

GERŪJŲ PRAKTIKŲ GIDAS PROFESINIO MOKYMO INSTITUCIJŲ DĖSTYTOJAMS

Pasisemkite
įkvėpimo ir
naudokite 20 verslo
sukurty maisto
inovacijų senjorams
pavyzdžių savo
mokymo
programose



innovating food for seniors

MAISTO INOVACIJOS SENJORAMS

www.innovatingfoodforseniors.eu



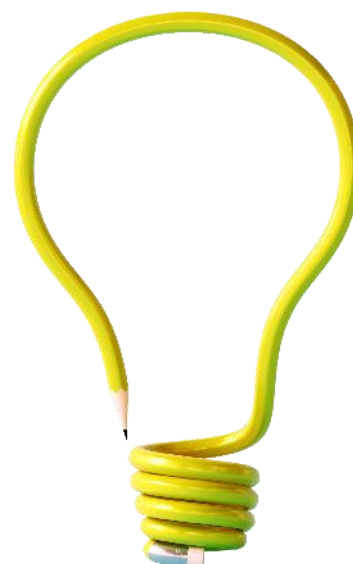
Bendrai finansuojama
pagal Europos Sąjungos
programą „Erasmus+“



Šiam darbui taikoma "Creative
Commons" licencija. Attribution-
ShareAlike 4.0 International License.

Šią programą finansavo Europos Komisija (2020-1-DE02-KA202-007612). Šis leidinys (komunikatas) atspindi tik autoriaus požiūrį ir Komisija negali būti laikoma atsakinga už bet kokį jame pateiktos informacijos panaudojimą.

01	„PIFS“ projekto ir Gerųjų praktikų gido profesinio mokymo institucijoms pristatymas	3
02	Sidabrinė ekonomika: apibrėžimas	10
03	Politikos varomosios jėgos ir politikos pokyčių įtaka sidabrinei ekonomikai	12
04	Inovacijomis grįsta verslo plėtra	14
05	Šiuolaikinė maisto rinka	23
06	Projekto gerosios praktikos	27
07	Išvados	52



01

„PIFS“ projekto ir gerųjų praktikų gido profesinio mokymo institucijoms pristatymas



Projektas „Maisto inovacijos senjorams“

(Pioneering Innovative Food for Seniors) (PIFS)

Maisto sektorius yra vienas iš dinamiškiausių sektorių Europoje, nes keičiantis technologijoms ir gyvenimo būdai, sparčiai keičiasi ir vartotojų poreikiai. Maisto ir gėrimų pramonė yra didžiausias ES gamybos sektorius pagal susijusias darbo vietas ir kuriama pridėtinę vertę. Šioje pramonėje dominuoja mažos ir vidutinės įmonės (toliau - MVĮ) – 9 iš 10 maisto ir gėrimų įmonių Europoje yra MVĮ: iš viso yra 289 000 įmonių, kuriose dirba 4,2 mln. darbuotojų.

Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacijos teigimu, lyginant su didelių įmonių darbuotojais, mažų įmonių darbuotojai turi mažiau galimybių mokytis ir dalyvauti profesiniuose mokymuose, nes juos varžo tokie veiksniai kaip atstumas iki mokymo centrų, laiko stoka, išlaidos. Tačiau šie asmenys gautų daugiausiai naudos iš įgūdžių lavinimo mokymų, nes dauguma jų neturi aukštojo išsilavinimo, maisto pramonės sektoriuje atliekama mažai mokslinių tyrimų ir į rinką sunku įdiegti inovacijas dėl konservatyvaus požiūrio.

Taigi, jei maisto sektoriui reikia daugiau inovacijų, verta apsvarstyti vieną potencialią sritį. Europoje gyvena seniausia populiacija pasaulyje – kas ketvirtas europietis jau yra sulaukęs 60 metų. [Remiantis Nacionalinio senėjimo instituto](#)

[duomenimis](#), iki 2060 m. vyresnių nei 65 metų gyventojų dalis Europoje išaugs iki 30 %, o vyresnių nei 80 metų gyventojų dalis išaugs nuo 5 % iki 12 %.

Profesinio mokymo institucijų dėstytojai žino, kad sėkmingų inovatyvių produktų kūrimas yra sudėtingas, o maisto pramonė tradiciškai laikoma sektoriumi, kuriame atliekama mažai mokslinių tyrimų.



Projektas „Inovatyvus maistas senjorams“ („PIFS“) profesinio mokymo sektoriuje

- Prisidės prie instruktorių profesinio švietimo ir mokymo, taip ugdant jų pedagoginius įgūdžius ir skatinant sidabrinei ekonomikai skirtų inovatyvių maisto produktų kūrimą.
- Padės pedagogams nepraleisti sidabrinės ekonomikos rinkos galimybių ir jų poveikio inovacijoms bei augimui.
- Perteiks specialistų žinias apie šiuolaikinę maisto rinką, ypač apie vyresnio amžiaus žmonėms pritaikyto maisto potencialą būti inovacijų varomąja jėga.
- Pristatys inovatyvius metodus, kad padėtų profesinio mokymo ir švietimo instruktoriams mokyti įmonių darbuotojus ir studentus inovacinių bei verslumo įgūdžių, kad jie galėtų tinkamai reaguoti į didėjančią naujų maisto produktų ir paslaugų paklausą sidabrinėje ekonomikoje.

**Visiems PIFS
projektams išteklių
spustelėkite
interneto nuorodą:**

www.innovatingfoodforseniors.eu

Apie Gerųjų praktikų gidą profesinio mokymo institucijoms

Gerųjų praktikų gidas profesinio mokymo institucijoms yra unikalus mokymo leidinys, skirtas profesinio mokymo institucijų dėstytojams ir pedagogams, norintiems daugiau sužinoti apie maisto inovacijų skatinimą ir galimybes Europos sidabrinėje ekonomikoje per geruosius pavyzdžius.

Iš projekto partnerių šalių buvo atrinkta 20 gerųjų praktikų, kurios apima patiekalų kūrimą, sveikatą stiprinančius maisto produktus, inovacijų komercializavimą, tiekimo grandines ir platinimo galimybes, išmanųjį maistą, technologijas ir nišinę vartotojų rinkodarą. Tai yra praktinis gidas, skirtas parodyti inovacijų pritaikymą kasdienėje veikloje. Apžvelgdami į surinktas gerąsias praktikas, besimokantieji supras, kad senjorų maisto rinka yra daugialypė ir joje svarbu viskas – nuo inovatyvių maisto papildų ar maisto kūrimo žmonėms su tam tikromis sveikatos problemomis, iki maisto pristatymo paslaugų. Viso projekto metu, projekto dalyviai atrinkinėjo tokias praktikas, kurios padėtų geriau suprasti, kaip kuriamos ir diegiamos inovacijos.

Kam šis gidas bus naudingas?

- 1 Profesinio mokymo institucijų dėstytojams, pedagogams bei visiems maisto vertės grandinės dalyviams, norintiems įgyti kompetencijų, kurios padės rengti maisto sektoriaus darbuotojus.
- 2 Esamoms ar būsimoms maisto produktų ar paslaugų įmonėms.
- 3 Maisto sektoriaus MVĮ grupėms ar asociacijoms.
- 4 Inovacijų tarpininkams, pvz. visuomenės sveikatos asociacijoms, regioninės plėtros organizacijoms.



ATVEJO ANALIZĖ KAIP MOKYMO METODAS

„PIFS“ 20 gerųjų praktikos pavyzdžių rinkinys yra unikalus mokymo šaltinis, apimantis įvairias žinias apie inovacijas ir galimybes Europos senjorų maisto sektoriuje. Kadangi maisto sektoriaus kuriama pridėtinė vertė visoje Europoje auga, tai veikia ir pedagogų profesinio tobulėjimo galimybes, padeda gerinti jų rezultatus ir atveria duris jų studentų karjeros galimybėms.



Mes raginame remtis atvejų analize, kai mokote savo studentus.

Kodėl? Nes atvejų analizė yra:

- naudojama kaip mokymo priemonė, parodant teorijos ar idėjų pritaikymą realiose situacijose;
- paremta faktais ir kontekstais. Jie padeda suprasti pagrindinius veiksnius ir yra aktualūs skaitytojui, kai reikia išspręsti kokią nors problemą;
- būdas pažiūrėti į idėjas kitu kampu.

Atvejų analizės pagrindinis privalumas yra tai, kad besimokantieji aktyviai įsitraukia į principų aiškinimąsi. Tai ugdo su bendrosiomis kompetencijomis susijusius įgūdžius:

- kaip spręsti problemas;
- kaip remtis analitinėmis kiekybinėmis ir (arba) kokybinėmis priemonėmis, priklausomai nuo atvejo;
- kaip priimti sprendimus sudėtingose situacijose;
- kaip kovoti su kylančiomis abejonėmis.

„PIFS“ projekto dalyviai prisideda prie MVĮ maisto sektoriaus įmonių darbuotojų mokymų:

- padidindami įmonių sąmoningumą ir įsipareigojimą kurti inovacijas maisto sektoriuje;
- teikdami svarbias idėjas pramonei apie darbuotojų profesinį tobulėjimą, rezultatų gerinimą, naujų darbo vietų kūrimą ir inovacinių sprendimų komercializavimą.

Atvejo analizės pedagogika

Maisto įmonėms yra reikalingos inovacijos. Nors maisto ir gėrimų sektorius yra svarbus ES ekonomikai, maisto sektoriuje veikiančios MVĮ inovacijoms skiria mažai dėmesio¹. Taikant gerųjų praktikų atvejų analizės metodą, mokant ar mokantis galima spręsti konkrečias pedagogines problemas ir ugdyti besimokančiųjų įgūdžius². Atvejo metodas yra vertingas ugdant besimokančiųjų pažintinius įgūdžius.

Velenchik'as (1995)³ pabrėžia, kad atvejo analizės metodas² **motyvuoja mokytis teorijos**. Profesinio mokymo institucijų praktikoje dažnai naudojamos pavyzdžiais, iliustruojant tam tikrų teorinių koncepcijų taikymą. Tačiau dažniau linkstama besimokančiuosius pirmiau mokyti teorijos ir naudoti pavyzdžius ją įtvirtinant, o ne galvoti apie teoriją kaip apie priemonių rinkinį, skirtą mokymuisi praktikoje. Tokiu atveju pagrindinis dėmesys skiriamas pačiai teorijai, o jos taikymas dažnai suvokiamas kaip atskiras veiksnys. Kai besimokantieji nesupranta, kodėl mokosi teorijos, sunkėja mokymosi procesas ir jie dažnai nesugeba perprasti jiems reikalingų priemonių. Taikant atvejo analizės metodą, pagrindinis dėmesys skiriamas problemai, kurią studentai turi išspręsti. Tik gavę užduotį, studentai supranta, kad neturi reikiamų įrankių analizei ir pradeda ją ieškoti. Jie nori mokytis teorijos.

Atvejo metodas taip pat gali būti veiksmingai naudojamas padėti besimokantiesiems palaipsniui ugdyti savo pažinimo įgūdžius nuo žemo lygio žinių, supratimo ir taikymo įgūdžių iki aukštesnio lygio analizės, sintezės ir vertinimo įgūdžių. Šią mokomąją taksonomiją iš pradžių pasiūlė Bloom'as (1956)⁴ ir ji suteikia skaidrų ir struktūrinį požiūrį į besimokančiojo įgūdžių ugdymą.

Galvojant apie atvejų tyrimų pedagoginę galią, atvejo metodas skatina:

Remtis žiniomis realaus pasaulio kontekste, nes atvejo metodas palaiko ir palengvina pagrindinių žinių supratimą. Tai reikalauja įsiminti daug informacijos, tačiau tereikia pateikti tuo metu tinkamą informaciją, nebūtinai suprantant jos prasmę. Naudojant atvejo metodą ir kitą mokymo turinį, lengviau praplečiamos žinios.

Supratimą. Šis įgūdis apibrėžiamas kaip gebėjimas suvokti informacijos prasmę. Tai galima įrodyti verčiant informaciją iš vienos formos į kitą, ją interpretuojant ir ekstrapoliuojant. Kai remiamasi žiniomis realaus pasaulio kontekste, atvejo metodas palengvina pagrindinių žinių supratimą.

Taikymą. Tai gebėjimas panaudoti išmoktą medžiagą naujose ir specifinėse situacijose (t. y. pritaikyti naujas žinias kuriant maisto inovacijas). Gilindamiesi į gerųjų praktikų pavyzdžius, besimokantieji galės geriau suprasti, kaip teorijos taikomos realiaame pasaulyje.

Analizę. Gerosios praktikos skatina besimokančiuosius skaidyti sudėtingą informaciją, užmegzti santykius ir nustatyti problemas. Paprastai šis procesas apima inovacinių dalių atpažinimą, skirtingų dalių tarpusavio santykių analizę ir susijusių inovacinių principų pažinimą. Kaip jau minėta, analizė yra svarbi atvejo metodo dalis.

Sintezę. Tai gebėjimas sujungti dalis, taip sukuriant naują visumą. Šio proceso metu besimokantieji gali sukurti, pvz., naujo produkto kūrimo planą ar mokslinių tyrimų pasiūlymą.

Vertinimą. Kritinis vertinimas susijęs su gebėjimu įvertinti žinių vertę tam tikram tikslui. Išanalizavę ir susintetinę tam tikrą atvejį, besimokantieji turėtų įvertinti alternatyvią gerosios praktikos verslo politiką ar strategiją. Galima vertinti ir dėl galimų alternatyvių sprendimų jau priimtus nutarimus.

¹ Baregheh, A., Rowley, J., Sambrook, S., & Davies, D. (2012). "Innovation in food sector SMEs", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19(2), pp. 300-32.

² Boehrer, J. (1995). On teaching a case. *International Studies Notes*, 19(2), pp. 14-20.

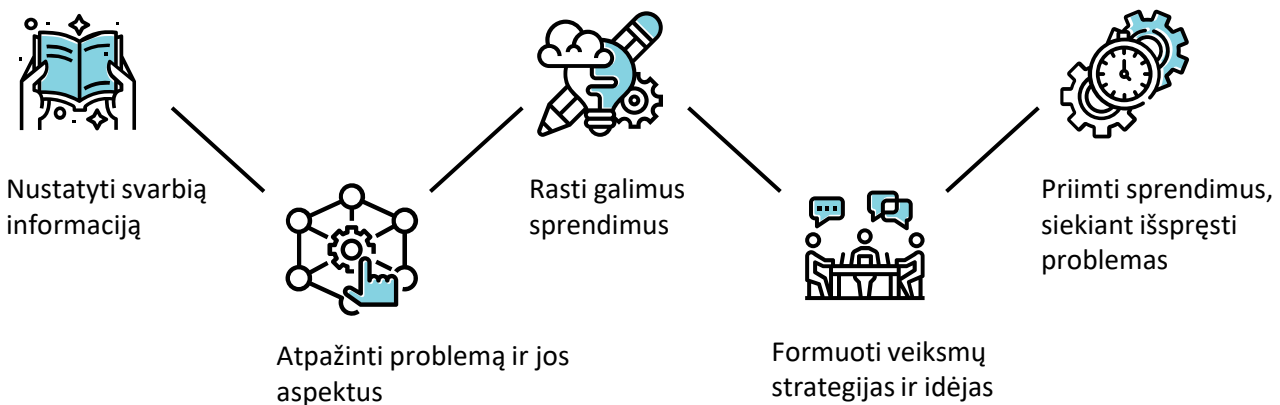
³ Velenchik, A. D. (1995). The Case Method as a Strategy for Teaching Policy Analysis to Undergraduates. *The Journal of Economic Education*, 26(1), pp. 29-38.

⁴ Bloom, B. S. (1956). Taxonomy of educational objectives. Vol. 1: Cognitive domain, 20(24), pp. 1.

Kaip naudoti „PIFS“ projekto gerųjų praktikų atvejų tyrimus

Šis gerųjų praktikų gidas siekia skatinti kritinį mąstymą ir išplėsti maisto verslo MVĮ ir profesinio mokymo įstaigų žinias apie galimybes kurti ir komercializuoti inovatyvų maistą senstančiai visuomenei. Nepriklausomai ar mokymais vyksta individualiai ar grupėse, suteikite jiems galimybę įsigilinti į gerosios praktikos pavyzdį ir išanalizuoti jo pagrindinę informaciją, siekiant nustatyti iškilusias problemas ir rasti jų sprendimus.

Tai leidžia besimokantiems:



Instrukcijos besimokantiems

Norėdami geriausiai panaudoti gerųjų praktikų pavyzdžius savo mokymo(si) praktikoje, paraginkite besimokančiuosius įsigilinti į kiekvieną atvejį pagal šį kontrolinį sąrašą:

- Prieš pasidalydami idėjomis su kitais savo grupės ar klasės nariais, atidžiai perskaitykite gerosios praktikos pavyzdį ir susidarykite asmeninę nuomonę. Jūs turite sugebėti kritiškai išnagrinėti pateiktą gerąją praktiką, savarankiškai nustatyti jos problemas, taip pat sugebėti pasiūlyti sprendimus ir alternatyvas. Prieš aptardami tyrimą su grupe, jūs turite suformuoti savo poziciją ir parengti veiksmų planą.
- Gerai išanalizavę gerąją praktiką, galite pasidalyti savo idėjomis su kitais grupės nariais.
- Atvirai aptarkite atvejį ir įsiklausykite į kitų grupės narių ir klasiokų nuomonę.
- Galiausiai prisiminkite savo pirmines idėjas ir pagalvokite, kaip jos pasikeitė po grupinės diskusijos.

Tai pirma „PIFS“ projekto metu sukurta mokymosi metodika. Toliau vykstant projektui, pedagogai taip pat galės pasinaudoti mūsų:

- Skaitmeninio inovacijų įsivertinimo, kuris yra pirmasis tokio pobūdžio skaitmeninis įrankis ir šablonų rinkinys, leidžiantis įmonėms įsivertinti, ar jos yra pasirengusios kurti inovatyvų maistą senjorams su rekomenduojamu mokymusi.
- „Atviro švietimo išteklių“ („Open Educational Resources“), kurie padės pedagogams įgyvendinti pamokų kursą, kurio metu jie maksimaliai išnaudos daugialypės terpės bei mūsų instruktorių išteklius ir susipažins su pritaikantia ateities mokymosi technologija „Švietimas 4.0“ („Education 4.0“).
- Internetiniais kursais (IO4), kurie padės maisto MVĮ vadovams ir darbuotojams toliau mokytis lanksčioje, mobilijoje aplinkoje.



Šio profesinio rengimo ir mokymo gerosios praktikos vadovo struktūra

Profesinio rengimo ir mokymo gerosios praktikos vadovą sudaro 6 dalys.

1 skyrius

Įvadas į projektą ir šį Profesinio rengimo ir mokymo gerosios praktikos vadovą.

2 skyrius

Sidabrinės ekonomikos reikšmės ir jos dydžio apibūdinimas.

3 skyrius

Politikos veiksnių ir politikos pokyčių poveikio sidabro ekonomikai apibūdinimas.

4 skyrius

Inovacijomis grindžiamo verslo plėtros pristatymas, aprašomas inovacijų vaidmuo organizacijoje, inovacinė veikla ir jos reikšmė, organizaciniai veiksniai, darantys įtaką inovacijoms, taip pat apibrėžiama, kad žinios ir kompetencijos yra pagrindiniai inovacijas organizacijoje skatinantys veiksniai.

5 skyrius

Šiuolaikinės maisto produktų rinkos, jos tendencijų ir inovatyvių maisto produktų apibrėžties apibūdinimas.

6 skyrius

Mūsų 20 gerosios praktikos atvejų rezultatų aprašymas, pateikiant svarbią informaciją, įskaitant tai, kas yra geroji praktika, kodėl ji sėkminga, kokių rezultatų pasiekta ir kodėl ji gali būti perkelta į kitus regionus.

02

Sidabrinė ekonomika: apibrėžimas



Sidabrinė ekonomika: apibrėžimas

2060 m. Europoje vienas iš trijų gyventojų bus vyresnis nei 65 metų. Kitose išsivysčiusiose šalyse ši tendencija taip pat panaši. Pasaulio banko ir [Pasaulio sveikatos organizacijos](#) (PSO) duomenimis, 2020 m. vidutinė gyvenimo trukmė buvo 72,5 metai, t.y. 20 metų daugiau nei 1960 m. Manoma, kad vyresnių nei 60 metų gyventojų skaičius laikotarpiu nuo 2000 iki 2050 m. padvigubės.

Senstančių gyventojų poreikiai paskatino **sidabrinės ekonomikos** sąvokos atsiradimą. Į **sidabrinę ekonomiką** įtrauktos visos ekonominės veiklos, produktai ir paslaugos, skirti patenkinti vyresnių nei 50 metų žmonių poreikius. Ši sąvoka kilo iš vadinamosios sidabrinės rinkos Japonijoje – ten 8-ajame praėito amžiaus dešimtmetyje buvo didžiausia vyresnių nei 65 metų žmonių dalis. Norint geriau suprasti senjorų rinkos svarbą, reikia suvokti, jog ji turi poveikį daugybei kitų sektorių, pavyzdžiui, sveikatos, bankininkystės, automobilių, energetikos, būsto, telekomunikacijos, laisvalaikio, turizmo ir kt.



03

Politikos varomosios jėgos ir politinių pokyčių įtaka sidabrinei ekonomikai



Politikos varomosios jėgos ir politinių pokyčių įtaka sidabrinei ekonomikai

Europos populiacija senėja, todėl ES politikoje ir programose, susijusiose su aktyviu senėjimu, socialine apsauga, viešųjų paslaugų prieinamumu, diskriminacija, moksliniais tyrimais, inovacijomis ir kt. vis dažniau atkreipiamas dėmesys į pagyvenusius žmones.

Diskriminacija dėl amžiaus yra draudžiama ES sutartimis. Jaunesni asmenys taip pat yra diskriminuojami dėl amžiaus, tačiau vyresnio amžiaus žmonių diskriminacija labiau paplitusi. Diskriminacijos problema dažnai susijusi su pagyvenusiu žmonių užimtumu. Kai kuriems senjorams reikia daugiau dirbti, nes jiems reikia papildomų finansų. Taip pat, daugeliui tai yra būdas būti svarbiems visuomenėje ir išlikti fiziškai bei socialiai aktyviems.

Senėjantys gyventojai yra vertinga visuomenės dalis – jie gali aktyviai gyventi ir veikti bendruomenėse, kurdami naujas darbo vietas ir skatindami ekonominį augimą. Vyresnio amžiaus žmonės gali dalyvauti mažėjančioje darbo rinkoje, savanoriauti ir teikti vertingas paslaugas, padedančias visuomenei ir ekonomikai. Todėl [ES Europos užimtumo strategija](#) suteikia politikos koordinavimo pagrindus ir terpę dalytis patirtimi. Remiantis 2010 m. gairėmis, valstybės narės turi padidinti 50-ties ir vyresnių žmonių dalyvavimą darbo rinkoje, įgyvendinant aktyvaus senėjimo politikas, susijusias su darbo organizavimu ir mokymusi visą gyvenimą. ES taip pat remia Europos socialinių partnerių (darbdavių organizacijų ir profesinių sąjungų) bendradarbiavimą, nes taip siekiama ES lygmens pagrindų susitarimo dėl nepilnos darbo dienos, nuotolinio darbo ir laikinųjų darbuotojų darbo sąlygų, kas leidžia senjorams likti darbo rinkoje.

[„Aktyvaus ir sveiko senėjimo“ \(„Active & Healthy Ageing“ – AHA\) iniciatyva](#) skatina senyvų žmonių aktyvumą patariant, kaip jiems savanoriauti, rūpintis jaunais ar labai senais šeimos nariais ir gyventi sveikai bei savarankiškai, taip padedant jiems ilgiau likti darbo rinkoje ir vėliau išėiti į pensiją.

ES padeda valstybėms narėms rasti tinkamus ir tvarius pensijų, sveikatos ir ilgalaikės priežiūros sprendimus, o tai labai svarbu senjorams. Kaip nurodyta [Europos Komisijos 2015 m. vasario mėn. informaciniame dokumente](#), Komisija jau įgyvendino tam tikras politines iniciatyvas, susijusias su sidabrine ekonomika, kurios:

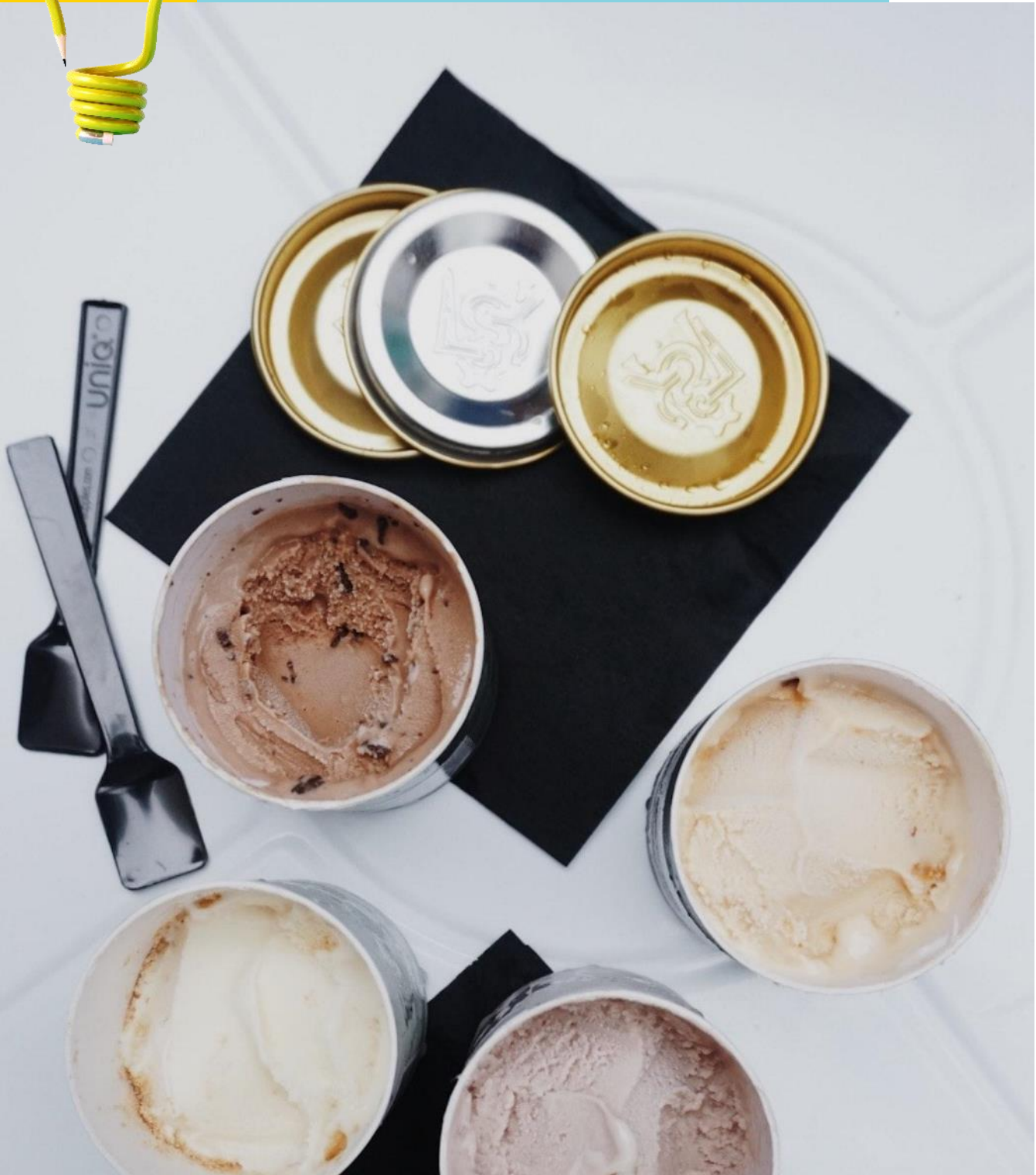
- padėjo atrasti naujų rinkų ir ekonominių varomųjų jėgų potencialą, pavyzdžiui, būtinybę renovuoti pastatų ūkius, skatinti savarankišką gyvenimą ir plėtoti ne sezoninį (senjorų) turizmą;
- užtikrino, kad prieinamos, aukštos kokybės ir tvarios ilgalaikės priežiūros sistemos atitiktų vartotojų poreikius. Buvo skatinamas tinkamo gyvenimo ir socialinių investicijų požiūris į socialinės apsaugos sistemas ir paslaugas, svarstomos suinteresuotųjų šalių naujovės, skirtos aktyviam ir sveikam senėjimui, taikant didelio

poveikio inovacijas;

- skatino verslumą ir naujus įgūdžius, susijusius su senėjančios visuomenės poreikiais, remiamą Europos inovacijų ir technologijos instituto (EIT) [Žinių ir inovacijų bendrijos, skirtos spręsti sveikos gyvensenos ir aktyvaus senėjimo klausimus](#);
- paskatino 110 Europos regionų aktyvų ir sveiką senėjimą įvardinti kaip pažangios specializacijos prioritetą;
- padėjo pagerinti sveikatos ir socialinės priežiūros sistemų prieinamumą, kokybę ir finansinį tvarumą;
- pristatė „[H2020](#)“ programą, skatinančią su demografiniais pokyčiais susijusius mokslinius tyrimus ir inovacijas.

04

Inovacijomis pagrįsta verslo plėtra



Sidabrinės ekonomikos iššūkiai ir galimybės

Naujos idėjos ir nauji veiklos būdai, laikomi inovacijomis. Inovacijos būtinos norint pagerinti produktus, paslaugas, didinti pardavimus, mažinti išlaidas arba rasti efektyvesnius sprendimus kaip vykdyti organizacijos procesus. Inovacijomis pagrįsto verslo plėtros mokymai padeda pasiekti stebinančių rezultatų.

Inovacijos yra ilgalaikio VMĮ vystymosi ir augimo pagrindas. Mūsų gerosios praktikos suteiks 20 verslo, kuris kuria ir vysto inovacijas, pavyzdžių.

Besimokantieji supras, kaip kuriami nauji procesai, funkcijos, pasiūlymai ir modeliai, siekiant patenkinti senjorų poreikius. Geriausios inovacijos gimsta procese, nebūtinai sekant pradinę idėją. Pasimokykite iš mūsų 20 gerųjų praktikų, verslui priėmus iššūkį mąstyti ir veikti kitaip.

Inovacijos ir jų reikšmė organizacijoje

Inovacijos gali būti apibrėžiamos įvairiai, atsižvelgiant į įvairius klasifikavimo metodus ir būdus. [Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacija](#) (EBPO) pateikia pagrindinius sąvokos „inovacija“ apibrėžimus ir jos rūšis įvairiuose vadovuose. Naujausiame vadove – [„Oslo vadovas 2018“](#) – inovacijos apibrėžiamos taip:

Europos Komisija [„Žaliojoje inovacijų knygoje“](#) apibrėžia „inovacijų“ sąvoką kaip sėkmingos gamybos, įsisavinimo ir naujovių naudojimo ekonominėse ir socialinėse srityse suderinimą. Kuriant inovacijas atsiranda nauji problemų sprendimai ir taip lengviau patenkinti individų bei visuomenės poreikius.

„*Inovacija yra naujas arba patobulintas produktas ar procesas (arba jų derinys), kuris ženkliai skiriasi nuo ankstesnių vieneto produktų ar procesų ir kuris yra prieinamas potencialiems naudotojams (produkto atveju) arba kuris vieneto yra naudojamas (proceso atveju)*“⁵

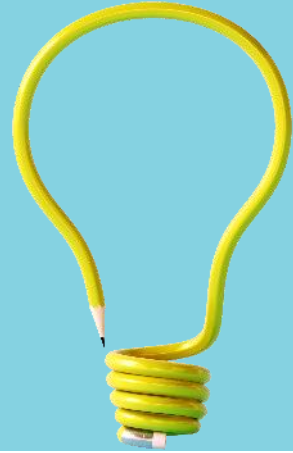


⁵ OECD. n.d. *Defining Innovation*. Available at: <https://www.oecd.org/site/innovationstrategy/defininginnovation.htm>

Daugybė mokslininkų bando įvairiai apibrėžti inovacijų bruožus. Skirtingos „inovacijų“ sąvokos apibrėžtys atspindi platų inovacijų bruožų spektrą. Inovacijų aspektų analizė rodo, kad nuo tada, kai buvo sukurtos pirmosios šios sąvokos apibrėžtys, diskusijos stipriai pažengė į priekį – **inovacija apibrėžiama ne tik kaip pokyčių procesas ar fizinis objektas, bet ir kaip įrankis, padedantis pasiekti pokyčius, ar šio pokyčio sąlyga.**

Taigi, inovacijų bruožus galima apibendrinti taip:

- 1 inovacija kaip kažkas naujo (produktas, paslauga ar programinė įranga);
- 2 inovacija kaip procesas, kuriant ar darant kažką naujo;
- 3 inovacija kaip priemonė kurti ar daryti kažką naujo;
- 4 inovacija kaip sąlyga (aplinka), dėl kurios daroma kažkas naujo;
- 5 inovacija kaip idėja, galvojant apie kažką naujo;
- 6 inovacija kaip žmonių gebėjimas daryti kažką naujo;
- 7 inovacija kaip kaitos procesas.



Inovacijų tipai jau seniai klasifikuojami, o naujausią [inovacijų klasifikacija](#) pagal Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacijos metodiką galima apibendrinti taip: yra dvi pagrindinės inovacijų rūšys:

- inovacijos, kurios keičia įmonės produktus (produktų inovacijos);
- inovacijos, kurios keičia įmonės verslo procesus (verslo procesų inovacijos)⁷.

Produkto inovacija

Produkto inovacija yra nauja ar patobulinta prekė ar paslauga, kuri labai skiriasi nuo ankstesnių įmonės prekių ar paslaugų, ir kuri buvo pristatyta rinkai. Produktų inovacijos dažniausiai apima dviejų tipų produktus: prekes ir paslaugas:

- Prekės yra apčiuopiami gaminiai bei kai kurie žinių kaupimo produktai, kuriems gali būti nustatytos nuosavybės teisės ir kurių nuosavybė gali būti perduota per rinkos sandorius.
- Paslaugos yra nemateriali veikla, kuri gaminama ir vartojama vienu metu ir kuri keičia vartotojų būseną (pvz., fizinę, psichologinę). Kad vartotojai ir įmonė galėtų kartu tobulinti paslaugą, dažniausiai reikia vartotojų įsitraukimo – jie turi leisti savo laiką, skirti dėmesį, būti prieinami, turi perduoti informaciją ir įdėti pastangų. Todėl su paslauga susijusios savybės ar patirtis gali priklausyti nuo vartotojų indėlio. Paslaugos taip pat gali apimti kai kuriuos žinių kaupimo produktus.

Verslo proceso inovacija

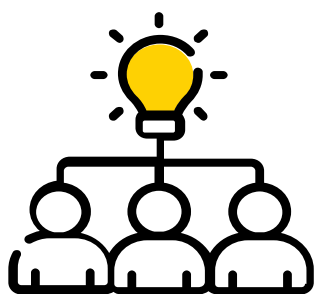
Verslo proceso inovacija yra naujas ar patobulintas verslo procesas, kurio metu viena ar kelios verslo funkcijos labai skiriasi nuo ankstesnių įmonės verslo procesų ir kurį pirma pradėjo naudoti pati įmonė. Verslo proceso inovacijos susijusios su skirtingomis įmonės funkcijomis. Remiantis naujausiu „Oslo vadovo“ leidimu, yra šešios pagrindinės verslo funkcijos, kurioms gali būti taikomos inovacijos:

- prekių ir paslaugų gamyba,
- platinimas ir logistika,
- rinkodara ir pardavimai,
- informacijos ir ryšių sistemos,
- administravimas ir valdymas,
- produktų ir verslo procesų kūrimas.

Daug diskutuojama apie tai, kaip reikėtų vertinti ir įvertinti inovacijas kiekviename etape: vieni mokslininkai siūlo naujus ir patobulintus produktus vertinti kaip tiesioginį inovacijų, susijusių su naujų produktų kūrimu, rezultatą, kiti mini inovacijų rinkos sėkmę, nurodydami, kad svarbu atsižvelgti į rinkoje parduodamo inovatyvaus produkto ir visos produkcijos pardavimo santykį. Kai kurie mokslininkai nurodo, kad patentų paraiškas galima laikyti inovacijų rodikliu.

Taigi, inovacijas galima apibrėžti kaip praktinių įrankių ir metodų taikymą, siekiant didelių ar mažų patobulinimų produktuose, procesuose ir paslaugose, padedant organizacijai pasiekti kažką naujo, kas prideda vertės klientams ir papildo organizacijos kaupiamas žinias⁶.

Inovacijos maisto sektoriuje yra itin svarbios siekiant užtikrinti maisto sektoriaus MVĮ tvarumą ir konkurencingumą. Inovacijos maisto pramonėje yra galimybė ir priemonė išsiskirti iš konkurentų ir patenkinti vartotojų poreikius. Tai yra būdas, kuris labiausiai padeda įsiskverbti į naujas rinkas ir kurti naujus produktus ar procesus. Kita vertus, maisto pramonėje tradiciškai vyksta mažai mokslinių tyrimų. Nors mokslininkai nuolat kuria inovatyvius produktus ir technologijas, jų taikymas maisto pramonėje susiduria su tam tikromis kliūtimis. Tai labiau susiję su pačiu inovacijų diegimu maisto pramonėje bei su vartotojų reakcija, o ne su technologinių tų inovatyvių metodų tinkamumu. Daugelį maisto sektoriaus iššūkių, pvz., kad būtų tiekiami pakankamai maisto, lemia visuomenės poreikiai ir spaudimas. Dėl to svarbus vaidmuo tenka politikams įgyvendinant iniciatyvas, kuriomis siekiama suteikti paramą inovacijoms ar tinklams, kurie galėtų palengvinti inovacijų kūrimą ir įgyvendinimą maisto sektoriaus MVĮ. Tačiau, nors minėti tinklai gali sukurti aplinką, kuri paremtų išradimų kūrimo ir įgyvendinimo iniciatyvas, tikrosios tokių iniciatyvų varomosios jėgos yra susijusios su sektoriaus ir jo dalyvių patiriamu spaudimu ir jiems kylančiais iššūkiais. Varomosios jėgos ir tinkama aplinka gali padėti kurti išradimus, kurie padėtų sektoriui juos įveikti. Tačiau tolesnis išradimų plėtojimas, siekiant juos pritaikyti įprastose įmonės veiklose, priklauso nuo to, ar visgi yra reikiamų technologijų ar idėjų⁷.



Inovatyvi veikla ir inovacijų procesas

Klasikinio inovacijų proceso koncepcijos suvokimo ribos plėtėsi didėjant inovacijų ciklų greičiui. Klientų poreikiai ir technologinės galimybės greitai keičiasi, suteikdamos puikių galimybių kurti naują vertę įmonėms, kurios geba įsisavinti tokią informaciją ir tendencijas. Įmonės sujungia įvairią vidinę ir išorinę informaciją, siekdamos aiškiai suprasti kokius reikalavimai atsiras ateityje. O siekdamos patenkinti šiuos rinkos reikalavimus, daugelis įmonių naudoja skirtingus inovacijų procesų stilius. Mokslininkai, kurie analizuoja naujų produktų kūrimą, įvardina daugybę inovacijų proceso modelių, sudarytų iš kelių etapų. Kai kurie mokslininkai pristato inovacijų proceso modelį, kurį sudaro net trylika etapų. Šiuo atveju procesas prasideda nuo idėjų atrankos ir baigiasi produktų pristatymu į rinką.

Kiti apibūdina penkis inovacijų proceso etapus: idėjos generavimą, idėjos tobulinimą, sprendimo pasirinkimą, dizainą ir kūrimą, ir rinkodarą ar komercializavimą. Kita klasifikacija grindžiama keturiais etapais: idėjų generavimas, inovacinių idėjų rėmimas ir skatinimas, inovacijų kūrimas ir įgyvendinimas. Procesą tęsia produkto ar paslaugos komercializacija, kai tik nustatomas jų ekonominis perspektyvumas.

Visuose minėtuose inovacijų procesuose viskas prasideda nuo idėjos, o naujų produktų ar paslaugų pristatymas į rinką jį užbaigia. Organizacijos inovacijų procesą paveikia daugybė veiksnių, tiek vidinių, tiek išorinių. Išoriniai veiksniai apima vyriausybę, aplinką, elektroninės prekybos reguliavimą, pramonę, tiekėjus ir klientus, partnerius. Vidiniai veiksniai apima organizacijos dydį, strategiją, organizacijos struktūrą, organizacijos tipą, išteklius, organizacijos kultūrą ir klimata, organizacinę komunikaciją, socialinę struktūrą, darbuotojus, technologijų valdymą ir informaciją apie rinką. [Inovacinės veiklos sąveika su išorine aplinka sudaro inovacijų gyvavimo ciklą.](#)

⁶ O'Sullivan, D., & Dooley, L. (2008). *Applying Innovation*. Sage publications.

⁷ Galanakis, C. M. (Ed.). (2021). *Innovation strategies in the food industry: Tools for implementation*. Academic Press.

Galvojant apie išorinius veiksnius, darančius įtaką maisto MVĮ, verta paminėti, kad esminis inovacijų veiksnys yra tinklų kūrimas¹¹. Esant tinklams galima nagrinėti produktų, procesų, išteklių naudojimo ar paslaugų inovacijas. Glaudus bendradarbiavimas su tiekėjais ir klientais gali paskatinti bendradarbiavimą tinkle, kuris paprastai vadinamas „maisto grandine“.

Išoriniai veiksniai, palaikantys maisto sektoriaus vystymąsi, gali būti skirstomi į keturias pagrindines kategorijas:

- 1 asmenys, tokie kaip ekspertai, idėjų vadovai ir konsultantai;
- 2 akademinio pasaulio atstovai, tokie kaip universitetai ir tyrimų centrai;
- 3 tiekimo grandinės partneriai, tokie kaip tiekėjai, vartotojai, mažmenininkai ir platintojai;
- 4 kitoms pramonės šakoms priklausančios įmonės.

Maisto MVĮ labiau bendradarbiauja su savo sektoriaus dalyviais, todėl jos turi panašias žinias, įgūdžius ir kompetencijas. Tačiau įmonės, priklausančios aukštųjų technologijų pramonei, taip pat dalyvauja maisto grandinėje: daugelis inovacijų, įtrauktų į naujus maisto produktus, buvo sukurtos ne maisto pramonėje, o, pvz., biotechnologijų ar nanotechnologijų pramonėje. Dėl to maisto įmonės tampa atviresnės išorinėms žinioms, naujiems organizaciniams modeliams ir principams, siekdamas paspartinti inovacijas⁸.

Šiame gide gerosios praktikos suskirstytos į 3 grupes:

- 1 Inovatyvūs produktai – kai siūlomi inovatyvūs produktai senjorų rinkai.
- 2 Unikalios ar pagalbinės paslaugos – kai siūlomos unikalios ar pagalbinės paslaugos senjorų rinkai.
- 3 Problemų ar iššūkių spendimai – kai kartu produktu ir paslauga siekiama sumažinti arba įveikti senjorų rinkos problemas.



⁸ Galanakis, C. M. (Ed.). (2021). *Innovation strategies in the food industry: Tools for implementation*. Academic Press.

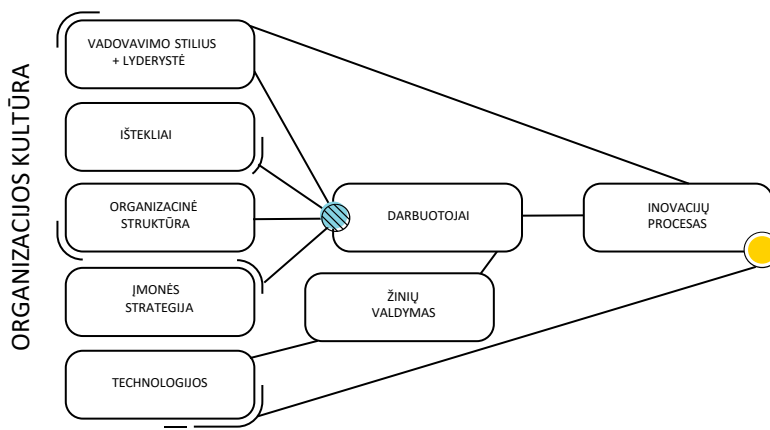
Organizaciniai veiksniai, turintys įtakos inovacijoms versle

Yra tam tikros inovacijų rūšys, leidžiančios jas sukūrusias įmones laikyti inovatyviomis įmonėmis. Inovatyvi verslo įmonių veikla gali prasidėti nuo produktų, naujų technologijų, naujų socialinių struktūrų kūrimo arba kai visi šie aspektai yra derinami tarpusavyje. Inovatyvi įmonė turi turėti tam tikrų savybių ir yra keletas veiksnių, turinčių įtakos įmonės gebėjimui kurti inovacijas, tokie kaip: vadovavimo stilius ir lyderystė, išteklių, organizacinė struktūra, technologijos, žinių valdymas, įmonės strategija, darbuotojai ir inovacijų procesas⁹.

1 pav.

Organizaciniai veiksniai, turintys įtakos inovacijoms

(Šaltinis: „Tarptautinio inovacijų valdymo žurnalas“ („International Journal of Innovation Management“), 2019 m., 12 t. straipsnis: „Veiksniai, darančys įtaką organizacijų gebėjimui valdyti inovacijas: struktūrinė literatūros apžvalga ir koncepcinis modelis“ („Factors Influencing an Organisations ability to Manage Innovation: a Structured Literature Review & Conceptual Model“)⁹)



Organizacijos kultūra yra pagrindinis inovacijų valdymo veiksnys. Tai veiksnys, kuris turi įtakos visiems kitiems veiksniams, ir pats paveikiamas kitų organizacijos veiksnių ar jų dalių. Todėl galima daryti išvadą, kad organizacijos kultūra atsiranda ir vystosi kai keičiasi pati organizacija. Veiksnių, darančių įtaką organizacijos gebėjimui kurti ir valdyti inovacijas¹⁴, apžvalga leidžia daryti išvadą, kad inovacijų procesas yra veikiamas kitų veiksnių. Tai rodo, kad kiti veiksniai turi įtakos organizacijos gebėjimui valdyti inovacijas.

Žinios ir kompetencijos kaip pagrindinės inovacijų varomosios jėgos

XXI a. pr. daugelis tyrėjų teigė, kad žinios ir intelektinis kapitalas yra svarbūs šiuolaikinėse, žiniomis grįstose įmonėse. Inovacijos yra svarbi našumo augimo varomoji jėga. Įmonės verslo paskatos ir gebėjimas diegti inovacijas veikiami įvairių veiksnių, tokių kaip: korupcijos paplitimas, darbo jėgos tinkama kvalifikacija, papildomo finansavimo galimybės. Vieni veiksniai yra vidiniai, atspindintys pačio verslo ypatybes, t. y. jo dydį ar amžių, arba priimtus sprendimus (pvz., sprendimą konkuruoti tarptautinėse rinkose ar sprendimą samdyti aukštos kvalifikacijos darbuotojus). Kiti veiksniai yra išoriniai ir formuoja bendrą verslo aplinką, kurioje vykdoma veikla (pvz., maitai ir prekybos taisyklės).

Įmonės noras ir gebėjimas kurti inovacijas priklauso nuo įvairių veiksnių. Jaunos, mažos įmonės dažnai laikomos pagrindinėmis inovacijų varomosiomis jėgomis. Nors tokios įmonės labai prisideda prie naujų produktų kūrimo, jos nebūtinai yra inovatyvesnės už kitas įmones. Tinkama kvalifikuota darbo jėga (įskaitant stiprius valdymo įgūdžius) yra viena iš pagrindinių prielaidų kuriant sėkmingas inovacijas tiek naujų technologijų srityje, tiek esamų technologijų diegimo srityje, nes darbuotojai skatinami kurti ir išmokti naujų gamybos metodų. Kitas svarbus įmonių pasirinkimas – ar investuoti į mokslinius tyrimus ir eksperimentinę plėtrą (MTEP), siekiant paremti naujų produktų kūrimą. MTEP yra sisteminga kūrybinė veikla, skirta kaupti žinias ir rasti būdus jas pritaikyti.

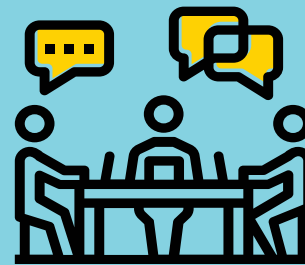
⁹ Smith, M., Busi, M., Ball, P., & Van Der Meer, R. (2019). Factors influencing an organisation's ability to manage innovation: a structured literature review and conceptual model. *Managing Innovation: What Do We Know About Innovation Success Factors?*, pp. 69-90.

MTEP nėra būtina kuriant naujus produktus ar procesus, nes įmonės gali nuspręsti žinias įsigyti. Bet MTEP žymiai padidina sėkmingų inovacijų tikimybę. Įmonės, investuojančios į MTEP, vidutiniškai 22 proc. dažniau diegia naujus produktus ar procesus. Jos taip pat vidutiniškai 20 proc. dažniau diegia rinkodaros ar organizacines inovacijas.

Kai kurių mokslininkų nuomone, žinios, kurias turi kiekvienas žmogus, gali būti perduotos keliems asmenims vienu metu. Taigi, viena iš svarbiausių žinių savybių yra ta, kad žinių apjungimas iš daugelio sričių padeda sukurti naujas verslo veiklas ir geresnes darbo vietas, tokiu būdu skatinant verslo augimą. Visuotinai pripažįstama, kad organizacijos gebėjimas diegti inovacijas yra glaudžiai susijęs su jos gebėjimu panaudoti savo žinių išteklius ar intelektinį kapitalą¹⁰.

Literatūroje pateikiami įvairūs intelektinio kapitalo apibrėžimai, tačiau dažniausiai ši sąvoka apibrėžiama kaip skirtumas tarp įmonės rinkos vertės ir jos turto pakeitimo išlaidų¹¹. Intelektinio kapitalo sudedamosios dalys yra žmogiškasis kapitalas, struktūrinis kapitalas ir išorinis (klientų) kapitalas, kuris vėliau apibrėžimuose išplečiamas iki santykių kapitalo. Norint plėsti intelektinio kapitalo dalis, reikalingos skirtingos investicijos. Žmogiškasis kapitalas susideda iš darbuotojų kompetencijų, įgūdžių, požiūrių ir motyvacijos. Kadangi žmogiškasis kapitalas priklauso darbuotojui, reikia investuoti į darbuotojų samdymą, mokymą ir išlaikymą.

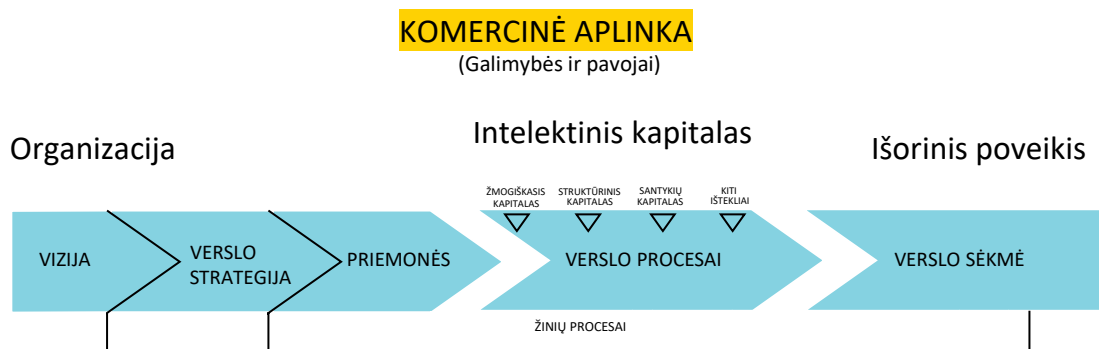
Struktūrinis kapitalas apima visas struktūras ir procesus, kurių reikia darbuotojams, kad jie būtų produktyvūs ir inovatyvūs. Kad jie geriau įsisavintų žinias, reikia nustatyti darbo tvarką ir procedūras, o tai svarbi struktūrinio kapitalo dalis. Santykių kapitalas – tai visi santykiai su organizacijos įsteigtomis išorinėmis grupėmis ir asmenimis, pvz., su klientais, tiekėjais, partneriais ir visuomene. Norint plėsti santykių kapitalą, reikia sukurti standartus, palengvinančius sąveiką, darbinius santykius ir bendradarbiavimą. Žinių srautas ir intelektinis kapitalas organizacijoje gali būti atvaizduotas taip (2 pav.)¹²:



2 pav.

Žinių srautas ir intelektinis kapitalas organizacijoje

(pagal 2009 m. Mertins ir kt.¹³)



¹⁰ Subramaniam, M., & Youndt, M. A. (2005). The Influence of Intellectual Capital on the Types of Innovative Capabilities. *Academy of Management Journal*, 48(3), pp. 450–463. <https://doi.org/10.5465/amj.2005.17407911>

¹¹ Manzari, M., Kazemi, M., Nazemi, S., & Pooya, A. (2012). Intellectual capital: Concepts, components and indicators: A literature review. *Management Science Letters*, 2(7), pp. 2255-2270.

¹² Galeitzke, M., Steinhöfel, E., Orth, R., & Kohl, H. (2015). Strategic intellectual capital management as a driver of organisational innovation. *International Journal of Knowledge and Learning*, 10(2), pp. 164. <https://doi.org/10.1504/ijkl.2015.071622>

¹³ Mertins, K., Will, M. and Meyer, C. (2009). InCaS: Intellectual Capital Statement. Measuring Intellectual Capital in European Small- and Medium-sized Enterprises. *Proceedings of the European Conference on Intellectual Capital 2009*.



Žmogiškasis kapitalas ir inovacijos

Galimybės, kurios atsiranda organizacijos pridėtinės vertės kūrimo procese ir žmogiškojo kapitalo vystyme, yra pagrindinė produktų ir procesų inovacijų sąlyga. Profesinė kompetencija labai svarbi produktų ir procesų inovacijoms, nes kolektyvinės žinios ir patirtis yra būtinos kuriant techninius patobulinimus ar randant naujus techninius sprendimus. Įprastai, kai norima kelti įmonės kompetenciją, samdomi aukštos kvalifikacijos darbuotojai ir susitelkiama ties tolesniu jų profesiniu tobulėjimu, siekiant padidinti verslo inovacijų galimybes.

Tačiau ši kompetencija turi būti darni visose organizacijos srityse, nepamirštant galimybes diegti ir pritaikyti šiuos sprendimus orientuotas inovacijų sistemas ir metodikas. Socialiniai įgūdžiai ir bendravimas yra būtini inovacinei veiklai, nes taip palaikomas darbuotojo kūrybiškumas ir lankstumas. Be to, bendravimas ir pasitikėjimą stiprinantis elgesys skatina idėjų ir inovacijų kūrimą, ypač kai vyksta konstruktyvios diskusijos ir bendradarbiaujama.

Specialus bendravimo ir bendradarbiavimo įgūdžių lavinimas gali paskatinti idėjų kūrimą ir diskusijas apie jas¹⁴. Tai svarbu siekiant suderinti technologines ir produktų strategijas su idėjos vertinimu. Socialinė kompetencija turi tik silpną įtaką procesų optimizavimui ir inovacijoms. Taip yra todėl, kad bendri pridėtinės vertės kūrimo procesai organizacijoje yra nustatyti verslo modelyje, o žmogiškasis kapitalas labiau lemia diegiamų optimizacijų ir inovacijų kokybę bei efektyvumą.

Darbuotojo motyvacija dalyvauti organizacijos veikloje yra labai svarbi, nes veikia darbo kokybę ir efektyvumą. Nustatyta, kad šis dalyvavimo jausmas ir (arba) pasiekimai organizacijoje labai paveikia inovacijų kūrimą. Kai kurių tyrimų išvados¹⁵ rodo, kad darbuotojo motyvacija kurti inovacijas veikiama išorinių ir vidinių veiksnių, kurie turi įtakos individualioms idėjų generavimo ir įgyvendinimo pastangoms.

Todėl metodologijų naudojimas, siekiant kurti ir perduoti strategijas, vizijas bei jų įgyvendinimą, turėtų skatinti esminius motyvacinius veiksnius, susijusius su inovacijų kūrimu.

¹⁴ Jones, J. E., & Pfeiffer, J. W. (1998). Three approaches to organizational learning. *The Pfeiffer Library*, 16(2). Available at: <https://home.snu.edu/~jsmith/library/body/v16.pdf>.

¹⁵ Galeitzke, M., Steinhöfel, E., Orth, R., & Kohl, H. (2015). Strategic intellectual capital management as a driver of organisational innovation. *International Journal of Knowledge and Learning*, 10(2), pp.164-181.

Struktūrinis kapitalas ir inovacijos

Organizacinės struktūros ir procesai, nustatantys darbuotojų sąveiką ir bendrą jų produktyvumą, turi silpnesnę įtaką produktų ir procesų inovacijoms, kai šie yra struktūrinio kapitalo dalis. Vidinis bendradarbiavimas ir žinių perdavimas yra svarbesnis siekiant produktų inovacijų. Gebėjimas bendradarbiauti (socialinės kompetencijos įgūdis) taikomas įvairiuose hierarchijos lygmenyse. Tikslingai perduodant vidines žinias, lengviau kaupti profesines kompetencijas ir išlaikyti žinias organizacijoje, taip kuriant inovacines galimybes, susijusias su produktais ir procesais. Informacijos ir ryšių sistemos yra svarbi šiandieninės darbo aplinkos dalis ir ji netiesiogiai veikia žinių įgijimą, apdorojimą ir panaudojimą.

Naudojant informacijos ir ryšių sistemas lengviau atlikti nurodytas užduotis veiksmingai bei efektyviai, o darbuotojams paprasčiau naudoti ir valdyti integruotas gamybos sistemas. Be to, turint greitą ir patogią prieigą prie informacijos, dizaino ir modeliavimo sistemų, lengviau optimizuoti produktus ar procesus ir kurti inovatyvias idėjas. Įmonių kultūra, apimanti visas vertybes bei normas ir paveikianti bendrą sąveiką, žinių perdavimą ir darbo būdą, stipriai paveikia ir produktų inovacijas. Svarbūs šio veiksnio aspektai yra gero elgesio taisyklių ir patarimų, ką daryti bei ko nedaryti, laikymasis ir gebėjimas taisyti nesėkmes.

Santykių kapitalas ir inovacijos

Santykių kapitalas, apimantis visus santykius su organizacijos įsteigtomis išorinėmis grupėmis ar asmenimis, pvz., klientais, tiekėjais, partneriais ir visuomene, paveikia produktų ir procesų inovacijas. Santykiai su klientais, nesvarbu, ar jie yra buvę, esami ar potencialūs, paveikia produktų inovacijų kūrimą, nes inovatyvių sprendimų kūrimas bent iš dalies grindžiamas kliento reikalavimais ar poreikiais.

Svarbu atkreipti dėmesį, kad santykiai su visuomene paprastai neturi įtakos inovacijų veiksniams, o santykiai su investuotojais tik truputį svarbesni, kai kuriamos inovacijos. Santykiai su profesionaliais bendradarbiavimo partneriais, kai bendra veikla, susijusi su klientų, tiekėjų ar investuotojų įgijimu ir tinklų žinių perdavimo veikla, daro daug didesnę įtaką produkto inovacijoms nei optimizavimo ir inovacijų procesams. Žinių ir geriausių praktikų perdavimas mokslinių tyrimų ir plėtros partnerystėse daro didesnę poveikį produktų inovacijų veiklai. Todėl patirtimi grįstų žinių ir geriausios praktikos (procesų) perdavimas yra itin svarbus veiksnys organizacijos inovacijų procesuose.

Taigi, kadangi žinios ir kompetencijos yra pagrindinės visų organizacijų varomosios jėgos inovacijų procesų link, maisto sektoriaus įmonės susiduria su tais pačiais iššūkiais.



05

Dabartinė maisto rinka



Dabartinė maisto rinka

Maisto ir gėrimų pramonė yra viena pagrindinių ES ekonomikos varomųjų jėgų. Didelė dalis Europos maisto pramonės įmonių gamina tradicinius maisto produktus, o daugiau nei 70 proc. visų šios pramonės sukurtų darbo vietų susijusios su tradicine maisto gamyba. Tradiciniai maisto produktai turi ne tik ekonominę ir socialinę svarbą – jie yra svarbi kultūros, tapatybės ir Europos gastrominio paveldo dalis.

Šių produktų egzistavimas prisideda prie daugelio kaimo vietovių vystymo, įvairinimo ir tvarumo – jos apsaugomos nuo gyventojų skaičiaus mažėjimo, o jų produktų gamintojai ir perdirbėjai lengvai identifikuojami. Taip galutiniams vartotojams suteikiamas didesnis maisto pasirinkimas. Apskritai, tradiciniai maisto produktai yra susiję su regioniniu identitetu ir ypatinga jusline kokybe.

Žinių apie senėjimo mechanizmus sklaida ir sveikatos priežiūros gerinimas leidžia planuoti ateitį, kurioje gyvenimo trukmė Europoje bus dar ilgesnė. Taigi, tradicinio maisto gamintojai turi pagerinti savo produktų saugą, maistines savybes ir patogumą vartoti, atsižvelgdami į rinkos poreikius ir diegdami naujoves, leidžiančias išlaikyti ar išplėsti įtaką konkurencingoje ir globalizuotoje rinkoje. Per kelis metus senjorai įgavo didesnę perkamąją galią daugumoje Europos šalių. Kadangi dabartinės maisto pramonės vystymosi tendencijos rodo, kad žmonės nori sveikesnio maisto – rinka stengiasi atsižvelgti į tokių produktų ir paslaugų kūrimą. Naujausi medicinos tyrimai rodo, kad vyresnio amžiaus žmonės turi keisti savo kasdienę mitybą ir vartoti daugiau baltymų bei tam tikrų vitaminų. Daugėja ir informacijos bei komunikacijos priemonių, leidžiančių stebėti mitybą. Vyresniems žmonėms ypač reikia specialios mitybos ir priemonių, kurios leistų stebėti ir pakreipti jų mitybą teisinga linkme. [Taip galima atrasti ir pritaikyti asmeninės mitybos galimybes pagyvenusių žmonių rinkai.](#)

Vyresni žmonės mažiau valgo dėl sumažėjusio apetito ar fizinių problemų, tad, [kaip rodo daugybės tyrimų rezultatai](#),¹⁶ šios problemos neišsprendžiamos didesnėmis porcijomis ar skatinimais dažniau valgyti. Todėl specializuotas, daug maistinių medžiagų turintis maistas gali būti tinkamesnis, nes taip suteikiama daug maistinės vertės santykinai mažame maisto kiekyje. Įprastų maisto produktų pakeitimas daug baltymų turinčiais maisto produktais gali būti veiksmingas būdas padidinti baltymų vartojimą vyresnio amžiaus žmonėms.

Funkcinis maistas kaip viena iš augančių rinkos nišų

Daug baltymų turintis maistas gali būti laikomas funkciniu maistu – maistu, kuris yra naudingas sveikatai, o ne tik numalšina alkį ir suteikia maistinę vertę. Tačiau iki šiol nėra susitarta dėl tikslaus funkcinio maisto apibrėžimo. Nors dauguma maisto produktų turi papildomos naudos sveikatai, dažnai apsiribojama funkciniais maisto produktais su mikroelementais ar makroelementais¹⁹. Funkcinis maistas dažnai laikomas sveikesniu nei įprastas maistas, o žmonės, ypač vyresni, dažnai jį nori išbandyti. Todėl rinkodaros požiūriu, senjorai gali būti tinkama tikslinė grupė bandyti maistą su daug baltymų. Nepaisant to, bandant pristatyti funkcinio maisto idėją, susiduriama su įvairiomis kliūtimis, pavyzdžiui, vartotojai galvoja, kad funkcinis maistas yra prasto skonio, brangus ir nenatūralus.

Be to, kartais manoma, kad funkciniam maistui priskiriami teiginiai apie sveikatingumą nėra asmeniškai svarbūs arba yra tik reklaminės priemonės ir klaidina tiek vartotojus, tiek dietologus. Kita vertus, pagyvenę vartotojai patiria įvairias kliūtis net ir norėdami rinktis sveiką maistą. Be jau minėtų kliūčių, vyresnio amžiaus žmonėms gali būti sunku pirkti ir gaminti maistą ar laikytis specialios dietos. Taip pat nustatyta, kad mitybos žinių trūkumas riboja funkcinio maisto priėmimą. Siekiant, kad žmonės labiau priimtų funkcinį maistą, būtinos žinios apie maisto savybes (pvz., apie maistines medžiagas maiste) ir pasekmes (pvz., apie maistinių medžiagų poveikį organizmui).

¹⁶ Drewnowski, A. (2005). Concept of a nutritious food: toward a nutrient density score. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 82(4), pp. 721–732. <https://doi.org/10.1093/ajcn/82.4.721>.



Funkcinis maistas kaip vienas iš rinkos tendencijų

Baltymais praturtintas maistas gali būti laikomas funkcinio maisto produktu. Funkcinis maistas plačiai apibūdinamas kaip sveikatai naudingas maistas, kuris ne tik patenkina alkį ir suteikia pagrindinę maistinę vertę. Tačiau iki šiol nėra sutarta dėl vienos funkcinio maisto apibrėžties. Nors dauguma maisto produktų teikia tam tikrą papildomą naudą sveikatai, dauguma literatūros šaltinių apsiriboja funkciniais maisto produktais, praturtintais mikroelementais arba makroelementais¹⁷. Dažnai manoma, kad funkciniai maisto produktai yra sveikesni už įprastus maisto produktus, o noras juos išbandyti paprastai yra didelis, ypač vyresnio amžiaus žmonių.

Taigi rinkodaros požiūriu vyresnio amžiaus žmonės taip pat gali būti tinkama tikslinė baltymais praturtintų maisto produktų grupė. Nepaisant to, egzistuoja įvairių kliūčių, trukdančių priimti funkcinį maistą. Pavyzdžiui, vartotojai tikisi, kad funkcinis maistas bus prasto skonio, brangus ir nenatūralus. Be to, kartais manoma, kad funkciniam maistui priskiriami teiginiai apie sveikatingumą neturi asmeninės reikšmės arba yra tik reklamos priemonė, todėl klaidina tiek vartotojus, tiek dietologus.

Vyresnio amžiaus vartotojai nurodo įvairias kliūtis, trukdančias rinktis sveiką maistą apskritai. Be minėtų kliūčių, vyresnio amžiaus žmonės gali jaustis suvaržyti dėl nepatogumų ruošiant ir perkant maistą, laikytis specialios dietos. Šalia šių numanomų kliūčių funkcinio maisto priėmimą riboja žinių apie mitybą trūkumas. Tiksliau, nustatyta, kad funkciniam maistui priimti būtinos ir žinios apie maisto produktų savybes (t. y. apie maistines medžiagas), ir žinios apie pasekmes (t. y. apie maistinių medžiagų poveikį organizmui).

Individualizuota mityba rinka kaip tendencija

[Remiantis individualizuotos mitybos sidabrinėje ekonomikoje analizės rezultatais, vyresnio amžiaus žmonių mitybos rinka galima suskirstyti į kelis segmentus:](#)

Pirmasis segmentas yra žemės ūkio ir maisto pramonė, kuri sudaro didžiausią mitybos rinkos dalį. Ją galima suskirstyti į naujų produktų, specialiai sukurtų vyresnio amžiaus žmonių poreikiams, kūrimą. Paprastai tai gali būti produktai su specifinėmis maistinėmis medžiagomis, kurių trūksta vyresnio amžiaus žmonėms, pavyzdžiui, vitaminais, arba lengvai valgomi produktai. Tada žemės ūkio ir maisto produktų pramonę galima suskirstyti į produktų dizainą (maisto tekstūra (t. y. lengvai valgomi produktai arba forma) ir pakuotę (t. y. lengvai atidaromas formatas ir didesni šriftai).

Antrasis mitybos rinkos segmentas - informacinės ir ryšių technologijos (IRT), kurios jungia visus prijungtus objektus, galinčius padėti individualizuoti vyresnio amžiaus žmonių mitybą. Pavyzdžiui, šiai kategorijai priklauso interneto platformos ir programos, padedančios vyresnio amžiaus žmonėms tinkamai maitintis. Tai taip pat gali būti paslaugos, skirtos pasirinkti arba lokalizuotus produktus.

Trečioji kategorija - paslaugos į namus, kurias sudaro maisto pristatymo arba maisto gaminimo namuose paslaugos. Jai taip pat priskiriamos visos paslaugos, skirtos vyresnio amžiaus žmonių gerovei namuose. Be to, paslaugomis namuose taip pat galima naudotis individualiai vyresnio amžiaus žmonių mitybai.

Pagyvenusių žmonių individualizuotos mitybos rinka yra labai atvira naujovėms. Tačiau, atsižvelgiant į specifinius vyresnio amžiaus žmonių poreikius, panašu, kad žemės ūkio maisto produktų, IRT ar paslaugų namuose rinkos dalyviai kol kas neužima didžiosios dalies rinkos¹⁷. Didėjant pagyvenusių žmonių skaičiui, yra įrodymų, kad rinka augs eksponentiškai. Be to, jų laipsniškas naujų technologijų įsisavinimas ir padidėjęs susidomėjimas paslaugomis namuose atveria dideles galimybes individualizuotos mitybos rinkai.

¹⁷ Sääksjärvi, M., Holmlund, M., & Tanskanen, N. (2009). Consumer knowledge of functional foods. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 19(2), pp.135-156. <http://dx.doi.org/10.1080/09593960903109469>.

Žemės ūkio ir maisto produktų rinkos tendencijos senjorams

Žemės ūkio ir maisto produktų, skirtų senjorams, rinka apima visų rūšių maisto produktus, kuriuos galima nusipirkti maisto prekių parduotuvėse, prekybos centruose, daržovių ir vaisių parduotuvėse ar vaistinėse. Nors ant produktų dažniausiai nėra pažymėta, kad jie yra skirti būtent vyresnio amžiaus žmonėms, tačiau dėl daugybės juose esančių naudingų medžiagų jie atitinka vyresnio amžiaus žmonių poreikius. Ši maisto produktų kategorija pirmiausia turėtų būti aktuali sveikiems vyresnio amžiaus žmonėms, siekiant jiems padėti išvengti netinkamos mitybos.

Šiuo metu vyresnio amžiaus žmonių maisto rinka neegzistuoja, kadangi dažnai sunku ne tik identifikuoti tikslūs senjorų mitybos poreikius, bet ir pritaikyti maisto produktus šiai vartotojų grupei. Nepaisant to, daugėja maisto produktų, kurie yra ekologiški, be gliutimo, vegetariški ar veganiški. Vartotojams vis svarbiau žinoti maisto produktų sudedamąsias dalis renkantis vietinį ir (arba) ekologišką maistą. Tai svarbu ir vyresniems žmonėms. Jei ši gyventojų dalis geriau suprastų savo poreikius, atsivertų naujos individualizuotos senjorų mitybos rinkos galimybės. Tiems, kurie nori įsitvirtinti vyresnio amžiaus žmonėms pritaikyto maisto rinkoje, reikia pripažinti, kad 60 metų amžiaus ir vyresnių žmonių perkamoji galia auga. Kadangi kiekvienoje Europos šalyje pagyvenusių žmonių dalis didėja – atsiranda didžiulės galimybės patenkinti jų poreikius.

Specializuotas maistas yra svarbi senjorų maisto produktų rinkos dalis. Į šį rinkos segmentą galima įtraukti gėrimus, sriubas, padažus, kuriuose yra daug baltymų, ir modifikuotos tekstūros maisto produktus (drebūčius ar dehidratuotus produktus). Visgi, trūkstant žinių apie netinkamą mitybą ar su amžiumi susijusias maisto problemas, ši rinka iš esmės yra nežinoma ir į ją kol kas yra įsiveržę tik specializuoti dalyviai.

Kadangi žmonės nori kuo ilgiau likti namuose, ši tendencija gali pasikeisti per ateinančius kelerius metus, jei visuomenė geriau supras pagyvenusių žmonių mitybos poreikius. 85 metų ir vyresnių žmonių rinka jau iš esmės yra atvira naujų, specializuotų maisto produktų gamybai ir komercializavimui.

Rinkoje jau yra tokių produktų, tačiau reikėtų kurti daugiau tokių, kuriuos būtų lengva valgyti, kuriuose būtų visų reikalingų maistinių medžiagų, o svarbiausia – kurie patraukliai atrodytų ir būtų skanūs.

Maisto produktai, kuriuos galima ruošti vyresnio amžiaus žmonėms namuose, yra svarbus šios rinkos segmentas. Kita vertus, siekiant rinkos augimo, produktai turi būti pigūs, ypač tai aktualu viešąsias globos ir priežiūros paslaugas teikiančioms įstaigoms, kurios negali daug išleisti maisto produktams, todėl dažnai juos įsigyja tiesiai iš daržovių bei vaisių augintojų ar mėsininkų, taip išvengdami su tarpininkavimu susijusių išlaidų. Privačių tokių paslaugas teikiančių įstaigų situacija gali būti kitokia. Todėl norint orientuotis į vyresnio amžiaus asmenų globos ir priežiūros paslaugas teikiančias įstaigas, SVV turėtų komercializuoti specializuotus produktus, pvz., modifikuotos tekstūros produktus ar produktus su padidintu maistinių medžiagų kiekiu.

Taikantis į konkrečias gyventojų grupes, svarbu tinkamai supakuoti maisto produktus. Senstant žmonės silpsta, todėl jiems patogiau pirkti produktus lengvai atidaromose pakuotėse. SVV, kuriančios senjorams skirtus produktus, jau svarsto kaip išspręsti šias problemas. Pasirodo, kad didelės raidės retai naudojamos ant pakuočių, net ir tikrinant didžiausių žmonių pakuotes. Todėl kuriant bet kokius maisto produktus, verta išsirinkti tokią pakuotę, kuri tiktų visiems, įskaitant pagyvenusius žmones.

Akivaizdu, kad šiuolaikinė maisto rinka gali judėti link funkcinio ir vyresniems žmonėms skirto maisto kūrimo. Taigi, reikia suteikti daugiau informacijos apie senjorų mitybos poreikius senjorų bendruomenėms ir SVV, jei norima padėti žmonėms išlikti aktyviems ir sveikai senėti.



06

Gerųjų praktikų projektas: atvejų analizė





Gerųjų praktikų projektas: atvejų analizė

Atvejų analizės grupės:



NOVATORIŠKI PRODUKTAI

Senjorų rinkai siūlomi novatoriški produktai



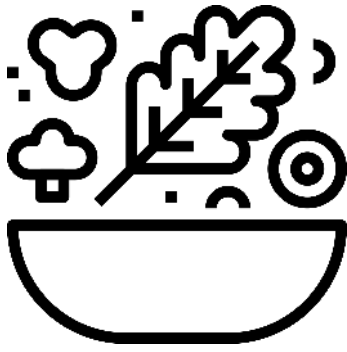
UNIKALIOS AR PAGALBINĖS PASLAUGOS

Senjorų rinkai siūlomos unikalios ar pagalbinės paslaugos senjorų rinkai



PROBLEMŲ AR IŠŠŪKIŲ SPRENDIMAI

Drauge siūlomi produktai ir paslaugos, kuriais siekiama sumažinti arba įveikti senjorų problemas



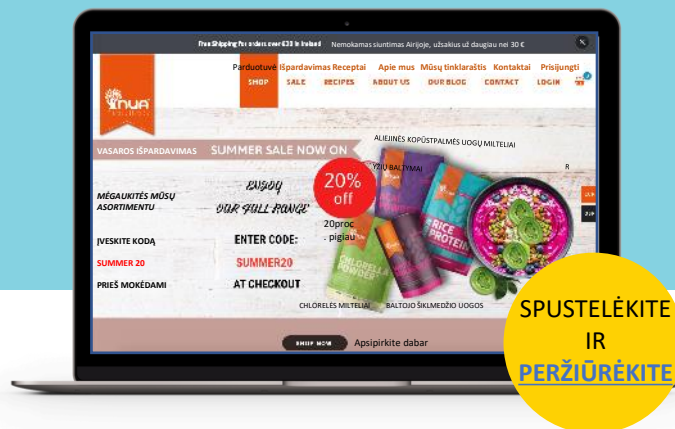
Novatoriški produktai senjorų rinkai

- | | |
|----|--|
| 01 | „NUA Naturals“ |
| 02 | „Gusto Vitas“ |
| 03 | „Ventro“ biogeliai |
| 04 | AB „Auga“ |
| 05 | „BIOCENTRAS“ |
| 06 | „Ekofrisa“ |
| 07 | „Skipping Rocks Lab“ „Ooho“ produktas ir „Jelly Drops“ Ltd |
| 08 | „AINIA- ALTEX“ mikrokapsulės |
| 09 | „Campofrío“ – „HealthCare“ produktai |

Produktas: natūralus ekologiškas supermaistas

Regionas: Golvėjus, Airija

„**„NUA Naturals“ misija – sukurti sveiką kūno, proto ir dvasios pusiausvyrą bet kokio amžiaus žmonėms**“



Kodėl tai vadinama gerąja praktika?

„NUA Naturals“ yra viena iš sveikatą ir gerovę stiprinančių rinkos lyderių, turinti gausų ekologiškų, natūralių ir skanių supermaisto produktų asortimentą. Jų misija – sukurti sveiką kūno, proto ir dvasios pusiausvyrą bet kokio amžiaus žmonėms. Nors „NUA Naturals“ nėra skirta tik senjorų rinkai, jų produktai idealiai tinka šiam segmentui. Jų pristatomi produktai gali lengvai papildyti vyresnio amžiaus žmonių mitybą ir kovoti su netinkamos mitybos bei rijimo problemomis, nes supermaisto miltelius galima maišyti su skysčiais, pastomis ar įprastais maisto produktais, taip pagerinant produktų maistinę vertę.

Apie:

Šis verslas įkurtas vienos airių šeimos, kuriai visada buvo svarbu sveikata ir gerovė. Savo supakuotus ekologiškus supermaisto produktus „NUA Naturals“ pristato viso pasaulio žmonėms, nepamiršdamas rūpintis gerove ir mažinti poveikį aplinkai. Šio verslo savininkai yra skanių supermaisto produktų ir veganiškų bei augalinių baltymų šalininkai, tiekėjai ir gamintojai. Visi „NUA Naturals“ produktai sukurti naudojant paprastus, natūralius ingredientus, siekiant, kad šis maistas optimizuotų mitybą ir padidintų vartotojų energiją. Kuriant šiuos produktus yra naudojama daugybė ingredientų nuo kakavos miltelių iki šalavijo sėklų, vingrūnės miltelių, chlorelės miltelių ir įvairiausių veganiškų bei augalinių baltymų. Savo kokybiškus, iš tvarių šaltinių tiekiamus ir pačių pakuojamus sveikus maisto produktus „NUA Naturals“ parduoda internetu ir parduotuvėse visoje Airijoje.

Iššūkiai:

Senjorų rinka plečiasi, o keičiantis jų mitybos poreikiams, keičiasi ir įpročiai. Dažnai vartojama nepakankamai vertingų ir reikalingų maistinių medžiagų. Senstant senjorams paprastai reikia mažiau kalorijų, tačiau maistinių medžiagų poreikis išlieka didelis ar net padidėja, lyginant su jų jaunyste. Jiems ypač reikia kalcio, baltymų, maistinių skaidulų, kalio, vitamino D ir vitamino B12. Dar prieš 10 metų Airijoje buvo sunku rasti tokių supermaisto produktų kaip šalavijų sėklų, ožerškio uogų ar aliejinės kopūstpalinės uogų miltelių. „NUA Naturals“ buvo pirmasis prekės ženklas Airijos rinkai pristatęs supermaistą.

Sėkmė ir perkeliamumas:

„NUA Naturals“ produktų teikiamos maistinės medžiagos pasisavinamos amžiui palankiu būdu, o jų papildai pasižymi universalumu, kadangi jie gali būti pritaikomi pagal vartotojų skonį ir kitus reikalavimus. Kadangi šis supermaistas yra miltelių pavidalo, juo galima papildyti kasdienes senjorų patiekalus. Milteliai greitai tirpsta, tad juos galima įvairiai naudoti daugybėje receptų. „NUA Naturals“ kartu su savo produktais dažnai pateikia paprastų receptų, todėl šeimos, vaikai ir senjorai gali kasdien gauti reikalingą naudingų maistinių medžiagų kiekį.

„NUA Naturals“ yra įmonė, siekianti pagerinti bendruomenių, įskaitant senjorų, sveikatą ir gerovę. Ant visų pakuočių aiškiai pažymėti produkto ingredientai ir pagrindiniai juose esančių maistinių medžiagų privalumai. Pakuotes lengva atidaryti. „NUA Naturals“ pateikia daugybę informacijos apie visus savo produktus ir siūlo paprastus receptus. Įmonės svetainėje pateikiamos įdomios diskusijų temos, o pačioje svetainėje lengva naviguoti, todėl yra draugiška senjorams. Svetainė taip pat naudojama elektroninei prekybai. Tiesioginis pardavimas ir pristatymas puikiai tinka tiems senjorams, kurie negali keliauti ar eiti į parduotuvę.

Produktai: lengvai šildomi ir patiekiami maistingi patiekalai stiklainiuose

Regionas: Pėtersbergas, Vokietija

„Maistingi patiekalai stiklainiuose – tinkamos porcijos senjorams“



Kodėl tai vadinama gera praktika?

„Gusto Vitas“ siūlo sprendimą žmonėms, turintiems kramtymo ir rijimo problemų. Jie gamina įvairius klasikinius patiekalus, ruošiamus virėjų-geriatrų. „Gusto Vitas“ su savo patiekalais stiklainyje siūlo vizualiai patrauklius ir maistingus patiekalus, atitinkančius suaugusiųjų, turinčių fizinių valgymo problemų, poreikius. Šie patiekalai ypač tinka jaučiantiems burnos ir ryklės diskomfortą (pvz., po dantų ar ortodontinio gydymo arba po gerklės ar stemplės gydymo, radioterapijos). Jie taip pat tinka visiems vyresnio amžiaus žmonėms, turintiems geriatrinių, motorinių ar su demencija susijusių sutrikimų, ar turintiems negalią.

Aplė:

„Gusto Vitas“ įkūrėjas Michaelas Staubachas yra virėjas, daugelį metų dirbęs sveikatingumo viešbučiuose, o dabar savo profesinį dėmesį skiriantis vyresnio amžiaus žmonių maitinimui. Būdamas vyresnio amžiaus žmonių maitinimo įstaigos vadybininku, jis įgijo gerontologinių žinių apie vyresnio amžiaus žmonių mitybą ir papildomai mokėsi specialiuose kursuose šia tema. Apjungdamas profesinę virėjo kompetenciją su slaugos gerinimo idėjomis M. Staubachas dirba su savo komanda, siekdamas padėti senjorams palaikyti sveiką ir subalansuotą mitybą.

Iššūkiai:

Daugeliui senjorų sunku valgyti ar nuryti dėl jaučiamo diskomforto ar disfagijos. Jiems taip pat dažnai mažėja apetitas ir dėl to jų mityba gali būti netinkama, kristi svoris. „Gusto Vitas“ siūlo šių iššūkių sprendimą, nes jų produktų porcijos yra labai tinkamos senjorams, o kiekviename stiklainyje yra subalansuotas, kaloringas, daug maistinių medžiagų turintis patiekalas, kuris aprūpina senjorus reikalinga dienos energijos, vitaminų ir mineralų dalimi.

Sėkmė ir perkeliamumas:

Šis produktas padeda įveikti netinkamos mitybos problemas, su kuriomis susiduria daugelis senjorų. Patiekalai yra lengvai patiekiami, išvaizdūs, tinkamo dydžio ir jau yra sulaukę visuomenės pripažinimo. Kadangi šiuos patiekalus lengva pašildyti ir patiekti, slaugos ir priežiūros personalas gali atsižvelgti į kiekvieno senjoro asmeninius valgymo poreikius. Stiklainius taip pat lengva ir patogiu laikyti bet kur (neužšaldyti jie galioja mažiausiai šešis mėnesius), taip taupant erdvę ir energiją.

Ši produktų idėja idealiai tinka ligoninių palatose, pagyvenusių žmonių ir neįgaliųjų stacionarinėse įstaigose, socialiai prižiūrimose grupėse, palatų virtuvėse, trumpalaikėje priežiūroje arba vietose, kur kartais prireikia individualizuotų maisto pasirinkimų. „Gusto Vitas“ produktai yra kaloringi, tad jie lengvai gali pakeisti įprastus saldžius, kaloringų gėrimų pakelius ir idealiai tinka kaip užkandis ar sotesnio maisto pakaitalas.

Be to, maisto pramonės virėjų, verslininkų ir novatorių siūlomi kursai padeda atrasti naujas idėjas, atsižvelgiant į tikrusius vyresnio amžiaus žmonių mitybos bei porcijų poreikius, ir stengiantis sugalvoti produktus, kuriuos būtų patogiu vartoti ir kurie būtų geros išvaizdos. Patogumas itin svarbus, jei norima, kad vyresnio amžiaus žmonės lengviau priimtų novatoriškus maisto produktus. Maistinė vertė, patraukli išvaizda ir patogus paruošimas yra svarbiausi veiksniai vyresnio amžiaus vartotojams.

„Gusto Vitas“ buvo vienas iš penkių startuolių, sužavėjęs ekspertus ir lankytojus konkurse „Start-up Challenge 2017“ („Startuolių iššūkis“), parodoje „Aveo – Space for Innovation“ („Aveo – erdvė inovacijoms“), kuri vyko prekybos mugėje „ALTENPFLEGE 2017“.

Produktai: Biogeliniai pro/prebiotiniai maisto papildai

Regionas: Miunsteris, Vokietija

„**Esame gyvų ir aktyvių naudingų mikroorganizmų augintojai ir maistinių medžiagų, padedančių atkurti pusiausvyrą, ekspertai**“



Kodėl tai vadinama gerąja praktika?

„Ventro“ biogeliai yra puikus maisto papildas senjorams. Įrodyta, kad vyresnio amžiaus žmonėms vartojant probiotikus, sustiprėja jų imuninė sistema ir jie rečiau serga tokiomis virškinimo trakto, kvėpavimo takų ir šlapimo takų ligomis, kurias sukelia patogeniniai mikroorganizmai. Naujų maisto technologijų kūrimas ir testavimas įgyvendinamas bendradarbiaujant su universitetais.

Apie:

„Kurago Biotek“ sukūrė valgomuosius biogelius, siekdama gerinti bendruomenės sveikatą ir mitybą. Įmonės tikslas – būti pirmaujančiu fermentuotų biotechnologinių maisto produktų pramonės žaidėju. Naudojant inovacijas ir auginant naudingas bakterijas, palaikoma visų gyvų būtybių pusiausvyrą, gerovė, sveikata ir harmonija.

„Ventro“ biogelio sudėtyje yra gyvų probiotikų, kurie gali padėti reguliuoti ir palaikyti mūsų mikrobiotos (žarnyno floros) pusiausvyrą, taip palaikydami mūsų žarnyno funkcijas. Kadangi šie geliai gaminami nenaudojant pieno ar džiovinimo šaltyje procesų – jie yra pirmieji tokie pasaulyje. Kiekviename paketylyje yra vaisių skonio želatinos be pieno ir laktozės, kiekviena porcija turi tik 2,32 kalorijas, neturi riebalų, dirbtinių dažiklių ar saldiklių.

Iššūkių:

Tyrimų metu nustatyta, kad vyresnio amžiaus žmonių žarnyno mikrobiotos įvairovė būna sumažėjusi, lyginant su jaunesnio amžiaus suaugusiais. Šie žarnyno mikrobiotos skirtumai nebūtinai atsiranda dėl senėjimo, bet jie gali būti susiję su vyresnio amžiaus žmonėms pasitaikančiu bendros sveikatos būklės pablogėjimu, prasta mityba ir padidėjusiu vaistų poreikiu, kai vartojami antibiotikai ir nesteroidiniai vaistai nuo uždegimo. Šie biogeliai gali būti ypač naudingi senjorams, nes juos lengva vartoti ir jie naudingi sveikatai.

Sėkmė ir perkeliamumas:

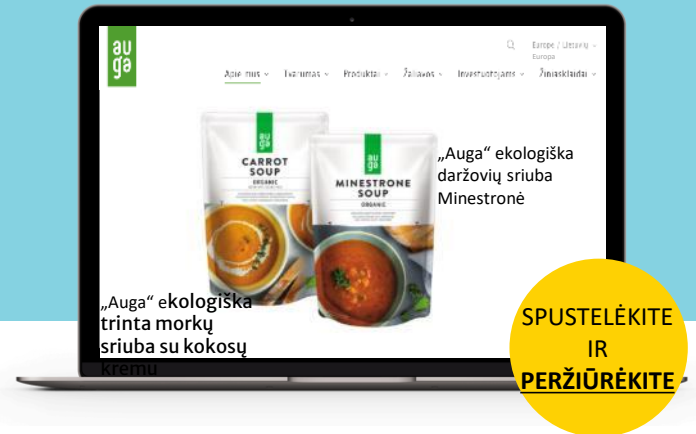
Probiotikai padeda reguliuoti visų gyvų būtybių organines funkcijas, gerina mitybą, sveikatą ir savijautą. Jie pasižymi geromis savybėmis ir gali būti naudojami skirtingose situacijose. Jie gali mažinti viduriavimą ir vidurių užkietėjimą, o senjorams tai gali būti dažna problema. Kaip rodo tyrimai, tam tikros probiotikų rūšys gali sumažinti širdies ligų riziką, reguliuodamos kraujospūdį ir cholesterolio kiekį kraujyje.

Apdovanojimai:

- 2012 m. laimėjo Meksikos tautos premiją už technologijas ir inovacijas.
- 2014 m. laimėjo Meksikos sveikatos apdovanojimą.
- 2015 m. antrą kartą laimėjo Meksikos tautos premiją už technologijas ir inovacijas.
- Jungtinėje Karalystėje, Oksfordo universitete biogelis buvo pripažintas geriausiu Oksfordo universiteto inovacijų projektu.

Produktai: ekologiškos sriubos novatoriškoje pakuotėje
Regionas: Vilnius, Lietuva

„AUGA“ produktai kuriami remiantis novatoriškais maisto gamybos standartais ir augančiu viso pasaulio poreikiu vartoti ekologišką, tvariai pagamintą maistą.



Kodėl tai vadinama gerąja praktika?

Įmonė AB „AUGA“ sukūrė devynias ekologiškas trintas bei tirštas sriubas, kurios tinka senjorams, turintiems kramtymo ir rijimo problemų. Jos gaminamos naudojant tik ekologiškus ingredientus ir neturi konservantų. Naujovišką sriubos pakuotę lengva atidaryti, o sriubą reikia tik pakaitinti puode, mikrobangų krosnelėje arba neatidarius virti vandenyje 10 minučių.

Apie:

Akcinė bendrovė „AUGA“ grupė ir jos antrinės įmonės, sudaro įmonių grupę, kuri kuria tvarų žemės ūkio modelį, pagrįstą naujomis technologijomis, apimančiomis augalininkystę, pienininkystę, paukštininkystę ir grybų auginimą. Naudodama savo ir užsakomos gamybos pajėgumus, bendrovė gamina platų ekologiškų produktų asortimentą galutiniams vartotojams ir tiekia žaliavas rinkai. Daugiau nei 70 proc. jų produkcijos eksportuojama į daugiau nei 30 pasaulio šalių.

Iššūkiai:

Kadangi nedaugelis maisto ir gėrimų produktų gaminami atsižvelgiant į vyresnio amžiaus vartotojų poreikius, ši grupė tampa tiek iššūkiu, tiek galimybe maisto ir gėrimų gamintojams. „AUGA“ tikslas – kuo geriau suprasti dabartinius bei būsimus vartotojų ir kitų suinteresuotųjų šalių poreikius. Būdami savo srities lyderiais, jie inicijuoja pokyčius, kuria vertę ir daro teigiamą poveikį visai bendruomenei.

Sėkmė:

9 sriubų rūšys užtikrina, kad kiekvienas ras sau patinkantį skonį. Šios sriubos populiaros tarp vyresnio amžiaus žmonių, nes jose daug natūralių ir ekologiškų ingredientų, jos tirštos, jas paprasta įsigyti, lengva paruošti ir laikyti. Mitybos požiūriu jos yra naudingos ir maistingos, puikiai tinkančioms tiems, kurie negali pasiruošti sau daug maisto. Sriubos supakuotos į naujovišką, aplinkai nekenksmingą pakuotę, kuri, kaip įrodyta, per visą produkto gyvavimo ciklą išmeta mažiau CO2, nei tokio paties dydžio stiklainis. Pakuotėje nėra BPA plastiko, todėl maisto produktai joje laikomi saugiai.

Perkeliamumas:

Didžiausia Europoje ekologiško maisto įmonė „AUGA“ plečia savo asortimentą ir pristato 5 rūšių greitai paruošiamus avižinius dribsnius su vaisių ir uogų gabalėliais. 100 proc. veganiška košė be pridėtinių skonių, tirštiklių, cukraus, saldiklių ar spalvų jau pasiekė pagrindinius Lietuvos prekybos tinklus ir artimiausiu metu pasirodys užsienio rinkose. Paruoštų valgyti „AUGA“ sriubų sėkmė patvirtino bendrovės mintį, kad šiuolaikiniai vartotojai, norintys sveikai maitintis ir skatinti tvarius sprendimus, ne visada turi laiko ar galimybių gaminti sau tokį maistą. Ieškodami atsakymo, koks naujas produktas patenkintų vartotojų poreikį greitai bei patogiai valgyti ekologišką maistą, jie pastebėjo, kad rinkoje trūksta ekologiškų pusryčių alternatyvų, todėl šovė idėja gaminti avižinius dribsnius. „AUGA“ košės neabejotinai patenkins skirtingus skonius mėgstančių vartotojų poreikius, nes avižinės košės gaminamos 5 skirtingų rūšių. Kitas „AUGA“ košių privalumas yra pakuotė – ji pagaminta iš 95 proc. augalinio pluošto.

Produktas: maisto papildas imunitetui stiprinti

Regionas: Vilnius / Vilniaus rajonas, Lietuva

“ **Novatoriška biotechnologijų kompanija, siūlanti kaip pagerinti žmonių sveikatą** ”



Kodėl tai vadinama gerąja praktika?

Norint apsisaugoti nuo infekcijų ir piktybinių vėžio ląstelių, žmonėms reikia gerai veikiančios imuninės sistemos, tačiau dėl senėjimo ir kitų veiksnių, jos veikimas ir funkcionalumas gali sumažėti. Siekdama atkurti šias funkcijas, perprogramuoti bei stimuliuoti imuninę sistemą ir naikinti vėžines ląsteles, UAB „Biocentras“ sukūrė naują terapinę beta-gliukanų kompoziciją „Fortuna“, kuri stiprina žmogaus imuninę sistemą ir skatina vėžinių ląstelių skilimą.

Apie:

Senstant imuninė sistema silpnėja – dėl to vyresniems žmonėms lengviau susirgti įvairiomis ligomis. Maisto papildas „Fortuna“ atkuria bei stimuliuoja imuninę sistemą ir naikina vėžines ląsteles. Jis pagamintas iš beta-gliukanų, kurie suskaidomi specifinės fermentinės hidrolizės būdu į tirpius struktūrinius skirtingos molekulinės masės elementus. Įrodyta, kad tinkamai vartojamas maisto papildas „Fortuna“ turi šiuos poveikius: skatina imuninės sistemos funkcinę veiklą, yra citotoksiškas piktybinėms ląstelėms, gali slopinti telomerazės fermentą, kuris atstato telomerą ir dalyvauja piktybinių ląstelių dauginimosi procese. Šis papildas gali būti naudojamas kaip pagalbinė priemonė, skatinant efektyvesnę imuniteto vystymąsi prieš norimus antigenus. Kaip maisto papildas, „FORTUNA“ gali padėti organizmui stiprinti imuninę sistemą ir slopinti aktyvią fermento telomerazės formą.

Iššūkiai:

Produkto kaina didelė ir ne kiekvienas senjoras gali sau tai leisti. Be to, šį maisto papildą galima įsigyti tik įmonės svetainėje. Periodiškai reikia atlikti kraujo tyrimus, o papildus galima vartoti tik prižiūrint asmeniniam medicinai konsultantui.

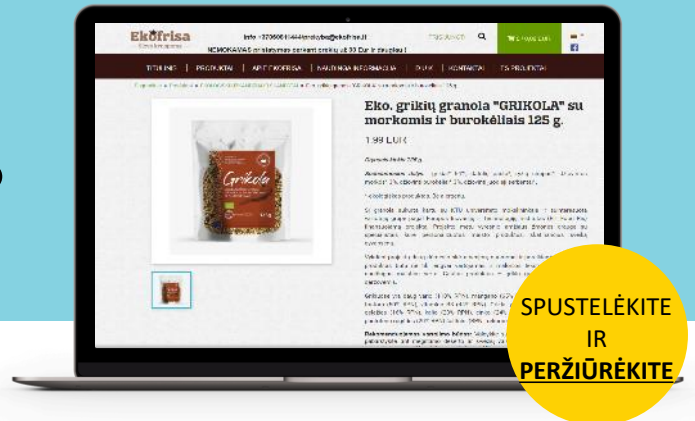
Perkeliamumas:

Vienas iš sėkmės įrodymų – įmonė kartu su Inovatyvios medicinos centru laimėjo konkursą „Verslo ir mokslo partnerystė 2015“ už bendradarbiavimą mokslinių tyrimų srityje. Pagrindiniai pasiekimai ir tyrimų rezultatai pateikiami kaip publikacijos mokslo žurnaluose ir yra patentuoti ES ir JAV. Šis maisto papildas kuriamas glaudžiai bendradarbiaujant su mokslo institucijomis, todėl dalyvavimas tarptautiniuose mokslo ir verslo projektuose galėtų padėti sukurti naujas tokio papildu rūšis.

Produktas: sveikas užkandis senjoram

Regionas: Kaunas / Prienų rajonas

„**Sveikas užkandis, sukurtas kartu su senjorais, siekiant patenkinti jų skonio ir mitybos poreikius**“



Kodėl tai vadinama gerąja raktika?

„Grikola“ – ekologiška grikių granola su burokėliais ir morkomis, yra vienas iš pirmųjų specialių produktų, kuriuos sukūrė UAB „Ekofrisa“ – vienas iš didžiausių grūdų gamintojų Baltijos šalyse. Kuriant šį produktą buvo apgalvoti senjorų rinkos poreikiai ir problemos. Daug dėmesio buvo skiriama produktų maistinei vertei, juose esančiai ląstelienai ir vitaminams. Be to, kūrėjai siekė, kad produktai būtų minkšti ir juos būtų lengva kramtyti.

Apie:

Produktas buvo sukurtas vykdant projektą pagal 2019 m. EIT „Food“ („Maisto“) iniciatyvų programą, kurios tikslas buvo supažindinti vartotojus su verslo atstovais, pradedančiaisiais verslininkais, mokslininkais ir studentais iš visos Europos ir drauge pertvarkyti mitybos ekosistemą. Kauno technologijos universiteto Maisto instituto tyrėjai kartu su grupe senjorų sugalvojo įvairias maisto produktų idėjas, pritaikomas senjorų mitybai, siekiant sukurti ne tik maistingus, bet ir patogius produktus.

Naujoji granola pagaminta iš grikių, datulių pastos, ryžių sirupo, džiovintų morkų, džiovintų burokėlių ir džiovintų juodųjų serbentų. Tai ekologiškas produktas be alergenų. Jį rekomenduojama valgyti su pienu, jogurtu, sultimis arba pabarstyti ant mėgstamo deserto ar šviežių vaisių.

Iššūkiai:

Nedaug maisto bei gėrimų gamintojų apgalvoja senėjančios visuomenės poreikius, tad kurti produktus senjoram yra ir iššūkis, ir galimybė. Vyresnio amžiaus žmonės vis dar retai laikomi tiksline grupe. Kuriant naują produktą labai svarbu įtraukti tikslinę grupę į kūrimo procesą, nes taip greičiau įvertinamos produkto savybės, o vėliau produktas lengviau priimamas visuomenės ir paprasčiau įsitvirtina į rinkoje.

Perkeliamumas:

„Ekofrisa“, kaip „Food“ („Maisto“) iniciatyvų programos projekto narė, sukūrė unikalią kruopų apdorojimo technologiją, leidžiančią pasiekti aukštus kokybės standartus. Projekto metu senjorai kartu su profesionaliais kūrė individualizuotą maistą, skatinantį sveiką gyvenimo būdą. Mokslininkai teigia, kad individualizuoti produktai, pagrįsti sveika ir tvaria mityba, ne tik padeda gerinti senjorų gyvenimo kokybę ir sveikatą, bet ir mažinti išlaidas. Tinkama mityba laikoma senjorų gerovės pagrindu. Tokie individualizuoti maisto produktai, kurie atitinka šios tikslinės grupės poreikius ir gerina sveikatą bei savijautą, tampa vis aktualesni. Naujuose produktuose yra daugiau vitaminų ir ingredientų, jie taip pat patenkina juslinius poreikius.

Projekto metu buvo pasiūlyta 15 naujų maisto idėjų. Kadangi kuriant produktą dalyvavo patys senjorai, daugelis produktų savybių buvo vertinamos kartu. Projekto tikslas – sukurti ne tik lengvai kramtomus ir minkštos tekstūros produktus, bet ir pasirūpinti, kad jie turėtų gerą skonį bei funkcinius ingredientus (pvz., vaisius ir daržoves).

Produktai: „Skipping Rocks Lab“, „Ooho“ produktas ir „Jelly drops“ Ltd

Regionas: Eseksas ir Londonas, JK



„Metas valgyti, o ne gerti vandenį“



Kodėl tai vadinama gerąja praktika?

„Skipping Rocks Lab“ valgomi vandens kamuoliukai (maži skaidrūs rutuliukai, užpildyti vandeniu), vadinami „Ooho“, ir „Pattinson's“ „Jelly drops“ (želė lašai) yra patogūs, saugūs, skanūs ir aplinkai nekenksmingi produktai, tinkantys senstantiems žmonėms. Naudojant tvirus maisto šaltinius (pvz., natūralų jūros dumblių ekstraktą), sukuriama valgomi, minkšti hidrogelio apsauginį sluoksnį turintys vandens kamuoliukai ar vaisiniai lašo formos produktai. Pritaikant šią idėją, sprendžiama ne tik vyresnio amžiaus žmonių, ypač sergančių demencija, dehidratacijos problema, bet ir šiandieninė plastikinių pakuočių atliekų problema.

Apie:

„Skipping Rocks Lab“ idėja buvo panaudoti „sferifikacijos“ metodą ir įtraukti vandenį į sferą. Iš dumblių ekstrakto ir kalcio chlorido pagaminta elastinga membrana, primenanti drebučius, laiko vandenį viduje. Naudojama ir antra membrana, kuri išlaiko vidų švarų. Antrąją membraną reikia pašalinti, o likusi sfera yra 100 proc. valgoma. Produktą galima perkąsti burnoje arba atsargiai įkasti ir gerti jame esantį skystį. Dėl to kamuoliukai labai tinka maratono bėgikams ir kitiems ekstremaliems sportininkams. Panašią techniką naudoja ir „Jelly drops“, tik jų pakuotė puošnesnė.

Sėkmė:

2019 m. „Ooho“ valgomieji vandens kamuoliukai buvo sėkmingai vartojami ir reklamuojami Londono maratone, kartu eliminuojant įprastą vienkartinę plastiką. Produktai buvo sutelktinai finansuoti ir pristatyti į rinką. „Skipping Rocks Lab“ yra EIT įkurtos Klimato kaitos žinių ir inovacijų bendrijos (Climate KIC) startuolių spartinimo programos ir Imperatoriškojo koledžo mokslinės komandos produktas.

„Skipping Rocks Lab“ jau turi keletą apdovanojimų: 2014 m. „Lexus“ dizaino apdovanojimą, 2014 m. Pasaulio technologijų apdovanojimą, vykusį bendradarbiaujant su „Fortune“ ir „TIME“, 2015 m. „SEA“ apdovanojimą ir 2016 m. JK „Energy Globe“ apdovanojimą.

Parduodami savo į dovanas panašius produktus, „Jelly drops“ taip pat padėjo daugybei vyresnio amžiaus žmonių, kenčiančių nuo dehidratacijos. „Jelly drops“ jau yra gavę daugiau nei 15 apdovanojimų už dizainą, inovacijas ir socialinį poveikį. Nors tai jauna įmonė, šie konkursai leido užmegzti naujus ryšius, išplėsti išteklius ir įgyti žinias. Gamintojai sėkmingai užmezgė partnerystes su tokiomis socialinėmis žiniasklaidos priemonėmis kaip „Ted“, „Skynews“, „Youtube“ bei kt., su Alzheimerio draugija ir Karališkosios technikos mokslų akademija.

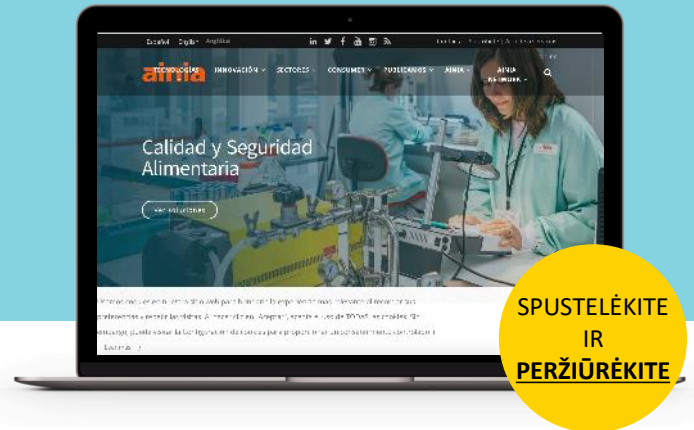
Iššūkiai:

Senstant mažiau jaučiamas skonis ir kvapas, todėl vyresnio amžiaus žmonės mažiau nori valgyti ir tai neigiamai veikia mitybą. Produktų su stipresniu skoniu kūrimas galėtų padėti kovoti su šia problema. Ši geroji praktika gali būti pritaikoma kituose pasaulio regionuose, kadangi gali būti lengvai perimama. Tai nėra itin techniškai sudėtinga inovacija, o dėl pigių ingredientų, eksperimentinės ir kūrimo išlaidos būtų santykinai mažos. Tokie produktai labai praverstų sporto mėgėjams, sportininkams ir vyresniems žmonėms. Produktų potencialas yra didelis, nes juos patogų vartoti, jie padeda sveikatai ir yra tvariai gaminami. Siekiant įveikti iššūkius, strateginės partnerystės su universitetais leistų gauti reikiamų žinių, patirties ir gebėjimų, taip palengvinant naujų maisto produktų kūrimą ir tvirtinimą.

Produktai: „AINIA- ALTEX“ mikrokapsulės

Regionas: Valensija, Ispanija

**Ekstrahavimas su
„superkritiniu CO₂ yra saugi,
ekonomiška ir aplinkai
nekenksminga alternatyva“**



Kodėl tai vadinama gerąja praktika?

„AINIA“ sukūrė mikrokapsuliavimo technologiją, kuri surenka maistines medžiagas ir vitaminus į lengvai praryjamą kapsulę. Šis inovatyvus metodas naudoja anglies dioksidą (CO₂). CO₂ išgavimas esant aukštam slėgiui yra pelningesnis, natūralesnis ir ekologiškesnis nei tradiciniai metodai, kurie naudoja stiprius tirpiklius ir paveikia ekstrahuotų ingredientų savybes tolesniuose gryninimo etapuose arba mažina gaminamo produkto kiekį. Šis procesas – pelningas ir alternatyvus būdas gauti aukštos kokybės ingredientus, kartu šalinant nepageidaujamas priemaišas. Taip siekiama padėti senjorams, kuriems dėl ligos ar disfunkcijos sunku suvartoti reikiamą maistinių medžiagų ir vitaminų kiekį.

Apie:

„Altex“ yra „AINIA“ aukšto slėgio CO₂ pramonės gamykla. Tai universali daug produktų gaminanti įmonė, perdirbanti pirmines žaliavas, siekiant suteikti maisto, farmacijos ir kosmetikos įmonėms pažangias ekstrahavimo, gryninimo ir specifinių medžiagų apdorojimo galimybes. Ši gamykla dirba su CO₂ jo subkriticinėse ir superkriticinėse būsenose ir laikosi geriausių gamybos praktikų.

„Altex“ technologijos gali būti įvairiai pritaikomos farmacijos srityje ir maisto papildų gamybos įmonėse, nes gali:

- atrinkti ir natūraliai išgauti aktyviuosius junginius iš natūralių šaltinių;
- su superkritine chromatografija atskirti ir išgryninti reikiamas molekules;
- pašalinti produkte esančias nepageidaujamas medžiagas, kaip monomerus, tirpiklius, kvapus;
- mažinti mikrobiologinę taršą, terminį skaidymąsi ar produkto oksidacijos greitį;
- gaminti įvairių paskirčių mikrodaleles, skirtas apsaugoti veikliąsias medžiagas, pailginant jų atpalaidavimą, suteikiant atsparumą skrandžio sąlygoms, patobulinant dozę, padedant pasklisti ir paslėpti kvapus.

Iššūkiai ir perkeliamumas:

Procesas gali būti brangus, o mikrokapsuliavimui reikia tam tikrų išteklių. Dietinių produktų, funkcionalaus maisto, maisto papildų ir apskritai maisto produktų gamintojai turi pateikti saugius ir nebrangius sprendimus, kurie atitiktų šias tendencijas. Dėl to CO₂ ekstrakcija yra ekonomiškai efektyvi ir natūrali alternatyva. Mikrokapsuliacija gali išspręsti tam tikras problemas, susijusias su maisto kūrimu ir gali padėti užkirsti kelią netinkamai mitybai ar ligoms, tokioms kaip disfunkcija ar padėti kurti naujus išmaniuosius maisto produktus.

Sėkmė:

„AINIA“ jau daugiau nei 20 metų gilina žinias apie technologijas ir jų perdavimo būdus. Vienas iš svarbiausių pokyčių, lėmusių mikrokapsuliavimo technologijų plėtrą įvyko 2018 m., kai „IVACE“ remiamame „AMICES II“ projekte, skirtame pažangiems kapsuliavimo procesams plėtoti, buvo išgautos mikrokapsuliuotos naprokseno dalelės: [Planta extractiva Altex de ainia – „YouTube“](#).

Produktai: „Campofrío“ – „HealthCare“

Regionas: Andalūzija, Ispanija

” **Norime, kad pacientai
valgytų su malonumu ir
toliau trokštų užsiimti
mėgstama veikla bei
rūpintųsi savo gyvenimo** “
kokybe



Kodėl tai vadinama geriausia praktika?

Produkto novatoriškumas yra jo tekstūra ir skonis. „Campofrío“ užtikrina, kad produktai būtų pritaikyti senjorų poreikiams, t.y. tinkamos tekstūros, išskirtinio skonio ir patrauklios išvaizdos. „Campofrío“ – „Health Care“ yra nauja, įvairi ir subalansuota maisto linija, pagrįsta Viduržemio jūros dieta. Ji sukurta pagerinti žmonių mitybą bei padėti žmonėms, turintiems kramtymo ir (arba) rijimo problemų, nes šie produktai išlaiko vienalytę tekstūrą, pageidaujama skonį ir kvapą. Šiuos produktus lengva ir patogiu transportuoti, laikyti ir paruošti. Kadangi juos pašildyti ir patiekti paprasta, šiuos patiekalus gali paruošti tiek profesionalai, tiek mėgėjai.

Apie:

„Campofrío Food Group“ daug dėmesio skiria ligojinėms ir geriatrijos sektoriui, kuriant produktus ir planus būtent šiai rinkai. Ši įmonė yra Ispanijos mėsos perdirbimo rinkos lyderė jau daugiau nei 50 metų, tad savo patirtį maisto srityje nusprendė panaudoti ir sveikatos sektoriuje, taip skatindama pokyčius ir naujų produktų bei ingredientų tyrimus.

„Health Care“ yra mažmeninės prekybos linija, kurią įkūrė „Campofrío“, siekdama patenkinti vyresnio amžiaus vartotojų poreikius. Linija turi platų produktų asortimentą: želinį vandenį, vaisių desertus, smulkintus vaisius ir sočius pusryčius senjorams, sergantiems disfagija. Ingredientai ir gamybos procesai yra aukščiausios kokybės ir atitinka griežčiausius higienos standartus. Siekiama, kad šie produktai pasiektų vartotoją, išlaikydami visą savo ingredientų maistinę vertę ir primintų namuose paruoštą maistą, nepraleidžiant daug laiko virtuvėje ir neįdedant daug pastangų jo paruošimui.

„Campofrío“ siekia išlaikyti tradicinius Viduržemio jūros dietos skonius, kvapus ir spalvas. Specialios produktų tekstūros palengvina rijimą, taigi ir virškinimą, ir kiekvienas gali pasirinkti tai, kas labiausiai patinka.

Sėkmė:

„Campofrío“ „Health Care“ produktai yra pagrindinė sveikos ir visavertės mitybos dalis. Jie turi ne tik būtinų kalorijų ir baltymų, bet ir visa, ko reikia, įskaitant vandenį, ląstelieną, mineralus ir vitaminus, siekiant palaikyti tinkamą mitybos būklę net ir tiems, kurie turi kramtymo ir rijimo sutrikimų. Produktai yra be alergenu, atitinka maisto piramidę, padeda pasiekti tinkamą mitybos būklę, kontroliuoja cukraus ir druskos vartojimą, aprūpina vitaminais ir mineralais, ląsteliena ir vandeniu, o tai padeda palaikyti tinkamą kūno skysčių pusiausvyrą.

„Campofrío“ grupė kontroliuoja procesus ir produktus visoje savo gamybos grandinėje. Dėl to ji kontroliuoja pagalbinių medžiagų tiekėjus, tikrina jų kompetenciją, ir kuria visiško atsekamumo sistemas, kuriomis registruojama viskas nuo žaliavų kilmės iki produktų paskirstymo ir pristatymo klientui.

„Campofrío“ turi šiuos kokybės sertifikatus:

- aplinkosaugos vadybos sertifikatas (ISO 14001) nuo 2002 m.;
- IFS tarptautinis maisto standarto sertifikata;
- BRC pasaulinis maisto standarto sertifikatas.

„Campofrío“ svetainėje yra gausu informacijos apie įvairius valgymo sutrikimus, įžvalgų apie jų tyrimus bei receptų idėjų, kurios suteikia daug galimybių mokytis tiek maisto pramonės atstovams, tiek tiems, kuriems yra svarbi sveikatos priežiūra.



Naujoviškų produktų senjorų rinkai tiekėjai

- | | |
|----|--|
| 10 | „Chefs Culinar Academy“ |
| 11 | „Kochen für Senioren“ |
| 12 | „Senes“ – parama sveikatos priežiūros specialistams |
| 13 | „Northern Lincolnshire & Goole NHS Foundation Trust Nursing“ |
| 14 | Prekybos centrų tinklas „Coviran“ |

Paslaugos: paramos paslaugos ir kursai, skirti maisto sektoriui

Regionas: Vokietija

„**Visapusės paslaugos
tik jums.
Tikra pasitikėjimu
pagrįsta partnerystė**“



Kodėl tai vadinama gerąja praktika?

„Chefs Culinar Academy“ siūlo konsultacijas, programinę įrangą ir mokymo kursus apie maisto produktų tendencijas. Mokymo kursai yra skirti atkreipti dėmesį į senjorų mitybos problemas ir jų prevenciją. Šia tematika organizuojamos mugės bei parodos sudaro galimybę keistis idėjomis su tiekėjais ir ekspertais apie naujienas, tendencijas ir gerąją patirtį. Įmonė siūlo platų maisto ir ne maisto produktų asortimentą bei unikalią paramos programą, kuri leidžia maisto pramonei atitikti vyresnio amžiaus suaugusiųjų poreikius.

Apie

„Chefs Culinar“ nori prisidėti prie viešojo maitinimo įmonių, viešbučių, ir bendruomenių, veikiančių viešojo maitinimo srityje sėkmės, palengvindami kasdienį darbą. Bendrovė ne tik veikia kaip gryo maisto didmenininkė su išsamiu maisto ir ne maisto asortimentu (rinkai teikia apie 25 000 produktų), bet ir kaip paslaugų teikėja. Ji siūlo visas paslaugas, susijusias su profesionaliu konsultavimu, mokymu, seminarais ir pažangiais IT sprendimais. 8 filialai ir 23 bazės leidžia vykdyti veiklą visoje Vokietijoje, tačiau jie įkurti kiekviename regione, kad visada būtų šalia kliento. Kiekvienam klientui paskiriamas asmeninis pardavimo konsultantas, kad kartu būtų galima įsigyti geriausią produktų ir paslaugų paketą. „CHEFS CULINAR“ siūlo naujausias sandėliavimo technologijas ir žinių tobulinimą, taip pat dalyvauja įgyvendinant maisto įmonių planavimo, organizavimo ir valdymo sistemas (pvz., planuojant pramoninę virtuvę).

Sėkmė

Aktyvus suinteresuotų žmonių dalyvavimas „Chef Culinar“ siūlomuose mokymo kursuose yra jų sėkmės įrodymas. Daugiau nei 1 000 korporacijų pasinaudojo bendrovės komercinėmis virtuvės technologijomis, virtuvės ir baldų sprendimais bei viešojo maitinimo paslaugomis. „Chef Culinar“ buvo išrinkta kaip AHGZ įvaizdžio tyrimo „Geriausias ženklas 2017/2018“ nugalėtoja produktų grupėje „Pirkimo šaltiniai“.

Iššūkiai ir perkeliamumas

Mokymai apie senjorų mitybos reikalavimus yra labai svarbūs, nes bėgant metams apetitas keičiasi arba mažėja. Todėl būtina suteikti tinkamas žinias maisto ir viešojo maitinimo sektoriaus darbuotojams, siekiant užtikrinti, kad senjorai gautų subalansuotą mitybą. „Chefs Culinar“ atrado, kad dažna problema tarp senjorų dažnai yra ne atsvaris, o per mažas svoris. Žmonės netenka svorio, nes nebegali tinkamai kramtyti ir nuryti maisto arba negali patys gaminti. Dėl nepakankamo suvartoto maisto kiekio organizmui trūksta būtinų maistinių medžiagų, kas gali silpninti imuninę sistemą ir sukelti dažnesnes infekcijas ir ligas.

Mokymai apie senjorų mitybą viešojo maitinimo srityje turi remtis įvairaus pobūdžio žiniomis, kurias turi „Chefs Culinar Academy“ ir veiksmingai jas perduoda. Didelę vertę taip pat kuria klientų duomenų bazė, o organizuojamos prekybos mugės suteikia galimybę įmonėms pristatyti savo geriausius produktus, keistis idėjomis ir gauti naujausią informaciją apie produktus ir naujausias maisto pramonės tendencijas (pvz., alergenų, sudedamąsias dalis ar priedus, susijusius su senjorų poreikiais).

Paslaugos: Maisto gaminimo seminarai ir praktinės dirbtuvės bei knygos senjorams

Regionas: Riedstadt, Vokietija

„**Norime parodyti, kad vyresnio amžiaus žmonės gali ir turėtų valgyti kartu, taip įgydami kulinarinių įgūdžių ir patirdami emocinį malonumą.**“



SPUSTELĖKITE
IR
PERŽIŪRĖKITE

Kodėl tai vadinama gerąja praktika?

„Kochen für Senioren“ arba „Maisto gaminimas senjorams“ yra iniciatyva, kuri siūlo reguliarius seminarus ir praktines dirbtuves apie bendrus fizinius pokyčius, vykstančius žmogui senstant, įskaitant demenciją, kramtymo ir rijimo sutrikimus bei prastą mitybą. Diskusijos ir praktinės dirbtuvės rodo, kaip galima pasiekti efektyvių sprendinių, skirtų vyresnio amžiaus žmonėms. Kalbama ne apie iš anksto paruoštų sprendimų pateikimą, bet apie bendrą idėjų kūrimą keičiantis informacija su vyresnio amžiaus žmonėmis. Supažindinimo su idėjomis ir praktinių dirbtuvių metu suaugusieji gali kartu gaminti, juoktis, kalbėtis ir apskritai pagerinti pasitikėjimą savimi.

Apie

Seminarų tikslas – teikti pagalbą vyresnio amžiaus žmonėms šiose srityse:

- jutiminis suvokimas – žinojimas, ko tikėtis senatvėje;
- iššūkiai bandant prisitaikyti prie įvairių klinikinių situacijų;
- maisto higiena, darbo saugos praktika ir kliūtys gaminant maistą su senjorais.

Praktinėse dirbtuvėse dalyvauja senjorų grupės po 12–15 kartu dirbančių ir (arba) gyvenančių asmenų. Seminarų metu senjorams suteikiama galimybė nustatyti savo kasdienę rutiną ir aktyviai dalyvauti kasdieniame gyvenime per maisto gaminimą.

Sėkmė

Praktinės dirbtuvės ir viešojo maitinimo paslaugos užtikrina, kad tiek senjorai, tiek juos prižiūrintys asmenys atkreipia daugiau dėmesio į kūno pokyčius senėjimo metu. Praktikuojamos tokios veiklos kaip pagyvenusiems žmonėms tinkamos mitybos ypatumai, klinikiniai pokyčiai ir prisitaikymo galimybės senjorams skirtose įstaigose. Tai ne tik suteikia žinių apie mitybą, bet ir skatina senjorus gyventi kartu ir būti kuo labiau nepriklausomais.

2020 metų vasarą buvo surengtas konkursas, kuriame daugiau kaip 50 vyresnio amžiaus asmenų iš visos Vokietijos pateikė savo pasiūlymus dėl viešojo maitinimo „Trans-gourmet“ konkurse „Nuo išlaidų iki laimės faktorius“. Tokie renginiai didina senjorų dalyvavimą, nuomonės išsakymą bei skatina norą keisti gyvenimo būdą.

Iššūkiai ir perkeliamumas

Projekto perkeliamumo galimybės gali būti ribotos, nes šiuo atveju dalyvavimas seminaruose ir praktinėse dirbtuvėse yra mokamas. Tokias iniciatyvas taip pat sudėtinga reklamuoti, nes senjorų kasdienė rutina dažnai keičiasi, taigi keičiasi ir mokymų turinys.

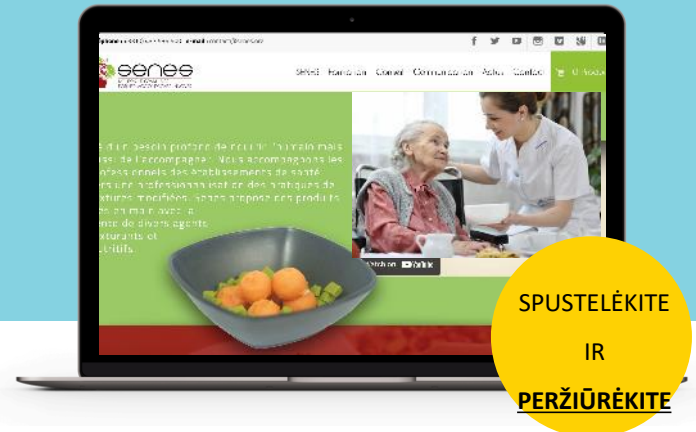
Šiais laikais maitinimas senjorams skirtose įstaigose pirmiausiai vertinamas per išlaidų prizmę. „Maisto gaminimas senjorams“ siekia šį požiūrį pakeisti. Taikant inovatyvius ir praktinio naudojimosi koncepcijas, virtuvę galima paversti įvaizdžio kūrimo fabrikais ir tuo pačiu metu sudaryti emocinį ir socialinį malonumą jos dalyviams. Maisto gaminimas su senjorais padeda suprasti jų tikruosius mitybos poreikius ir pageidavimus, o tai ir yra inovacijų pagrindas.

Be to, maisto gaminimas grupėmis didina motyvaciją ir senjorų sąmoningumą geriau rūpintis savimi ir savo bendraamžiais. Tokia socialinė veikla skatina senjorus dalyvauti bendruomenės veikloje ir suteikia jiems galimybę būti savarankiškiems bei laikytis sveikos mitybos. Galiausiai ši veikla sukuria naujas idėjas ir koncepcijas, kurios leidžia visiems suinteresuotiesiems subjektams įgyti daugiau žinių ir kompetencijos senjorų viešojo maitinimo srityje.

Paslaugos: „Senes“ – parama sveikatos priežiūros specialistams

Regionas: Lionas, Prancūzija

” **„Senes“ padeda specialistams suderinti mitybos ir viešojo maitinimo teikiamą malonumą** “



Kodėl tai vadinama gerąja praktika?

„Senes“ yra įmonė, siekianti padėti sveikatos priežiūros specialistams kovoti su prasta senjorų mityba. Ji tai daro per mokymus, patarimus ir bendravimo sprendimus. Ši įmonė sprendžia senjorų (ypač gyvenančių geriatrijos įstaigose) nepakankamos mitybos problemą, padėdama sveikatos priežiūros specialistams ir įmonėms keisti maisto produktų tekstūrą ir kurti naujoviškus, didelį mikroelementų kiekį turinčius maisto produktus. Tokios veiklos rezultatas – didesnę kompetenciją turintys sveikatos priežiūros darbuotojai ir laimingesni ir sveikesni jų prižiūrimi senjorai.

Apie

Ši įmonė gimė iš didelio poreikio ne tik maitinti žmones, bet ir jiems padėti. Prancūzijos bendrovė sveikatos priežiūros specialistams ir maisto pramonės klientams siūlo žinias ir individualius mokymus apie kulinariinius įgūdžius, susijusius su senjorų mitybos ir maitinimo poreikiais. „Senes“ siūlo pilnai paruoštus produktus bei parduoda įvairias tekstūravimo medžiagas ir maistingąsias medžiagas. Mokymai apima modifikuotos tekstūros patiekalų gamybą, maisto planų kūrimą, maisto inžineriją ir naujus maisto gaminimo metodus. Be to, įmonė suteikia praktinių žinių ir patarimų dėl naujų maisto produktų kūrimo. Ji taip pat padeda klientams neatsilikti nuo naujų maisto tendencijų bei pritaikyti produktus konkrečioms senjorų poreikiams.

Sėkmė

Bendrovė turi daugiau nei 30 partnerių iš universitetų, mokslinių tyrimų institutų, asociacijų, įmonių ir gamintojų maisto pramonėje. Ji dalyvauja įvairiose mokslinių tyrimų ir plėtros programose, susijusiose su senjorų mityba. Įmonė įgyvendina daugiau nei 250 projektų sveikatos srityje, siekdama pasiūlyti klientams mitybos, techninę, technologinę, kulinarinę patirtį ir žinias apie naujas technologijas maisto sektoriuje. Ji taip pat siūlo naujienas apie naujausias maisto inovacijas, susijusias su bendrąja senjorų mityba ir sveikata.

Iššūkiai ir perkeliamumas

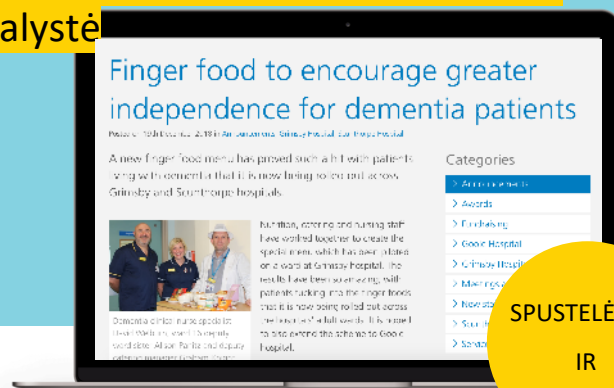
Prasta mityba yra dažnas reiškinys geriatrijos įstaigose, kuriose daugiau kaip 70–80 proc. gyventojų susiduria su vidutine arba didele nepakankamos mitybos rizika. 30–61 proc. iš jų diagnozuotas baltymų energijos trūkumas. Tai sukelia raumenų masės netekimą, dėl kurio vyresnio amžiaus žmonės praranda judėjimo autonomiją. Norint susidoroti su didėjančiu vyresnio amžiaus gyventojų skaičiumi, reikia paslaugų, galinčių patenkinti senjorų bendruomenės poreikius.

„Senes“ siekia derinti pagyvenusių žmonių maitinimą, malonumą ir sveikatą. Tenkindami mitybos poreikius, senjorai gali sulaukti garbaus amžiaus ir užkirsti kelią prastai mitybai ir nutukimui. Aktyviai bendradarbiaudama su įvairiomis institucijomis sveikatos ir maisto sektoriuose, „Senes“ gauna naujausias žinias apie senjorų maisto naujoves, kurias vėliau perduoda kitiems. Įvairių sričių atstovų komanda, kurią sudaro mitybos specialistai, sveikatos ekspertai, maisto inžinieriai bei garso ir vaizdo ekspertai, siūlo įvairių patirtį mitybos ir maisto inovacijų srityje.

Paslaugos: užkandžių kūrimas ir meniu planavimas demencija sergantiems žmonėms

Regionas: Šiaurės Linkolnšyras, Jungtinė Karalystė

„**Užkandžiai demencija sergančių pacientų nepriklausomybei skatinti**“



Kodėl tai vadinama gera praktika?

„Northern Lincolnshire and Goole NHS Foundation Trust Nursing“ dietologų ir maitinimo paslaugų sektoriaus darbuotojų komanda sukūrė [vaizdu pagrįstą užkandžių meniu](#), kuris padėtų pacientams valgyti savo tempu, be psichologinio spaudimo naudoti peilį ir šakutę, taip skatindami senjorų nepriklausomybę ir gerovę. Užkandžiai gali būti ypač naudingi žmonėms, kurie pamiršta valgyti ar neturi geros koordinacijos, pavyzdžiui, sergantiems demencija ar žmonėms po insulto.

Apie

Ši iniciatyva buvo išbandyta Grimsby ligoninėje, Jungtinėje Karalystėje, ir dabar yra diegiama trijose regioninėse ligoninėse. Meniu išbandę darbuotojai sakė, kad tai padeda pacientams priimti sprendimus ir leidžia mėgautis maistu po truputį ir dažnai. Užkandžiai gali būti:

- patiekiami prie stalo vietoje pagrindinio valgio,
- siūdomi tarp valgių,
- patiekti įvairiose vietose, kur juos galima paimti ir valgyti visos dienos metu.

Meniu sudaro patiekalai, tokie kaip ryžių pudingas, sausainiai, pica, sūris ir krekeriai, sumuštiniai, suktinukai, žuvies piršteliai, pyragas ir vaisiai, kuriais lengva užkandžiauti.

Sėkmė

Įvedant šį naują meniu, vyresnio amžiaus pacientams nereikia naudoti stalo įrankių, nes kai kurie pacientai negali jais naudotis dėl progresuojančios ligos ar senėjimo. Tai pagyvensiems pacientams, kurie mėgsta valgyti mažai ir dažnai, suteikia galimybę užkandžiauti ir tuo pat metu išlaikyti mitybos reikalavimus.

Naudojant nuotraukų meniu, užkandžius lengva pasirinkti, todėl senjorams suteikiama daugiau autonomijos. Užkandžių tiekimo paslaugas gali teikti maitinimo įstaigos arba maisto gamybos įmonės (pvz., „Finger Food Co.“), kurios daugiausia orientuojasi į senjorus. Mitybos, maitinimo ir slaugos darbuotojai dirbdami kartu sukūrė specialų meniu, kuris po pradinio bandymo buvo įdiegtas keliose ligoninėse. Rezultatai buvo nuostabūs, kai pacientai, įskaitant senjorus, tiesiog graibstė užkandžius.

Iššūkiai ir perkeliamumas

Tokia geroji praktika yra nemažas iššūkis smulkiam ir vidutiniam verslui, nes palyginus nedaug maisto ir gėrimų produktų yra skirti konkrečiai vyresnio amžiaus vartotojams, o tai reiškia, kad šis gyventojų segmentas kelia iššūkius ir suteikia galimybes maisto ir gėrimų gamintojams.

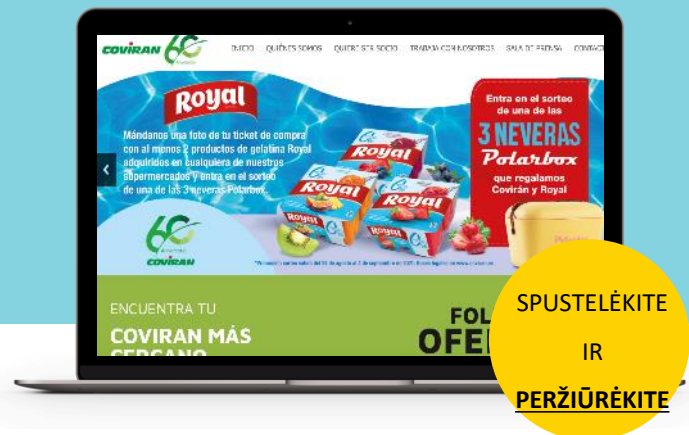
Ši ligoninių, mitybos specialistų, organizacijų ir maisto paslaugų teikėjų partnerystė savo ruožtu suteikia galimybių maisto ir gėrimų įmonėms, o šis modelis galėtų būti taikomas daugelyje šalių ir (arba) regionų.

Užkandžių kampanija vyresnio amžiaus ir demencija sergantiems žmonėms buvo sukurta per pastarąjį dešimtmetį ir padėjo daugeliui pagerinti mitybą. 2011 m. Jungtinėje Karalystėje išleistas demencija sergantiems vyresnio amžiaus žmonėms skirtas praktinis vadovas. Daugiau informacijos [apie užkandžių praktinį vadovą rasite čia](#).

Paslaugos: senjorams pritaikytas prekybos centras „COVIRAN Supermarket“

Regionas: Granada, Andalūzija, Ispanija

„**Mūsų tikslas – teikti aukštos kokybės paslaugas gerinančias gyvenimo kokybę tiems, kurie kasdien renkasi mus**“



SPUSTELĖKITE
IR
PERŽIŪRĖKITE

Kodėl tai vadinama gera praktika?

Prekybos centrų tinklas „Coviran“ sukūrė ir išplėtojo savo veiklos modelį, kuris siūlo integruotą apsipirkimo aplinką senjorams prekybos centre. „Coviran“ įdiegė keletą svarbių pakeitimų savo pardavimo vietose, kad tenkintų skirtingų galimybių klientų poreikius - vartotojų su negalia, taip pat vyresnio amžiaus žmonių ar žmonių su laikiniais judėjimo apribojimais. Šis alternatyvus paslaugų teikimo vyresnio amžiaus klientams modelis leidžia jiems patiems apsipirkti ir tinkamai išnaudoti savo laiką prekybos centre.

Apie

„Coviran“ yra prekybos centrų tinklas visoje Ispanijoje ir Portugalijoje, kuris pritaikė ir patobulino savo paslaugas, tenkindamas savo klientų – vyresnio amžiaus žmonių – poreikius. Atlikę paprastus pakeitimus savo patalpose, „Coviran“ sudarė galimybes vyresnio amžiaus klientams patogiai apsipirkti, pavyzdžiui, padidindami vartų atidarymo ir uždarymo laiką, įrengdami pirkinų krepšelio lifthus šalia kasų ir įvesdami magnetinės kilpos sistemą, kad būtų pagerintas garso signalas vartotojams su klausos aparatais ar kochleariniais implantais. Be to, prekybos centruose yra vietos, skirtos atsisėsti ir pailsėti apsipirkimo metu. Šiame prekybos centre taip pat teikiama pagalbos paslauga visiems specialiųjų poreikių žmonėms.

Sėkmė

„Coviran“ yra įsipareigojusi užtikrinti paslaugų prieinamumo principą. Parduotuvių pritaikymas senjorams turėjo didelį teigiamą poveikį jų apsipirkimo įpročiams. Šis metodas pradėtas taikyti nuo 2013 m. ir iki šiol yra įdiegtas 27 prekybos centruose Ispanijoje ir Portugalijoje. „Coviran“ yra pirmasis prekybos centras Ispanijoje, gavęs „AENOR“ visuotinio prieinamumo sertifikatą.

Iššūkiai ir perkeliamumas

Šis prekybos centrų verslo modelis gali būti nepritaikomas visuose verslo modeliuose, tačiau jis gali būti įgyvendinamas konkrečiose srityse, kuriose pagrindiniai klientai yra senjorai.

Prekybos centrų patalpų pritaikymas paprastais būdais, siekiant padėti augančiam senjorų skaičiui, neturėtų būti problema nei vienai įmonei. Tačiau tai nėra įprasta praktika, įmonės taip pat nenori įgyvendinti šio verslo modelio. Atsižvelgiant į galimas pajamas, kurios gali būti gautos įsidieigus šį verslo modelį, tam skirtos išlaidos yra simbolinės.





03 GRUPĖ

Kai derinant produktus ir paslaugas, sekama sumažinti arba įveikti senjorų rinkos problemas

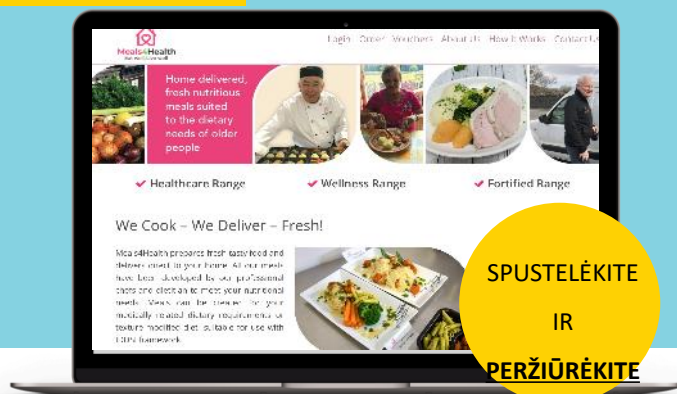


- | | |
|----|--------------------------------------|
| 15 | „Meals4Health“ |
| 16 | „Bia-at-home“ |
| 17 | „Biozoon, Smoothfood & 3D Printing“ |
| 18 | Kaimiška virtuvė („Land-Haus Küche“) |
| 19 | „Fit im Alter“ |
| 20 | „Wiltshire Farm Foods Company“ |

Produktai ir paslaugos: „Meals4Health“ maisto pristatymas

Regionas: Galway, Airija

„ **Svarbiausia – mūsų senjorų puoselėjimas, jų nepriklausomumo skatinimas. Mūsų misija yra padėti senjorams gerai valgyti, gerai gyventi ir gerai senti** “



Kodėl tai vadinama gerąja praktika?

„Meals4Health“ pristato šviežią vertingomis medžiagomis praturtintą maistą, pritaikytą vyresnio amžiaus žmonių mitybos poreikiams. Visi patiekalai šviežiai gaminami virtuvėje, įsikūrusioje Galway mieste, ir gali būti pristatyti visoje šalyje tiems, kuriems reikalinga pristatymo į namus paslauga. „Meals4Health“ panaikina būtiną apsipirkti ir gaminti tiems, kuriems sunku tai daryti, taip užkertant kelią galimam mitybos trūkumui ar kitoms su mityba susijusioms problemoms. Jie taip pat suteikia klientams galimybę savarankiškai arba pusiau savarankiškai gyventi savo namuose ir palaiko kasdienį socialinį ryšį su senjorais.

Apie

Organizacijos misija yra padėti vyresnio amžiaus žmonėms kuo ilgiau „gerai valgyti, gerai gyventi ir gerai senti“ savo bendruomenėse, taip išvengiant papildomos medicininės priežiūros ar ilgalaikės stacionarinės globos. „Meals4Health“ ruošia šviežią skanų maistą ir pristato jį tiesiai į namus. Visus patiekalus sukūrė profesionalūs virėjai ir dietologai, kad maistas atitiktų maistinius ir fizinius jų klientų poreikius. Patiekalai gali būti sudaromi pagal medicininius mitybos poreikius arba tekstūra gali būti pritaikyta modifikuotai mitybai naudojant [IDDSI sistemą](#).

Sėkmė

„Meals4Health“ yra socialinė įmonė, kurios pagrindinis tikslas yra siekti socialinio poveikio. Ji sėkmingai padeda žmonėms gyventi savarankiškai arba iš dalies savarankiškai namuose, tiekdamas kokybiškus maistingus patiekalus ir taip palaikydama bendrą žmonių sveikatą ir gerovę. „Meals4Health“ yra idealus naujoviškos paslaugos teikimo senjorų bendruomenei pavyzdys. Įmonė ne tik tiekia maistą, bet ir atsižvelgia į kitus senėjimo aspektus, pvz., praturtinto maisto poreikį senjorų rinkai ir modifikuotos tekstūros patiekalų poreikį žmonėms, turintiems rijimo problemų, t. y. disfagiją.

Teikdama maistą tiesiai į namus, įmonė ne tik įgalina ir palaiko žmonių savarankiškumą, bet ir atkuria jų orumą ir saugumą. Bendrovė vertina enjorų gerą sveikatą bei gerovę kaip gyvenimo būdą. „Meals4Health“ teikia maitinimo pagalbą žmonėms, atsigauantiems po ligos ar operacijos, ar juos slaugantiems asmenims, kuriems tiesiog sunku apsipirkti ir gaminti maistą.

Iššūkiai ir perkeliamumas

Europoje senjorų bendruomenė ir jų skaičius nuolat didėja. Žmonės apskritai ilgiau gyvena. Jiems senstant, keičiasi jų maitinimosi įpročiai bei skonio receptoriai, todėl suvartojama mažiau kalorijų. Jei senjorai namuose negauna pakankamai reikalingų medžiagų, jiems prireiks papildomų sveikatos priežiūros paslaugų, o galbūt net ir nuolatinės priežiūros. Tai reiškia, kad mūsų ekonomika, sveikatos ir priežiūros paslaugų teikėjai turėtų atsižvelgti į šiuos pokyčius.

Norint efektyviai reaguoti į didėjantį vyresnio amžiaus gyventojų skaičių, reikia paslaugų, galinčių patenkinti mūsų senjorų bendruomenės poreikius. „Meals4Health“ yra būtent tokio pobūdžio iniciatyva. Jie ne tik maitina žmones, bet ir remia savarankišką gyvenimo būdą, kuris ypač svarbus Airijos kaimuose. Šis metodas gali būti įgyvendintas kituose regionuose ar šalyse. „Meals4Health“ padeda Airijai tapti puikia vieta pasenti. Įmonė taip pat išsiskiria savo interneto svetaine. Joje paprasta naršyti, pateikiama daug informacijos, o tiems, kurie neturi naršymo įgūdžių, teikiama pagalba telefonu. Dabartinė vyresnioji karta yra imlesnė technologijoms ir daugelis žmonių naudoja informacines technologijas, tad jos yra puiki senjorų rinkos informacijos teikimo ir pardavimo priemonė.

Produktai ir paslaugos: „Bia-at-Home“ maisto pristatymas

Regionas: Mayo, Airija

„ Mes auginame, gaminame, pristatome, nes patogumas neturėtų būti nuvertinamas. “



Kodėl tai vadinama gera praktika?

„Bia-at-Home“ laikoma gerąją praktika, nes ši įmonė pristato vietinius, kokybiškus ir maistingus produktus į namus visoje Airijoje. Žodis „bia“ airių kalba reiškia „maistas“. Ši nedidelė įmonė parenka sezoninius produktus iš savo daržo, todėl jie pasižymi natūralumu ir vertingomis savybėmis. Įmonė gamina subalansuotus, maistingus ir gardžius patiekalus be jokių priedų, išskyrus nuosavą šviežių žolelių mišinį, rūpestį ir atidumą kokybei.

Įmonės gaminami patiekalai tinka įvairiam gyvenimo būdui, tačiau yra ypač naudingi senjorams.. Kiekvienas patiekalas pristatomas užšaldytas orkaitėi pritaikytame biologiška suyrančiame inde. Klientui tereikia išimti patiekalą iš šaldiklio ir įdėti jį į orkaitę nurodytam laikui. Nereikia nieko planuoti, pirkti parduotuvėje, pjaustyti ar gaminti – tiesiog pašildyti ir valgyti tai, ką norite ir kada norite.

Apie

„Bia-at-Home“ siūlo didelį restorano tipo valgiaraštį, kad žmonės, norintys užsisakyti į namus skanius, subalansuotus patiekalus, galėtų rinktis iš universalių patiekalų. Įmonė išsaugo savo maistą šviežią naudodama greitojo šaldymo šaldiklį, kuriame natūraliai išsaugomos patiekalų maistingosios medžiagos ir skoniai, todėl nereikia naudoti papildomų dirbtinių priedų ir konservantų. Savininkė ir virėja Michelle turi aistrą maistui ir gaminimui, todėl kiekvieną patiekalą ruošia su dideliu dėmesiu, meile ir gerumu. Patiekalai tiekiami iš įmonės šaldiklio tiesiai į klientų šaldiklius, todėl maistas keliauja saugiai ir pasiekia pristatymo vietą optimalios būklės.

Sėkmė

„Bia-at-Home“ gaminant visą maistą atsižvelgia į sveikos mitybos reikalavimus, produktų maistingumą, vengiama dirbtinių priedų ar konservantų. Nors įmonės tikslinė rinka yra ne tik senjorai, bet šiam rinkos segmentui gaminiai yra itin vertingi. „Bia-at-Home“ paslaugos leidžia senjorams toliau savarankiškai gyventi savo namuose, o tiekdamas maistingus ir subalansuotus patiekalus, įmonė puoselėja šią bendruomenę ir palaiko jos gerovę. Dėl visų šių priežasčių tikėtinas mažesnis stacionarinės priežiūros poreikis ir mažesnis sveikatos priežiūros paslaugų poreikis.

Bendrovė savo versle imasi įvairių priemonių, kurios yra orientuotos į senjorus:

- savaitiniai užsakymai (mažiau laiko praleidžiama kas kartą užsisakant internete ar telefonu);
- meniu paketai (maistas gali būti parenkamas už jus);
- užšaldyti patiekalai (be dirbtinių priedų ir mažiau atliekų, nes naudojama pagal poreikį);
- orkaitėi pritaikyti indai (lengvai pašildomi ir nereikia perdėti į kitą indą);
- užsakymų priėmimas telefonu;
- individualus meniu pritaikymas.

Iššūkiai ir perkeliamumas

Daugelis senjorų Airijoje negali gyventi visiškai savarankiškai, nes dažniausiai neturi galimybės patys apsipirkti ir gaminti maistingus patiekalus. Dėl šios priežasties prastėja jų sveikata arba jie negauna pakankamai maistingųjų medžiagų. Savarankiškas gyvenimas Airijos kaimuose yra būtinas. Airijos gyventojų amžius sparčiai didėja ir šalies ekonomikai, sveikatos priežiūros institucijoms bei pačioms šeimoms būtina prisitaikyti. ESRI duomenimis, numatoma, kad stacionariosios ilgalaikės priežiūros paslaugų, kurios teikiamos slaugos namuose, paklausa padidės iki 54 proc.. Dėl šio priežasties paslaugų teikėjams ir valstybės biudžetui kyla sunkumų užtikrinant, kad pažeidžiamiems gyventojams, turintiems intensyvios priežiūros poreikių, būtų užtikrinta tinkama priežiūra ir jos finansavimas.

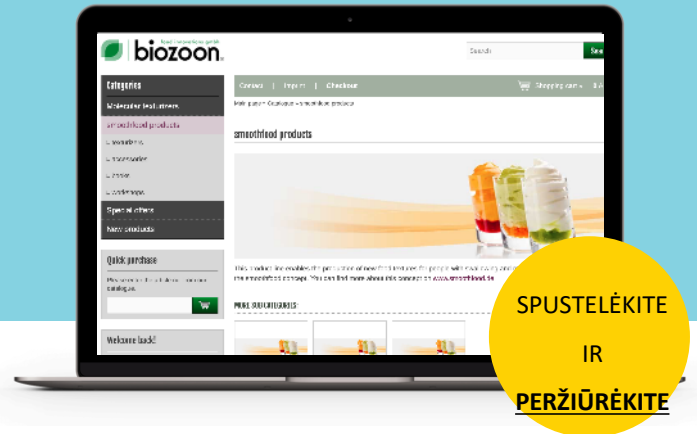
Teikdama savo paslaugas, „Bia-at-Home“ padeda senjorų bendruomenei gyventi savarankiškai. Įmonė taip pat naudoja savo tinklalapį, kuriame paprasta naršyti, pateikta daug informacijos ir paprastų parinkčių. Senjorams be technologinių įgūdžių teikiama klientų pagalba telefonu.

Produktas: „Biozoon, Smoothfood & 3D Printing“

Regionas: Bremerhaven, Vokietija

smoothfood

” **Moderni trinto maisto koncepcija** “



Kodėl tai vadinama gera praktika?

Novatoriškos „Smoothfood“ mitybos pagrindas yra putėsiai, trintas maistas ir tiršti gėrimai. Šis maisto pateikimo būdas yra skirtas nepakankamai mitybos rizikai mažinti ar šalinti, ypač kai žmonės turi kramtymo ir rijimo problemų. „Biozoon“ sukūrė „Smoothfood“ silikono formas, skirtas modifikuotos tekstūros maisto pateikimui, užtikrinant, kad produktas savo forma, spalva, kvapu, skoniu ir sudėtimi būtų kuo panašesnis į originalą. Ši praktika skatina senjorus vartoti modifikuotos tekstūros maisto produktus, ypač tai aktualu tiems, kurie serga rijimo sutrikimais, disfagija, demencija ar kitomis ligomis, todėl tokia mityba mažina arba šalina netinkamos mitybos ar kitų ligų riziką. Daugiau naudingos informacijos: [„Biozoon Silikonformen für die pürierte Kost in Form“](#) ir [„Pürierte Kost mit Gelea Cold“](#).

Apie

„Biozoon“ veikia kaip specializuota inovatyvių maisto produktų tiekėja Europoje. Naudodami tekstūrinės medžiagas „Biozoon“ geriausi virėjai Markus Biedermann ir Herbert sukūrė „Smoothfood“ - maistą, tinkamą sunkiausia disfagijos forma sergantiems asmenims, pateikiamo putėsių, sutirštintų gėrimų ir tyrių konsistencijos. „Smoothfood“ maistas pagamintas iš šviežių produktų, kurie yra sutrinami, o tada modifikuojama jų struktūra ir tekstūra. Naudojant tekstūravimo medžiagas „Biozoon“, šį maistą galima lengvai gaminti įvairiose formose.

Be to, „Biozoon“ sukūrė 3D spausdintuvą, galintį spausdinti patiekalus, skirtus žmonėms, turintiems kramtymo sutrikimų. 3D spausdintuvus naudoja įpurškimo sistemą, purškiančią įvairių „Smoothfood“ maistą, kurį galima sumaišyti su kietinamąja medžiaga. Kiekvienas patiekalas gali būti pritaikytas pagal individualius poreikius tekstūros ir maistingųjų medžiagų kiekio atžvilgiu.

Sėkmė

„Smoothfood“ koncepcijoje dera tradicinio maisto patrauklumas su senjorų poreikiais, todėl ši nauja maisto forma yra priimtina senjorų tarpe. Siūlant identišką patiekalų asortimentą iš įprasto meniu, vartotojams suteikiamas tokio paties lygio maistas su „Smoothfood“ standartu. Bendrovė yra Europos Komisijos finansuojamo projekto „PERFORMANCE“ lyderė ir rinkoje jau pristatė penkis prekių ženklus: „texturePro“, „cocktailPro“, „partyPro“, „seneoPro“ ir „myBiosportiv“. Prekės ženklais pažymėti produktai platinami 18 šalių visame pasaulyje. „Smoothfood“ leidžia visiems gaminantiems greitai ir lengvai paruošti šviežią maistą, atitinkantį asmens poreikius.

Iššūkiai ir perkeliamumas

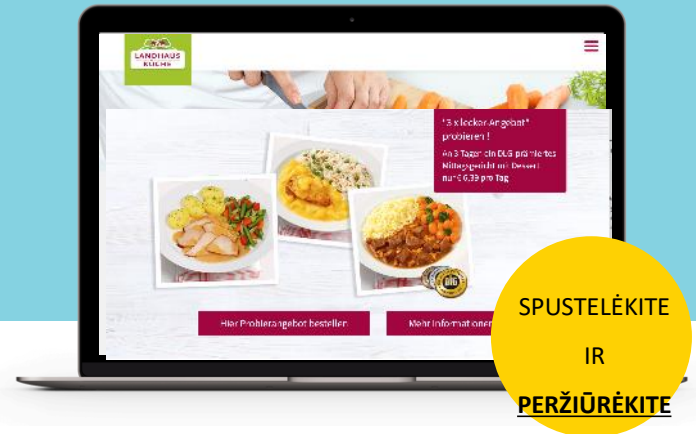
Pagal šią koncepciją maistą turi ruošti specialistai, todėl gali būti sunkiau rasti kvalifikuotus darbuotojus, ypač jei maistas skirtas slaugos namams. Šiai problemai spręsti „Biozoon“ reguliariai rengia praktinius seminarus. Didesnių slaugos namų logistiniai iššūkiai mažina individualaus maisto tiekimo galimybes, o maisto įvairovė riboja silikono formų asortimentas. Tačiau šiai problemai spręsti yra atitinkamų technologijų: maisto spausdinimo technologija turi didelį potencialą, o formų kūrimas padeda išsaugoti maisto išvaizdą, taip skatinant vartotojų apetitą ir didinant jo priimamumą.

Produktai ir (arba) paslaugos: „Land-Haus Küche“ maisto pristatymas

Regionas: Schwaikheim, Vokietija



„ Pagaminta su meile.
Pristatyta su
džiaugsmu iš „Apetito“ „



Kodėl tai vadinama gerąja praktika?

„Kaimiška virtuvė“ („Land-Haus Küche“) yra koncepcija, kuri leidžia tiems, kurie negali gaminti, apsipirkti ar nešti pirkinių dėl negalios ar judėjimo sunkumų, mėgautis karštu maistu 365 dienas per metus. Vartotojai gali atsidaryti patogų internetinį valgiaraštį vos vienu klavišo spustelėjimu. Ši iniciatyva tenkina visus senjorų mitybos poreikius, taip pat siūlo trinto maisto valgiaraštį. Siekiant užtikrinti, kad patiekalai klientams būtų pristatyti karšti ir švieži, kai kurios maisto pristatymo paslaugas teikiančios įmonės naudoja transporto priemonėmis su integruota orkaitė ir pristatymo metu patiekalai lėtai šildomi. Maistas taip pat vežamas atskirose izoliuotose dėžutėse, kur visada išlieka karštas. Ši vertinga paslauga palaiko senjorų sveikatą ir gerovę. Užsakymas internetu leidžia senjorų artimiesiems patogiai tenkinti savo artimųjų poreikius. Taip pat yra galimybė pateikti užsakymus telefonu arba per kurjerį.

Apie

Prieš ketvirtį amžiaus „Apetito“ pristatė visuomenei naują paslaugą – „Jūsų mobilusis restoranas“ („Your mobile restaurant“). Nuo pat pradžių duoto pažado pristatyti aukštos kokybės pietus senjorams tiesiai į namus laikomasi iki šiol. Būtent todėl paslauga vėliau buvo vadinama „Apetito zuhaus“ („Apetito“ į namus), o nuo 2011 m. – „Country-kitchen by Apetito“ („Kaimiška virtuvė „Apetito“). Per visus šiuos metus nepasikeitė vienas dalykas: poreikis išlaikyti aukščiausią kokybę naudojant kokybiškas sudedamąsias dalis, didelę meniu įvairovę su naujais receptais ir patikimą pristatymą tiesiai į namus.

„Kaimiškos virtuvės“ virėjai gamina ne tik klasikinį vokišką maistą, bet ir populiarius Viduržemio jūros regiono patiekalus. Visi gali pasirinkti patiekalą pagal savo skonį. Įmonė didelę reikšmę teikia natūraliam skoniui ir atsisako visų dirbtinių priedų, pvz., skonio stipriklių, prieskonių, mielių ekstrakto, dažiklių, taip pat fosfatų ir druskų. Bendrovės paruoštas ir užšaldytas maistas taip pat platinamas per vietos partnerius ir gerovės asociacijas, tokias kaip Vokietijos Raudonasis kryžius, „Johannitern“, „Diakoniestationen“, „Caritas“ ir „Arbeiterwohlfahrt“.

Sėkmė

Šios bendrovės sėkmė užtikrinama laikantis tvarumo ir ilgaamžiškumo principų, tenkinant vartotojų poreikius. Iniciatyva palengvina kasdienį senjorų gyvenimą, išlaikant jų savarankiškumą ir palaikanti socialinius ryšius. DIN ISO 9001 sertifikatai ir reguliariai gaunami DLG kokybės patikrinimo apdovanojimai yra ypač aukštos kokybės maisto produktų įrodymas.

Iššūkiai ir perkeliamumas

Gali būti sunku rasti tinkamus partnerius, tačiau, užmezgus šias partnerysτές, jos tampa neįkainojamos. Senjorų informacinių technologijų gebėjimai naudotis platforma gali kelti sunkumų, tačiau įmonė nustatė, kad dažnai šeimos nariai pateikia užsakymus už senjorus. Taip pat įmonė turi specialią telefono liniją užsakymams arba, kad viskas būtų dar paprasčiau, senjorai gali pateikti užsakymą tiesiogiai pristatymo darbuotojams. Tai gali panaikinti slaugytojų, kaip paslaugų tarpininkų tarp įmonės ir senjorų, poreikį. Bendrovė savo paslaugas siūlo be jokių įpareigojimų senjorams, tokiu būdu suteikdama lankstumo ir pasitikėjimo.

Produktai ir (arba) paslaugos: senjorų maitinimo standartai ir procedūros

Regionas: Vokietija

„ *Stiprūs senatvėje.
Maitinkitės sveikai,
gyvenkite geriau.* “



Kodėl tai vadinama gerąja praktika?

„Fit im Alter“ yra Vokietijos sveiko maitinimosi ir mankštos iniciatyvos „INFORM“ programa. Iniciatyvos tikslas – nuolat gerinti žmonių mitybos įpročius ir skatinti fizinį aktyvumą. „Fit im Alter“ atitinka DGE kokybės standartą, skirtą maisto pristatymo ir maisto tiekimo senjorams skirtoms institucijoms. Iniciatyva „Stiprūs senatvėje. Maitinkitės sveikai, gyvenkite geriau“ siekia optimizuoti vyresnio amžiaus žmonių mitybą ir atnaujinti specialistų, informacijos skleidėjų ir senjorų žinias apie vyresnio amžiaus žmonėms tinkamą subalansuotą mitybą ir mankštą. Iniciatyvos tikslas – patenkinti vyresnio amžiaus žmonių poreikius ir taip išlaikyti aukščiausią įmanomą gyvenimo kokybę tiek senjorams skirtose įstaigose, tiek namuose, tiek darbo su senjorų grupėmis metu.

Apie

Ši programa įgyvendina koncepciją, kuriai suteiktas Federalinės maisto ir žemės ūkio ministerijos sertifikatas. Ji kuria poreikiais pagrįstus sprendimus šiose srityse:

- dietologija ir mityba senatvėje;
- paprasti būdai palengvinti savarankišką maitinimąsi;
- atsižvelgia į regioninius, sezoninius ir tradicinius patiekalus bei individualius poreikius;
- glaudus ryšys su slaugos vadyba ir aktyvus gyventojų dalyvavimas.

DGE kokybės standarto dėl maisto pristatymo senjorams ir slaugos institucijoms tikslas yra teikti pagalbą maitinimo įstaigoms ir tuo pačiu metu užtikrinti tvarumo principą, kad klientams ir gyventojams būtų teikiamos standartizuotos paslaugos.

Sėkmė

Programa remia aukštos kokybės maisto tiekimą vyresnio amžiaus žmonėms, atsižvelgiant į mitybos ir fiziologines rekomendacijas. Patiekalai pateikiami patraukliai ir gaminami kruopščiai derinant skonius. „Fit im Alter“ skatina ir motyvuoja senjorus valgyti sveikai ir užtikrina, kad jie būtų aprūpinti tinkamais vitaminais ir maistinėmis medžiagomis. Glaudžiai bendradarbiaujant su visomis suinteresuotosiomis šalimis, programa atitinka įvairius reikalavimus, susijusius su maistu ir gėrimais senjorams, turintiems, pavyzdžiui, rijimo problemų, demenciją ar kitų sunkumų.

Iššūkiai ir perkeliamumas

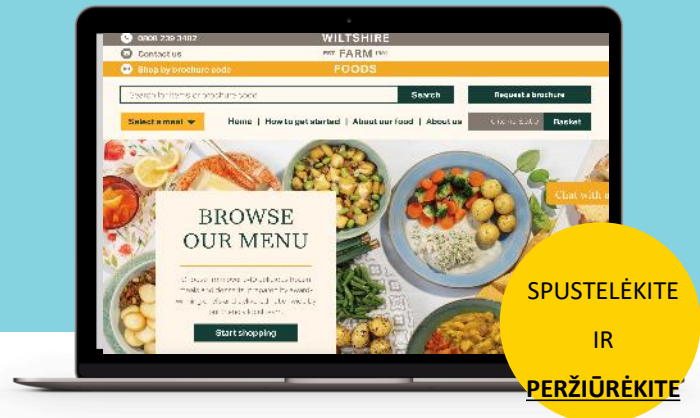
Šiai koncepcijai būtini apmokyti ir kompetentingi darbuotojai bei pastovus bendradarbiavimas su senjorais, slaugytojais / personalu / maisto tiekėjais ir pristatymo paslaugų teikėjais. Valgymas turėtų būti vertinamas kaip patirtis. Sutelkus dėmesį į periferinius poreikius ir išorinius veiksnius, turinčius įtakos senjorų valgymo procesui (pvz., stalo įrankius, sezoninius skirtumus), atsiranda naujų maisto paslaugų ir produktų inovacijų galimybių.

Programoje matomas pavyzdinis jų interneto svetainės naudojimas visiems suinteresuotiesiems subjektams. Įmonė siūlo internetinius seminarus, praktinius pavyzdžius, receptus ir pagrindinę informaciją apie visus programos aspektus ir kokybės standartų procesą. Tokiu būdu bendrovė kuria standartizuotą požiūrį į maitinimą ir judėjimo skatinimą ir taip gerina Vokietijos senjorų sveikatą. Tai itin lengvai perkeliamas veiklos būdas.

Produktai ir (arba) paslaugos: „Wiltshire Farm Foods“, maisto pristatymas

Regionas: Nottingham, Jungtinė Karalystė

„*Mėgaukitės namų saugumu ir šiluma, o mums leiskite pristatyti džiąusmą su kiekvienu patiekalu.*“



Kodėl tai vadinama gerąja praktika?

Įmonė „Wiltshire Farm Foods“ siūlo maisto pristatymo paslaugą senjorams ir tiekia vyresnio amžiaus vartotojams paruoštus subalansuotus patiekalus visoje Jungtinėje Karalystėje ir Airijoje. Tokia paslauga padeda tenkinti skanių, sveikų, subalansuotų ir patogių patiekalų paklausą senjorų rinkoje ir prisideda prie bendros jų sveikatos ir gerovės. Nuo 2021 m. liepos mėn. bendrovė, laikydama tvarumo principo, pradėjo įgyvendinti naują surinkimo ir perdirbimo sistemos strategiją, surindama tuščius indus iš vartotojų. Tai visiškai nauja schema ir pirmoji tokia visame pasaulyje.

Apie

„Wiltshire Farm Foods“ įmonė įkurta 1991 m. Nuo to laiko ji su savo pagrindiniu virėju ir dietologu kuria valgiaraščius, gamina maistą ir pristato jį tiesiai vartotojams į namus. Įmonės tikslinė grupė yra vyresnio amžiaus žmonės, į kuriuos yra orientuoti tradiciniai mėgstami pusryčių, pietų, vakarienės patiekalai ir desertai. Bendrovė gamina ir pristato sveiką, subalansuotą ir net sutrintą ar modifikuotą tekstūros maistą, atitinkantį visus vyresnio amžiaus žmonių mitybos poreikius. Įmonės patiekalais ir paslaugomis džiąugiasi daugybė vartotojų, bet ypač senjorai.

Įmonė siūlo daugiau kaip 300 patiekalų, kuriuos galima užsisakyti internetu, naudojantis programėle arba telefonu. Šie patiekalai yra ne tik skanūs, bet ir tinkamai subalansuoti maistingumo prasme, bei gali būti tiesiai iš šaldiklio patogiai pagaminti mikrobangų krosnelėje ar orkaitėje. Klientų pageidavimu, bendrovė siūlo bekontaktį pristatymą. Pristatymas žemyninėje Jungtinės Karalystės dalyje yra nemokamas, nes įmonė naudoja vietinių komandų vairuotojų paslaugomis.

Sėkmė

Bendrovė „Wiltshire Farm Foods“ turi daugiau kaip 30 metų patirtį ir yra laimėjusi keletą apdovanojimų (įskaitant du Karalienės apdovanojimus už verslą („Queens’s Award for Enterprise“)). Ji siūlo sprendimus pagal šiąndieninius vartotojų (ypač pažeidžiamų grupių – vyresnio amžiaus žmonių) poreikius, sekdamą jų kasdien suvartojamą maistą ir stebėdamą jų mitybą ir sveikatą. Įmonė sėkmingai naudoja vietinę žiniasklaidą (pvz., Kalėdinį žurnalą) bendravimui su senjorais. Ji surengė konkursą klientams, kad jie pasirinktų receptus tų patiekalų, kurie jiems patinka labiausiai. Laimėtojai patiekalą gamino bendrovės vyriausiasis virėjas. Ši idėja sėkmingai padėjo bendrauti su tiksline grupe ir pateikė komandai idėjų, kaip kurti skanesnius ir sveikesnius patiekalus. Bendrovės tinklalapį paprasta naudoti ir jame galima patogiai išsaugoti savo mėgstamus patiekalus ar pakartoti ankstesnius užsakymus. Užsakymai taip pat priimami telefonu, jei programėle ar kompiuteriu senjorai nesinaudoja.

Iššūkiai ir perkeliámumas

Šiąndieninėje rinkoje didėja skanių, patogių, sveikų patiekalų paklausa besiplečiančiai senjorų grupei, bet jų vis dar trūksta. Maisto gamintojams sveikesnių maisto produktų ir paslaugų, užtikrinančių sveiką senėjimą, gamyba ir tiekimas yra perspektyvi verslo niša. Bet tai yra iššūkis, nes rasti patyrusių virėjų, galinčių sąmoningai ir nuosekliai kurti skanius ir maistingus patiekalus tiksliniams vartotojams, yra sudėtinga.

COVID-19 pandemijos metui prireikė daugiau bekontaktio pristatymo paslaugų, todėl reikia daugiau vietinių vairuotojų (pristatymo komandų), kurie galėtų teikti aukštos kokybės paslaugas. Naujos veiklos pradžioje turėti aukštos kokybės vietos pristatymo komandą gali būti sudėtinga. Tačiau šis verslo modelis turi didelį potencialą būti įgyvendinamas kituose pasaulio regionuose.

07

Išvados



Išvados

Šiame „Gerųjų praktikų gide“ pateikiama išsami informacija apie tai, kaip skatinti sidabrinę ekonomiką ir šiuolaikinę maisto rinką taikant inovacijas. Remiantis pateiktais gerųjų praktikų pavyzdžiais galima teigti, jog maisto rinka senjorams yra itin įvairialypė: nuo novatoriškų maisto papildų ar maisto žmonėms, turintiems specifinių sveikatos problemų, kūrimo iki maisto pristatymo paslaugų ir maisto ruošimo kursų.

Gerųjų praktikų gide pristatyta 20 skirtingų pavyzdžių, rodančių maisto rinkos svarbą sidabrinės ekonomikos sektoriui. Gerosios praktikos sklaida yra vienas iš pagrindinių principų, kuriais remiantis šalys gali dalytis patirtimi. Analizuodami, ką kitos šalys turi ir daro, skatindami senjorų maisto rinkos plėtrą, įvairių šalių profesinio rengimo ir mokymo specialistai gali pasinaudoti pavyzdžiais, ieškodami kaip spręsti vietos problemas ir spragas maisto rinkos ekosistemoje.



**innovating
food** for seniors

maisto inovacijos senjorams