



**Rahoituslain nojalla myönnetyt EAKR- ja JTF-tuet
Euroopan aluekehitysrahasto EAKR
Oikeudenmukaisen siirtymän rahasto JTF KEHI**

Hankkeen perustiedot

Hankkeen nimi Food Business Challenge
Hankekoodi A80094
Tuen saajan nimi Seinäjoen ammattikorkeakoulu

Tiivistelmä

Hankkeen tulosten tiivistelmä
Vastaus julkaistaan tietopalvelussa

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 liiketoiminta-aihoita, 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.

Hankkeen aikana Food Business Challenge -ideakilpailu järjestettiin kerran ja kokonaisuudessaan kilpailu järjestettiin jo seitsemättä kertaa. Osallistumisen tukena toimii FBC – Food Business Challenge - verkkototeutus, jota on järjestetty vuodesta 2019 alkaen. Verkkototeutuksella kilpailuideaa 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 ideaa tarkemmin, pohditaan sitä kestävyuden kannalta ja kartoitetaan markkinoilla toimivia kilpailijoita sekä millaista osaamista idean toteuttaminen vaatii.

Hankkeen aikana huomattiin kilpailun satjosten nimien nostavan opiskelijoille haastavia ja opiskelijat eivät löytäneet oikeaan sarjaan. Huomion tuloksena 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.

Kilpailun tuomaristossa mukana olleiden organisaatioiden kanssa käytiin läpi kilpailua ja käytiin keskustelua, kuinka kilpailua voidaan kehittää. Keskustelujen tuloksen a luotiin yhteistyömalli yrityksille ja muille organisaatioille. Tuleville vuosille lupautuivat mukaan Atria, FoodWest ja Nordic Foodtech VC. Yhteistyökumppaneita etsitään mukaan myös jatkossa.

Yhteistyökumppanit osallistuvat kilpailun tuomarointiin, tarjoavat asiantuntemusta ja resursseja, sekä tukevat kilpailun markkinointia. Elintarvikealan yrityksiä on aiemmin ollut haastavaa saada mukaan kilpailuun yhteistyökumppaneiksi ja hankkeen tuloksena luotiin yhteistyökumppanimalli.

Yhteistyökumppaneiden rooli voi sisältää muun 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
 - oKilpailun voittajien palkinnot
 - oFinalistien matkakustannuksien tukeminen

Hankkeen tuloksena ideakilpailun viestintää ja markkinointia kehitettiin useilla tavoilla:

- Uuden ilmeen luominen: vanha logo korvattiin selkeämmällä ja graafisemmalla versiolla, joka on käytössä kilpailun markkinoinnissa
 - Opiskelijamedia Pomedial: 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:
- Tietopaketit opettajille: opettajille on laadittu materiaalia, joka selventää kilpailun sisältöä ja integrointimahdollisuuksia opetukseen
 - Infotilaisuudet: järjestetään luennoille tietoiskuja, 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 kestäväää kehitystä, 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 Ruokaprovinssistrategian puitteissa.

Hankkeen tulosten englanninkielinen tiivistelmä

Vastaus julkaistaan tietopalvelussa

The Food Business Challenge (FBC) is an innovation competition organised by Seinäjoki University of Applied Sciences (SeAMK), aimed at higher education students. The competition was launched in 2017 as part of the AB Seinäjoki project, and its goal is to promote new ideas and business opportunities in the food sector. Competition covers the entire food chain from primary production to consumers.

The aim of the Food Business Challenge project was to meet the following needs:

- Developing new business: Competition can produce business ideas that can contribute to the well-being of the province in the future.

- Promoting startup culture: South Ostrobothnia faces challenges due to a lack of startup culture and growth entrepreneurship, which limits the region's innovativeness and growth opportunities.
- Increasing impact: The project aims to expand the accessibility and number of participants of the competition. The competition takes into account the opportunities of digitalisation, smart solutions and new technologies, which strengthens the participants' entrepreneurial skills and foresight skills.
- Expanding the collaboration base: FBC brings together food sector actors of different sizes in the region, which promotes collaboration and innovation. The goal is to create a vibrant and sustainable food sector that will meet the challenges of the future.

The main development measures of the Food Business Challenge idea competition focused on the communication and marketing of the competition, the look of the competition and the development of a cooperation model between different organisations.

The names of the competition series were changed from Idea and Startup series to better reflect their content and goals. The name changes are based on a desire to lower the entry threshold and guide students to find a suitable series for their competition work.

- The Inspiration to Idea series focuses on high-flying and bold ideas.
- The Idea to Implementation series emphasizes business opportunities and feasibility.

Partners such as Atria, FoodWest and Nordic Foodtech VC have agreed to participate in the competition. The partners participate in judging the competition, provide expertise and resources, and support the marketing of the competition. Their role includes:

- Jurying: experts evaluate competition entries and give feedback
- Sparring: the finalists are provided with opportunities to develop their ideas through collaborators.
- Marketing: partners help to increase the visibility of competition in their own channels.

Competitive communication and marketing has been developed in several ways:

- Creating a new look: the old logo was replaced by a clearer and more graphic version used in the marketing of the competition
- Student media Pomedial: cooperation with student media and the University of Vaasa enables increased visibility of the competition and student participation in content production
- Thoughtful response to news criteria for media communications

Developing and integrating internal communication into teaching:

- Information packs for teachers: material has been prepared for teachers to clarify the content of the competition and opportunities for integration into teaching
- Info sessions: information sessions are organised for the lectures to inform students about the competition and its opportunities for students

The Food Business Challenge idea competition is in continuous development and aims to make the competition more attractive and accessible to students. The name changes of the series, the role of the partners, the development of communication and the steering of the participants are key measures that support the growth and effectiveness of the competition.

The Food Business Challenge is an important platform for students who want to develop their ideas and learn about business. The competition promotes innovation and sustainable development in the food sector, providing students with the opportunity to network and gain hands-on experience.

The Food Business Challenge idea competition is part of the innovation ecosystem and contributes to strengthening the role of large food companies in developing the business ecosystem and creating a startup culture. The theme of the competition focuses on sustainable food solutions, and it gives students valuable experience and the opportunity to develop their own ideas. FBC promotes discussion about the needs and opportunities of the industry between different organizations, while creating a tribal feeling for students within the framework of the Food Province Strategy.

Project employees are Project Manager Lotta Haapala and RDI Specialist Sanni Nikumatti.

Hankkeen toteutus, tulokset ja vaikutukset

Saavutettiin ko hankesuunnitelmassa esitetty kohderyhmä vai tuliko siihen muutoksia? Oliko muita toteutukseen liittyviä muutoksia?

Hankesuunnitelmassa kohderyhmää ovat ruoka-alan yrittäjyydestä ja innovaatioista kiinnostuneet opiskelijat. Kohderyhmänä ovat lisäksi alueen ruokasektorin ja kaupan alan yritykset, rahoittajat sekä kuluttajat. Kohderyhmään ei tullut muutoksia.

Miten kohderyhmä koki hankkeen? Millaista palautetta kohderyhmältä on saatu?

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.

Keskusteluissa tuomariston kanssa nousi esille tuomariston tarve puheenjohtajaan. Tämä selkiyttää tuomarointiprosessia itse finaalityönä. 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.

Finaaliin edenneiltä opiskelijoilta kerättiin anonymia palautetta verkkototeutuksesta, kilpailusta ja finaalin järjestelyistä. Yhteensä yhdeksästä finaaliin edenneestä opiskelijasta palautekyselyyn vastasi viisi.

Palautetta pyydettiin seuraavista asioista:

- Mistä kuult 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 finaalityötä
 - Teams, jossa käytiin läpi finaalia

- Mielipiteesi finaalityön järjestelyistä. 1 = täysin eri mieltä 5 = täysin samaa mieltä
 - Pääsin sujuvasti finaalityöpaikalle
 - Ohjeistus oli selkeää, esim. finaalin läpikäyminen lavalla
 - Lakeus Kokkaa -messut oli hyvä paikka finaalityölle
 - Tunnelma oli hyvä
- Olen luonut uusia verkostoja ideakilpailun avulla kyllä/en
- Avoin palaute kilpailusta ja finaalityöstä
- Terveiset Lotalle ja Sannille (hanketyöntekijät)

Vastaajista kolme oli kuullut Food Business Challengesta CampusOnline -postaalien 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 kirjoittaa yhteistä sisältöä, mutta jokaiselta opiskelijalta tulee löytyä tehtäväpalautuksesta myös omaa pohdintaa käsiteltävästä aiheesta. Hyvänä pidettiin ison kokonaisuuden pilkkomista pienempiin osiin.

Taulukko 1 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 finaalityötä. Mielenpitoessa ennen finaalia pidetystä teamsista oli hieman hajontaa, mutta sekin koettiin enemmän tarpeellisena kuin turhana. Kisan järjestäjä koki teamsin tarpeellisena, koska silloin opiskelijat helpommin kysyvät, jos jokin kilpailun kulussa tai finaalissa on jäänyt epäselväksi.

Taulukko 2 Palautekyselyn avoimet vastaukset kysymykseen Mielipiteesi Food Business Challenge -ideakilpailun järjestelyiden tarpeellisuudesta.

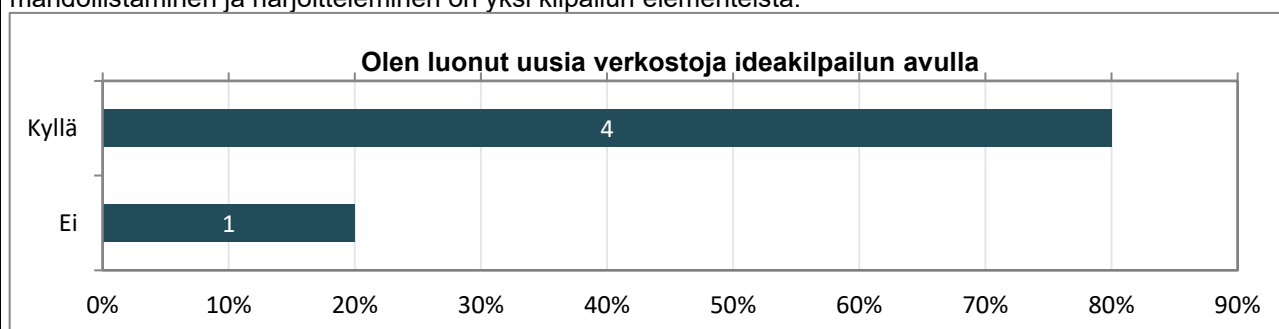
Mielipiteesi Food Business Challenge -ideakilpailun järjestelyiden tarpeellisuudesta.							
1=turha 5=tarpeellinen							
	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Mediaani
Tuomaristolta tulleet kommentit	0	0	0	1	4	4,8	5,0
Aikaa muokata finaalityötä ennen finaalityötä	0	0	0	1	4	4,8	5,0
Teams, jossa käytiin läpi finaalia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

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

Taulukko 3 Palautekyselyn vastaukset kysymykseen finaalityöiden järjestelyistä. n=5

Mielipiteesi finaalityöiden järjestelyistä. 1 = täysin eri mieltä 5 = täysin samaa mieltä							
	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Mediaani
Pääsin sujuvasti finaalityöpaikalle	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 finaalityölle	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

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 finaalityöstä ja kilpailusta sekä lähettää terveisiä järjestäjille ja kilpailusta ja finaalityöstä oli jäänyt osallistujille hyvä tunnelma. Kilpailun markkinointia tulisi olla enemmän ja aikaisemmin. Tähän on paneuduttu hankkeena aikana toteutetussa kilpailun viestinnän ja markkinoinnin kehittämisessä.

Taulukko 4 Avoin palaute kilpailusta ja finaalityöstä sekä terveiset järjestäjille.

Avoin palaute kilpailusta ja finaalityöstä
--

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.

Muuttuiko hankkeen aiottu maantieteellinen alue? Jos muuttui, niin miten?

Varsinaiset kehittämistoimenpiteet keskittyivät Etelä-Pohjanmaalle. Food Business Challenge on valtakunnallinen kilpailu. Verkkototeutuksella opiskelijoita oli seuraavista korkeakouluista: Seinäjoen ammattikorkeakoulun, Novia AMK, Jamk, LAB-ammattikorkeakoulu, HAMK, Xamk, Tampereen yliopisto, Oamk, Ammattikorkeakoulu Arcada, Turun AMK, KAMK, Jyväskylän yliopisto ja Centria-ammattikorkeakoulu. Kilpailun finaaliin asti etenivät opiskelijat SeAMKista, HAMKista, XAMKista, LABista ja Jyväskylän yliopistosta.

Miten hanke vastasi hankesuunnitelmassa esitettyyn tarpeeseen? Ilmenikö toteutuksen aikana uusia tarpeita?

Hankkeen toimenpiteiden toteuttaminen oli aikataulullisesti haastavaa. Vaikka hankeaika alkoi syyskuussa 2024, päästiin hanke varsinaisesti aloittamaan marras-joulukuussa 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 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 järjestämisvaiheessa 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 kestäväksi 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 tiimipalaverien 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 Challengelle tai vaihtoehtoisesti työmäärää pystyy jakamaan useamman työntekijän kesken.

FBC-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.

Vuonna 2024 FBC-verkkototeutukselle osallistuneista SeAMKin 28 opiskelijasta seitsemän jätti ideakuvauksen kilpailuun joko yksin tai tiimin kanssa. Ideakuvauksia jätettiin kilpailuun SeAMKista yhteensä neljä, joista yksi eteni finaaliin saakka. Kaikista verkkototeutuksen suorittaneista opiskelijoista 18 jätti ideakuvauksen kilpailuun yksin tai tiimissä.

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 jatkossa suunnata suomalaisissa korkeakouluissa opiskeleville tutkinto-opiskelijoille. Toisen asteen mukanaolo vaatii sarjojen lisäämistä, koska toisen asteen opiskelijoiden osaamistaso on erilainen verrattuna korkeakoulussa opiskeleviin. Hankkeen aikana järjestetylle verkkototeutukselle tai kilpailuun ei osallistunut yhtään opiskelijaa toiselta asteelta. Kilpailusta viestitään kuitenkin jatkossa myös Etelä-Pohjanmaan alueen toisen asteen oppilaitoksille keskittyen kilpailun finaaliin. Finaalin seuraaminen paikan päällä antaa näkyvyyttä elintarvikealan opinnoista ja 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 erilaisia ja eri kokoisia kokonaisuuksia 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. Yritysten toimiminen sparraajana ja tuomarina parantaa myös yrityksen omaa osaamista ja ymmärrystä nuorten yrittäjien ja opiskelijoiden tarpeista.

Miten hankesuunnitelmassa esitetyt laadulliset tavoitteet toteutuivat?

Hankkeessa luotiin malli yhteistyöhön yritysten ja muiden organisaatioiden kanssa. 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
 - oKilpailun voittajien palkinnot
 - oFinalistien matkakustannuksien tukeminen

Hankkeessa aloitettiin kilpailun integraatio opetukseen ja luotiin opettajille lyhyt ohjeistus, kuinka verkkototeutuksen teemoja voidaan tuoda mukaan opetukseen. Ohjeistus lähetetään myös kontaktoitaville opetusorganisaatioille integroinnin mahdollistamiseksi.

Luokittele hankkeen laadullisten tavoitteiden saavuttamisen mukaan (valitse yksi)

Tavoite saavutettiin

Minkä muutoksen hanke on tuonut hankesuunnitelmassa kuvattuun lähtötilaan?

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. Erityisesti startup-sana on voinut tuntua opiskelijoista haastavalta ja luonut kuvaa, että opiskelijan tulisi olla haluta perustaa oma yritys.

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 tietoiskuja.

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.

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.

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 tietoiskujen ja finaalin muodossa.

Opiskelijamedia Pomedian tekee verkkototeutuksesta, kilpailusta ja kilpailun finaalista kirjoituksia. Lisäksi Vaasan yliopiston edustajalta voi pyytää kommentointiapua esimerkiksi kilpailusta medialle lähetettävistä tiedotteista.

Food Business Challenge'lla 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.

Hankkeen tuloksena on:

- laadittu yhteistyön malli yritysten ja muiden organisaatioiden kanssa
- aloitettu kilpailun vieminen osaksi opetusta
- luotu uusi ilme Food Business Challenge'lle
- tehty uudistettu malli Food Business Challenge'n viestintään ja markkinointiin

Päästiinkö toteutuksessa suunnitelmassa esitettyihin määrällisiin tavoitteisiin (indikaattorilukemat)? Mistä mahdolliset erot johtuvat?

Indikaattori RCO10, 3 yritystä (tavoite 3–5), tavoite saavutettiin. Yhteistyömallia kehitettiin Atria Oyj:n, FoodWestin ja Nordic Foodtech VC ja yritykset ovat jatkossa mukana Food Business Challenge'n toteuttamisessa.

Indikaattori RCO07, 1 tutkimusorganisaatio, (tavoite 3–5), tavoite alitettiin. Viestintää ja markkinointia kehitettiin Vaasan yliopiston edustajan kanssa.

Kontaktoiduista organisaatioista osasta kieltäydyttiin ja osaan ei saatu yhteyttä. Toisen asteen mukana olo kilpailussa todettiin haastavaksi jo hankkeen alussa, vaikka verkkototeutus ja kilpailu olikin auki toisen asteen opiskelijoille. Hankkeessa päädyttiin kehittämään erityisesti yhteistyötä yritysten kanssa, koska opiskelijat ja yritykset saavat enemmän hyötyä toistensa kanssa verkostoitumisesta.

Miten asetetut määrälliset tavoitteet palvelivat hankkeen toteutusta?

Hyvin

Yrityksissä nähtiin kilpailun potentiaali ja Seinäjoen ammattikorkeakoulun merkitys osana ekosysteemiä. Opetuksen ja yrityskentän lähentyminen lisää kaikkien menestystä ja helpottaa tarpeiden kertomista. Tutkimusorganisaatiota ei ollut helppo saada mukaan, mutta esimerkiksi oppilaitoksille tuotetulla ohjeistuksella kilpailun integroinnista osaksi opetusta otetaan huomioon myös muu korkeakoulukenttä.

Miten hankesuunnitelmassa esitetyt, yleisesti hyödynnettävät tulokset ja vaikutukset toteutuivat? Saavutettiin sellaisiakin tuloksia ja vaikutuksia, joita ei esitetty hankesuunnitelmassa?

Hankkeessa tuotettiin 22 sivuinen kuvaus Food Business Challengen uudesta konseptista. Kuvaus käy läpi kehitysprosessin. Kuvaus julkaistaan Seinäjoen ammattikorkeakoulun SeAMK FoodLabs -sivustolla osoitteessa: <https://foodlabs.seamk.fi/koulutus/>

Miten tuloksia ja kokemuksia hyödynnetään hankkeen päättymisen jälkeen?

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 Ruokaprovinssi-strategian osana olevaan heimotunnetta.

Ideakilpailun kattoteemana on kestävät 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.

Kilpailuun etsitään jatkossakin aktiivisesti mukaan lisää yhteistyöstä kiinnostuneita organisaatioita ja kilpailua kehittämistä jatketaan.

Kehitettyjä työkaluja, toimintamalleja tai kehitettyjä tuotteita hyödynnetään tuensaajan normaalitoiminnassa.

Viestintä

Missä hankkeen yleisesti hyödynnettävät tulokset ja tuotokset ovat julkisesti saatavilla? Vastaus julkaistaan tietopalvelussa.

<https://foodlabs.seamk.fi/koulutus/>

Miten hanke näkyi julkisuudessa? Miten hankkeesta tiedotettiin?

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 edistäväillä opintojaksoilla. SeAMKin Y-zone tarjoaa tietoa, tukea ja mahdollisuuksia verkostoitumiseen kaikille yrittäjyydestä kiinnostuneille opiskelijoille. Lisäksi opiskelijoille myös käytiin kertomassa luennoilla tulevasta verkkototeutuksesta ja kilpailusta.

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.

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.

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

Sosiaalisen median julkaisut keskitettiin SeAMK ruoka instagramiin ja facebook -sivuille. Kaikkia julkaisuja ei julkaistu SeAMKin virallisten kanavien syötteessä, vaan SeAMK ruoka -julkaisuja jaettiin eri alustojen tarinoin. Viestinnässä vältettiin liian usein tapahtuvia julkaisujen nostoja seuraajien kyllästymisen välttämiseksi.

Kilpailusta julkaistiin SeAMK ruoka -instagramissa kolme postausta, joita nostettiin eri sosiaalisen median tilien tarinoin.

Food Business Challenge tulee jälleen: <https://www.instagram.com/p/C3hYb9Sv-Sd/>
Tule seuraamaan finaalia: <https://www.instagram.com/p/C58YN4tt0UC/>
Finaalin tulokset ja tunnelmia: https://www.instagram.com/p/C6_VgGqtpEv/?img_index=1

SeAMK ruoka facebook-julkaisut:

Finaalin tulokset ja tunnelmia:

<https://www.facebook.com/seamkruoka/posts/pfbid034CF1NUdfopC6zWQDHfBac47sMXXmkfsCL42sb56f3wufaeyYXDr6uMD2N1kENAmgl>

Food Business Challenge tulee jälleen: <https://www.facebook.com/seamkruoka/videos/649156920615157/>

SeAMK virallinen facebook:

Food Business Challenge tulee jälleen:

<https://www.facebook.com/seamk/posts/pfbid02FzfQsp3RLAHXicJ9omvechCBsg9d28RzgiitR48FsB2gDjDCnEt4a3azAMCLmGDCI>

SeAMK virallinen instagram:

Food Business tulee jälleen: https://www.instagram.com/p/C3ptt4oNR0A/?img_index=1

Finaalin tulokset ja tunnelmia: https://www.instagram.com/p/C7BVwaAtIUw/?img_index=1

Food Business Challenge facebook:

Food Business Challenge tulee taas: <https://www.facebook.com/reel/1047668076301932>

Food Business Challenge näkyi pohjalaisten opiskelijamedia Pomediasa:

<https://pomedias.fi/meno/food-business-challenge/>

<https://pomedias.fi/meno/lakeus-kokkaa/>

Hankkeen hallinto

Toteutuiko hankkeen aikana ennakoituja tai muita riskejä ja miten niihin reagoitiin?

Hankkeen toimenpiteiden toteuttaminen oli aikataulullisesti haastavaa. Hankeajan puitteissa ei ollut mahdollista ensin konseptoida kilpailun malli uudelleen ja sen jälkeen pilotoida uudistettu kilpailu. Food Business Challenge -verkkototeutus ja kilpailu tulee aikatauluttaa tammi-kesäkuun välille.

Vaikka hanke 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 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.

Mihin hankkeisiin tai hankekokonaisuuksiin hanke toiminnallisesti tai muuten liittyi ja miten?

Food Business Challenge -ideakilpailun finaalissa olivat hankkeiden tietoiskuja pitämässä seuraavat hankkeet:

KasvisPro: <https://www.xamk.fi/hanke/kasvisruoka-ja-proteiinit-ruokapalveluissa-kasvispro-koulutus/>

Wasteless Food Services in Finland: <https://projektit.seamk.fi/kestavat-ruokaratkaisut/wasteless-food-services-in-finland-wfsf/>

Kestävä digitaalinen kaksoissiirtymä: <https://projektit.seamk.fi/kestavat-ruokaratkaisut/kestava-digitaalinen-kaksoissiirtyma/>

HIGHFIVE I3 EU: <https://projektit.seamk.fi/kestavat-ruokaratkaisut/highfive-i3-eu-hanke/>

Food Business Challenge -hankkeen taustalla olivat seuraavat hankkeet:

Hanke 1

Hankkeen nimi

AB Seinäjoki, A71332

Kehitettävä Food Business Challenge -innovaatiokilpailu on alun perin luotu AB Seinäjoki, Innovaatioyhteisön kehittämisen -hankkeessa (A71332, toteutettu 1.3.2016 – 31.12.2018), josta se jalkautettiin suunnitellusti toimimaan hankkeen jälkeen. AB Seinäjoki -hankkeessa Food Business Challenge nostettiin tärkeäksi tulokseksi innovaatioalustana, jolla mahdollistetaan opiskelijoiden osallistaminen innovaatiotyöskentelyyn ja edistetään uuden liiketoiminnan syntymistä alalle.

Hanke 2

Hankkeen nimi

Regions4Food Interreg Europe, BGI05289

REGIONS 4FOOD –hankkeen tavoitteena on edistää ruokaketjundigitalisaatiota, sekä sen avulla maksimoida alan kasvupotentiaali ja kehittää ratkaisuja tulevaisuuden haasteisiin ruokasektorilla. Hanke on Interreg Europe –rahoitteinen alueiden välinen yhteistyöprojekti, jolla vahvistetaan alueen innovaatiotoimintaa. Hankkeessa kehitettyjä menetelmiä ja löydettyjä parhaita käytänteitä hyödynnetään FBC:n kehittämisessä.

Hanke 3

Hankkeen nimi

FRIDGE, PGI05831

FRIDGE-hankkeessa etsittiin kansainvälisessä yhteistyössä ratkaisuja ja toimintamalleja elintarvikealan pienten ja keskisuurten yritysten kilpailukyvyyn kehittämiseksi. Hanke kartoitti hyviä eurooppalaisia käytäntöjä hankkeessa kolmella teema-alueella, joita ovat:

- yritysten tuottavuuden parantaminen
- markkinoille pääsyn edistäminen
- yrityksen kasvun edistäminen

Hankkeessa syntyneitä tuloksia ja toimintasuunnitelmaa hyödynnetään FBC:n innovaatiomallin kehittämisessä.

Hanke 4

Hankkeen nimi

Food Living labs connecting people (EAKR), A76110

Hankkeessa tehdään yhteistyötä meneillään olevan Food Living Labs Connecting People -hankkeen A76110 kanssa.

Hanke 5

Hankkeen nimi

Food Hub- Kohtauttamisia, kumppanuuksia ja kokeiluja ruoka-alalla (EAKR), A75999

Food Hubissa lähtökohtana toimivat isojen elintarvikealan yritysten tarpeet sekä tutkimustieto ja ideat, joille haetaan ratkaisijoita pk-yrityksistä, start-upeista ja yrittäjiksi aikovista. Hankkeessa ratkaisijoita sparrataan kohti asiakasta, esimerkiksi kaupan hyllyä. Hankkeessa saavutettuja tuloksia ja parhaita käytänteitä hyödynnetään FBC-mallin kehittämisessä ja pilotin järjestämisessä.

Missä hankkeen aineisto säilytetään tai arkistoidaan? Yhteys henkilön yhteystiedot.

Hankkeen aineisto löytyy Seinäjoen Ammattikorkeakoulun arkistosta, Seinäjoen Ammattikorkeakoulu Oy, Kampusranta 11, Frami F, 60320 Seinäjoki.

Hankkeesta lisää tietoa:

SeAMK taloussihteeri Mirva Isomäki, mirva.isomaki@seamk.fi, puh. +358408300449

SeAMK Kehittämisen- ja tutkimuspäällikkö, Karri Kallio, karri.kallio@seamk.fi, puh. +358408300412

Hankkeen Projektipäällikkö, Lotta Haapala, lotta.haapala@seamk.fi, puh. +358408302034

Horisontaaliset periaatteet (erillinen ohje lomakkeen lopussa)

EU:n perusoikeuskirja

Miten perusoikeuskirjan mukaiset oikeudet toteutuivat hankkeessa? Sukupuolten tasa-arvon ja vammaisten henkilöiden oikeuksien osalta perustelu on pakollista. Muiden kohtien osalta voit valita hankkeen kannalta olennaisimmat.

	Selvästi myönteistä vaikutusta	Jonkin verran myönteistä vaikutusta	Ei myönteistä vaikutusta	Perustelu
Miten sukupuolten tasa-arvo toteutui hankkeessa?	X			kilpailu on avoin kaikille sukupuolille.
Vammaisten henkilöiden oikeudet, erityisesti saavutettavuus työvälineiden käytössä ja esteettömyys työtiloissa	X			hankkeen projektipäällikkö oli perehtynyt erilaisten ihmisten huomioimiseen
Turvalliset työolot	X			
Syrjintäkielto	X			Verkkototeutukselle ja kilpailuun on mahdollista osallistua suomeksi ja englanniksi
Henkilötietojen suoja	X			
Ympäristönsuojelu	X			

Kestävä kehitys

Kestävän kehityksen ulottuvuus	Hankkeen toteutuneet vaikutukset			
Ekologinen kestävyys	Selvästi myönteistä vaikutusta	Jonkin verran myönteistä vaikutusta	Ei myönteistä vaikutusta	Perustelu (valinnainen)
Luonnonvarojen käytön kestävyys	x			
Ilmastonmuutoksen aiheuttamien riskien vähentäminen	x			
Kasvillisuus, eliöt ja luonnon monimuotoisuus	x			
Pinta- ja pohjavedet, maaperä sekä ilma (ja kasvihuonekaasujen väheneminen)	x			
Natura 2000 -ohjelman kohteet			x	
Taloudellinen kestävyys	Selvästi myönteistä vaikutusta	Jonkin verran myönteistä vaikutusta	Ei myönteistä vaikutusta	Perustelu (valinnainen)
Materiaalit ja jätteet	x			
Uusiutuvien energialähteiden käyttö			x	
Paikallisen elinkeinorakenteen kestävä kehittäminen	x			
Aineettomien tuotteiden ja palvelujen kehittäminen	x			
Liikkuminen ja logistiikka			x	
Sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys sekä yhdenvertaisuus	Selvästi myönteistä vaikutusta	Jonkin verran myönteistä vaikutusta	Ei myönteistä vaikutusta	Perustelu (valinnainen)
Kulttuuriympäristö			x	
Ympäristöosaaminen			x	

Lisätiedot

Liitteet

Lomakkeen täyttämisen tiedot

Lomakkeen täyttämispäivämäärä
15.11.2025
Organisaatiossa lomakkeen täyttäneen henkilön nimi
Lotta Haapala

Loppuraportin yhteyshenkilö	Lotta Haapala		
Yhteyshenkilön sähköpostiosoite	lotta.haapala@seamk.fi	Yhteyshenkilön puhelinnumero	+358408302034

Loppuraportti on liitettävä hankkeen viimeiseen tuen maksamista koskevaan hakemukseen. Viimeistä tuen maksamista koskevaa hakemusta ei voi jättää viranomaiselle ennen kuin loppuraportti on liitetty siihen. Muunna tiedosto pdf-muotoon ennen kuin sen voi liittää EURA 2021 -järjestelmään. (EURA 2021 -järjestelmään voi tallentaa pdf- ja Excel-muotoisia liitteitä.)