



Ympäristö maatilan ”Brändinä”

Ympäristö osana maatilan kilpailukykyä

Jussi Juhola

ProAgria Keskusten Liitto Ry



Kilpailukyky



- 1) Strategia - Tavoitteet ja miten niihin päästään
- 2) Johtajuus - Toiminnan ohjaaminen kohti haluttua lopputulosta
- 3) Asiakkuus - Kenelle tuotan, mitä asiakkaani haluaa?
- 4) Tiedot – Miten saan tarvittavan tiedon, miten ylläpidän tietojani toiminnasta?
- 5) Osaaminen – Mitä minun tarvitsee tietää voidakseni tuottaa kannattavasti?
- 6) Prosessit – Mitkä asiat vaikuttavat tuotantooni?



Ympäristö osana kilpailuetua



- Miten ympäristö vaikuttaa maatalan toimintaan?
 - Luonnon arvot
 - Tilan luontaiset edellytykset tuotantoon
 - Miten arvot huomioidaan tavoitteissa
 - Mitä arvoja halutaan vaalia
 - Lain vaatimukset
 - Ympäristötuki
- Otetaan ympäristö osaksi maatalan ”brändiä” eli tuodaan panostus ympäristöön osana keinoja erottautua muista

Ympäristö osana elintarvikeketjun toimintaa

- Kuluttajien tietoisuus tuotannon ympäristövaikutuksista lisääntyy esim. median välityksellä
- Elintarviketeollisuus käyttää ympäristöystävällisyyttä kilpailukeinona (esim. Raisio ja HK)
- Teollisuus alkaa vaatimaan toimenpiteitä myös alihankkijoiltaan
 - Mahdollisuus saavuttaa etulyöntiasema kilpailijoihin nähden

