



Euroopan unionin
osarahoittama

Food Business Challenge (A80094)

Tiivistelmä

Food Business Challenge (FBC) on Seinäjoen ammattikorkeakoulun (SeAMK) järjestämä innovaatiokilpailu, joka on suunnattu korkeakouluopiskelijoille. Kilpailu käynnistyi vuonna 2017 osana AB Seinäjoki -hanketta, ja sen tavoitteena on edistää uusia ideoita ja liiketoimintamahdollisuuksia ruokasektorilla. Kilpailu kattaa koko ruokaketjun alkutuotannosta kuluttajille.

Food Business Challenge -hankkeen tavoitteena oli vastata seuraaviin tarpeisiin:

- Uuden liiketoiminnan kehittäminen: Kilpailu voi tuottaa elinkelpoisia liiketoimintaihioita, jotka voivat tulevaisuudessa edistää maakunnan hyvinvointia.
- Startup-kulttuurin edistäminen: Etelä-Pohjanmaalla on haasteita startup-kulttuurin ja kasvuyrittäjyyden puutteen vuoksi, mikä rajoittaa alueen innovatiivisuutta ja kasvumahdollisuuksia.
- Vaikuttavuuden lisääminen: Hankkeessa pyritään laajentamaan kilpailun saavutettavuutta ja osallistujamäärää. Kilpailussa huomioidaan digitalisaation, älykkäiden ratkaisujen ja uusien teknologioiden mahdollisuudet, mikä vahvistaa osallistujien yrittäjävalmiuksia ja ennakointiosaamista.
- Yhteistyöpohjan laajentaminen: FBC kokoaa yhteen alueen erikokoisia ruokasektorin toimijoita, mikä edistää yhteistyötä ja innovaatioita. Tavoitteena on luoda elinvoimainen ja kestävä ruokasektori, joka vastaa tulevaisuuden haasteisiin.

Food Business Challenge -ideakilpailun keskeisimmät kehittämistoimenpiteet keskittyivät kilpailun viestintään ja markkinointiin, kilpailun ilmeeseen ja yhteistyömallin kehittämiseen eri organisaatioiden välillä.

Kilpailun sarjojen nimet muutettiin Idea- ja Startup-sarjoista kuvaavammiksi, jotta ne paremmin heijastavat niiden sisältöä ja tavoitteita. Nimimuutosten taustalla on halu madaltaa osallistumiskynnystä ja ohjata opiskelijoita löytämään sopiva sarja kilpailutyölleen.

- Inspiraatiosta ideaksi -sarja keskittyy korkealentoisiin ja rohkeisiin ideoihin.
- Ideasta toteutukseen -sarja painottaa liiketoimintamahdollisuuksia ja toteutettavuutta.

Kilpailuun on lupautunut mukaan yhteistyökumppaneita, kuten Atria, Foodwest, Nordic Foodtech VC ja Vaasan yliopisto. Yhteistyökumppanit osallistuvat kilpailun tuomarointiin, tarjoavat asiantuntemusta ja resursseja, sekä tukevat kilpailun markkinointia. Heidän roolinsa sisältää:

- Tuomarointi: asiantuntijat arvioivat kilpailutöitä ja antavat palautetta



Euroopan unionin
osarahoittama

- Sparraus: finalisteille tarjotaan mahdollisuuksia kehittää ideoitaan yhteistyökumppaneiden avulla.
- Markkinointi: kumppanit auttavat kilpailun näkyvyyden lisäämisessä omissa kanavissaan.

Kilpailun viestintää ja markkinointia on kehitetty useilla tavoilla:

- Uuden ilmeen luominen: vanha logo korvattiin selkeämmällä ja graafisemmalla versiolla, joka on käytössä kilpailun markkinoinnissa
- Opiskelijamedia Pomedialla: yhteistyö opiskelijamedian ja Vaasan yliopiston kanssa mahdollistaa kilpailun näkyvyyden lisäämisen ja opiskelijoiden osallistumisen sisällöntuotantoon
- Medialle suunnattuun viestintään mietitty vastaaminen uutiskriteereihin

Sisäisen viestinnän kehittäminen ja integrointi opetukseen:

- Tietopakettit opettajille: opettajille on laadittu materiaalia, joka selventää kilpailun sisältöä ja integrointimahdollisuuksia opetukseen
- Infotilaisuudet: järjestetään luennoille tietoisuuksia, joissa kerrotaan kilpailusta ja sen mahdollisuuksista opiskelijoille

Food Business Challenge -ideakilpailu on jatkuvassa kehityksessä, ja sen tavoitteena on tehdä kilpailusta entistä houkuttelevampi ja saavutettavampi opiskelijoille. Sarjojen nimimuutokset, yhteistyökumppaneiden rooli, viestinnän kehittäminen ja osallistujien ohjaaminen ovat keskeisiä toimenpiteitä, jotka tukevat kilpailun kasvua ja vaikuttavuutta.

Food Business Challenge on tärkeä alusta opiskelijoille, jotka haluavat kehittää ideoitaan ja oppia liiketoiminnasta. Kilpailu edistää ruokasektorin innovaatioita ja kestävästä kehityksestä, tarjoten opiskelijoille mahdollisuuden verkostoitua ja saada käytännön kokemusta.

Food Business Challenge -ideakilpailu on osa innovaatioekosysteemiä ja on osaltaan mukana vahvistamassa suurten elintarvikealan yritysten roolia liiketoimintaekosysteemin kehittämisessä ja startup-kulttuurin luomisessa. Kilpailun teema keskittyy kestäviin ruokaratkaisuihin, ja sen avulla opiskelijat saavat arvokasta kokemusta ja mahdollisuuden kehittää omia ideoitaan. FBC edistää keskustelua alan tarpeista ja mahdollisuuksista eri organisaatioiden välillä, luoden samalla heimotunnetta opiskelijoille Ruokaprovinsstrategian puitteissa.

Hanketyöntekijöinä toimivat projektipäällikkö Lotta Haapala ja TKI-asiantuntija Sanni Nikumatti.



Euroopan unionin
osarahoittama

Food Business Challenge -ideakilpailun tausta ja lähtökohta

Food Business Challenge on Seinäjoen ammattikorkeakoulun (SeAMK) vuosittain järjestämä innovaatiokilpailu toisen asteen- ja korkeakouluopiskelijoille. Kilpailukonsepti vuotiin vuonna 2017 osana AB Seinäjoki -hanketta (EAKR), jossa kehitettiin ruoka-alan innovaatioekosysteemiä Etelä-Pohjanmaalle. Yhteistyössä olivat mukana Seinäjoen ammattikorkeakoulu, Seinäjoen yliopistokeskus, Into Seinäjoki ja Luonnonvarakeskus. Food Business Challenge vuodesta 2018 asti ja saanut avustusta Seinäjoen yliopistokeskukselta. Avustus on käytetty kilpailun rahapalkintoihin. Vuonna 2024 Food Business Challenge järjestettiin jo seitsemättä kertaa.



Kuva 1 Food Business Challenge -logo vuosina 2017–2023.

Food Business Challenge -kilpailun tavoitteena on edistää ja nostaa esille uusia ideoita ja liiketoimintaa ruoka-alalle. Kilpailussa huomioidaan koko ruokasektori alkutuotannosta aina kuluttajien lautaselle asti. Kilpailu on suunnattu suomalaisissa korkeakouluissa ja toisen asteen oppilaitoksissa opiskeleville opiskelijoille ja siihen voi osallistua opiskelualasta riippumatta. Kilpailuun voi osallistua yksin tai tiiminä, suomeksi tai englanniksi. Kilpailun teemana on kestävät ruokaratkaisut.

Kilpailuun osallistumisen tukena toimii FBC – Food Business Challenge -verkkototeutus, jossa kilpailuideoita lähestytään pienempien osatehtävien kautta ja rakennetaan lopullinen ideakuvaus. Ennen osatehtävien tekemisen aloittamista tutustutaan Food Business Challenge -ideakilpailuun, siihen aiempina vuosia osallistuneisiin töihin ja annetaan vinkkejä megatrendejä hyödyntämiseen. Osatehtävissä esimerkiksi kuvataan ideoita tarkemmin, pohditaan sitä kestävyyskannalta ja kartoitetaan markkinoilla toimivia kilpailijoita sekä millaista osaamista idean toteuttaminen vaatii.



Euroopan unionin
osarahoittama

Verkkototeutuksen osatehtävät ovat:

- Kestävät ruokaratkaisut
 - Tutustu ruokaketjun vastuullisuuteen ja kestävään kehitykseen eri lähteistä, alla muutama esimerkki. Pohdi, mitä kestävyys tarkoittaa sinun ideasi kohdalla. Miten voit saada kestävyydellä kilpailuetua?
- Idean ainutlaatuisuus ja lisäarvo
 - Miksi ideasi on ajankohtainen juuri nyt? Miten se huomioi toimialasi tilanteen ja tulevaisuuden? Millaisia uudenlaisia käytäntöjä / ratkaisuja / näkökulmia ideasi tuo jo olemassa oleviin tai tulevaisuuden haasteisiin ruokaketjun saralla? Merkitse lähteet (väh.2kpl).
 - Googleta ideaasi vastaavia tuotteita/palveluita. Jos löydät täysin vastaavia, kehitä ideaasi lisää. Mitkä muut tuotteet/palvelut ovat ideasi keskeisiä kilpailijoita? Nimeä vähintään kolme. Kerro, miten erotut olemassa olevista kilpailijoista, miksi ideasi on parempi.
- Markkinoilla oleva mahdollisuus, tarve ja asiakkaat
 - Kuka/ketkä ovat ideasi keskeisiä asiakkaita? Kenelle myyt? Miksi juuri he haluavat tuotteesi/palvelusi?
 - Minkä ongelman ideasi poistaa? Mihin tarpeeseen se vastaa?
- Idean konkretisointi
 - Kerro ideasi tuotteesta/palvelusta tarkasti: Mikä se on? Mistä se koostuu? Miten se toimii? Onko jotain erityisen tärkeitä yksityiskohtia?
 - Millainen pakkaus tai palveluympäristö olisi? Millainen on tuotteistettu kokonaisuus/brändi?
- Liiketaloudellinen näkökulma ja riskit
 - Mitä ovat ideasi keskeiset tulot ja menot, mistä ne koostuvat? Mitä toiminnan kannattavuus edellyttää?
 - Mitä taloudellisia riskejä ideaan liittyy?
- Osaaminen ja resurssit
 - Millaista osaamista idean toteuttaminen käytännössä vaatisi?
 - Minkä verran tästä osaamisesta sinulla/tiimilläsi jo on, ja millaista ulkopuolista apua ja/tai lisäosaamista tarvitsisitte?
- Viimeistely ja idean muuttaminen kilpailutyöksi

Palautettavaan ideakuvaukseen odotetaan tietoa:

- Idean ainutlaatuisuudesta ja sen tuomasta lisäarvosta
- Markkinoilla olevasta mahdollisuudesta tai tarpeesta
- Kohdemarkkinoista, asiakkaista
- Itse ideasta eli palvelusta tai tuotteesta
- Liiketaloudellisesta näkökulmasta ja riskeistä
- Idean toteuttamiseen tarvittavasta osaamisesta ja ulkopuolisesta asiantuntija-avusta
- Toteutussuunnitelmasta



Euroopan unionin
osarahoittama

- Vastuullisuudesta, miten kestävän kehityksen näkökulma on huomioitu

Verkkototeutuksen suorittamisesta saa 2 op ja jos osallistuja etenee kilpailun finaaliin saakka, saa kokonaisuudesta yhteensä 3 op. Verkkototeutukselle voi osallistua ilman kilpailuun osallistumista.

Kilpailussa on kaksi sarjaa, joista opiskelija / opiskelijatiimi päättää itse kumpaan osallistuu:

- ideasarja, jossa haetaan korkealentoisuutta ja rohkeaa muutosta
- startup-sarja, jossa painotuvat liiketoimintamahdollisuudet ja toteutettavuus

Tuomaristo lukee ja pisteyttää määräaikaan mennessä kilpailuun jätetyt ideakuvaukset. Vuonna 2024 kilpailun tuomaristossa olivat:

- Ilkka Latomäki | SeAMK (finaalissa tuurasi Karri Kallio SeAMKista)
- Lauri Reuter | Nordic Foodtech VC (ei päässyt finaaliin)
- Leena Viitaharju | Helsingin yliopisto Ruralia Instituutti
- Henni Välimaa | Seinäjoki Congress
- Anu Saranpää | Atria

Kilpailutyöt arvioidaan ja pisteytetään seuraavilla kriteereillä asteikolla 1–5:

- Innovatiivisuus / uutuusarvo / lisäarvo
 - Kilpailuidea tuo uudenlaisia käytäntöjä / näkökulmia innovatiivisena tuotteena, palveluna tai ratkaisuna ruokasektorille
- Kestävät ruokaratkaisut
 - Kilpailuidea huomioi kestävän kehityksen periaatteita ja mahdollisuuksia ideaan soveltuvilla tavoilla (vastuullisuus, eettisyys, jäljitettävyyys, ruokaturvallisuus, ilmastokestävyys jne.)
- Asiakaslähtöisyys
 - Kilpailuidea vastaa kuluttajan / asiakkaan / yrityssektorin tarpeeseen
- Toteutettavuus
 - Kilpailuidealla on työssä kuvattuja liiketoimintamahdollisuuksia ja idea on toteutettavissa joko osallistujan / tiimin omalla osaamisella tai tiimin lisäksi ulkopuolisella, ideassa kuvatulla osaamisella. Toteutettavuus on huomioitu / suunniteltu työssä.

Ideasarjassa innovatiivisuuspisteet ovat painoarvolla 2 ja startup-sarjassa toteutettavuuspisteet saavat painoarvon 2.

Huomioita alkuperäisestä Food Business Challenge -konseptista

Ideakilpailun kahdesta sarjasta, idea- ja startup-sarja, osallistutaan ideasarjaan selvästi enemmän. Kilpailun järjestäjät ja tuomaristo on tehnyt huomion, että ideasarjaan osallistuneissa töissä on paljon sellaisia, jotka kuuluisivat ennemmin startup-sarjaan. Opiskelijoita tulisi jatkossa ohjata enemmän löytämään sopiva sarja kilpailutyölleen.



Euroopan unionin
osarahoittama

Food Business Challenge haasteena on ollut opiskelijoille mahdollisesti syntyvä mielikuva, että ideoiden tulee olla todella pitkälle vietyjä, heti toteutuskelpoisia sekä osallistujan pitää olla kiinnostunut perustamaan yritys idean pohjalta. Kokonaisuutena ideakilpailun konsepti oli toimiva, mutta se tarvitsi osallistumiskynnyksen madaltamista ja kokonaisuuden selkiyttämistä. Myös ideoiden varastamisesta on oltu huolissaan.

Ideakilpailuun osallistuneet opiskelijat ovat olleet usein muista oppilaitoksista, kuin Seinäjoen ammattikorkeakoulusta. SeAMKilaisten osallistujien vähyyteen voi olla useita syitä: opiskelijan omat henkilökohtaisen elämän aikataulut, muiden opintojaksojen ja harjoitteluiden sijoittuminen, tuntuuko kilpailu irralliselta muihin opintoihin nähden tai tuntuuko kilpailu liian vaativalta.

Food Business Challenge -ideakilpailun viestinnän ja markkinoinnin kehittäminen

Food Business Challenge viestintä ja markkinointi on ollut hieman kankeaa – ideakilpailusta ja verkkototeutuksesta kertovaa viestintää ja markkinointia pitää viedä opiskelijoita kiinnostavaan suuntaan. Food Business Challenge viestintää ja markkinointia kehitettiin yhdessä Vaasan yliopistossa projektipäällikkönä työskentelevän Hanna Hietikon kanssa. Hietikko on kehittämässä nuorten ja senioreiden medialukutaitoja ja hänen hankkeensa toimenpiteitä ovat muun muassa pohjalaisten opiskelijoiden yhteinen opiskelijamedia Pomediala sekä seniori-ikäisille suunnattu Digiakatemia.

Kilpailun yhteydessä on käytetty sanoja, jotka voivat nostaa osallistumiskynnystä. Vaikka innovaatio, liikeidea ja startup -sanat ovat normaaleja työelämässä käytössä olevia sanoja, voivat ne kilpailun yhteydessä tuntua pelottavilta ja luoda kuvaa, että kilpailuun voi osallistua ainoastaan yrityksen perustamisesta kiinnostuneet tai jos idea on jotain hyvin suurta ja uutta. Aiemmin käytössä olleet innovaatiokilpailu ja liikeideakilpailu -sanat korvataan ideakilpailu-sanalla. Viestinnässä painotetaan, että kaikki ideat ovat tervetulleita – on idea sitten pieni tai suuri. Lisäksi tuodaan esille kilpailun olevan mukava, lämminhenkinen ja samalla laadukkaasti toteutettu.

Kilpailun materiaaleissa ja Food Business Challenge -verkkototeutukselle osallistuvilla opiskelijoilla tulee painottaa heidän ideansa olevan turvassa. Verkkototeutuksen osatehtävien palautuksia lukee vain kurssin vastuuopettaja ja ideakuvauksia lukee ainoastaan tuomaristo töitä arvioidessa ja tarvittaessa tuomarin taustaorganisaation edustaja sparraukseen valmistautuessa. Kaikki oikeudet säilyvät kilpailuun osallistuvalla opiskelijalla.

Ideakilpailusta kerrottaessa otsikointi kaipaa lennokkuutta ja täkyä, unohtamatta sinämuotoa. Huomion herättämiseksi voi harkiten käyttää kärjistyksiä ja vastakkainasettelua, kunhan negaatiota vältetään.

- Lentäviä lautasia ja lemmiä – miltä näyttää tulevaisuuden ruoka?
- Jos sinä saisit päättää?



Euroopan unionin
osarahoittama

- Mummoille pullaa!
- Miten ratkaisisit nälänhädän tai tölkkien korkit?

Osassa viestintää kilpailun voi kertoa olevan matalan kynnyksen koeponnistus omalle idealle, jos tähtäimessä on suurempi kilpailu. Finalisteilla on mahdollisuus saada alan huipuilta kommentteja ja kehitysideoita kilpailutyölle. Edellisten vuosien osallistujien tarinoita tuodaan esille ja kerrotaan kuinka osallistuminen tuo mukanaan verkostoja jopa ulkomaille asti.

Food Business Challengen kahden sarjan erojen esilletuominen on viestinnässä ja markkinoinnissa tärkeää, että osallistujat löytävä tiensä oikeaan sarjaan. Sarjojen nimet muutetaan idea- ja startup-sarjasta Inspiraatiosta ideaksi ja Ideasta toteutukseen - sarjoiksi. Uudet sarjojen nimet kuvaavat enemmän niiden sisältöä. Uusilla nimillä pyritään laskemaan osallistumiskynnystä

Medialle Food Business Challengesta viestittäessä tulee huomioida Johan Galtungin ja Mari Holmboe Rugen vuonna 1965 laatimien uutiskriteerien täytyminen. Taulukossa 1 on lueteltuna kriteerit ja kuinka Food Business Challenge voi ko. kriteeriin vastata. Kaikki kriteerit eivät koske Food Business Challengea.

Taulukko 1 Galtungin ja Holmboe Rugen laatimat uutiskriteerit ja kuinka Food Business Challengen vastaa kriteereihin.

Uutiskriteeri	Kuinka Food Business Challenge vastaa kriteeriin
Negatiivisuus	Ei vastata
Raadollisuus	Ei vastata
Toistuvuus	Järjestetään vuonna 2025 jo kahdeksatta kertaa, finaali paikka sama
Voimakkuus	Kilpailu on valtakunnallinen, mutta järjestetään Seinäjoella
Yksiselitteisyys	Helppo rautalankamalli siitä mikä on FBC => ruoka-alaan liittyvä ideakilpailu kaikille korkeakouluopiskelijoille
Kulttuurinen merkittävyys	<ul style="list-style-type: none">• Linkittäminen Ruokaprovinssiin• Täällä ei tehdä vain perinteisesti vaan mietitään nykyhetkeä ja varsinkin tulevaisuutta• Myös ruoka on kulttuuria
Koskettavuus	<ul style="list-style-type: none">• Kilpailuun osallistuvat ovat nuoria, opiskelijoita• Kilpailuun osallistumisesta voi seurata menestystarinoita ja opiskelijan ura lähteä nousuun
Odotettavuus	Järjestetään vuosittain
Yllätyksellisyys	Uusilla ideoilla yllätyksellisyyttä – onko päivän sana hamppu, jäkälä vai soluliha
Jatkuvuus	Tehdään ennakkojuttuja ja tiedotteita kilpailusta
Päivän valikoima	Tehdään ennakkojuttuja ja tiedotteita kilpailusta
Eliittihenkilöt	Tuomariston "isojen nimien" tuominen esille, haastattelut
Henkilöityvyys	Tuodaan esille opiskelijoita ja aiempien vuosien osallistujia
Positiivisuus	<ul style="list-style-type: none">• Kilpailu on kokonaisuudessaan positiivinen



Euroopan unionin
osarahoittama

	<ul style="list-style-type: none">• Finaalissa "kaikki voittaa" eikä kukaan lähde kotiin tyhjin käsin
Tärkeys	<ul style="list-style-type: none">• Ollaan ajan hermolla – ilmastonmuutos, maailman epävaka tilanne, omavaraisuus, uudet innovaatiot• Kerrotaan visioita ja toteutettavuutta => esim. mitä syödään 10, 30, 50 vuoden päästä• Kaikki syö joka päivä ja joku tuottaa, tekee, tarjoilee ruoan• Ruoka-ala on nykyajan ja tulevaisuuden ala

Keväällä 2024 Food Business Challenge näkyi Pomedian kalenterin tapahtumissa. Pomedian piti tulla tekemään juttua finaaliin, mutta aikataulusyistä tämä peruuntui. Tulevaisuudessa Pomedian tekee verkkototeutuksesta, kilpailusta ja kilpailun finaalista kirjoituksia. Lisäksi Hietikolta voi pyytää kommentointiapua esimerkiksi kilpailusta medialle lähetettävistä tiedotteista.

Food Business Challengella on oma Facebook-sivu, joka ajetaan alas loppuvuoden 2024 aikana. Sosiaalisen median viestintä keskitetään SeAMK Ruoka Instagram ja Facebook-sivuille sekä SeAMKin virallisille Instagram- ja Facebook -sivuille. Ideakilpailun Facebook-sivun käytöstä luopumisen syynä on, että SeAMK Ruoka ja SeAMKin viralliset sosiaalisen median kanavat tavoittavat suuremman yleisön. Taulukkoon 2 on koostettu, millainen kattavuus on yhdellä Food Business Challengen julkaisulla ollut. Taulukosta voidaan todeta SeAMKin virallisten kanavien ja SeAMK Ruoka Instagram-sivun tavoittavan enemmän ihmisiä kuin Food Business Challengen oma Facebook-sivu. Tietoa SeAMK Ruoka Facebook-sivun julkaisusta ei löytynyt.

Taulukko 2 Food Business Challenge tulee jälleen -julkaisun kattavuus.

FBC tulee jälleen -postaus			
	sivun/profiilin seuraajat	tavoitetut	toistot
FBC oma Facebook	162	41	106
SeAMK Ruoka Facebook	1200	-	-
SeAMK Official Facebook	10000	1207	1268
SeAMK Ruoka Instagram	914	323	547
SeAMK Official Instagram	6040	1448	1743

SeAMKin sisäisesti ideakilpailusta kerrottiin sähköpostilla opiskelijoille ja opettajille, sekä jakamalla verkkototeutuksesta ja ideakilpailusta kertovia mainoksia koko SeAMKin kampukselle. Opiskelijoille kerrottiin Food Business Challengesta myös Y-zonen yrittäjyyttä edistävillä opintojaksoilla. SeAMKin Y-zone tarjoaa tietoa, tukea ja mahdollisuuksia verkostoitumiseen kaikille yrittäjyydestä kiinnostuneille opiskelijoille. Lisäksi opiskelijoille myös käytiin kertomassa luennoilla tulevasta verkkototeutuksesta ja kilpailusta.



Euroopan unionin
osarahoittama

SeAMKin opettajia pyydettiin kannustamaan opiskelijoita osallistumaan Food Business Challengeen ja integroimaan verkkototeutuksen teemoja opetukseen. Yksi opettaja teetti opintojakson tehtävän, jossa opiskelijoiden tuli pohtia tulevaisuuden ruokateemoja. Kyseisellä opintojaksolla käytiin myös esittelemässä FBC:tä

Muille oppilaitoksille Food Business Challenge -ideakilpailusta viestittiin lähettämällä sähköpostia joko oppilaitoksen infosähköpostiin ja/tai täsmäviestinä sopivien opintoalojen koulutuspäälliköille. Sähköpostiviestissä oli valmiiksi muotoiltu teksti, jossa kerrottiin verkkototeutuksesta ja kilpailusta, ja jota pyydettiin välittämään oppilaitoksen opiskelijoille.

Opettajille on tehty lyhyt pdf-tiedosto, joka kertoo mitä Food Business Challenge sisältää ja kuinka teemoja voi integroida opetukseen. Tiedosto lähetetään jatkossa kontaktoitaville oppilaitoksille.

Food Business Challenge -ideakilpailun ilme

Food Business Challenge -ideakilpailun ilme kaipasi uudistusta. Vanhan logon tilalle suunniteltiin uusi, jossa haettiin selkeyttä ja graafisuutta. Logosta suunniteltiin musta ja valkoinen versio ja näiden lisäksi värillinen logo, jonka värimaailmaa voi halutessa muuttaa eri vuosille. Vuonna 2024 FBC:n värimaailma oli pinkkiin taittava violetti (kuva 2). Logosta tehtiin myös keltainen kokeilu (kuva 3), mutta se päätettiin säästää myöhempään vuosiin. Logossa Food Business Challenge lyhenne FBC nostettiin isommin näkyville, koska pitkän tähtäimen ajatuksena on päästä käyttämään enemmän lyhennettä FBC pitkän kilpailunimen sijasta.



Euroopan unionin
osarahoittama



Euroopan unionin
osarahoittama

innokaupungit

Seinäjoki



FBC
Food Business Challenge

Kuva 2 Food Business Challenge -ideakilpailun logo hankelogoilla.



Kuva 3 Keltainen kokeilu Food Business Challenge -logosta.

Uutta logoa käytettiin viestinnässä ja se näkyi muun muassa SeAMKin kampukselle jaetuissa mainoksissa, sosiaalisen median postauksissa ja kilpailun finaalissa. Ideakilpailulle teetettiin mustat paidat ja musta avainnauha, joissa logo on valkoisena. Paitoja ja avainnauhoja käytettiin finaalissa ja finalistit saivat ne halutessaan omaksi. Paidan oikeaan hihaan painatettiin Seinäjoen ammattikorkeakoulun valkoinen logo ja vasempaan hihaan Future Frami Foodlab -hankkeen logo muistuttamaan ideakilpailun kodista ja SeAMKin elintarvikealan osaamisesta. Mustia paitoja avainnauhoja voidaan käyttää myös tulevina vuosina riippumatta kyseisen vuoden värimaailmasta.



Euroopan unionin
osarahoittama



Kuva 4 Jerkka tuotteen vedokset FBC:n paidoista ja avainnauhasta.

FBC – Food Business Challenge -verkkototeutus

FBC – Food Business Challenge -verkkototeutukseen moodle-alustalla ei tehty suuria muutoksia hankkeen aikana. Verkkototeutuksen rakenne on hioutunut vuosien aikana tukemaan kilpailuun palautettavan ideakuvauksen rakentamista osatehtävien avulla. Aiemmistä vuosista poiketen verkkototeutus ei ollut saatavilla osana SeAMKin avoimen AMK tarjontaa, koska kilpailuun osallistuminen haluttiin pitää opiskelijoille maksuttomana. Korkeakouluopiskelijat pääsivät ilmoittautumaan verkkototeutukselle CampusOnline-portaalin kautta. Toisen asteen opiskelijoille verkkototeutus oli tarjolla Opinlakeus Oppilaitosverkoston kautta. Opinlakeus-verkostossa on mukana toisen asteen oppilaitoksia Etelä-Pohjanmaan alueelta, eli muualta Suomesta toisen asteen opiskelijoilla ei ollut mahdollista osallistua verkkototeutukselle. Verkoston kautta ei osallistunut toisen asteen opiskelijoita Food Business Challengeen.

Ennen verkkototeutuksen alkua kurssilla olevien materiaalien linkit tarkistettiin ja jos materiaalista löytyi uudempi versio, linkitettiin se Moodle-alustalle. Englanninkieliset linkit tarkistivat From Field to Fork -ohjelman kautta SeAMKiin tulleet vaihto-opiskelijat. Aluksi he tutustuivat Food Business Challenge -verkkototeutukseen ja kilpailuun ja tämän jälkeen tarkistivat englanninkielisten linkkien toimivuuden ja päivittivät linkeistä mahdolliset uudet versiot. Vaihto-opiskelijoilta myös pyydettiin ideoita, kuinka verkkototeutusta voisi kehittää ja kuinka sitä kannattaisi markkinoida opiskelijoille. Opiskelijat eivät keksineet kehitysideoita. Heidän mielestään verkkototeutusta ja itse kilpailua tulisi markkinoida



Euroopan unionin
osarahoittama

sosiaalisessa mediassa ja suoraan opiskelijoille tunneilla, eli samoilla tavoilla kuin tähän asti.

Verkkototeutukselle ilmoittautui 55 opiskelijaa, joista 28 oli SeAMKista. SeAMKin opiskelijoiden opintoalat olivat liiketalous, bio- ja elintarviketekniikka, agrologi, bachelor of health care, international business ja agri-food engineering. Muista korkeakouluista edustettuna olivat: Novia AMK, Jamk, LAB-ammattikorkeakoulu, HAMK, Xamk, Tampereen yliopisto, Oamk, Ammattikorkeakoulu Arcada, Turun AMK, KAMK, Jyväskylän yliopisto ja Centria-ammattikorkeakoulu.

Hyväksytysti verkkototeutuksen suoritti 21 opiskelijaa, joista yhdeksän valitsi toteutuksen kieleksi suomen ja 12 englannin. Verkkototeutuksen suorittaneista 18 opiskelijaa osallistui yksin tai tiimin kanssa Food Business Challenge -ideakilpailuun. Ideasarjaan palautettiin kahdeksan ideakuvausta ja startup-sarjaan kaksi. Startup-sarjaan osallistui aluksi kolme tiimiä, mutta näistä yksi vetäytyi pois kisasta. Vetäytynyt tiimi ei kertonut syytä miksi ei halunnut lopulta osallistua kilpailuun.

FBC:n tuomarointi ja sen kehittäminen

Vuoden 2024 Food Business Challenge -ideakilpailun tuomaristoa lähdettiin kokoamaan miettimällä, kuinka saataisiin tuomaristoon osaamista mahdollisimman monipuolisesti. Tuomariston jäsenten määrä haluttiin pitää kohtuullisena ja lopulliseksi määräksi muotoutui viiden henkilön tiimi.

Seinäjoen ammattikorkeakoululla on kilpailua järjestävänä tahona paikka tuomaristossa. SeAMKin tuomarina toimi restonomi- ja matkailualan lehtori Ilkka Latomäki, joka on toiminut kilpailun tuomarina myös aiemmin. Ilkka Latomäki ei päässyt finaaliin ja häntä tuli finaaliin tuuraamaan SeAMKilta tutkimus- ja kehityspäällikkö Karri Kallio.

Karri Kallio toimii Seinäjoen ammattikorkeakoulussa tutkimus- ja kehityspäällikkönä, joka näkee enemmän mahdollisuuksia kuin mahdollisuuksia. Kehittäminen on veressä ja halu auttaa niin opiskelijoita kuin yrityksiä on vahva. Tiivistettynä siis ruoka-alan yleisheiluja, joka innostuu kaikesta ja haluaa osaltaan olla ratkaisemassa alaa koskevia haasteita.

Seinäjoen yliopistokeskus UCS on myöntänyt useana vuonna rahallista avustusta Food Business Challenge:n järjestämiseen ja osallistunut ideakilpailun tuomarointiin. UCS:ltä kilpailun tuomaristoon saatiin Leena Viitaharju.

Leena Viitaharju työskentelee projektipäällikkönä ja tutkijana Helsingin yliopiston Ruralia-instituutissa Seinäjoella elintarvike- ja pienyrittäjyyteen liittyvissä tutkimus- ja kehittämishankkeissa. Leenan tutkimus- ja kehittämistoiminnan intressit liittyvät mm. yritysten välisiin liikesuhteisiin, yritysten innovaatiotoimintaan, vaihtoehtojen jakelukanavien hyödyntämiseen sekä kestävämpään julkiseen ruokailuun. Myös vapaa-ajalla hyvän ruoan ystävä.



Euroopan unionin
osarahoittama

Henni Välimaa toimii Seinäjoki Congressin sisäänheittäjänä ja hänet tunnetaan myös lisänimellä Some Queen. Henniltä toi tuomaristoon tärkeää osaamista myynnistä ja markkinoinnista.

Henni Välimaa on markkinoinnin, myynnin ja tapahtumien moniosaaja, joka nauttii kehittämisestä, innovaatioista ja uusista jutuista. Henni innostuu helposti, ajattelee isosti ja haaveilee paljon, mutta ymmärtää toki työelämän (ja elämän) realiteetit ja resurssit. Seinäjoen sisäänheittäjänä ja myyntipäällikkönä Seinäjoki Congressissa Henni markkinoi Seinäjokea hyvänä kokous- ja tapahtumakaupunkina ja autan asiakkaita löytämään täydelliset puitteet erilaisille tapahtumille ja tilaisuuksille Seinäjoen seudulta.

Yritys- ja tuotteistamisen näkökulmaa tuomaristoon toi Atrialta tutkimus- ja kehitysjohtaja Anu Saranpää.

Anu Saranpää on työskennellyt Atrialla yli 10 vuotta erilaisissa tuotteistamiseen liittyvissä tehtävissä. Tällä hetkellä hän toimii Atrialla tutkimus- ja kehitysjohtajan tehtävissä. Anu omaa pitkän kokemuksen niin elintarviketeollisuudesta kuin kuluttaja- ja markkinatutkimuksesta. Kuluttajaymmärryksen ja kuluttajia puhuttelevien ratkaisujen kehittäminen ovat hänelle vahvoja osaamisalueita. Koulutukselta Anu on elintarviketieteen maisteri Helsingin yliopistosta.

Nordic Foodtech VC:n Lauri Reuterin osaamisaluetta on uudet innovaatiot ja startup-maailma. Lauri ei valitettavasti päässyt paikalle finaaliin, mutta oli mukana arvioimassa kilpailutöitä Food Business Challengessa vuonna 2024.

Lauri Reuter on biotekniikan tohtori, yksi Pohjoismaiden ensimmäisen ruokateknologian keskittyvän pääomasijoitusrahaston perustajista. Lauri työskentelee tällä hetkellä sijoitusjohtajana Nordic Foodtech VC:ssä.

Ideasarjaan saapui vuonna 2024 kahdeksan ideakuvausta. Työt olivat:

- Coffee deodorant
- Digikeittiö
- Elf Cakes
- GreenPlates
- Karabou (finalisti)
- Jauhemaisen plasma-isolaatin hyödyntäminen elintarviketeollisuudessa (finalisti)
- TrainEat
- Visiopakkaus (finalisti)

Startup-sarjaan osallistuneet työt olivat:

- Goats in the tree (finalisti)
- Ravintola-alan kestävyystiekartta (finalisti)

Tuomaristolla oli ideakuvausten palautuksen jälkeen kaksi viikkoa aikaa pisteyttää sarjojen ideakuvaukset ja antaa töistä myös sanallista palautetta. Kaikille osallistuneille välitettiin tuomariston kommentit riippumatta siitä, etenikö työ finaaliin asti. Finaaliin edenneillä



Euroopan unionin
osarahoittama

tiimeillä oli noin kuukausi aikaa halutessaan hioa työtä ennen varsinaista finaalipäivää Lakeus kokkaa -messuilla. Finaalipäivänä tuomaristo kuunteli (kuva 5) finalistien pitchaukset ideakuvauksista ja heillä oli myös mahdollisuus kysyä lisätietoa työstä. Pitchaukset käytiin läpi aakkosjärjestyksessä sarjoittain. Pitchausten jälkeen tuomaristo vetäytyi pohtimaan kuinka finalistit sijoittuvat sarjoissa ja tämän jälkeen julistettiin sarjojen voittajat.



Kuva 5. Anu Saranpää, Henni Välimaa, Leena Viitaharju ja Karri Kallio kuuntelevat finalistin esitystä Lakeus kokkaa -messuilla.

Keskusteluissa tuomariston kanssa nousi esille tuomariston tarve puheenjohtajaan. Tämä selkiyttää tuomarointiprosessia itse finaalipäivänä. Myös selkeämpää struktuuria finalistien pisteyttämiseen kaivattiin, koska finalistien järjestykseen laittaminen tuntui haastavalta. Toinen esille noussut asia oli, että vaikka ideakilpailussa onkin startup-sarja, ei kilpailussa ollut kuitenkaan yhtään startupia ja sarjan nimi sellaisenaan voi olla opiskelijalle harhaanjohtava. Lisäksi oli tehty huomio, että ideasarjassa oli töitä, jotka olisivat kuuluneet startup-sarjaan. Kaken kaikkiaan kilpailua ja sen tuomarointia pidettiin mukavana.

Tuomariston edustajien ja Hanna Hietikon kanssa käytyjen keskustelujen pohjalta ideakilpailun sarjojen nimet päätettiin muuttaa kuvaavammiksi. Ideasarja nimettiin **Inspiraatiosta ideaksi** -sarjaksi ja Startup-sarja sai nimen **Ideasta toteutukseen**. Sarjojen sisällöt pysyivät samana, eli ensimmäisessä sarjassa etsitään korkealentoisuutta ja rohkeaa muutosta ja jälkimmäisessä painottuvat liiketoimintamahdollisuudet ja toteutettavuus. Sarjojen uusilla nimillä pyritään laskemaan opiskelijoiden kilpailuun osallistumiskynnystä ja myös linkittämään sarjat keskenään jatkumoksi.



Euroopan unionin
osarahoittama

Food Business Challenge -ideakilpailun finaali 2024

Food Business Challenge'n finaali on aiempina vuosina pidetty SeAMKin tiloissa. Vaikka ammattikorkeakoulun tilat ovat hyvät, haluttiin kilpailun finaalille saada enemmän näkyvyyttä ja koko kisalle tunnettavuutta. Lisänäkyvyyden saamiseksi ryhdyttiin etsimään tapahtumaa, jonka yhteydessä finaalin voi pitää. Pohjanmaa Expo Oy järjestää Seinäjoella vuosittain toukokuussa Lakeus kokkaa -messut, joka on hotelli- ja ravintola- ja keittiöalan ammattilaisille ja ostajille suunnattu ammattilaistapahtuma. Messuilla on näytteilleasettajana eri kokoisten elintarvikealan yritysten lisäksi SeAMK ja SEDU. SeAMKista messuilla on ollut esillä restonomialan osaamista. Messut ovat maksuttomat messukävijälle, mutta vaativat rekisteröitymisen.

Messujärjestäjän kanssa päädyttiin sopimukseen, että finaalin lisäksi messuille tuodaan muutakin ohjelmaa. Ennen finaalin pitchauksia SeAMKin kestävä ruokaratkaisut -hankkeista tarjottiin messukävijöille tietoisukuja. Hankkeista mukana olivat KasvisPRO, Wasteless Food Services in Finland, Kestävä digitaalinen kaksoisiirtymä (kuva 6) ja HIGHFIVE. Samaan aikaan Lakeus kokkaa -messujen kanssa järjestetään Elintarvikepäivät Helsingissä ja päällekkäisyys vähensi hanketyöntekijöiden mahdollisuutta pitää tietoisuku Seinäjoella.



Kuva 6 Jasmine Laitila esittelemässä Kestävä digitaalinen kaksoisiirtymä -hankeen toimenpiteitä Lakeus kokkaa -messuilla. Hanke on EU:n osarahoittama.

Ennen finaalia lähetettiin finalistille ohjeet saapumisesta Arenalle, päivän kulusta ja millaista esitystä finaalissa odotetaan. Lisäksi järjestettiin Teams-tapaaminen, jossa käytiin ohjeistus läpi ja annettiin finalistille mahdollisuus kysyä tarkennuksia. Finalistit esittelivät ideakuvauksensa tuomaristolle 3–5 minuutin pitchauksena, jonka tueksi he valmistelivat PowerPoint-esityksen.



Euroopan unionin
osarahoittama

Hankerahalla oli mahdollista kustantaa finalistien matkat Seinäjoelle ja takaisin. Tämä oli kilpailun järjestämiseen tärkeä lisä, koska opiskelijan rahatilanne voi joskus olla heikko. Matkakulujen kustantamisella pystyttiin houkuttelemaan opiskelijoita jättämään ideakuvaus kisaan, jolloin kenenkään osallistuminen ei jäänyt kiinni junalipun hinnasta. Finalisteille ostettiin junapaikat läheltä toisiaan ja paluumatkalla opiskelijat olivat käyttäneet matka-ajan hyväksi verkostoitumiseen ja ajatusten vaihtoon muun muassa kilpailusta sekä omista oppilaitoksista ja opiskeluista.

Food Business Challengessa on finalisteille rahapalkinnot. Molemmissa sarjoissa voittaja sai 500 €, toiseksi tullut 300 € ja kolmas 150 €. Koska Startup-sarjassa oli vain kaksi osallistujaa, päätettiin sarjan kolmas palkinto myöntää yleisöäänestyksen perusteella. Jos kilpailun osallistuu tiiminä, jaetaan palkintosumma tiimiläisten kesken.



Euroopan unionin
osarahoittama

Finaalipäivänä opiskelijoiden ja tuomariston saavuttua Areenalle, käytiin lavalla läpi finaalin kulku. Ensin harjoiteltiin tuomariston lavalle saapuminen ja tämän jälkeen finalistit kutsuttiin lavalle ja näytettiin, kuinka finaalin esitystekniikka toimii. Tämä koettiin hyväksi, koska vaikka finalisteja jännitti, he tiesivät mitä tapahtuu, missä järjestyksessä ja kuinka pitää toimia. Yksi finalisteista asui Dubaissa ja hänelle järjestettiin mahdollisuus esitellä työnsä Teamsin kautta. Hänen kanssaan tarkistettiin tekniikan toimivuus ennen tapahtuman alkua. Finaalin jälkeen opiskelijoilla oli aikaa verkostoitumiseen näytteilleasettajien kanssa.

Finaalille löydettiin juontaja (kuva 7) nopealla aikataululla SeAMKin kulttuurituottajaopiskelijasta. Juontajalle kirjoitettiin työtodistus, jonka kautta hän sai juonnosta kaksi opintopistettä. Lisäksi juontaja laskutti kevytyrittäjäpalvelun kautta korvauksen. Juontaja tutustui kilpailuun, teki juontokortit ohjelmarungon ja muun annetun materiaalin perusteella ja juonsi finaalin lisäksi ennen finaalia nähtyjen hankkeiden tietoisukujen pitäjät lavalle.



Kuva 8 Karri Kallio kertoo Food Business Challenge -ideakilpailun tulokset.



Euroopan unionin
osarahoittama

Startup-sarja ensimmäiselle sijalle sijoittuivat Saana Kunnas ja Kaisa Palma HAMKista työllä Ravintola-alan kestävyystiekartta. XAMKin Erika Lahtosen työ Goats in the tree sijoittui toiseksi. Ideasarjan voittivat HAMKin opiskelijat Maria Heino, Noora Komulainen ja Tomi Rantonen suklaan korviketta käsittelevällä Karabou-ideakuvauksella, toiseksi sijoittui LABin Marianne Valola ja Jyväskylän yliopiston Visiopakkauksella ja kolmanneksi tuli SeAMKin Henna Yli-Kyyny ideallaan jauhemaisesta plasmalaislaattista. (Kuva 8) Vuoden 2024 violetti väri näkyi (kuva 8 ja 9) väliajoilla taustalla pyörineessä PowerPoint-esityksessä, kukkien väreissä, kunniakirjoissa sekä kilpailua varten tehdyissä kaulanauhojen korteissa. Kilpailulle teetetyt paidat ja avainnauhat toivat kilpailun ilmeeseen yhteneväisyyttä. Food Business Challengen ilme näkyi myös kilpailun finalisteille lähetetyissä kunniakirjoissa.



Kuva 9 Marianne Valola, Henna Yli-Kyyny, Saana Kunnas, Kaisa Palma, Marianne Heino ja Noora Komulainen iloisina finaalin jälkeen.

Pohjanmaa Expo vastasi messupaikan ja messulavan rakentamisesta. Lavan rakentamisen osalta messujärjestäjä laskutti hanketta. Messuorganisaatio keräsi palautetta näytteilleasettajilta ja yhtenä kysymyksenä oli, kuinka ohjelma sopi messuille. Lakeus kokkaa -messuilla on ollut lavalla järjestettävää ohjelmaa aiemmin, mutta ei muutaman viime vuoden aikana. Näytteilleasettajat olivat kokeneet ohjelman sopivan messuille ja tuovan lisää "messutunnelmaa" eikä lavan äänentoisto ollut häirinnyt oman toiminnan esittelemistä.



Euroopan unionin
osarahoittama

Tulevina vuosina Pohjanmaa Expo Oy osallistuu Food Business Challenge -ideakilpailun järjestämiseen kustantamalla lavan rakentamisen ja mainostamalla kilpailua omissa kanavissaan. SeAMK markkinoi Lakeus kokkaa -messuja kanavissaan ja tuo messuille ohjelmaa hankkeiden tietoisuuksien ja finaalin muodossa.

Finaalin äänentoiston ja muun tekniikan toteutti Sound Bros, joka oli Pohjanmaa Expon käyttämä yritys. Hanke maksoi äänentoiston kustannukset. Jatkossa finaalin äänentoiston ja tekniikan hoitaa mahdollisuuksien mukaan SeAMKin viestintä- ja markkinointitiimi.

Finalistien palaute verkkototeutuksesta ja ideakilpailusta

Finaaliin edenneiltä opiskelijoilta kerättiin anonymisia palautetta verkkototeutuksesta, kilpailusta ja finaalin järjestelyistä. Yhteensä yhdeksästä finaaliin edenneestä opiskelijasta palautekyselyyn vastasi viisi. Palautetta pyydettiin seuraavista asioista:

- Mistä kuulit Food Business Challenge -ideakilpailusta
- Food Business Challenge -verkkototeutukselle liittyminen oli helppoa/hankalaa (mahdollisuus antaa tekstipalautetta)
- Verkkototeutuksen rakenne oli selkeä/sekava (mahdollisuus antaa tekstipalautetta)
- Kuinka kehittäisit Food Business Challenge -verkkototeutusta? Voit myös kertoa mikä siinä oli mielestäsi onnistunutta? (avoin kysymys)
- Mielipiteesi Food Business Challenge -ideakilpailun järjestelyiden tarpeellisuudesta.
1 = turha 5 = tarpeellinen
 - Tuomaristolta tulleet kommentit
 - Aikaa muokata finaalityötä ennen finaalipäivää
 - Teams, jossa käytiin läpi finaalia
- Mielipiteesi finaalipäivän järjestelyistä. 1 = täysin eri mieltä 5 = täysin samaa mieltä
 - Pääsin sujuvasti finaali paikalle
 - Ohjeistus oli selkeää, esim. finaalin läpikäyminen lavalla
 - Lakeus Kokkaa -messut oli hyvä paikka finaalille
 - Tunnelma oli hyvä
- Olen luonut uusia verkostoja ideakilpailun avulla kyllä/en
- Avoin palaute kilpailusta ja finaalista
- Terveiset Lotalle ja Sannille (hanketyöntekijät)

Vastaajista kolme oli kuullut Food Business Challengesta CampusOnline -postaalin kautta, yksi opiskelukaverilta ja yksi koulussa järjestetystä infotilaisuudesta. Verkkototeutukselle liittyminen oli kaikkien osallistujien mielestä helppoa, samoin verkkototeutuksen rakenne koettiin selkeänä.

Avoimessa kysymyksessä verkkototeutuksen kehittämisestä (taulukko 3) nousi esiin tarve saada tietoa edellisten vuosien ideoista. Aiempien vuosien työt on koostettu verkkototeutukselle pdf-muotoon, mutta jatkossa tiedosto nostetaan paremmin esille. Samoin ohjeistusta tehtävien tekemisestä tiimissä tulee selkeyttää. Osatehtäviin tiimi voi



**Euroopan unionin
osarahoittama**

kirjoittaa yhteistä sisältöä, mutta jokaiselta opiskelijalta tulee löytyä tehtäväpalautuksesta myös omaa pohdintaa käsiteltävästä aiheesta. Hyvänä pidettiin ison kokonaisuuden pilkkomista pienempiin osiin.



Euroopan unionin
osarahoittama

Taulukko 3 Palautekyselyn avoimet vastaukset liittyen verkkototeutuksen kehittämiseen.

Kuinka kehittäisit Food Business Challenge -verkkototeutusta? Voit myös kertoa mikä siinä oli mielestäsi onnistunutta?
Verkkototeutus oli mielestäni onnistunut. Siihen voisi vielä sisällyttää osion, jossa tutustutaan edellisten vuosien kilpailijoiden ideoihin.
Tehtävät olivat hyvin selkeitä sisällöltään ja valmisti kilpailuun. Olimme mukana tiiminä, joten aluksi oli vähän epäselvää että miten tehtävät tehdään yhdessä ja tiimissä.
Verkkototeutus oli selkeä ja jakoi työn mukavasti pienempiin osiin. Tällöin pääsi ajattelemaan aihetta monipuolisemmin. Ei korjausideoita siis .

Taulukosta 4 selviää vastaajien pitävän tarpeellisina tuomaristolta tullutta sanallista palautetta ja mahdollisuutta muokata ideakuvausta ennen varsinaista finaaliapäivää. Mielenpitoessa ennen finaalia pidetystä teamsista oli hieman hajontaa, mutta sekin koettiin ennemmin tarpeellisena kuin turhana. Kisan järjestäjä koki teamsin tarpeellisena, koska silloin opiskelijat helpommin kysyvät, jos jokin kilpailun kulussa tai finaalissa on jäänyt epäselväksi.

Taulukko 4 Palautekyselyn avoimet vastaukset kysymykseen Mielenpitoesi Food Business Challenge -ideakilpailun järjestelyiden tarpeellisuudesta.

Mielenpitoesi Food Business Challenge -ideakilpailun järjestelyiden tarpeellisuudesta. 1=turha 5=tarpeellinen							
	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Mediaani
Tuomaristolta tulleet kommentit	0	0	0	1	4	4,8	5,0
Aikaa muokata finaalityötä ennen finaaliapäivää	0	0	0	1	4	4,8	5,0
Teams, jossa käytiin läpi finaalia	0	0	1	1	3	4,4	5,0
Yhteensä						4,7	5,0

Finaaliin edenneiltä opiskelijoita kysyttiin myös mielenpidettä finaaliapäivän järjestelyistä. Kaikki finalistit olivat päässeet Areenalle sujuvasti, vaikka Seinäjoki on vieras paikkakunta. Ohjeistus finaali paikalla oli ollut selkeää ja kilpailun tunnelma oli koettu hyväksi. Mielenpitoessa Lakeus kokkaa -messuista finaali paikkana oli hajontaa, mutta kokonaisuutena messuja pidettiin hyvänä.

Taulukko 5 Palautekyselyn vastaukset kysymykseen finaaliapäivän järjestelyistä. n=5

Mielenpitoesi finaaliapäivän järjestelyistä. 1 = täysin eri mieltä 5 = täysin samaa mieltä							
	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Mediaani
Pääsin sujuvasti finaali paikalle	0	0	0	0	5	5,0	5,0
Ohjeistus oli selkeää, esim. finaalin läpikäyminen lavalla	0	0	0	0	5	5,0	5,0
Lakeus Kokkaa -messut oli hyvä paikka finaaliille	0	0	0	2	3	4,6	5,0
Tunnelma oli hyvä	0	0	0	0	5	5,0	5,0
Yhteensä						4,9	5,0

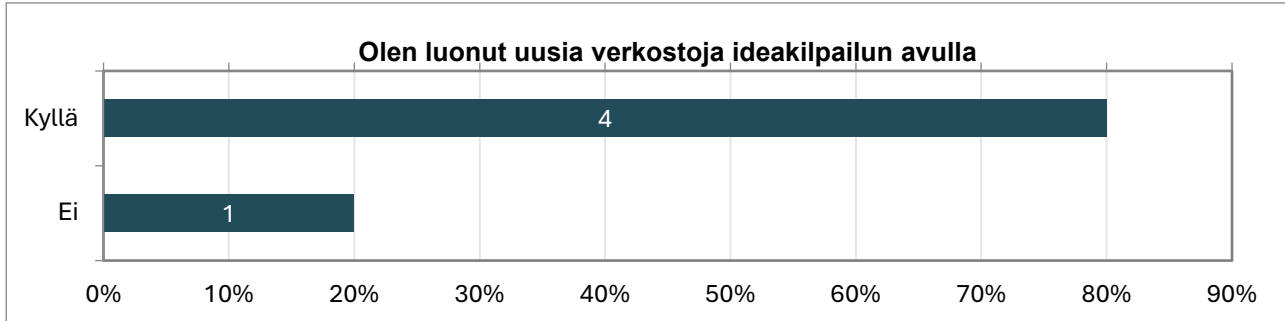


**Euroopan unionin
osarahoittama**



Euroopan unionin
osarahoittama

Viidestä vastanneesta neljä oli luonut uusia verkostoja ideakilpailun avulla. Verkostoitumisen mahdollistaminen ja harjoittelu on yksi kilpailun elementeistä.



Kuvaaja 1 Neljä viidestä vastaajasta oli luonut uusia verkostoja ideakilpailun avulla. n=5

Palautekyselyssä annettiin opiskelijoille mahdollisuus antaa avointa palautetta finaalista ja kilpailusta sekä lähettää terveisiä järjestäneille hanketyöntekijöille. Kilpailusta ja finaalista oli jäänyt osallistujille hyvä tunnelma. Kilpailun markkinointia tulisi olla enemmän ja aikaisemmin. Tähän on paneuduttu hankkeena aikana toteutetussa kilpailun viestinnän ja markkinoinnin kehittämisessä.

Taulukko 6 Avoin palaute kilpailusta ja finaalista sekä terveiset järjestäjille.

Avoin palaute kilpailusta ja finaalista
Aivan ihana, kannustava tunnelma läpi kilpailun. Järjestelyt oli hoidettu ammattimaisesti ja voittajille annettiin selkeä kuva miten toimitaan. Jäi todella hyvä fiilis.
Kiva kilpailu. Finaali myös hyvin järjestetty. Itse kurssin markkinointi voisi olla tehokkaampaa ja siitä voisi olla enemmän uutisointia jo ennen kurssin alkua.
Terveiset Lotalle ja Sannille
Kiitos Lotta ja Sanni! Hyvin vedetty!
Kiitos lämpimästä ja ihmisläheisestä kohtaamisesta, ihanaa kesää teille kummallekin!
Kiitos kun järjestitte!

Opiskelijoilta finaali päivänä saatu suullinen palaute oli kiittävää. Tunnelma oli onnistuttu luomaan lämpimäksi ja avoimeksi. Finalistit pitivät hyvänä, että heillä oli mahdollisuus tutustua toisiinsa ja tavata tuomaristo ennen finaalia. Seinäjoen ammattikorkeakoulu koettiin oppilaitoksena, joka ottaa ihmisen huomioon.

Food Business Challengen uuden konseptin luominen

Hankkeen toimenpiteiden toteuttaminen oli aikataulullisesti haastavaa. Vaikka hankeaika alkoi syyskuussa 2024, päästiin hanke varsinaisesti aloittamaan marraskuussa muiden päättymässä olleiden hankkeiden takia. Kilpailun järjestämisestä ei aiempina vuosina ollut laadittu runkoa ja tiedot järjestämiseen etsittiin aiempien vuosien tiedostoista. Kilpailun järjestäminen pitää aloittaa syksyllä, eikä kesken verkkototeutuksen ja kilpailun voi tehdä



Euroopan unionin
osarahoittama

näihin suuria muutoksia. Yhtäkkiset muutokset antavat järjestäjäorganisaatiosta ja ideakilpailusta epäammattimaisen kuvan.

Ideakilpailun aikatauluista päätettäessä pohdittiin verkkototeutuksen toteuttamista keväällä ja finaalin järjestämistä syksyllä. Tämä olisi antanut aikaa konseptin uudistamiselle. Finaali olisi voinut olla esimerkiksi osana Into Seinäjoen syksyisin järjestämää Space Pitch -tapahtumaa. Kilpailua järjestettäessä on kuitenkin otettava huomioon osallistujat, eli opiskelijat ja heidän aikataulunsa. Vaikka monessa oppilaitoksessa on nykyään käytössä jatkuva valmistuminen, valmistuu moni opiskelija kuitenkin keväällä. Finaalin sijoittuminen syksyyn olisi karsinut viimeisen vuoden opiskelijoita. Lisäksi liian pitkä aika verkkototeutuksen, jossa muodostuu lopullinen ideakuvaus, ja kilpailun finaalin välillä ei ole järkevää – kesän aikana ehtii unohtua koko kilpailuun osallistuminen. Food Business Challenge -verkkototeutus ja kilpailu tulee aikatauluttaa tammi-kesäkuun välille.

Food Business Challenge -ideakilpailun konsepti on itsessään hyvä, mutta se tarvitsi uutta ajattelua viestinnän ja markkinoinnin sekä yritys yhteistyön tiimoilta. Hankkeessa päädyttiin aikataulusyistä toteuttamaan verkkototeutus ja kilpailu aiempien vuosien tapaan, tehdä järjestämävaiheessa ne muutokset, joita pystyttiin tekemään ja kilpailun jälkeen tehdä konseptin kehittämiseksi tarvittavat toimenpiteet.

Food Business Challenge -ideakilpailua järjestettäessä selvisi, ettei SeAMKin sisällä opettajilla ole selkeää kuvaa mitä ko. verkkototeutus ja kilpailu pitävät sisällään. Osa opettajista ei tiennyt näiden olemassaolosta. Kisan integrointi opetukseen on pitkäjänteistä työtä, joka tulee kestämaan vuosia. Tähän vastataan opettajille tehdyllä tietopakettilla ja parantamalla sisäistä viestintää kilpailusta. Opiskelijoille suunnatut tietoiskut kilpailusta luentojen yhteydessä ovat tärkeitä ja samalla tieto välittyy myös opettajille. Kilpailusta kerrotaan opettajille myös tiimipalavereiden yhteydessä.

Tuomariston jäseniä etsiessä huomattiin, ettei pienillä yrityksillä ole välttämättä mahdollisuutta osallistua tuomarointiin. Tuomarointiprosessi vie jonkin verran aikaa ja aika on pois muusta työstä ja toimeentulosta. Yhteistyöyrityksien tulee olla tarpeeksi suuria, jolloin yhden työntekijän aikaresurssia on helpommin mahdollista irrottaa Food Business Challenge tai vaihtoehtoisesti työmäärää pystyy jakamaan useamman työntekijän kesken.

Hankkeen aikana käytiin tammikuussa 2024 Helsingissä Vegemessuilla tutustumassa alan uutuuksiin ja pieniin startupeihin. Maaliskuussa suunnattiin Helsinkiin FoodTec & PackTec messuille, jossa markkinoitiin tapahtumaa sopiville toimijoille. Syyskuussa Kokkolassa järjestettiin ensimmäinen National Finnish Clusters Event, jossa verkostoiduttiin ammattikorkeakoulu Savonian kanssa. Savoniasta löytyy esimerkiksi agrologikoulutusta.

Food Business Challengeen vaikuttavuus ja jatko

Vuonna 2024 FBC-verkkototeutukselle osallistuneista SeAMKin 28 opiskelijasta seitsemän jätti ideakuvauksen kilpailuun joko yksin tai tiimin kanssa. Ideakuvauksia jätettiin kilpailuun



Euroopan unionin
osarahoittama

SeAMKista yhteensä neljä, joista yksi eteni finaaliin saakka. Vuonna 2022 kilpailussa on ollut yksi osallistuja SeAMKista ja koko kilpailuun osallistui 15–20 opiskelijaa. SeAMKilaisten osallistujien määrää pystytään jatkossa nostamaan entisestään uudistetuilla viestinnän ja markkinoinnin toimenpiteillä.

Ideakilpailu päätettiin suunnata suomalaisissa korkeakouluissa opiskeleville tutkinto-opiskelijoille. Toisen asteen mukanaolo vaatii sarjojen lisäämistä, koska toisen asteen opiskelijoiden osaamistaso on erilainen verrattuna korkeakoulussa opiskeleviin. Kilpailusta viestitään kuitenkin jatkossa myös Etelä-Pohjanmaan alueen toisen asteen oppilaitoksille keskittyen kilpailun finaaliin. Finaalin seuraaminen paikan päällä antaa näkyvyyttä elintarvikealan jatko-opintojen mahdollisuuksista ja tätä kautta voi lisätä nuoren halua nostaa koulutustasoaan.

Ideakilpailun finalistit olivat vuonna 2024 aktiivisia verkostoitujia. Karabou-tiimi kontaktoi Dubaissa asuvan osallistujan, löytääkseen tuotteelleen raaka-ainetta. Seinäjoella järjestettiin kesäkuussa 2024 kansainvälisen ERIAFF-verkoston konferenssi ja Ravintola-alan kestävyystiekartta -tiimi tuli kertomaan työstään kansainväliselle yleisölle. He ovat käyneet kertomassa konseptistaan myös asuinpaikkansa päättäjille ja yrityksille. Jauhamaisen plasmaisolaatin jatkokehitysmahdollisuuksia on tutkittu SeAMKissa.

Food Business Challenge kokoaa yhteen erikokoisia ruokasektorin toimijoita, mikä mahdollistaa verkostoitumisen ja yhteistyön. Yritykset voivat luoda suhteita opiskelijoihin, asiantuntijoihin ja muihin yrityksiin, mikä voi johtaa tulevaisuuden yhteistyöprojekteihin. Kilpailu kannustaa opiskelijoita ja yrityksiä hyödyntämään uusia teknologioita ja älykkäitä ratkaisuja. Tämä voi johtaa innovatiivisiin tuotteisiin ja palveluihin, jotka vastaavat nykyajan haasteisiin.

Food Business Challenge on yksi innovaatioekosysteemin osa-alue, jonka kautta yritykset pääsevät yhteistyöhön tutkimuslaitosten ja oppilaitosten kanssa. Yhteistyö tuo lisäarvoa tuotekehitykseen ja tutkimukseen ja voi myös avata ovia rahoitusmahdollisuuksiin ja projekteihin. Kilpailu tarjoaa yrityksille mahdollisuuden osallistua opiskelijoiden koulutukseen ja kehitykseen. Yritykset toimiminen sparraajana ja tuomarina parantaa yrityksen omaa osaamista ja ymmärrystä nuorten yrittäjien ja opiskelijoiden tarpeista.

Food Business Challenge viestinnässä ja markkinoinnissa on jatkossa apuna Vaasan yliopiston Hanna Hietikko. Hietikko tukee kilpailun järjestämistä markkinointiyhteistyönä opiskelijamedia Pomedian kanssa ja tulee kommentoimaan medialle lähetettäviä tiedotteita. Pomediaan voi tuottaa sisältöä toisen asteen ja korkeakoulujen opiskelijat ja Food Business Challenge antaa mahdollisuuden harjoitella juttujen kirjoittamista.

Into Seinäjoen, Helsingin yliopiston Ruralia-instituutin ja Seinäjoen ammattikorkeakoulun järjestämä Food Days -tapahtuma on erinomainen paikka finalisteille päästä kertomaan kilpailutyöstään ja kokemuksistaan FBC:ssä. Food Daysin paikkaa elintarvikealan tapahtumana ollaan vakiinnuttamassa ja Food Business Challenge voi olla tukea tavoitteen toteutumisessa.



Euroopan unionin
osarahoittama

Yrityksistä Food Business Challengessa on mukana ovat Atria, FoodWest ja Nordic Foodtech VC. Keskusteluissa osallistumismuotoja ovat muuan muassa:

- Vuoden teeman ideointiin osallistuminen ja kilpailusta kertominen omissa kanavissa
- Kilpailun tuomarointi
- Finalistien sparraus
- Verkkototeutuksen sisällön tuottamiseen osallistuminen, esimerkiksi luento osatehtävän aiheesta tai yrittäjätarinat
- Pieni rahallinen panostus (200–500 € / yritys) kilpailun järjestämisen tukemiseen
 - Kilpailun voittajien palkinnot
 - Finalistien matkakustannuksien tukeminen

Food Business Challenge -hankkeen projektipäällikkö jatkaa verkkototeutuksen ja ideakilpailun järjestämistä Seinäjoen ammattikorkeakoulussa. SeAMK on budjetoitunut palkkakuluihin ja jonkin verran muihin kilpailusta syntyviin kuluihin. Yhteistyötä Y-zonen kanssa tiivistetään ja jatketaan työtä kilpailun integroimiseksi osaksi opetusta. Opettajille suunnattu infopaketti jaetaan myös oppilaitoksille, joille kilpailua markkinoidaan.

Kilpailuun etsitään jatkossakin aktiivisesti mukaan lisää yhteistyöstä kiinnostuneita organisaatioita.

Vuoden 2025 teemasta keskustellaan ja päätetään 2024 loppupuolella yhteistyöorganisaatioiden kanssa ja kilpailun tuomarointi tapahtuu huhti-toukokuussa 2025. Tuomariston taustaorganisaatiot tarjoavat etänä sparrausta halukkaille finalisteille kerran ennen finaalia.

Innovaatioekosysteemin sisällä Food Business Challenge mahdollistaa suurten elintarvikealan yritysten roolin kasvattamista liiketoimintaekosysteemin uudistamisessa ja startup kulttuurin luomisessa tarjoamalla aitiopaikan opiskelijoiden uusiin ideoihin. Vaikka idea ei vielä olisikaan aivan toteuttamiskelpoinen esimerkiksi puuttuvan teknologian vuoksi, voidaan opiskelijan kehitystyön tukemisessa olla mukana.

Food Business Challenge vahvistaa ruokainnovaatioekosysteemiä tuomalla kilpailun finalisteja kertomaan Etelä-Pohjanmaalla järjestettäviin elintarvikealan tapahtumiin. Kansainväliseen Food Days -tapahtumaan osallistuminen mahdollistaa verkostoitumisen myös ulkomaille. FBC tuo elävyyttä paikallisesti ja kansallisesti elintarvikealan kentälle ja luo opiskelijoille Ruokaprovinssistrategian osana olevaan heimotunnetta.

Ideakilpailun kattoteemana on kestävä ruokaratkaisut ja kestävyys tulee näkyä kilpailuun osallistuvissa ideakuvauksissa. FBC lisää opiskelijoiden ymmärrystä yrittäjyydestä ja lisää mahdollisuuksia elintarvikealan liiketoimintaan. Ideakilpailu edistää eri organisaatioiden välistä keskustelua alan tarpeista ja mahdollisuuksista. Opiskelija saa arvokasta kokemusta ja mahdollisuuden kehittää omaa ideaa innovaatioksi ja konseptiksi asti.

Food Business Challenge -hanke on EU:n osarahoittama ja se toteutettiin ajalla 1.9.2023–30.11.2024.



**Euroopan unionin
osarahoittama**

Lämmin kiitos kaikille Food Business Challengeen osallistuneille ja yhteistyökumppaneille!