



**Ruokaketjun ja vähittäiskaupan kysely
Tulosten arviointia, heinäkuu 2015
Jarkko Anttila**

Ympäristö ja terveys; teknologia ja yksilöllistyvät palvelut; luovuus ja markkinointi – tulevaisuuden osaamisen teemat

Tässä kirjoituksessa käyn läpi ruokaketjun ja vähittäiskaupan osaamistarpeiden ennakkoinnin tueksi tehdyn kyselyn tuloksia ja siinä esiin nousseita ilmiöitä ja teemoja. Tulevaisuuden osaamistarpeiden ennakkoinnin kannalta vastaukset ovatkin mielenkiintoisia. Tarkoitukseni on tässä pyrkiä laadulliseen analyysiin tuomalla esiin niitä teemoja ja avainilmiöitä, joita aineisto sisältää. Kaikki vastaukset on käyty huolella läpi ja niiden pohjalta olen pyrkinyt laatimaan temaattista jaottelua sen mukaan, minkä tyyppiset seikat aineistossa korostuvat. Esiin nostamani teemat edustavat nähdäkseni varsin hyvin materiaalista esiin nousevaa valtavirtaa. Laadullisesta analyysistä tekee ongelmallisen tietysti se, että se ei voi noudattaa kvantitatiivisen analyysin eksaktiuden vaatimusta sellaisenaan. Tiettyyn pisteeseen asti tulkinta on väistämättä jossain määrin – niin, tulkinnanvaraista. Tarkoitus on silti ollut tuottaa uskottava kuvaus materiaalin pohjalta siten, että saman aineiston läpikäynyt toinen tutkija päätyisi käytännössä tässä esitettyihin tuloksiin.

Tässä kyselyn tulosten arvioinnissa on siis keskitytty nostamaan esiin ja tarkastelemaan niitä ilmiöitä, jotka arvioitsijoiden mukaan tulevaisuudessa vaikuttavat yhtäältä ruokaketjun ja vähittäiskaupan ja toisaalta muiden alojen välisillä rajapinnoilla. Huomion kohteen on siis ollut se, millä tavoin ruokaketjun ja vähittäiskaupan kentät suhteessa muihin aloihin liittyvät tulevaisuudessa toisiinsa ja mitkä ovat tästä seuraavat osaamistarpeet. Joitakin aloja vähittäiskauppa ja ruokaketju koskettavat enemmän kuin toisia, mikä myös näkyy vastauksissa. Niissä ennakoitaan tulevaisuuden mahdollisuuksia ja myös uhkia. Joiltain aloilta saattoi tulla yllättäviäkin näkökulmia, mutta pääsääntönä voidaan pitää, että vastaukset pääpiirteissään heijastelevat taustalla vaikuttavia yleisiä talouden ja teknologisen kehityksen trendejä, ns. muutosajureita.

Selviä painopistealueita ovat ekologisuuden ja terveysvaikutusten ym. terveyteen liittyvät seikat sekä palveluiden tuottamisen yksilöllistyminen ja palveluiden tulo lähelle kuluttajaa. Lisäksi korostuvat erilaiset luovien alojen luovaan osaamiseen ja usein samalla markkinointiin liittyvät

teemat, mikä erityisesti vähittäiskaupan kohdalla on varsin luontevaa. Nämä ovat keskeisiä temaattisia ilmiöitä, jotka koulutustoimikuntien arvioissa nousevat esiin niin ruokaketjun kuin vähittäiskaupan kohdalla. Ne ovat myös sikäli toisensa poikkileikkaavia, että kyseiset teemat mainitaan usein samassa yhteydessä.

Keskeisin taustavaikuttaja ja muutosajuri on tietysti teknologinen kehitys ja sen tuottamat innovaatiot, joiden myötä kaikki muu mahdollistuu. Teknologia on paitsi ajuri myös keino parantaa jo olemassa olevien palveluiden laatua, tuottavuutta ja toimintavarmuutta. Tämän perusajurin lisäksi tarvitaan luovuutta myös markkinoinnissa ja siinä, että hyödykkeille ja palveluille voidaan antaa ”se viimeinen silaus”. Taiteella on tietysti oma itseisarvonsa, ja kuten arvioissa todetaan, sen on mahdollista silloin tuoda oma panoksensa lähtökohtaisesti ”arvovapaasti” toimivaan markkinointikoneistoon.

Yhteensä kyselyyn tuli vastauksia 114 kappaletta, joista 89:ssä vastaaja mainitsi koulutustoimikuntansa. Tietonsa antaneita eri vastaajia oli yhteensä 45 kappaletta, joista vähintään yhden kommentin antoi 22 vastaajaa.¹ Koulutustoimikuntakohtaisesti katsottuna innokkaimmat vastaajat (6 kpl alaa kohti) löytyivät auto- ja kuljetusalalta, elintarvikealalta, kaupan ja yrittäjyyden alalta, kuntoutus- ja liikunta-alalta, matkailu- ja ravitsemuspalvelujen alalta sekä terveysalan koulutustoimikunnasta. Viisi vastaajaa oli kiinteistö- ja kotityöpalvelualan sekä talotekniikka- ja rakentamisalan koulutustoimikunnista, neljä kone- ja metallialalta, tekstiili- ja vaatetusosalta sekä viestintäalalta. Imailualalta ei ollut yhtään vastaajaa, ja kauneudenhoitoalalta, merenkulkualalta sekä metsätalouden alan koulutustoimikunnalta oli jokaisesta yksi vastaaja. Myös nämä luvut on syytä ottaa huomioon vastauksia arvioitaessa.

Toisaalta on hyvä muistaa, että määrä ei näissäkään vastauksissa korvaa laatua. Vaikka alan koulutustoimikuntakohtaisia vastauksia olisi ollut vain yksi, saattoi juuri kyseisen vastaajan arvio olla erityisen informatiivinen ja tarkkanäköinen. Muun muassa tästä syystä en kokenut, että aineistosta olisi ollut vielä kvantitatiivisemmän analyysin keinoin mahdollista saada erityisen hyödyllisiä ja enemmän lisäarvoa tuottavia tuloksia. Koin, että merkityksellisimmät numerot kertoivat lähinnä vastaajien vastausinnokkuudesta, ja siksikin keskityin tässä kohtaa lähinnä vastausten temaattisiin sisältöihin. Lisäksi myös temaattisessa käsittelyssä lukijan on varsin helppo havaita, minkä alojen arvioissa mitkäkin teemat esiintyvät ja millä tavoin.

¹ Innokkaimmat vastaajat saattoivat antaa 5 kommenttia eli vastata kyselyn kaikkiin kohtiin. Näitä vastaajia oli yhteensä 4. Vastaajista 10 antoi 4 kommenttia ja loput kahdeksan vastaajaa antoivat yhdestä kolmeen kommenttia.

1. Ruokaketjun tulevan kehityksen vaikutus muiden alojen osaamistarpeisiin (30 vastausta)

Terveysvaikutukset ja ekologisuus

Erityisesti kuntoutus- ja liikunta-alan sekä terveysalan näkökulmasta terveyteen liittyvät kysymykset ovat ruokaketjussa tärkeitä. Allergiat ja terveellinen ruokavalio, tai se kuinka prosessoidut elintarvikkeet vaikuttavat ihmisten terveyteen ja siten terveydenhuoltoalaan, ovat kysymyksiä, joissa terveysala ja elintarvikeala risteävät. Lisäaineettomuus ja pyrkimys jalosteiden vähentämiseen nähdään suotuisina tavoitteina. Lisäksi peräänkuulutetaan terveydenhuoltoalan asiantuntijoiden osaamisen vahvistamista, mikäli ”ravintosuositukset merkittävästi muuttuisivat”. Luomutuotteet ovat yhä enemmän päivän sana ja kuluttajien informaationtarve ruokaketjusta ja sen ekologisuudesta arvioiden mukaan lisääntyy.

Kuntoutus- ja liikunta-alan arvioissa todetaan, että ihmisten tulisi muutenkin olla paremmin ”selvillä ruokaketjusta”, ja ymmärrystä siitä tulisi painottaa myös koulutuksessa. Ruokaketjulla ja ravinnolla on jo sinänsä tärkeä merkitys kuntoutukselle, koska ovathan ”ravintoaineet mukana lopputuotteessa”. Terveellinen ruokavalio ylipäätään ja lisäaineettomuus ovat kuntoutus- ja liikunta-alan arvioissa esiin nousevia seikkoja.

Myös muilla aloilla (musiikki, teatteri) nähdään, että ihmisten kasvava tietoisuus raaka-aineiden laadusta, ekologisuudesta ja terveysseikoista ovat tulevaisuudessa arkipäivää, mitä tulee raaka-ainiden käyttöön ja ruoan valmistukseen. Arvioitsija esittää tässä sinänsä kiinnostavan analogian ihmisten (”kuluttajien/asiakkaiden”) kasvavaan kiinnostukseen taidetta ja muuta kulttuuria kohtaan.

Kiinteistö- ja kotityöpalvelualalla nähdään myös ruoan jalostusarvo ja uudet raaka-aineet omaan alaan vaikuttavina tekijöinä. Samalla valmistusmäärät tulisi kyetä suhteuttamaan kulutettaviin määriin paremmin, ts. taloudellisemmin. Tekstiili- ja vaatetusalalla arvioidaan, että ruokaketjun kovenevat laatuvaatimukset vaativat ”mahdollisesti myös ruokaketjussa muodostuvan (bio)jätteen hyödyntämistä tekstiilien raaka-aineena.” Samoin kuntoutus- ja liikunta-alalla pohditaan, että jos loppukäyttäjien makutottumukset ja tavat tunnetaan ennalta, ”voidaan räätälöidä ruoka kuluttajalle siten, että hukkaan menevä osuus vähenisi ja sitä kautta tulisi myös ekologisempaa kulutusta.”

Myös matkailu- ja ravitsemusalalla arvioidaan, että ruokaketjun luomu- ja lähiruuan (raaka-aineet omalta paikkakunnalta tai sen välittömästä läheisyydestä) tuotekehitys ja saatavuuden kehitys vaikuttavat matkailu- ja ravitsemusalalla tuotekehitysmahdollisuuksiin niiden osalta.

Tekninen osaaminen tuo palvelut lähelle kuluttajaa

Kone- ja metallialan sekä auto- ja kuljetusalan kannalta oleellisia ovat logistiikan kysymykset, kuten sujuvat, katkeamattomat toimitusketjut ja kuljetuskaluston toimivuus sekä mahdolliset kone- ja metallialan yleiset tarpeet. Myös lisääntyvä verkkokauppa mainitaan. Energia-alalla pohditaan, että kun toiminnoista yhä suurempi osa siirtyy verkkoon, muuttaa se kuluttajien käyttäytymistä osto- ja hankintatilanteissa. Verkko on toki täynnä tietoa, mutta on epävarmaa, onko kuluttajan saatavilla riittävää osaamis pohjaista opastusta. Elintarvikealalla pohditaan, että netissä käyty kauppa lisää pitkien ketjujen ja verkostojen kokonaisuuksien ymmärtämisen tarvetta. Samalla elintarviketurvallisuuden kysymyksistä tulee monimutkaisempia ja riskeistä vaikeammin hallittavia.

Kone- ja metallialan arvioissa todetaan kotimaisuuden mahdollisesti korostuvan, etenkin jos se mielikuvissa yhä liitetään laatuun. Talotekniikan ja rakentamisen alan arvion mukaan samalla tuetaan kotimaista työllisyyttä ja mahdollisten jatko tuotannon innovaatioiden syntymistä.

Ruokaketjulla ja sen kehityksellä on majoitus- ja ravintola-alalle suuri merkitys. Ravintolat ja muut alan ruokaa ja juomaa tarjoavat yritykset ovat osa ruokaketjua, joten ruokaketjulla on suuri merkitys aivan yleisesti osana alan osaamisen kehittämistä. Raaka-aineiden, niiden jalostamisen sekä laadun, jakelun ja saatavuuden kehittyminen vaikuttavat osaltaan suoraan siihen mitä raaka-aineita ja tuotteita asiakkaille tarjotaan, kuten myös tuotekehittely ja innovointi, joiden tulee yhtäältä vastata asiakkaiden makukäsityksiä ja toisaalta myös luoda uusia. Arvion mukaan ”mara-alan” tuleekin olla mukana ruokaketjun kehittämistyössä sekä osana itse ketjua että ketjun asiakkaana.

Terveysalankin arvioissa todetaan palvelujen tulevan yhä lähemmäs kuluttajaa. Talotekniikan ja rakentamisen alan arvioissa palvelujen kohdistaminen myös ”korpikyliin” asukkaille mahdollistuu uusien innovaatioiden myötä. Keskeistä on mm. varmistaa kylmäketjun säilyminen toimitus- ja keruupalveluissa. Energia-alalla huomioidaan ruokaketjun energiantarve niin kylmäsäilytykseen kuin kuumennukseen. Toimiva ruokaketju perustuu energian saantiin ja toimitusvarmuuteen. Merenkulkualan arvion mukaan ruoka-ainekuljetusten kasvaessa myös hygieniavaatimukset tiukkenevat. Sama todetaan kiinteistö- ja kotityöpalvelualalla: hygieniavaatimusten toteutumista ja kylmä-lämminketjujen toimivuutta valvotaan yhä tarkemmin alalla tapahtuvien ruokakuljetusmäärien jatkuvasti kasvaessa.

Edelliseen liittyen kuntoutus- ja liikunta-alalla nähdään ikävänä kehityskulkuna se, että jalostettua ruokaa toimitetaan aina vain enemmän yksittäisinä annoksina eri kohderyhmille, vaikka jalosteita olisi oikeastaan hyvä vähentää ja enemmän panostaa *terveellisempään* ruokaan.

Tekstiili- ja vaatetusosalalla arvioidaan, että ruokaketjun kovenevat laatuvaatimukset nostavat muun muassa ”ketjun aikana olevien tekstiilien ja (työ)vaatteiden hygieeniavaatimuksia: materiaalit, älytekstiilit, huoltoketju = asiantuntemus, yhteistyö kehittämisessä”.

Markkinointi ja luovuus

Kuvataidealan kannalta oleellista on soveltava kuvataide ja taideteollinen lähestyminen ruokakaupan visuaalisen ilmeen, ruoan esille tuonnin ja pakkauksien ulkoasun suunnittelussa. Taideteollisella puolella arvioidaan ruokaketjun tarjoavan työmahdollisuuksia graafisen viestinnän ammattilaisille esimerkiksi pakkaussuunnittelun, verkkoviestinnän suunnittelun ja mainonnan alueilla.

Opetus, ohjaus ja kasvatusalalla nähdään olevan myös suoria vaikutuksia koulutustarpeisiin elintarviketuotannossa ja ruokaketjun eri vaiheissa. Korkeakouluasteella kuvaan tulee mukaan elintarviketuotannon ja markkinoinnin tutkimus. Kyseisen tutkimussektorin arvellaan jääneen koulutustoimikunnissa kaiken kaikkiaan vähemmälle huomiolle mutta sen merkityksen toivotaan kasvavan. Myös kun tiedottaminen, osaaminen ja kouluttautuminen toimialan osalta muuttuvat, on sillä vaikutusta kaikkiin koulutustoimikuntiin, mikä on jatkuvasti huomioitava opetuksessa ja alan koulutusta kehitettäessä.

Kaupan ja yrittäjyyden alan arviossa todetaan, että opetusosalalla olisi panostettava markkinoinnin (yksin ja verkostoissa) opettamiseen, ei ainoastaan kaupan alalla, vaan kaikkiin ammatillisiin tutkintoihin liittyen. Opetuksessa tulisi myös yleisemmin näkyä panostaminen vuorovaikutustaitoihin, kielitaitoon, verkkokauppaan ja kansainvälisen kaupan osaamiseen.

Tekstiili- ja vaatetusosalalla arvioidaan, että ruokaketjun kovenevat laatuvaatimukset vaativat ketjussa tarvittavan ”työ- ja pr-vaatetuksen” kehittämistä niin, että ne vastaavat ”kokonaisvaltaista mielikuvaa suomalaisesta ruokaketjusta: puhtaus, ekologisuus, omaleimaisuus”. Ekologisuuden ajatus siis poikkileikkaa tässäkin markkinoinnin vaatimusten kanssa ja se nähdään myös potentiaalisena kilpailuvalttina.

Elintarvikealan edustajan arvio kattaa oikeastaan kaikki tässä luvussa ilmenevät, alojen osaamistarpeisiin liittyvät poikkileikkaavat teemat ja siksi lainaan sen tässä kokonaisuudessa:

”Tarvitaan entistä enemmän kokonaisuuksien hallintaa, koko toimintaympäristön tuntemista sekä arvoketjuosaamista riippumatta siitä, missä kohtaa ”ketjua” oma ydinosaaaminen/työtehtävä on. Lisäksi elintarvikealan osaamistarpeissa tulee korostumaan tuotekehitys- ja tuotteistusosaaminen

sekä asiakaslähtöinen toimintakulttuuri. Vihreät arvot, kestävä kehitys sekä ympäristön huomioiva toiminta tulee olemaan tulevaisuuden ruokaketjun kilpailuvaltteja. Tähän täytyy pystyä vastaamaan myös elintarvikealan koulutuksen puolelta.”

2. Oman alan tulevaisuuden kehityksen vaikutukset ruokaketjun osaamistarpeisiin (26 vastausta)

Ekologisuus, luomu, eettisyys, terveyden tietotaito

Opetus, ohjaus ja kasvatusalan arviossa arvioidaan luomuviljelyn ja -tuotteiden kehityksen olevan suomalaisen elintarviketuotannon tulevaisuutta vielä nykyistäkin enemmän. Ilmiön heijastuminen ruokaketjuun aina elintarvikkeiden tuottajista kuljetuksen kautta kauppaan asti edellyttää arvion mukaan eri alojen koulutustarpeiden ennakointia kokonaan uudella tavalla. Lisäksi ”eettisyyden esiin nostaminen elintarviketuotannossa ja -kaupassa linkittyy myös opetusosalalle”.

Kuntoutus- ja liikunta-alan arvion mukaan ”yhä yksilöllisemmät elämät” sisältävät ”yhä yksilöllisempiä ravitsemusratkaisuja”. Arvion mukaan ravitsemusketjujen logiikan ymmärtäminen on tärkeää myös mm. opiskelijoille. Sosiaalialalla ennakoidaan kotipalvelujen lisääntyvän, kun tulevat ikäihmiset vaativat entistä laadukkaampia tuotteita ja myös enemmän tietoa niistä. Samalla voitaisiin pyrkiä siihen, että vanhuksilla olisi mahdollisuus itse kasvattaa esim. vihanneksia tätä tarkoitusta varten luoduissa kortteleissa. Arvion mukaan tällä on potentiaalinen vaikutus ruokaketjuun ja sillä on myös sosiaalinen aspekti: yhteistyön merkityksen kasvu.

Terveysalalla pohditaan, tulevatko esim. lääkkeet jatkossa myös vähittäiskauppojen valikoimaan. Samalla herää kysymys, tarvitaanko terveydenhuoltoalan ja lääkehoidon osaamista myös kaupan alalle. Samoja kysymyksiä herättävät myös erilaisten terveyttä mittaavien ym. ”itsetutkimuslaitteiden” myynti: mistä asiakas saa tarvittavan osaamisen tulosten tulkintaan ja laitteiden huoltoon?

Tekninen osaaminen tuo palvelut lähelle, kuluttajan yksilölliset tarpeet

Kiinteistö- ja kotityöpalvelualalta todetaan, että asiakkaiden tarpeet ovat kaiken lähtökohta, ja niihin vaikuttavat mm. erilaiset muotivirtaukset.

Kuntoutus- ja liikunta-alalla nähdään internetin tuomat mahdollisuudet: sen avulla on mahdollista tilata asiakkaalle paitsi räätälöidyt elintarvikkeet kaupasta kotiin, myös valmiit ruoka-annokset

esimerkiksi ”annoslistasta tilattuna”; käytännöstä hyötyvät mm. liikuntakyvyttömät ihmiset. Tämä nähdään vastakohtana keskuskeittiössä valmistettavalle ruoalle, joka on ”samaa kaikille”. Myös kiinteistö- ja kotityöpalvelualan kehityksessä oleellista ruokaketjulle ovat lisääntyvät ruokakuljetukset. Yhä suuremmissa ruoanvalmistuskeittiöissä tehty ruoka toimitetaan jakelukeittiöihin. Lisäksi alan arviossa mainitaan ”lähiruokailupaikat”.

Matkailu- ja ravitsemusalalla nähdään, että asiakkaiden tarpeet ja makutottumukset ovat muutoksessa ja tulevat osittain yksilöitymään. Erilaiset tarpeet varioituvat: ”ruokaa tarjotaan juhlassa, arkena ja eri ruokavalioissa, yhdelle tai tuhannelle samanaikaisesti. Tätä kautta tuotekehityksen haasteet kasvavat sekä raaka-aineiden että itse lopputuotteen osalta. Ruokaketjun toimivuus, logistiset ratkaisut, laatu, saatavuus, toimitusvarmuus jne. kaikki vaikuttavat mara-alan yritysten toimintaedellytyksiin ja -mahdollisuuksiin”. Samalla painotetaan näiden eri tekijöiden huomiointia alan tutkintojen perusteissa, so. niiden osaamisvaatimuksissa.

Elintarvikealan edustajan arvio on tässä kohtaa varsin kaikenkattava: ”Elintarvikealan polarisoituminen ja kuluttajien pirstaloituminen haastavat elintarvikealan osaajia kaikilla koulutusasteilla. Tarvitaan vankkaa kuluttajaosaamista, ravitsemuksen hyödyntämistä sekä teknologisia innovaatioita ja tuotekehitystä vastaamaan kuluttajien tarpeisiin sekä esimerkiksi kasvavaan ikääntyvien kuluttajien huomioimiseen.”

Kone- ja metallialalla ounastellaan teknologian kehittymisellä olevan vaikutuksia, vaikka niiden ennakointi voi olla hankalaa; ne liittyvät kuitenkin koneisiin ja laitteisiin tai robotiikkaan. Auto- ja kuljetusalalta ruokaketjun osaamistarpeisiin vaikuttaa hygieniosaaminen ja lämpösäädellyt kuljetukset. Merenkulkualalta mainitaan myös hygieniatietämys sekä alusten vesijärjestelmät ja päästöt mereen. Energia-alan kannalta suoraa vaikutusta ruokaketjuun ei muutoin ole paitsi tarvittaessa varavoimalähteiden operointia energian/sähkön jakelun keskeytystilanteissa.

Taideteollisella alalla ennakoidaan tuotteiden pikavalmistustekniikan lisääntymistä ja esim. 3D -tulostimilla tehtyjen konditoriatuotteiden ja makeisten tuloa markkinoille. Pikavalmistuksen osaajia tullaan kouluttamaan juurikin käsi- ja taideteollisuusoppilaitoksissa.

Luovuus ja markkinointi

Kuvataiteen alan osaamistarpeet ovat ruokaan ja sen tarjontaan liittyvän visuaalisen ilmeen luomiseen liittyviä. Lisäksi mainitaan jälleen kestävän kehityksen eetos ja ”ruokafilosofia”. Musiikki-, teatteri- ja tanssialalla nähdään, että taidetta ja kulttuuria on mahdollista ”luontevasti liittää tuotannon, jakelun ja kulutuksen eri vaiheisiin.”

Energia-alan arviossa todetaan, että ostamisen ja myymisen taidot tulisi hallita uusissa ympäristöissä ja sähköisen median käyttöä tulisi kehittää. Oikealla osaamisella ”monet toiminnot voidaan vielä saada paremmin toimimaan yhteen”. Elintarvikealalla taas ennakoidaan viranomaisvalvonnan vähenemistä yrittäjien oman vastuunoton korostuessa.

Kaupan ja yrittäjyyden alalla pohditaan, että koska toimitusketjut yhtäältä lyhenevät, pientuottajien on osattava markkinoida yksin ja verkostoissa. Toisaalta toimitusketjut pitenevät, joten kielitaito ja kansainvälisen kaupan osaaminen korostuvat asioiden hoitamisessa.

Tekstiili- ja vaatetusalan arviossa ennakoidaan tuotantotapaa, jossa tuotetaan vain tarpeeseen niin vaate- kuin ruoka-alalla; asiakas itse ”suunnittelee” ruokansa ja vaatteensa/tekstiilinsä. Keskeistä tälle kehitykselle ovat digitaaliset työkalut, tuotantoteknologian mahdollisuudet ja markkinointi. Mahdollisia alat yhdistäviä konsepteja voisivat olla esimerkiksi ”3D -tulostetut kakut” ja digiprintatut tekstiilit samalla menetelmällä.

3. Vähittäiskaupan tulevaisuuden kehityksen vaikutukset oman alan osaamistarpeisiin (30 vastausta)

Terveysvaikutukset, ekologisuus ja kestävä kehitys

Myös vähittäiskaupan kehityksen suhteen terveysalalla korostuvat luonnollisesti terveyteen liittyvät kysymykset, joista ruoan terveysvaikutuksien tutkiminen tulevaisuudessa vain lisääntyy. Ruoan tulisi olla yhä enenevässä määrin ekologisesti tuotettua. Kuntoutus- ja liikunta-alan arviossa todetaan, että kotimaisten tuotteiden ja luomutuotteiden tulisi olla edullisia ja saatavilla. Samalla tulisi pyrkiä siihen, että ruoka olisi lisäaineetonta.

Talotekniikan ja rakentamisen alalla ennakoidaan ”ehkä jonkin kierrätykseen liittyvän” mahdollisesti vaikuttavan oman alan osaamistarpeisiin. Kestävää kehitystä ja ympäristöystävällisiä materiaalien tuotantotapoja ja -paikkoja korostetaan myös kuvataiteen alan arviossa.

Vaikka teknologia auttaa ihmisten ruoansaannin mahdollisuuksia monin tavoin, kannetaan kuntoutus- ja liikunta-alan arviossa kuitenkin huolta siitä, katoaako inhimillinen kosketus tyystin (esim. syöttäminen tapahtuu koneilla) kehityskulussa jossa koneet mahdollisesti korvaavat ihmiset.

Kuluttaja ja kuluttajatietous, verkkokauppa

Kiinteistö- ja kotityöpalvelualan arviossa todetaan, että elintarvikekauppa myy jo nyt paljon valmisruokaa ja puolivalmisteita, ja pohditaan miten kehitys mahtaa jatkua. Kotiinkuljetus ja kiinteistöhuolto ovat tulevaisuuden osaamistarpeita, ja vähittäiskaupan osuuden oletetaan tilamyyntien ja ruoanjakelutoiminnan myötä pienenevän, kun kotitalouksiin toimitetaan valmista ruokaa.

Talotekniikan ja rakentamisen alan arviossa todetaan, että jatkossa kuluttajan tiedontarve tulee huomioida selvästi paremmin: ”myynnin ammattilaisten velvollisuus tietotaiton ja kuluttajaopastukseen kasvaa..nyt ihan kujalla”. Parempaa asiakaspalvelua siis peräänkuulutetaan.

Majoitus- ja ravitsemusalan arviossa vähittäiskaupan lisääntyvä toiminta valmiin ja puolivalmiin ruoan jakelijana ja kauppiana asettaa kaupan ja ”mara-alan” haasteelliseen kilpailutilanteeseen. Toisaalta todetaan yleisen kiinnostuksen ruokaa, ruoan valmistusta ja raaka-aineita kohtaan olevan molempien alojen etu: ”Valmiin ruoan jakelukanavissa voi saada kilpailuetua, kun se kehittää omia logistisia (mm. digitaalisia) ratkaisujaan – siis valmiin ruuan logistiikkaa osana koko logistiikkaketjuun. Kauppa palkkaa yhä enemmän kokkeja (ja esimiehiä) olloin hotca-perustutkinnon on vastattava myös tähän osaamishaasteeseen siltä osin, kuin kaupassa toimiminen eroaisi muusta ruuanvalmistuksesta. Jo nyt alojen välillä on vaihtoa amk-tutkinnon suorittaneista (tradenomi/restonomi)”.

Musiikin, teatterin ja tanssin alan arvion mukaan ”vähittäiskaupassa vahvistuu entisestään kahtiajako tehokkaaseen suuren mittaluokan jakeluun ja pieniin erikoiskauppoihin, ’kivijalkakauppoihin’”. Arvioitsija näkee tässä analogian taiteen ja kulttuurin ”jakeluun”, jossa myös on ”hallittava sekä suurtaapahtumat että pienet ja intiimit tilaisuudet”. Arvion mukaan aloilla on siis yhteisiä piirteitä ja niitä voitaisiin kenties mielekkäällä tavalla myös yhdistellä toisiinsa.

Sosiaalialan arviossa huomioidaan kaupan verkkopalveluiden lisääntyminen, mikä tuo sosiaalialalle tietoteknisten valmiuksien laajempaa osaamistarvetta.

Kauneudenhoitoalan arviossa tuotemerkkien jatkuva siirtyminen päivittäistavarakauppojen myytäväksi on kauneudenhoitoalan kannalta negatiivista kehitystä; tuotemyynti on palveluiden ohella merkittävä osa kokonaisyntiä, ja kuluttajien ostaessa tuotteet halvemmalla päivittäiskaupoista heikkenevät pienten palveluyksikköjen kilpailumahdollisuudet huomattavasti.

Tekniikka, digitalisaatio

Energia-alan arviossa nähdään vain vähän suoraa vaikutusta; lähinnä kyseeseen tulevat kasvava tuote- ja järjestelmäosaamisen tarve sekä energiaosaamisen toimintavarmuus ja siihen liittyvät asiat.

Elintarvikealan arvion mukaan ”on ymmärrettävä sekä isojen, globaalien ketjujen että pienten, paikallisten toimijoiden toiminta ja riskit”. Ennen kaikkea digitalisaatio lienee muutoksia aiheuttava tekijä vähittäiskaupassa. Esimerkiksi toimitusketjut saattavat muuttua ja siten erityisesti ”joidenkin erityistuotteiden” ansaintalogiikka. Myös kaupan ja yrittäjyyden puolella digitalisoituminen nähdään selkeänä haasteena työntekijöiden ja johdon osaamiselle. Kone- ja metallialan arviossa mainitaan koneälyn ym. sovellusten kehittäminen.

Tekstiili- ja vaatealan arviossa korostetaan 3D-tulostusta tekstiileissä, vaatteissa ja muodissa ylipäättään. Vaatteiden omaa suunnittelu ja muotoilu voi olla arkipäivää. Tekstiili- ja vaatetusala nähdään jo muutenkin kaupan alalle likeisenä, koska itse tuotteiden valmistus ja myynti ovat yleensä eriytyneitä. Vähittäiskaupan alalta vaikuttavat osaaminen tekstiilin ja vaateen, ylipäättään muodin, myynnissä sekä korjaus ja erikoisompelu.

Elintarvikealan arviossa todetaan vähittäiskaupan kehityksen vaikuttavan suoraan elintarvikealan tuotteisiin, pakkauksiin ja tuotekokoihin. Seurausta alan kehityksestä ovat myös erikokoiset ja erilaiset myymälät, verkkokauppa, kauppakassi -palvelut, drive in -kaupat jne. Eri myyntikanavien kautta myytäviltä elintarvikkeilta odotetaan erilaisia, kuten hinta-laatusuhteeseen liittyviä, ominaisuuksia.

Luovuus ja markkinointi

Taideteollisella alalla ounastellaan, että ”vähittäiskauppa ja lisääntyvä verkkokauppa tarjoavat työmahdollisuuksia graafisen viestinnän ammattilaisille pakkaussuunnittelun, verkkoviestinnän suunnittelun sekä mainonnan alueilla.” Sähköinen markkinointi taas edellyttää animaatio-osaamista jota arvion mukaan tarvitaan yhä lisääntyvien animoitujen mainosten vuoksi.

Kaupan ja yrittäjyyden alalla peräänkuulutetaan ennen kaikkea yritysmarkkinoinnin osaamista ja kansainvälistä myyntitaitoa. Myös kone- ja metallialan arviossa mainitaan markkinointi sekä lisäksi vienti ja tuotantoketjut.

4. Oman alan tulevaisuuden kehityksen vaikutukset vähittäiskaupan osaamistarpeisiin (22.vastausta)

Lähi tuotanto, terveys

Kiinteistö- ja kotityöpalvelualan arviossa vähittäiskaupan osaamistarpeisiin vaikuttavana asiana nähdään elintarvikkeiden lähi tuotannon hyödyntäminen. Elintarvikealan arviossa todetaan, että ruoka ja elintarvikkeet liittyvät vahvasti terveystietoisuuteen, ja terveyden edistäminen yleisenä tavoitteena edellyttää monenlaista osaamista.

Terveysalalla selkeä teema on lääkehoidon osaaminen, erityisesti jos lääkkeiden käsikauppa siirtyy apteekkeista vähittäiskauppoihin. Sama pätee ihmisten omaan terveyteen liittyvään tutkimukseen ja erilaisiin mittarilaitteisiin. Niiden käyttöosaaminen ja tiedon analysointi edellyttävät uudenlaista osaamista ja asiakasneuvontaa.

Kiinteistö- ja kotityöpalvelualan arviossa todetaan, että ”uudet suuntaukset” voivat vaikuttaa myös kaupan osaamiseen kulloinkin kyseessä olevien raaka-aineiden ja tuotteiden kohdalla. Lisäksi arviossa mainitaan ”hygieniaketju”.

Yksilöllistyvä kuluttaja, tuotetietous

Kauneushoitoalan arviossa todetaan, että jos tuotemyynti päivittäistavarapuolella lisääntyy, tulisi myös siellä työskentelevien myyjien hallita riittävä tuotetietous. Arvion mukaan tuotetietous on päivittäistavarapuolella usein puutteellista eikä asiakas saa tarvitsemaansa tietoa, ts. asiantuntevaa asiakaspalvelua, kysyessään tuotteesta ja sen käytöstä.

Ikääntyneiden määrä kasvaessa kotiin tuotavien palveluiden määrä ruuan osalta lisääntyy myös. Kuntoutus- ja liikunta-alan arviossa nähdään, että tulevaisuudessa valikoiman laajuus ja valinnanmahdollisuudet ovat keskiössä, kun nyt toimitetaan usein vain yhdenlaista ruokaa yhdenlaisena annoksena kaikille lähiseudun asiakkaille.

Matkailu- ja ravitsemusalan arviossa Suomen houkuttelevuus matkailumaana riippuu paljon mm. siitä, minkälaisia ruokaelämyksiä maa kykenee tarjoamaan ulkomaisille asiakkaille. Arvio kokonaisuudessaan: ”Elämykköisyyteen pyritään erityisesti ravintoloissa (tämä kytkee yhteen myös yllä olevan ruokaketjun ja sen toimivuuden ja laadukkuuden) mutta kauppa on tulossa jakamaan myös näitä elämyksiä sekä oman toimintansa perusteissa (matkailija käy kaupassa) että vaihtoehtona ravintolalle. Kauppa varmasti erikoistuu ja peruskivijalkamyymälöiden määrä

kasvaa (varsinkin kun ikääntyvät ovat kasvava asiakasjoukko lähivuosisikymmeninä). Näissä myymälöissä valmis ja puolivalmis ruoka tulee näyttelemään yhä suurempaa roolia ja osaaminen keskittyy paitsi itse valmistukseen myös asiakaspalveluun ja asiakkaiden tarpeiden tunnistamiseen sekä logistisiin ratkaisuihin. Ruoka toimitetaan asiakkaille kotiin sekä perinteisillä että innovatiivisilla tavoilla. Ravintolat ja kauppa ovat jatkossa sekä yhteistyökumppaneita että kilpailijoita ja tulevaisuudessa nähdäänkin erilaisia kaupan ja ravintolan kompinaatioita. Osaamistarpeet itse ruokaan ja sen valmistamiseen nähden on hyvin samanlaista kummallakin toimialalla ja se edellyttääkin jatkossa yhteistä kehittämistä. Kumpikin toimiala hakee erityiset menestystekijänsä omista prosesseistaan”. Synergiaa alan ja vähittäiskaupan kentän välillä siis riittää.

Elintarvikealan arvion mukaan kuluttajien kasvava kiinnostus ruokaa kohtaan haastaa sekä kauppojen hankintaosaamista että henkilökunnan tuoteosaamista. Asiakkaille pitäisi pystyä välittämään merkityksellistä tietoa raaka-aineista, ruoasta, tuotteista ja yrityksistä itsestään.

Tekniikka ja innovaatiot

Kone- ja metallialan arviossa osaamistarpeet perustuvat laatuun, koneistumiseen ja tuotekehitykseen. Talotekniikan ja rakennusalan arviossa taas muistutetaan, että ”kauppoja rakennetaan aina”, joten ala on sikäli jo automaattisesti kytköksissä vähittäiskaupan tulevaisuuteen. Muita alalta esiin nousevia vaikuttavia seikkoja ovat tuoteinformaation oikeellisuus, ohjeistuksen laadukkuus, vaatimuksenmukaisuuden hallinta myyntimaassa ja kokonaispalveluketju. Energia-alan arviossa nähdään vähän kytköstä, ”lähinnä tuotetuntemus ja järjestelmätuntemus”; välittömästi alalle ei ole muuta vaikutusta kuin ”jos tarvitsee jotain varavoimalähteiden operointia energian/sähkön jakelun keskeytystilanteissa”.

Taideteollisella puolella 3D- pikavalmistus nähdään yhtenä teknologiapohjaisena ilmiönä, jolla tulee olemaan vaikutusta tuotteiden valmistukseen ja myyntiin. ”Osa tuotteista mahdollisesti tulostetaan itse kotona ja varaosia koneisiin voidaan valmistaa netistä ostetun tuotekohtaisen valmistusohjelman avulla”.

Luovuus ja markkinointi

Kuvataidepuolella korostetaan jälleen kestävän kehityksen ohessa tietysti vähittäiskaupan visuaalisen ilmeen luomisen osaamistarpeita. Musiikki-, teatteri ja tanssialan arviossa koetaan,

että vähittäiskauppa voisi olla nykyistä merkittävämminkin mukana kumppanina kulttuurin asiakaspalvelussa, kuten viestinnässä ja lipunmyynnissä.

Kaupan ja yrittäjyyden alan arviossa nähdään, että suomalainen vähittäiskauppa ei menesty vain kotimarkkinoilla, vaan on löydettävä lisää markkinoita ulkomailta, jolloin myyntitaidot ja tuotteistamistaidot korostuvat.

Opetusalan arviossa ennakoitaan mahdollisia koulutuksen sisällöllisiä muutoksia. Samalla toivotaan yrittäjyyskasvatuksen merkitystä korostettavan ja painotettavan pienyrittäjyyden koulutuksen suuntaan. Alan kehitystä tukee toivottavasti tulevaisuudessa myös tutkimustieto ja sen hyödyntäminen.

5. Yhteenvetoa

Muun muassa kestäväan kehitykseen ja ympäristön suojeluun liittyvät vihreät arvot tulevat monessa vastauksessa esiin: ympäristön huomioiva toiminta ruokaketjussa on paitsi eettistä toimintaa, myös kilpailuvaltti sen vastatessa ekologisesti yhä tiedostavamman kuluttajan tarpeisiin. Avainilmiöitä tässä kehityksessä ovat lähiruoka ja luomutuotteet. Lisäksi niin valmistuksessa kuin kulutuksessa panostetaan energiatehokkuuteen. Yleinen ymmärrys ruokaketjusta on lisääntymässä ja arvioiden mukaan sitä tulisi ihmisiltä jopa edellyttää. Elintarviketuotannossa ja -kaupassa vallitsee lisääntyvä eettisyys. Kuluttajien kasvava kiinnostus ruokaa kohtaan haastaa kauppojen ja henkilökunnan hankinta- ja tuoteosaamista.

Terveysteen ja sen edistämiseen liittyvät seikat on teema, joka läpäisee sekä ruokaketjun että vähittäiskaupan kentät. Jalosteiden määrää tulisi arvioiden mukaan vähentää, ja panostaa terveelliseen ruokavalioon. Lisäaineettomuus on toivottava asia ja ravintosuositusten yhä tarkentuessa niiden huomiointi väistämättä lisääntyy. Ruokavalion tarkkailu asettaa haasteita, mutta lisääntyvätkö samalla allergiat? Kuntoutus- ja liikunta-alalla nähdään niin ikään terveyteen liittyvät ruoka-asiat tärkeinä. Lisäksi pohditaan, häviääkö inhimillinen kosketus koneistumisen myötä.

Palvelut yksilöityvät ja tulevat lähemmäs kuluttajaa ja asiakaslähtöinen toimintakulttuuri lisääntyy entisestään. Rääätälöidyt palvelut tulevat olemaan päivän sana. Kehitystä luontevasti edesauttaa teknologinen kehitys ja sen mukanaan tuomat tekniset innovaatiot ja uudet toimintatavat. Elintarvikealan ja kuluttajien ”pirstaloituminen” haastavat elintarvikealan osaajia. Yksilöllisemmät ravitsemusratkaisut lisääntyvät, esimerkistä käy ruoan nettikauppa: internetistä tilatut kuluttajalle

räätelöidyt ruoat toimitetaan kotiin asti. Kehityskulkua edesauttaa paitsi väestön ikääntyminen myös kaikenlainen muu palveluiden viihde- ja virkistyskäyttö.

Verkkokauppa ja internet -peräinen tietointensiivisyys kasvavat: kuluttaja/kansalainen (määritykö muuten kansalaisuuskin yhä enenevässä määrin lähinnä kuluttajuutena?) saa halutessaan helposti tietoa ja kauppaa voi käydä omin ehdoin ja vaikka kotoa käsin, mutta saako kuluttaja riittävää asiantuntemusta? Tämä tuo monille eri aloille tietoteknisten valmiuksien ja asiantuntemuksen, so. olennaisen tiedon seulomisen ja hyödyntämisen, laajempaa osaamistarvetta. Asiakaspalveluun tullaan panostamaan. Myös muut erilaiset myyntikanavat vastaavat erilaisin kuluttajatarpeisiin.

Matkailu- ja ravitsemusalalla on merkittävää synergiaa ruokaketjun ja vähittäiskaupan osaamistarpeiden kanssa. Ne kulkevat arvioissa monesti aivan käsi kädessä. Samoin tietysti on elintarvikealan suhteen asian laita.

3D-tulostus on hyvä esimerkki teknisestä innovaatiosta joka koskettaa useita aloja, kuten tekstiili- ja vaatetusala sekä taideteollista alaa. Sama pätee arvioissa myös ruokapuoleen, jossa tullaan tuottamaan lähinnä tarpeeseen niin, että asiakas ”suunnittelee” itse ruokansa tai esimerkiksi vaatteensa. Osaamistarpeina mainitaan ”digitaaliset työkalut, markkinointi, 3D-tulostetut kakut, digiprintatut tekstiilit”. Tekstiili- ja vaatetusala nähdään jo muutenkin kaupan alalle likeisenä, koska itse tuotteiden valmistus ja myynti ovat yleensä eriytyneitä. Vähittäiskaupan osaamista tarvitaan myös tekstiilien, vaatteiden ja ylipäätään muodin myyntiin.

Logistiikka ja tekniset ratkaisut ovat esimerkiksi auto- ja kuljetusalan kannalta olennaisia asioita: toimitusketjut, toimitusvarmuus, kylmäsäilytys, ruoka-ainekuljetusten määrän kasvu ja ”korpikylien” palvelujen mahdollistaminen ovat oleellisia seikkoja. Mm. näiden ansiosta kiinteistö- ja kotityöpalvelualalla arvellaan, että vähittäiskaupan osuus luultavasti pienenee kun elintarvikkeita ja valmisruokaa toimitetaan suoraan kotitalouksiin. Hygienia ja elintarviketurvallisuus ovat niin ikään tärkeitä kysymyksiä ja ne poikkileikkaavat useita kuljetukseen, säilytykseen ja energiavarmuuteen kosketuksissa olevia aloja.

Taidealalla ja kulttuurialalla keskeistä suhteessa ruokaketjuun ja vähittäiskauppaan on visuaaliseen ilmeeseen ja esilletuontiin liittyvät kysymykset. Taideteollisella alalla ennakoitaan graafisen viestinnän ammattilaisille työmahdollisuuksia. Eräässä arviossa nähdään tulevaisuudessa korostuva jako suuren mittaluokan jakeluun ja pieniin erikoiskauppoihin – aivan kuten taiteen ja kulttuurin ”jakelussa”, jossa järjestäjän on hallittava niin suurtaapahtumat kuin pienet ja intiimit tilaisuudet. Kenties näiden ”maailmojen yhdistämisessä” voisi piillä kaikenlaisia mahdollisuuksia. Elintarvikealallakin korostetaan, että on ymmärrettävä sekä isot globaalit ketjut että paikallisten pienempien toimijoiden toiminta ja riskit. Taidealojen arvioissa mainitaan usein kestävä kehitys ja

puhutaan jopa ”ruokafilosofiasta”. Yleisesti ottaen taidetta ja kulttuuria voitaisiin yhdenkin arvion mukaan aivan ”luontevasti liittää tuotannon jakelun ja kulutuksen eri vaiheisiin”.

Kauneudenhoitoalalla ollaan huolestuneita kehityksestä, jossa päivittäistavarakauppa vie tuotemyynnissä markkinaosuuksia. Toisaalta kauneudenhoitoalalla ja terveysalalla aivan erityisesti ollaan huolestuneita päivittäistavarakaupan myyjien tuotetietouden ja käytön asiantuntemuksen tasosta. Tämä pätee myös apteekkien kohdalla: lääkkeet, omahoito ja mittaamisen tietotaito ja osaaminen edellyttävät ammattilaisosaamista. Myös talotekniikka- ja rakentamisan arvioissa peräänkuulutetaan myynnin ammattilaisten tietotaidon ja kuluttajaopastuksen tarjoamisen velvollisuutta. Toisin sanoen tietotaitoon ja osaamiseen perustuvaa asiakaspalvelualltiutta ja -osaamista kaivataan lisää.

Kaupan ja yrittäjyyden alalla painotetaan kaupankäynnin sekä erityisesti myynnin ja kansainvälisen myynnin osaamista ja ulkomaisten markkinoiden merkitystä vähittäiskaupassa. Lyhyissä toimitusketjuissa toimivien pientuottajien tulee osata markkinoida yksin ja verkostoissa, toimitusketjujen taas pidentyessä korostuvat kielitaito ja kansainvälisen kaupan osaaminen. Myös opetuslalla toivotaan yrittäjyyskasvatuskoulutuksen painottuvan enemmän pienyrittäjien koulutuksen suuntaan.

Loppuyhteenvetona voitaisiin todeta, että arvioista nousee esiin varsin selkeät temaattiset päälinjat, joiden pohjalle vastaukset on kohtalaisen helppo jäsentää: Ympäristöarvot ja terveys, teknologinen kehitys (innovaatiot) ja palvelujen yksilöllistyminen sekä luovien alojen ja markkinoinnin (myynnin ja kaupallistamisen) osaaminen. Nämä ovat ne avainilmiöt ja teemat, joiden ympärille vastaukset kietoutuvat ja jotka vaikuttavat jollain tavoin lähes kaikille aloille – ruokaketjuun ja vähittäiskauppaan sekä enemmän tai vähemmän myös niihin kytköksissä oleviin aloihin ja niiden osaamistarpeisiin.