on pientä. Myynti vastaa muutamia prosentteja kaupan kokonaisymyynnistä. Myynnin suuruuteen vaikuttavat kaupan koko, sijainti ja kauppatyyppi. Valtakunnalliseen jakeluun vaadittavat volyymit ovat suuret. Paikallisten markkinoiden tuotteiksi mikroyritysten tuotteet soveltuvat hyvin, koska tuotantomäärät eivät usein riitä valtakunnalliseen jakeluun.

Päivittäistavarakauppiat suhtautuvat myönteisesti paikallisten tuotteiden myyntiin. Tuotteita toimittavilta yrityksiltä edellytetään toimitusvarmuutta, tuotteiden laadun tasaisuutta ja tuotteiden aktiivista tarjoamista. Lisäksi pakkausten ulkonäkö ja houkuttelevuus ovat tärkeitä ja vaikuttavat kuluttajien ostopäätöksiin. Kuluttajat mieltävät pk- ja mikroyritysten tuotteet terveellisiksi ja tuoreiksi. Suuryritysten tuotteiden vahvuuksia ovat edullisempi hinta, säilyvyys ja pakkaukset. Ulkonäön, ympäristö-ystävällisyyden, hinta-laatusuhteen ja puhtauden suhteen tuotteet olivat tasavertaisia. (Elintarviketieto 2000; Hirvonen, 1999)

3.4 Uudenmaan liitto ja Itä-Uudenmaanliitto: maakuntien kehittämisen linjauksia

Uudenmaan liitto: Uudenmaan aluekehittämiss strategia 2000

Uudenmaan liitto on maakuntasuunnitelmasaan 2025 (2002) listannut maakunnan strategisia valintoja. Strategisilla valinnoilla asetetaan kehittämistoimia tärkeysjärjestykseen ja näillä valinnoilla on olennaista vaikutusta elintarvikealan kehittämiseen.

Yhtenä strategisena painopistealueena on edistää koko maakunnan tasapainoista taloudellista kehitystä. Maakunnallista tasapainoista kehitystä edistetään seuraavin keinoin:

- Vahvistetaan elinkeinon kehittämistä tukevaa seudullista yhteistyötä, tuemalla vahvojen kaupunkiseutujen ja niiden ulkopuolisten alueiden välistä yhteistyötä. Seudullisen yhteistyön tiivistämiseksi ja seudun imagon rakentamiseksi kehitetään uusia yritysten, oppilaitosten, kuntien ja muiden toimijoiden yhteistyömalleja. Osaamiskeskustoimintaa kehitetään osaamiskeskus satelliittien avulla tukemaan eri seutujen pk -yrittäjyyttä niiden omista lähtökohdista käsin.
- Tuetaan kasvukykyistä pientä ja keski-suurta yrittäjyyttä edistämällä seutujen perinteisillä aloilla toimivien sekä muiden kasvuhakuisten ja -kykyisten pk -yritysten toiminnan kehittämistä vastaamaan muuttuvan toimintaympäristön haasteita.

Edistetään sellaista uutta yrittäjyyttä, johon on ao. seuduilla hyvät toimintaedellytykset.

- Suunnataan koulutustarjontaa vauhdittamaan seutujen kehitystä, profiloimalla koulutustarjontaa tukemaan kunkin seudun omaa kulttuuria ja elinkeinoelämän osaamisvahvuuksia. Näin vahvistetaan seutujen erikoistumista, mikä luo edellytyksiä uudelle yritystoiminnalle. (Uudenmaan maakuntasuunnitelma 2025, luonnos 4.1.2002)

Itä-Uudenmaan liiton maakunnan kehittämisen linjauksia 2000 – 2006

Itä-Uudenmaan maakunnan elinkeinopolitiikan tavoite on vahvistaa yrittäjyydelle myönteistä asenneilmastoa. Tukitoimenpiteitä tullaan suuntaamaan kehittyville toimialoille, joilta on löydettävissä kasvupotentiaalia. Tällaisia kasvupotentiaalia omaavia aloja ovat mm. elintarvikeala ja matkailu. Kasvun tulee perustua olemassa olevaan teollisuuteen, oppilaitosten vahvuuksiin, seudulla asuviin osaajiin ja sijainnin tuomaan vahvuuteen.

Maaseutu- ja saaristopolitiikan peruspilareita ovat mm.

- perusmaatalouden turvaaminen ja kehittäminen
- elinkeinojen monipuolistaminen
- osaamisen lisääminen (uudet toimintamallit ja sivuelinkeinojen tuotteistaminen)

3.5 Teknologian kehittämiskeskus TEKES; tulevaisuuden haasteet Suomessa

TEKESin teknologiakatsauksessa 131/2002 Elintarviketeollisuuden teknologiaennakointi ja tutkimuksen arviointi, listattiin kuusi keskeisintä tulevaisuuden haastetta. Elintarvikealan haasteet perustuvat laajaan haastattelu- ja asiantuntijakierrokseen. Keskeisimmät haasteet olivat:

- Kuluttajakäyttäytyminen nyt ja tulevaisuudessa
- Pienten yritysten teknologiatason nostaminen
- Tiedonhallinnalla tehokkuutta läpi arvoketjun
- Liiketoimintaa terveellisyydestä ja terveysvaikutteisuudesta
- Puhtaus ja turvallisuus
- Tutkimusinnovaatioiden kaupallistaminen

Kuluttajakäyttäytyminen nyt ja tulevaisuudessa
TEKESin teknologiakatsauksessa (2002) arvioitiin, että kuluttajakäyttäytymisen keskeisimmät kehitysnäkymät ovat kuluttajaryhmien

segmentoituminen yhä pienempiin ryhmiin. Kuluttajakäyttäytymisen ja ostopäätöskriteerien ennakoinnin uskottiin olevan tulevaisuudessa entistä hankalampaa. Kuluttajien ostopäätöskriteerit eivät enää noudata jotain tiettyä kaavaa ja kuluttajat ovat valmiimpia uusiin tapoihin ostaa ja kuluttaa.

Pienten yritysten teknologiatason nosto

Pienillä yrityksillä ei ole samassa määrin taloudellisia resursseja eikä osaamista uusimpien teknologioiden käyttöön. Tehokkuus ja korkeat laatuvaatimukset sekä ympäristöasioiden entistä merkittävämpi rooli liiketoiminnassa vaativat usein uusien teknologisten ratkaisujen käyttöönottoa. Uusien teknologioiden käyttö on kilpailukyvyssä säilyttämisen kannalta ehdoton edellytys. Pienten yritysten teknologisen osaamistason nostaminen nousee tärkeäksi kysymykseksi.

Tiedonhallinnalla tehokkuutta läpi arvoketjun

Informaatio- ja kommunikaatioteknologioiden hyödyntäminen tarjoaa uusia mahdollisuuksia tehostaa yritysten toimintaa, parantaa turvallisuutta ja laadunseurantaa sekä tarjota entistä parempaa tietoa kuluttajille. Suurimpana haasteena on teknologioiden hyödyntäminen ja uusien toimintamallien omaksuminen yhteistyössä eri toimijoiden kesken.

Liiketoimintaa terveellisyydestä ja terveysvaikutteisuudesta

Terveysvaikutteisia elintarvikkeita ja niiden ympärille syntyvää liiketoimintaa pidetään yhtenä tulevaisuuden suurimmista mahdollisuuksista. Suomessa vahvuuksia ovat tieteellinen osaaminen ja tutkimuskokemus. Tulevaisuudessa terveyskysymykset tulee ottaa huomioon laajemmin eikä vain kohdistaa karkituotteita erityisryhmille.

Puhtaus ja turvallisuus

Erialaisten teknologioiden avulla voidaan tuoteturvallisuudesta ja puhtaudesta luoda kilpailuetu suomalaisille elintarvikeyrityksille. Turvallisuuden liittyä myös tuotteiden jäljitettävyyttä ja logistinen tiedonhallinta. Eri toimijoiden yhteistyötä puhtauden ja elintarvikkeiden turvallisuuden eteen tulee tiivistää.

Tutkimusinnovaatioiden kaupallistaminen

Tutkimusinnovaatioiden kaupallistamiseen tulee panostaa entisestään tulevaisuudessa. Kaupallistamisen edistämiseksi tarvitaan tutkimuslaitosten, yliopistojen ja muiden alan toimijoiden yhä tiiviimpää yhteistyötä.

4 RAAKA-AINEKOHTAISTEN YRITYSRYHMIEN TULEVAISUUDEN KEHITTÄMISEN HAASTEET

Elintarvikealan yritysten toimintaympäristöt eroavat jalostettavan raaka-aineen suhteen merkittävästi. Kehittämishojelman tulevaisuuden kehittämistoimien ideoimiseen osallistui 27 yrittäjää. Raaka-ainekohtaisissa yritysyhmissä käsiteltiin kalanjalostus-, leipomo-, lihanjalostus-, marja- ja vihannesjalostusyritysten tulevaisuuden kehityksen haastealueita. Jokaisen ryhmän työhön osallistui myös alan asiantuntijoita.

4.1 Kalanjalostus; kehittämishaasteet

- tuotekehitys
- laadun kehittäminen

Tuotekehitys

Uusilla, nopeasti valmistettavilla kalajalosteilla on tulevaisuudessa mahdollisuuksia markkinoilla sekä ammattikeittiösektorilla että päivittäistavarakaupassa. Huomioimalla koko toimintaketju kalastajasta, jalostajasta ja tukusta asiakkaaseen saakka, varmistetaan asiakaslähtöisen tuotekehityksen toteutuminen sekä koko tuotantoketjun toimivuus. Tuotekehityksessä tulee kiinnittää huomiota koko ketjun osalta pakkausmateriaaleihin, asiakasinformaatioon ja tuotteen käytettävyyteen. Markkinointi- ja myyntiosaaminen ovat olennainen osa uusien ja paranneltujen tuotteiden menestymistä.

Laatu

Laatuketjun kehittäminen kalastajalta kuluttajalle edellyttää toimijoiden lisääntynyttä yhteistyötä ja yhteisesti sovittua laatukriteeristöä. Prokala ry:n hallinnoiman *Laatukala*-projektin tavoitteena on kehittää kalalle laatuluokitukset vähittäiskauppaan. Laatuluokituksissa ohjeistetaan kalankäsittely pyynnin jälkeen, fileointi sekä kuljetuksen vaatimukset ja käsittely vähittäiskaupassa. Laatuketjun rakentamisessa huomioidaan kalan säilyvyyteen vaikuttavat tekijät kuten kylmäketju sekä mikrobiologiset riskit. Kehittämistoimia tarvitaan myös yritysکوhtaaiseen laatutyöhön.

4.2 Leipomoyritykset; kehittämishaasteet

- Yrittäjäkoulutus ja yritystoiminnan kehittäminen
- Testaus- ja arviointipalvelut (raaka-aineet ja laitteet)

- Työmenetelmä- ja tuotantoprosessikehitys
- Tutkimustiedon siirto

Yrittäjäkoulutus ja yritystoiminnan kehittäminen

Leipomoalan ammatilliseen jatkokoulutukseen tarvitaan uusia ratkaisuja. Ammatillisen koulutuksen tulisi pitää sisällään tietotekniikan hyödyntämisen mahdollisuudet tuotannossa, laadunseurannassa, omavalvonnassa, hygieniassa, laadun sekä prosessien ja tuoteominaisuuksien mittaamisessa. Lisäksi uusia ratkaisuja tarvitaan leipomoalan myynnin ja markkinoinnin aloilta sekä jakelukanavatieiden hyödyntämisestä. Koulutus- ja kehittämishankkeiden sisältöjen tuotteistaminen moduleiksi auttaisi yritysten tarvepohjaista valintaa.

Testaus- ja arviointipalvelut (raaka-aineet ja laitteet)

Leipomoalan yrittäjät tarvitsevat tietoa eri valmistajien raaka- ja lisäaineiden (esim. jauhot, rasvat, jauhoparanteet) käyttäytymisestä ja soveltuvuudesta eri tuotteisiin sekä koneiden ja laitteiden soveltuvuudesta erilaisiin tuotantoprosesseihin. Testaus- ja arviointipalvelujen toteuttamisessa tulisi hyödyntää koko toimialan yhteistyötä: raaka-ainetoimittajat, laitevalmistajat, leipomoyritykset, testauspalveluja tuottavat organisaatiot, koulutus- ja kehittämisorganisaatiot, edunvalvontaorganisaatiot.

Työmenetelmä- ja tuotantoprosessikehitys

Työpisteiden ergonomisella tarkastelulla sekä rationalisoinnilla voidaan vaikuttaa tuotantoprosessien toimivuuteen ja työntekijän jaksamiseen. Tuotantoprosessien nykyaikaistamisella voidaan vaikuttaa tuotannon tehokkuuteen. Työtapa- ja prosessikehitys tulee olla yritysکوhtaista myös tuotannon muutos- ja kehitystilanteissa.

Tutkimustiedon siirto

Tutkimustietoa eri raaka-aineiden terveellisyydestä, kuluttajien ostotottumuksista sekä niiden muutoksista on leipomoyrityksissä heikosti hyödynnetty. Tietoa voidaan käyttää mm. tuotekehityksen taustatietona. Tutkimustietoa voidaan hyödyntää myös prosessikehityksessä esim. perinteisten valmistusmenetelmien nykyaikaistamisessa, pakasteleivonnassa, entsyymien hyödyntämisessä prosesseissa sekä luomutuotteiden valmistuksessa. Tutkimustiedon siirron menetelmissä tulisi huomioida tiedon sovellettavuus vastaanottajan yritystoimintaan. Tutkimustiedon siirron menetelmiä ovat: seminaarit, lehtikirjoitukset alan lehdissä, internet sekä yritysکوhtainen konsultointi.

4.3 Lihanjalostusyrietykset; kehittämishaasteet

- Liha-alan innovaatioympäristön kehittämisen
- Prosessikoulutus
- Palveluliiketoiminnan kehittäminen

Liha-alan innovaatioympäristön kehittäminen

Liha-alalla uusien innovaatioiden syntyminen on viime vuosina ollut vähäistä. Innovaatioympäristön kehittämisen tärkeimpiä elementtejä ovat tutkimustiedon siirtyminen alan tutkimusorganisaatioista yrityksiin. Toisena elementtinä on tutkijoiden, kehittäjien sekä yritysten tärkeimpien sidosryhmien tiivis yhteistyö alan kehittämiseksi. Keinoja innovaatioympäristön kehittämiseksi ovat liha-alan yritysten teknologisen osaamisen lisääminen koulutuksin ja erilaisin julkaisuina ja verkostoitumisesta edistävät seminaarit.

Prosessikoulutus

Liha-alalla uusien tai uudistettujen prosessien käyttöönotto vaatii yrittäjiltä teknologista, ravitsemuksellista ja mikrobiologista osaamista. Osaamisen tasoa tulee alalla nostaa. Lihanjalostusyrietysten tuotantoprosessien kehittämiseen liittyviä koulutusaiheita ovat mm. valmistusteknologia, mikrobiologia sekä lisäaineet ja suolet. Koulutustapoja ovat; seminaarit, internet, lehti- kirjoitukset ja yritys-kohtainen konsultointi.

Palveluliiketoiminnan kehittäminen

Yksi menestyviä liha-alan yrityksiä yhdistävä tekijä on aktiivinen uusien markkinoiden ja asiakasryhmien etsintä sekä palveluliiketoiminnan yhdistäminen perinteisiin tuotteisiin. Palveluiden tuotteistamiseen ja liiketoiminnan kokonaisvaltaiseen kehittämiseen liittyvä osaaminen nousee tulevaisuuden menestystekijäksi. Näiden osaamisalueiden nostamiseksi tarvitaan yritys-kohtaista konsultointia ja räätälöityjä koulutuksia.

4.4 Marjanjalostusyrietykset; kehittämishaasteet

- Prosessiosaaminen
- Tuotantotila- ja laitekonsultointi

Prosessiosaaminen

Uudenmaan maakunnan ja Itä-Uudenmaan maakunnan alueella toimivat marjanjalostusyrietykset ovat hyvin pieniä. Yrietysten henkilökunnan prosessiosaamisen tason nostaminen luo pohjan yritys- toiminnan kannattavuudelle. Hyvän prosessiosaamisen avulla on mahdollista hallita tuotteiden laatua (pH, kuiva-ainepitoisuus,

tuotteen rakenne, värin kestävyys, säilyvyys, tasalaatuisuus) sekä koko tuotantoprosessia. Prosessiosaamista voidaan lisätä oppain, koulutuksin ja yritys-kohtaisen konsultoinnin avulla.

Tuotantotila- ja laitekonsultointi

Yrittäjät tarvitsevat opastusta tuotantotilojen suunnitteluun sekä tietoja laitteistoista. Tuotantotilasunnittelu toteutetaan yritys-kohtaisen konsultoinnin avulla. Laitekonsultoinnin apuvälineeksi tulisi koota opas esim. internettiin.

4.5 Vihannestenjalostus; kehittämishaasteet

- Tuotekehitys ja pakkaaminen
- Verkostoituminen
- Vihannesketjun ja laadun kehittäminen

Tuotekehitys ja pakkaaminen

Vihannesten kulutus kasvaa sekä vk- että sk-sektorilla. Myös puolivalmisteiden ja pidemälle jalostettujen tuotteiden kulutus kasvaa. Uusien jalostettujen tuotteiden kehittämiseen ja tuotteelle soveltuvien pakkausratkaisujen etsimiseen tarvitaan asiantuntija-apua. Jalostus-astetta voidaan nostaa esim. esikypsentämällä, kypsentämällä tai muutoin raaka-ainetta käsittelemällä.

Verkostoituminen

Kotimaisten kasvisten tuottajien, jalostajien, tukkujen, ammattikeittiöiden ja muiden ostajien kohtaamiset seminaareissa, messuilla ja erilaisissa koulutuksissa luovat mahdollisuuden uusien yhteistyömahdollisuuksien ja verkostoitumisen syntyymiseen. Tuottajan, jalostajan ja asiakkaan kohdatessa on mahdollisuus välittää tietoa kulutuksen trendeistä ja tuotesortimenteista sekä uusista mahdollisista tuotekehitys-ideoista.

Vihannesketjun ja laadun kehittäminen

Jalostavat yritys- ketjut kaipaavat alkutuotantoon monipuolisuutta sekä lajikkeita, jotka soveltuvat jalostukseen. Yhteistyön kehittäminen läpi koko ketjun on tarpeen. Tuotannon laatu- järjestelmiä on kehitettävä. Vihannestalalle on luotava yhtenäinen laatu- järjestelmä, jonka yritys- ketjut voivat ottaa käyttöön toiminnan laadun parantamiseksi ja ylläpitämiseksi.

5 ELINTARVIKEALAN KEHITTÄMISKOHTEET – PAINOPISTEALUEET UUDENMAAN MAAKUNNASSA JA ITÄ-UUDENMAAN MAAKUNNASSA

Uudenmaan maakunnan ja Itä-Uudenmaan maakunnan elintarvikesektorin kehittämiseksi valitut painopistealueet perustuvat selvitykseen, jossa elintarvikeketjun tilaa on selvitetty alkutuotannosta kuluttajakäyttäytymisen trendeihin. Yrittäjien panos on ollut työssä merkittävä ja kehittämisen painopistealueiden sisältöjä on täydennetty asiantuntijahaastattelulla.

Uudenmaan maakunnan ja Itä-Uudenmaan maakunnan alueilla elintarvikealan kehittämistoimenpiteiden painopistealueet vuoteen 2006 saakka ovat:

- Tuotekehitystoiminnan aktivointi ja tuotekehitysosaaamisen hyödyntäminen.
- Laadun hallinta ja kehittäminen elintarvikeketjussa
- Markkina- ja jakelukanavatiedon käyttämisen kehittäminen.
- Liiketoimintaosaamisen kehittäminen kasvuyrityksissä
- Lähiruokaketjun kehittäminen ja logistinen yhteistyö alkutuotannosta kulutukseen
- Verkostoitumisen ja yritysyritys yhteistyön kehittäminen
- Uusmaalaisen ja Itä-Uusmaalaisen ruoka & kulttuuri-imagon nostaminen

Painopistealueiden kehittämistoimenpiteissä tulee huomioida koko tuotantoketjun alkutuotannosta jalostukseen ja kulutukseen. Kehittämistoimenpiteet voivat olla yrityskohtaisia, yritysryhmäkohtaisia tai yleisiä kehittämishankkeita.

6 ELINTARVIKEKETJUN KEHITTÄMISEN TAVOITTEET JA NIIDEN TOTEUTUMISEN SEURAAMINEN

Elintarvikeketjun kehittämisen tavoitteet Uudenmaan maakunnan ja Itä-Uudenmaan maakunnan alueilla vuoteen 2006 mennessä ovat:

- 150 uutta ja uudistettua työpaikkaa suoraan tai välillisesti elintarvikealalle

- Alueellisten yritysten käyttökate %:in keskiarvo tulee olla yli valtakunnallisen keskiarvon
- Liikevaihto tai voitto lisääntyy prosentuaalisesti enemmän kuin valtakunnallisesti keskimäärin
- Uusia tai paranneltuja tuotteita 20 kpl.
- Yhteistyöyrityksiä syntyy kaksi kappaletta ja uusia partnership -periaatteelle perustuvia verkostoja syntyy viisi
- Yritysten teknologiatason nousu tai tuotantoprosessien tehostuminen
- Henkilöstön osaamisen lisääntyminen
- Laadun parantuminen; yrityksen toiminnan sisäinen laatu, palvelun laatu, tuote laatu, mikrobiologinen laatu
- Yhteistyön lisääntyminen.

Uudenmaan maakunnan ja Itä-Uudenmaan maakunnan Elintarvikealan kehitysohjelman tavoitteiden toteutumista seurataan kehittämistoimenpiteisiin osallistuneiden yritysten kautta. Rahoittajien kanssa yhteistyössä muodostetaan mittaristo ja kehitystoimien tuloksellisuutta mitataan kehitystoimien raportointivaiheessa, vuoden kuluttua kehittämistoimen päättymisestä sekä vuoden 2005 lopussa.

7 LOPUKSI

Kehittämisehdotusten ja asetettujen tavoitteiden pohjatietoina on käytetty yrityksiltä saatua palautetta ja yritysten omia ehdotuksia. Niitä on täydennetty eri koulutus-, tutkimus- neuvonta- ja edunvalvontaorganisaatioiden kommentteilla sekä asiantuntijalausunnoilla. Kehittämistoimenpiteiden käytäntöön saattamisen toivotaan edistävän elintarvikeyritysten ja elintarvikeketjun yhteistyön kehittymistä Uudenmaan maakunnan ja Itä-Uudenmaan maakunnan alueilla vuoteen 2006 mennessä. Elintarvikealan kehittämisohjelmatyö saa jatkoa Elintarvikealan ennakointi -hankkeella. Elintarvikealan ennakointi -hankkeessa tullaan tarkastelemaan elintarvikeyritysten sidosryhmäsuhteisiin vaikuttavia tekijöitä ja niiden tulevaisuuden kehityssuuntia sekä yritysten mahdollisuuksia ennakoida ja varautua tulevaisuuden haasteisiin. Aikajänne Elintarvikealan ennakointi -hankkeessa on vuoteen 2012.

Liite 1 Ohjausryhmän kokoonpano

Juhani Mäittälä	Uudenmaan Maaseutukeskus
Jaakko Holsti	Uudenmaan Maataloustuottajat
Bjarne Westerlund	Nylands Svenska Lantbruksproducentförbund
Henrik Lassas	Nylands Svenska Lantbrukssällskap
Elma Pehkonen-Rajamäki	Länsi-Uudenmaan Täydennyskoulutuskeskus
Helena Winter	Uudenmaan liitto
Ilmi Tikkanen / Antti Vaittinen	Itä-Uudenmaan liitto
Pirjo Uusitupa	Uudenmaan TE -keskus / Yritysosasto
Seppo Salonen	Uudenmaan TE -keskus / Yritysosasto
Juha Mäkinen	Uudenmaan TE -keskus / Maaseutuosasto
Sirpa Pussinen	Uudenmaan TE -keskus / Maaseutuosasto
Anita Mikkonen / Raija Ahvenainen	VTT Biotekniikka

Liite 2

Elintarvikealan kehittämisohjelman valmisteluun osallistuneet koulutus-, tutkimus- ja edunvalvontaorganisaatiot

Koulutusorganisaatiot

Espoon ammattioppilaitos Espoo <http://www.espa.eskk.fi>
EVTEK Espoo-Vantaan teknillinen ammattikorkeakoulu www.evtek.fi
Helsingin palvelualojen oppilaitos www.edu.hel.fi
Keuda- Keski-Uudenmaan ammattikoulutusyhtymä www.keuda.fi
Laurea Ammattikorkeakoulu www.laurea.fi
HY/Länsi-Uudenmaan täydennyskoulutuslaitos www.helsinki.fi/aikuiskoulutus/lum
Porvoon ammattiopisto <http://www.amisto.fi>
Työteho-seuran Lönnrot opisto <http://www.tts.fi/lonnrotopisto>
Uudenmaan Maaseutuopisto www.uudenmaanmaaseutuopisto.com
Yrkehögsskolan Sydväst www.sydvast.fi

Tutkimusorganisaatiot

Helsingin yliopisto, Viikki www.helsinki.fi
Työteho-seura www.tts.fi
VTT Biotekniikka www.vtt.fi

Edunvalvontaorganisaatiot

Elintarviketeollisuusliitto www.etl.fi
Leipuriliitto www.etl.fi
Liha keskusliitto www.lihakeskusliitto.fi
Kalakauppiain liitto
Pro Kala ry www.prokala.fi
Elintarviketöntekijöiden liitto www.sel.fi

Lähdeluettelo

- Aro, Johanna, 1998. Suurkeittiöt elintarvikealan pienyritysten markkinointikanavana. MTT:n selvityksiä 3/98
Elintarvikejalostus-bioteknologiaohjelma 2000–2006, Etelä-Pohjanmaan teemaohjelmat
- Hirvonen Jaana, 1999, Kauppa elintarvikealan pienyritysten markkinointikanavana, MTT selvityksiä 9/99
Itä-Uusimaa 1999, Itä-Uudenmaan aluekehittämisohjelma 2000–2006
- Keski-Suomen pk -elintarvikealan kehittämisohjelma 2001–2006
- Maaseutubarometri, www.tilastokeskus.fi
- Maatalouden strategiaprojekti, julkaisematon
- Markula, Jarmo, 1999. Suurkeittiöiden elintarvikeostot maaseutuyrityksiltä. MTT:n selvityksiä 1/99.
- Mäkelä, Johanna, 2002, Syömis rakenne ja kulttuurinen vaihtelu, Kuluttajatutkimuskeskus
- NSP 2010, Nylands Svenska Lantbruksproducentförbund, julkaisematon
- Qualitem Oy, 2001, Tutkimus Uudenmaan elintarvikealan yritysten nykytilasta ja tulevaisuudesta, Viikki Food Centre
- Paananen & Forsman, 2001, Lähiruoka elintarvikealan maaseutuyritysten ja suurkeittiöiden kokemana, MTT 252/2001
- Ruoka-Suomi -tiedote 2/2002
- Satakunnan elintarvikealan kehittämisohjelma 2000–2006
- TEKES, 1998, Elintarviketeollisuuden teknologiset menestystekijät. Teknologia katsaus 60/98.
- TEKES, 2002, Elintarviketeollisuuden teknologiaennakointi ja tutkimuksen arviointi. Teknologia katsaus 131/2002
- Tilastokeskus, 2002. www.tilastokeskus.fi
- Uudenmaan liitto, 1999, Uudenmaan maaseutu- ja saaristo-ohjelma
- Uudenmaan liitto, 2002, Aluekehityssopimus 2002–2006