UUTISET

Elintarvikkeita pitää kehittää vientiin, eikä ainoastaan tuijottaa kotimarkkinoita. Ei kannata tehdä samoja tuotteita, joita muut tekevät, vaan on haettava lisäarvoa. **REHTORI JUKKA KOLA, HELSINGIN YLIOPISTO**

Taloustilanne heijastuu opintoaikoihin

Helsingin yliopiston uusi rehtori tahtoo pysäyttää opintoaikojen venymisen ja kannustaa opiskelijoita yrittäjiksi.

MARKKU VUORIKARI

Opinto-ohjauksen lisääminen lyhentää opiskeluaikoja, rehtori Jukka Kola sanoo. Helsingin yliopiston syyslukukausi alkaa toinen syyskuuta.

Helsingin yliopiston uusi rehtori, maatalouspolitiikan professori, **Jukka Kola** haluaa pysäyttää yliopisto-opiskelijoiden opintoaikojen venymisen.

”Opintojen pitkittyminen ei ole kenenkään etu, ja sillä on suoranaisia kansantaloudellisia haittavaikutuksia.”

Yliopisto voi vähentää opintoaikojen venymistä lisäämällä opintojen ohjausta, rehtori sanoo.

”Opiskelijan tekemä henkilökohtainen opintosuunnitelma, jonka vastuuopettaja hyväksyy, on avain opintojen suunnitelmalliseen etenemiseen.”

Lisäksi yliopiston pitää Kolan mielestä saada koukutettua opiskelijat omakseen.

”Yliopiston on pystyttävä luomaan opiskelumotivaatio ja saamaan opiskelija tuntemaan yliopisto omakseen heti ensimmäisen viikon, viimeistään syksyn, aikana.”

Opintojen etenemistä saattaa tulevaisuudessa myös nopeuttaa suunnitteilla oleva järjestelmä, jossa kandidaatin tutkinnon jälkeen maisteriohjelmiin pitäisi erikseen hakea. Tällöin suosituimpiin ohjelmiin mukaan mahtumisesta täytyisi kilpailla.

Lähtökohtana Kola pitää, että opintoja ei lopeteta kandidaatin tutkintoon, vaan jokainen jatkaa maisteriksi. ”Kandit kilpailisivat samoista työpaikoista ammattikorkeakoulusta valmistuneiden kanssa.”

Yliopisto ja opiskelijat eivät yksin voi ratkaista opiskeluaikojen venymistä, vaan siihen vaikuttaa muukin yhteiskunta, rehtori toteaa.

”Heikko työllisyystilanne saa opiskelijat pysymään kirjoilla yliopistossa, vaikka tutkintoon vaadittavat opinnot olisi kokonaan suoritettu.”

Valtion budjettineuvotteluissa keskusteluihin on noussut opiskelijoiden opintoraha. Rehtori ei usko, että opintorahan leikkaaminen parantaisi valtion taloutta tai lyhentäisi opintoaikoja.

EU- ja Eta-maiden ulkopuolelta tulevilta opiskelijoilta Helsingin yliopisto olisi valmis perimään lukukausimaksuja.

”Kaikilta aloilta voi ryhtyä yrittäjäksi”

Heikko työllisyystilanne kurittaa etenkin humanistisia aineita opiskelleita.

Kaikilla aloilla työllisyystilanne ei kuitenkaan ole huono. Esimerkiksi tuoreet lääkärit ja juristit löytävät töitä edelleen hyvin.

Myös maataloustieteitä opiskelleet ovat työllistyneet kohtalaisen hyvin.

Kola muistuttaa, että kaikilta aloilta voi ryhtyä valmistuttuaan myös yrittäjäksi. Yliopisto aikookin panostaa enemmän yrittäjyyden opettamiseen ja tutkimiseen.

Tutkimusmäärärahoja vähennetty

Tutkimuksen tason Kola toteaa Helsingin yliopistossa olevan kilpailukykyistä. Vertailuissa yliopisto yltää 50–100 parhaan joukkoon maailman 15 000 yliopistosta.

”Hyvä tutkimus takaa, että opetuksessa annetaan opiskelijoille uusin tieto ja valmistuttuaan opiskelijat vievät uudet opit yhteiskunnan hyväksi.”

Heikko taloustilanne on kuitenkin vähentänyt Suomessa tutkimukseen suunnattuja rahoja. Se voi kostautua tulevaisuudessa.

”Muissa pohjoismaissa tutkimukseen on panostettu huonoinakin vuosina, koska siinä nähdään pitkän aikavälin hyödyt. Emme mekään bulkin myynnillä tule pärjäämään.”

Rehtori pitää tärkeänä, että Suomeen saadaan tutkijoita ja opiskelijoita ulkomailta, koska he tuovat mukanaan uusia tuulia.

Keinot houkutella tutkijoita ovat kuitenkin tiukassa, kun samaan aikaan myös maailman muut yliopistot haluavat parhaat tutkijat itselleen.

”Haikeaa lopettaa luennointi”

Kola on vuodesta 1992 lähtien hoitanut Helsingin yliopiston maatalouspolitiikan professorin tehtävää, vuoteen 1999 asti viransijaisena ja siitä lähtien vakinaisena.

Maatalous-metsätieteellisen tiedekunnan dekaanina hän toimi 2004–2009 ja yliopiston vararehtorina 2010–2013.

Rehtorina hän aloitti ensimmäinen elokuuta. Samalla päättyi maatalouspolitiikan kursseilla luennointi ja opinnäytetöiden ohjaus.

”Haikeaa jättää opetus. Nuorten parissa on ollut aina mukavaa.”

Kola on kotoisin entisestä Lappeen kunnasta maitotilalta. Hänen veljensä on jatkanut tilanpitoa.

TUURE KIVIRANTA

”Byrokratia kasvanut liikaa”

Jukka Kola on huolissaan byrokratian kasvusta maataloudessa.

”Mitä muuta elinkeinoa säädellään ja valvotaan näin tarkkaan? EU:n maatalouspolitiikkaa olisi nyt tehdyssä uudistuksessa oikeasti pitänyt saada yksinkertaisemmaksi”, maatalouspolitiikan professori **Jukka Kola** toteaa poliitikkojen epäonnistuneesta yrityksestä yksinkertaistaa maatalouden byrokratiaa.

Kola sanoo, että julkisen tuen käyttöä on tietysti valvottava, mutta hän ihmettelee tarvitaanko valvontaa ja sääntelyä todella niin paljon kuin nykyisin.

”Viljelijällä pitäisi olla enemmän päätösvaltaa, kuinka tilansa pidon järjestää.”

EU:n maatalousuudistuksen myötä tuotantoon sidottujen tukien osuus lisääntyy. Tämän on sanottu tuovan politiikkaa askeleen taaksepäin edellisten uudistusten markkinalähtöisyydestä.

”Vaikka tukea maksetaankin tuotantoon sidottuna, tuotteet on saatava silti myytyä kannattavaan hintaan”, Kola muistuttaa markkinalähtöisyyden säilymisestä maataloudessa edelleen.

”Kauppasopimus elvyttäisi taloutta”

Aluillaan olevissa EU:n ja Yhdysvaltojen vapaakauppaneuvotteluissa Kola näkee Suomen taloudelle mahdollisuuden, jota ei pidä hukata.

”Olisi todella tärkeää saada neuvottelut läpi. Sopimuksella olisi suuri taloutta elvyttävä vaikutus. Suomi on viennistä riippuvainen maa. Ilman vientiä Suomi on pulassa.”

Kola toteaa, että elintarvikkeita voisi sopimuksen myötä alkaa tulla myös Yhdysvalloista Suomeen. Sitä ei kuitenkaan hänen mukaansa kannata säikähtää, koska sopimus avaisi Suomen elintarviketeollisuudelle suuret markkinat.

Vientimahdollisuuksien parantamiseksi tuotekehitykseen olisi panostettava Suomessa enemmän.

”Elintarvikkeita pitää kehittää vientiin, eikä ainoastaan tuijottaa kotimarkkinoita. Ei kannata tehdä samoja tuotteita, joita muut tekevät, vaan on haettava lisäarvoa.”

TUURE KIVIRANTA

Laukaan maneesi oli suunniteltu huonosti

Laukaan sortunut maneesi oli suunniteltu puutteellisesti, kertoo Onnettomuustutkintakeskus väliraportissaan. Ratsastushallin katto sortui helmikuussa. Turmassa kuoli 10-vuotias tyttö.

Onnettomuustutkintakeskuksen mukaan katolla oli lunta. Sitä oli kuitenkin niin vähän, että kelvollisen katon olisi pitänyt se kestää.

Maneesin rakennesuunnittelu oli jaettu kahdelle suunnittelijalle. Kuormalaskennasta syntyi väärinkäsityksiä, joiden vuoksi kattorakenteesta tuli selvästi heikompi kuin rakennusnormit edellyttävät.

Rakennus oli Onnettomuustutkintakeskuksen mukaan kaiken kaikkiaan toteutettu puutteellisilla suunnitelmilla, osin jopa ilman suunnitelmia. Merkittäviä puutteita on ollut koko rakennusprosessissa: suunnittelussa, työn toteutuksessa, valvonnassa ja kokonaisuuden hallinnassa.

Väliraportissa arvioidaan, että sortuma lähti liikkeelle todennäköisesti ratsukoiden käyttämän sisäänkäynnin läheltä. Teräskehän niin sanottu olka- tai kainaloliitos petti.

Tutkintaryhmä jatkaa tapauksen selvittämistä. Selostuksen on määrä valmistua tämän vuoden lopulla.

MT–STT

Panimojuomien myynti laski

Panimojuomien myynti laski tammi–kesäkuussa prosentin eli vajaat neljä miljoonaa litraa viime vuodesta. Olutta, siideriä, long drink -juomia sekä kivennäisvesiä ja virvoitusjuomia juotiin vajaat 380 miljoonaa litraa.

Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliiton tilastojen mukaan kotimaanmyynti on supistunut puolessatoista vuodessa yli 55 miljoonaa litraa. Liitto arvioi, että valtiolta jää arvonlisäverojen lisäksi saamatta 57 miljoonaa euroa alkoholiveroa ja 1,8 miljoonaa euroa virvoitusjuomaveroa.

Panimoliiton mukaan syynä laskeneeseen kulutukseen on juomien tuominen etelänaapurista.

”Koska veronkorotukset ohjaavat kuluttajia hakemaan juomansa Virosta, on panimoiden lähdettävä entistä kovemmin taistelemaan Tallinnan sataman markkinaosuuksista. Tehokkain keino matkustajatuonnin hillitsemiseksi ja työpaikkojen säilyttämiseksi olisi verojen lasku”, liiton toimitusjohtaja **Elina Ussa** sanoo.

MT

Asunnot kallistuivat heinäkuussa

Vanhojen kerrostaloasuntojen keskineliöhinnat nousivat heinäkuussa noin neljä prosenttia viime vuoden vastaavasta ajankohdasta. Yksiöiden hinnat nousivat yli viisi prosenttia, kaksioiden ja kolmioiden hinnat vajaat kolme prosenttia.

Kiinteistövälitysyritys Asuntoverkon mukaan hinnat nousivat lähes kaikissa maakunnissa. Etelä-Savossa, Satakunnassa ja Uudellamaalla hinnat kohosivat 8–10 prosenttia.

Hinnat laskivat Jyväskylässä ja Vantaalla.

MT

OIKAISU

Forssa saa ekokoulunsa

MT:ssä uutisoitiin keskiviikkona (MT 14.8.) virheellisesti, että Forssan ekokoulun rakentaminen keskeytettäisiin. Kyseessä oli kuitenkin kaupunginjohtajan esitys.

Koulun rakentamista puoltava esitys voitti äänestyksen kaupunginhallituksessa äänin 9–2, ja ekokoulun rakentaminen jatkuu.

”Kaupunginjohtajan esityksessä ollutta lisämäärärahaa ei tarvita, vaan puuttuva summa katetaan lahjoituksina ja talkootyönä”, kertoo koulutyöryhmän vetäjä **Arto Hyytiäinen.**

MT

» Brändistä huolehtiminen on arvon luomista.«

MALCOLM JOHNSTON

Pidä huoli brändistä, se pitää huolen sinusta

”Jos tämä yritys hajoaisi, sinä saat kaiken muun, kunhan minä saan pitää brändin – koska se on parempi osa.”

Quaker Oatsin pääjohtaja **John Stuart** sanoi näin viime vuosisadan alkupuolella. Tiistaina sanoja siteerasi Pi-johtamiskoulun kesäfoorumin tähtivieras **Malcolm Johnston**.

Brändi on kuluttajan kokemus ja eräänlainen aura, Johnston määritteli. Suomeksi: tuotemerkki ja maine luovat tuotteelle ja palvelulle sädekehän. Se vaikuttaa ostopäätöksiin.

Brändäämisessä korostetaan tuotteen tai palvelun paremmuuksia. Kun niitä on riittävästi, muissa asioissa riittää yhtä hyvä kuin muilla.

”Ole ykkönen! Ellet ole, luo itsellesi oma sarja, jossa olet”, markkinointigurut **Al Ries** ja **Jack Trout** ovat opettaneet.

Johnston muistutti, että tyytyväiset työntekijät ovat tärkeitä brändin ja yrityksen maineen viemisessä suusta suuhun yleisölle.

Pitää päästä kuluttajan pään sisään

Brändäämisen vaikeus on, ettei asiakkaan mielikuva ole yhtä kuin yrityksen usko.

Pitää päästä ”kuluttajan pään sisään”. Siihen eivät riitä tavalliset kyselytutkimukset, toimitusjohtaja **Teija Andersen** varoitti.

”Kuluttaja ei sano, mitä ajattelee, eikä tee mitä sanoo”, mainosguru **David Ogilvy** on sanonut.

Lisäongelmana on, ettei kuluttaja itsekään tiedä, mikä saa hänet ajattelemaan niin kuin ajattelee.

”Teemme kosmetiikkaa mutta myymme toivoa”, kosmetiikkajätti Revlonin perustaja **Charles Revson** on sanonut.

Luotettavinta tietoa saa kuluttajia kuulemalla ja ennen kaikkea havainnoimalla, Andersen korosti. Kun hän oli Fazerilla, yrityksen yllätti se, etteivät taloussuklaan ostajat käyttäneetkään sitä vain leivontaan – 80 prosenttia taloussuklaasta syötiin sellaisenaan.

Uusiudu mutta säilytä menestynyt

Andersen korosti, että brändien johtaminen on pitkäjänteistä työtä. Niitä ei saa jättää mainostoimistojen kikkailun eikä vastanimitettyjen tuotepäälliköiden uudistusten temmellyskentäksi.

Tärkeää on säilyttää menestyvän brändin henki.

”Uusia ideoita pitää olla jatkuvasti, jotta kiinnostus säilyy. Mutta muutoksia ei saa tehdä kevyesti.”

Thomas Enholm Boardmanista korosti, että nimenomaan yrityksen ylimmän johdon pitää johtaa brändiä.

”Yrityksen maine ei ole vain suuri mahdollisuus, vaan jokapäiväinen riski”, hän muistutti.

Seminaarin järjesti Pi-johtamiskoulu, joka on Pellervo-instituutin uusi brändi. Instituutin omistavat MTK ja Pellervo-Seura.

HEIKKI VUORELA

Suomen arvostetuimmat brändit

Lähde: Markkinointi&Mainonta MT

1. Fazerin Sininen
2. Fazer
3. Joutsenlippu
4. Joutsenmerkki
5. Fiskars
6. Valio voi