

Ilkka Luoto, Petri Ruuskanen ja Heikki Susiluoma

# RISUPARTOJA VAI MARKKINAMIEHIÄ?

Tapaustutkimus Etelä-Pohjanmaan luomutuottajista

**CHYDENIUS-INSTITUUTIN TUTKIMUKSIA**

**5/1996**

**CHYDENIUS-INSTITUTET UNDERSÖKNINGAR**

**Ilkka Luoto, Petri Ruuskanen ja Heikki Susiluoma**

# **Risupartoja vai markkinamiehiä?**

*Tapaustutkimus Etelä-Pohjanmaan luomutuottajista*

**JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO**

**CHYDENIUS-INSTITUUTTI**

**KOKKOLA 1996**

**ISBN 978-951-39-9380-1 (PDF)**  
**URN:ISBN:978-951-39-9380-1**

**ISBN 951-34-0822-1**

**ISSN 0789-0710**

## *Sammandrag*

Med den ökade miljömedvetenheten har också produktionsverksamheten och näringslivet blivit tvungna att ta allt mera hänsyn till miljövärden i sin verksamhet. Samtidigt har miljövänliga produktionsätt fått uppmärksamhet också när landsbygdens utvecklingsmöjligheter dryftas. Härtill har bidragit både den ökade medvetenheten om jordbrukets miljöproblem och den i miljöfrågorna latent kommersiella potentialen - uppkomsten av en s.k. miljömarknad. På landsbygden har fenomenet kommit till synes särskilt i form av att ekologiskt jordbruk och ekologisk livsmedelsproduktion blivit allmännare.

I undersökningen dryftas frågor med anknytning till eko-odling och -förädling. Granskningen är till sin karaktär mångvetenskaplig. Fenomenet granskas i begreppsligt hänseende ur marknadsmässig och etisk synvinkel samt empiriskt genom en aktionsforskningsundersökning av intervjuer med eko-odlare i syfte att skapa nätverk mellan producenterna.

Den ekologiska produktionen är ett till landsbygden klart lokaliserat produktionsätt där miljön beaktas i verksamheten. Det finns vedertagna regler på området och också verksamheten är väleablerad. Därmed lämpar det sig som exempelområde när landsbygdens miljöetiska produktion undersöks, särskilt då det på landsbygden fortfarande inte finns just någon annan produktion som fäster sig vid miljöfrågor. Likväl kan det fenomenfält som med sina problem och möjligheter öppnar sig via den ekologiska produktionen åtminstone i någon mån utvidgas också till annan produktion på landsbygden.

En profilering av den ekologiska produktionen som en miljövänlig produktionsform är något som såväl eko-odlarna som också detaljhandeln ställer sig tvekan till. Även om naturvetenskapen står till tjänst med bevis från undersökningar om den diffusa belastningen från jordbruket, är det svårt att finna några absoluta sanningar i röran av argument från experter och motexperter. De som bedriver ekologisk produktion är klart medvetna om miljöproblemen inom jordbruket. När majoriteten av odlarna och intresseorganisationen likväl förnekar de negativa miljökonsekvenserna av jordbruket, är det svårt att marknadsföra miljövärden. Samtidigt skulle ju produktionsättet hos de vanliga odlarna i landsbygdssamfundet bli stämplat som miljöfarligt, och det finns det åter varken vilja eller sociala möjligheter att börja med. Producenterna upplever också att ekologisk produktion förknippas med fåfänglig idealism och uppfattas som något som verklighetsfrämmande individer stökar med. För att slå hål på denna myt tar de landsbygdssproducenter som bedriver ekologisk produktion avstånd från naturskyddsidentiteten och grundar sin verksamhet snarare på individuella faktorer och motiverar den med personliga hälsoaspekter och ekonomiska mål. I enlighet härmed använder de landsbygdsföretagare som bedriver ekologisk produktion just inga argument med anknytning till miljöskyddet, även om det vore det mest naturliga sättet att söka fördelar för sin produktionen i relation till vanlig produktion.



Också samarbetet mellan producenterna och handeln är förknippat med problem. Produktionen har fortfarande liten volym, vilket gör att man inte kontinuerligt kan erbjuda detaljhandeln ett mångsidigt produkturval. Handeln förhåller sig fortfarande mycket försiktigt till den ekologiska produktionen, den av odlare bestående sammanslutningen uppfattades som en svår kompanjon och man trodde inte att produkturvalet skulle vara tillräckligt. Då ekoprodukterna fortfarande utgör en mycket liten andel av handelns omsättning, förefaller inte en kraftig satsning vettig ur handelns synvinkel.

## *Esipuhe*

Ympäristöön liittyvät näkökulmat ovat tulleet yhä useammin osaksi yritystoimintaa ja myös maaseututuotantoa käsittelevää keskustelua. Tähän on vaikuttanut sekä kasvanut ympäristöongelmien tiedostaminen että ympäristökysymyksissä piilevä kaupallinen potentiaali – niin kutsuttujen ympäristömarkkinoiden muodostuminen. Maaseudulla ilmiö on näkynyt erityisesti elintarvikesektorilla luonnonmukaisen tuotannon yleistymisenä. Luomutuotantoon liittyvässä keskustelussa tuoteisiin ja tuotantoon liittyvät eettisiä näkökulmat, terveystieteelliset, markkina-argumentit ja ympäristökysymykset ovat usein kuitenkin jääneet kokonaan jäsentymättä. Näiden yhteenkietoutuvien käsitteiden ja niiden välisten jännitteiden pohtiminen muodostaakin yhden käsillä olevan raportin pääteemoista.

Työ on loppuraportti syksyllä 1994 Chydenius-Instituutissa käynnistyneelle tutkimusprojektille *Ympäristöeettinen yritystoiminta suomalaisella maaseudulla*. Raportti on syntynyt kolmen tutkijan yhteistyönä, ja aihetta lähestytään monitieteellisesti sosiologian, taloustieteen, filosofian ja maantieteen näkökulmista. Toivomme, että monelta suunnalta valotettu tutkimusaineisto on yksi raportin rikkauksista.

Tutkimuksen taloudellisista resursseista ovat vastanneet *Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä*, *Etelä-Pohjanmaan liitto* sekä *Chydenius-Instituutti*, joille kiitokset.

Työtä ovat kommentoineet ja sen lopullista olemusta hioneet Seija Virkkala, Kari Ilmonen ja Päivi Vuorio. Ruotsinkielisen tiivistelmän on kääntänyt Stina Hallman. Myös heille esitämme kiitoksemme. Erityiskiitokset kuuluvat haastateltavillemme, litterointiurakan tehneelle Anu Mäkiselle sekä haastateltavia valittaessa avainhenkilönä toimineelle Heikki Koskimiehelle.

Kokkolassa talven kynnyksellä 1996,

*Ilkka Luoto, Petri Ruuskanen ja Heikki Susiluoma.*

## Sisällysluettelo

<b>Esipuhe</b>	<b>5</b>
<b>1. Johdanto — maaseutu, muutos ja markkinat</b>	<b>9</b>
Yksilöityvien valintojen maailma	9
Arvostusten hajaantuminen	12
Markkinoiden lohkoutuminen – esimerkkinä elintarviketuotanto	14
Raportin rakenne	18
<b>2. Maaseutu, tuotanto ja ympäristö</b>	<b>20</b>
Vihertyvä maatalous?	20
Markkinoiden vihertyminen	22
Kysyntäsaarekkeet maaseututuotannon mahdollisuutena	29
<b>3. Etiikka ja maaseudun elinkeinot</b>	<b>34</b>
Arvot, kulttuuri ja yhteiskunta	34
Ympäristöongelmat – ympäristöetiikka	37
Maatalouden harjoittamisen etiikasta	39
Etiikka, liiketoiminta ja voitontavoittelu	43
Etiikka sääntöjen vankina	46
<b>4. Luonnonmukainen elintarviketuotanto</b>	<b>50</b>
Luonnonmukaisen tuotanto – ympäristönsuojelua vai erikoistuotantoa	50
Luomutuotannon kehitys 1990 -luvulla	53
<b>5. Luomutuottajat Etelä-Pohjanmaalla</b>	<b>57</b>
Aluksi	57
Etelä-Pohjanmaan luomutuotanto numeroiden valossa	59
<b>6. Luomutuottajan näkökulmat</b>	<b>65</b>
Aineisto ja metodi	65

<b>Toiminnan perustelut ja motiivit _____</b>	<b>66</b>
<b>Risupartoja vai markkinamiehiä?</b>	<b>72</b>
<b>Erottautuminen – kylähulluutta, kettinkivihreyttä ja paluuta menneisyyteen</b>	<b>75</b>
<b>Luomua vai tavallista, verkostoitumalla vai ei</b>	<b>78</b>
<b>Valintojen maailma ja arvot</b>	<b>82</b>
<b><i>7. Yrittäjä-kehittäjän päiväkirjan kertomaa</i></b>	<b>87</b>
<b>Kaunis Ratkaisu</b>	<b>87</b>
<b>Renkaan käynnistäminen</b>	<b>88</b>
<b>Markkinointiin satsaamisen ja verkostoitumisen vaikeus</b>	<b>89</b>
<b>Kaupan metsästys</b>	<b>90</b>
<b>Vähittäiskauppa herää hitaasti luomutuotantoon</b>	<b>96</b>
<b>Ympäristöeettinen tuotanto – mitä voimme oppia luomuesimerkistä</b>	<b>97</b>
<b>Hyvän asian yhteinen harha</b>	<b>98</b>
<b><i>8. Puhe luonnonmukaisuudesta – puhetta terveydestä, taloudesta, ympäristöstä _____</i></b>	<b>101</b>
<b>Tie myrkyttömyyteen? _____</b>	<b>101</b>
<b>Ympäristökysymyksillä ei haluta erottautua</b>	<b>103</b>
<b>Idealismi ja markkinat</b>	<b>105</b>
<b>Lähteet</b>	<b>108</b>



## 1. JOHDANTO — MAASEUTU, MUUTOS JA MARKKINAT

### *Yksilöityvien valintojen maailma*

Jo pitkään on elänyt vahvana käsitys, että lähestymme erään aikakauden loppua, olkoon se sitten modernin aikakauden, teollisen yhteiskunnan, hyvinvointivaltion kasvun ajan tai jonkin muun aikakauden loppu. Samalla kun liberaalit suuntaukset – taloudellisen tehokkuuden, kilpailun ja markkinatalouden argumentaatiotavat – ovat saaneet lisää uskottavuutta, on yksilö asemoitu yhteiskuntakehityksen keskiöön. Yksilön katsotaan nyt entistä enemmän, ”oman onnensa seppänä”, olevan myös vastuussa omasta hyvinvoinnistaan.

Ulrich Beckin (ks. Beck 1993; 1990) mukaan yhteiskunnallinen tilanne on muuttunut siten, että kun 1980-luvulle asti oli tyypillistä *sosiaalisen hyvinvoinnin* tuottaminen ja jakaminen – ilmentyminään taloudellinen kasvu ja hyvinvointivaltio – ovat murrokselle tai sen jälkeiselle aikakaudelle ominaisia sellaisten *riskien* tuottaminen ja jakaminen, jotka kohdistuvat entistä enemmän nimenomaan *yksilöön*. Yksilön on nyt hallittava omaan elämäänsä liittyvät päätökset, jotka koskevat niin koulutusta, työmarkkinoita kuin yksilön taloutta. Samalla yksilö kohtaa kuitenkin myös ympäristöriskit, jotka ovat yhä useammin paitsi paikallisia, myös globaaleja ja syy-seuraus -suhteiltaan hämärtyneitä, ei-ajallisia ja ei-paikallisia ilmiöitä. Nyt yksilö on varsin monimutkaisen valintatilanteen edessä: miten esimerkiksi voimme verrata ja hierarkisoida kohtamamme riskit, jotka sijoittuvat eri ulottuvuuksille ja ovat näin usein yhteismitattomia, kuten yritys-, työpaikka-, terveys- ja ympäristöriskit, jotka edelleen jakautuvat globaaleihin ja paikallisiin, suuriin ja pieniin (ks. Beck 1995, 22).

Yhteiskunnallisten muutosprosessien osana luonnollisesti myös maaseudun jo 1950-1960-luvuilta alkanut murrosvaihe on saavuttamassa jälleen yhden taitekohtansa. Maataloutta ja maatalousväestöä koskevaa yhteiskunnallista keskustelua vastikään analysoineen Pertti Alasuutarin mukaan maaseudun ja erityisesti maatalouden asemaa

kansantaloutemme ja tulonjakokoneistomme osana ei maamme julkisessa keskustelussa juurikaan kyseenalaistettu ennen 1990-luvun lamaa ja EU-neuvotteluja. Maatalous oli elimellinen osa korporatiivista kansantalouden ”kakun” jakamista. Muuttuneen yhteiskunnallisen tilanteen ja ilmapiirin myötä myös puhutavat ovat kuitenkin muuttuneet: osana kansainvälisen kaupan liberalisoimista maatalouden harjoittajista on nyttemmin tullut tukea tarvitseva kansanosia, joka on kansantaloudellinen rasite, ja jonka määrää on kansallisen kilpailuedun nimissä pienennettävä (ks. Alasuutari 1996, 38-73); sosiaalisen maatalouspolitiikan aika näyttää olevan ohitse (ks. Granberg 1996).

Valtiollinen rakennemuutospolitiikka ajaakin maataloilta suuruuden ekonomiaa: tilojen pinta-alan kasvattamista ja lukumäärän radikaalia pienentämistä. Samalla kuitenkin maaseutua ja maataloutta säilyttämään pyrkivät organisaatiot, MTK etunenässä, kritisoivat kyseistä politiikkaa, ja ehdottavat vaihtoehtoisia toimintamalleja: keskittymistä pienemmille erikoistuneille markkinasegmenteille.

*Markkinat ajavat Nokian valmistamaan huippukännyköitä ja metsäteollisuuden hienopaperia. Suurten yksikköjen väliin on jäänyt tilaa täydentäville ja pienemmille yrittäjille. (...) Maataloutta sen sijaan ajetaan yhä suunnitelmallisesti vain suuriin yksiköihin raaka-ainetta tuottamaan. Olisikohan jo aika ajatella pidemmälle? (Nevala ja Kaunisto 1995).*

Samankaltaista näkemysten hajaantumista on ollut havaittavissa maaseutupolitiikassa yleisemminkin: kiistaa on käyty esimerkiksi siitä, onko maaseudun tie monimuotoistua ja -arvoistua (Katajamäki ja Kaikkonen 1991) vai nojata yhteisiin ajattelutapoihin maaseudun vahvuutena ja keskittää tuotantoa esimerkiksi alueellisen suurtuotannon mallin mukaisesti (Rosenqvist ym. 1993). Ilmeistä on, ettei tänä individualisoitumisen ja arvopluralisaation aikakautena mitään monoliittista yksimielisyyttä maaseutustrategiasta ole saavutettavissa. Yhtä ilmeistä on kuitenkin myös se, että kyseisen kehityksen myötä vastuu toimeentulosta ja menestyksestä ollaan siirtämässä yhä enemmän yksilöiden kannettavaksi. Tämä käy ilmi 1990-luvun suomalaisesta maaseutupolitiikasta (ks. Ruuskanen 1995) ja vaikuttaa olevan yhä enemmän myös maanviljelijöiden etujärjestön kanta: ”Tilakoko ei ratkaise, vaan yrittäjän ominaisuudet”, ilmoittavat

esimerkiksi MTK:n toiminnanjohtaja Markku Nevala ja tiedotuspäällikkö Timo Kauristo edellä siteeratussa artikkelissaan.

Näin maatalouspoliittisen ja muun maaseutua koskevan kaanonin rapautuessa ja moniäänistyessä kohtaa esimerkiksi yksittäinen viljelijä valinnoiltaan yhä monimutkaisemman maailman. Kun markkina-ajattelun vahvistuminen on tehnyt maanviljelijästä yhä enemmän yrittäjän, kytketään vastuu esimerkiksi maatilan menestymisestä yhä enemmän viljelijään itseensä. Menestyksessä tai menestymättömyydessä ei nykyretoriikassa enää ole kyse luonnonoloista tai historiallisista seikoista johtuvista rakennetekijöistä – alueellisista ja sosiaalisista ongelmista, asutuspolitiikasta, tilakoosta, pienistä kotimarkkinoista tai muista historiallisista kerrostumista – vaan entistä enemmän yksittäisen yrittäjän kyvyistä kehittää globalisoituvissa markkinaolosuhteissa tilalleen kannattavaa toimintaa. Hänen on itse päätettävä, ottaako riskit laajenemisen, monipuolistumisen tai erikoistumisen lisäinvestoinneista vai kohdatako mahdollisen työttömyyden aiheuttamat taloudelliset ja sosiaaliset riskit.

Samanaikaisesti yksittäinen viljelijä kohtaa tiedon siitä, että hänen elinkeinotoimintansa on osa kokonaisuutta, joka oleellisesti vaikuttaa vesistöjen pilaantumiseen: maatalouden aiheuttama typen ja fosforin kuormitus on suurempi kuin teollisuuden ja yhdyskuntien yhteenlaskettu kuormitus (ks. esim. Kallio 1995; Juntti 1996). Tämä myös uutisoidaan maakuntalehdissäkin entistä näyttävämmin. *”Vesistöjen tila huononi yhä maatalousalueilla. Teollisuus ja taajamat saivat puhdistamonsa kuntoon”*, kertoi esimerkiksi Keskipohjanmaa-lehden viiden palstan otsikko 20. 6. 1996. Nyt yksittäinen viljelijä kohtaa monimutkaisen valintojen avaruuden: Miten painottaa erilaisia tulevaisuuden visioita, miten kohdata muutoksen tuottamat taloudelliset ja sosiaaliset uhat ja riskit? Ja toisaalta: Miten suhtautua oman toiminnan negatiivisiin ympäristövaikutuksiin?



## *Arvostusten hajaantuminen*

Edellä kuvattu yksilöitymis- ja liberalisoitumiskehitys on vaikuttanut luonnollisesti myös maaseututuotteiden markkinaolosuhteisiin. EU-integraation myötä aiemmin kohtuullisen turvatut koti- ja paikallismarkkinat ovat ensiksikin *tarjonnan* liberalisoinnin ja kansainvälistymisen myötä muuttuneet ja muuttumassa epävarmemmiksi ja herkemmiksi erilaisille maan ulkoisille häiriötekijöille; Iso-Britannian naudanlihaongelmat heijastuvat ainakin jossain määrin myös suomalaisen lihan tuotantoon ja markkinoihin.

Samanaikaisesti myös *kysyntäpuolella* – kuluttajakentässä – on tapahtumassa muutoksia: Yksilöitymiskehitykseen liittyen on viimeisen vuosikymmenen aikana laajalti puhuttu yhteiskunnallisen koheesion pirstoutumisesta. Yhteiskunnan yhteinen arvopeusta on murenemassa yhä monimuotoisemmaksi. Yksilöllisyyden korostuminen ja valintojen määrän kasvu on hajaannuttanut yhteiskuntaa yhä pienempiin ja yksilöllisiin alakulttuureihin. Ihmisten arvot ja arvostukset sekä elämäntyyli ja maut ovat erilaistuneet, minkä myötä kuluttajien preferenssit ovat muuttuneet entistä moninaisemmiksi. Tämän ohella myös perinteiset moraalikäsitteet ovat muuttuneet. Esimerkiksi luonnon arvottaminen voi pohjautua yhä useammille kilpaileville tulkinnoille ja katsontokannoille. Maataloudessa ja elintarviketeollisuudessa tämä on merkinnyt uudenlaista keskustelua, joka voi pohjautua yhtä hyvin toiveisiin ja tulkintaan kuin tietoon ja selittämiseen (vrt. Bordessa 1993, 149).

Myös taloudessa on havaittavissa vastaavaa pluralisoitumista: yhtäältä ovat korostuneet ”kovat” arvot, tehokkuuden ja taloudellisen kasvun korostaminen, toisaalta esiin on tuotu myös ”pehmeitä” arvoja, esimerkiksi oikeudenmukaisuutta ja ympäristökykyä painottavia näkökulmia. Nämä hajanaisina ja usein myös ristiriitaisina näyttävät arvojen ja arvostusten muutokset, jotka vaikuttavat omalta osaltaan myös ostokäyttäytymiseen, ovat asettaneet tuotannollisen toiminnan uudenlaisen tilanteen eteen.

Vastauksena yhä nopeammin muuttuviin tuotannon toimintaolosuhteisiin on mietitty uusia tuotantomalleja, jotka voisivat nopeammin reagoida kysynnän muutoksiin. Viimeisen vuosikymmenen ajan onkin puhuttu tuotannon siirtymisestä toiselle teolliselle vedenjakajalle; massatuotannon aika olisi ohi ja tuotannon organisoinnin tulisi uudistua (ks. esim. Piore & Sabel 1984). Erityisesti tämä koskisi tayloristisen tuotantomallin mukaan organisoituneita fordistisia suuryrityksiä, joiden tuotespesifit koneet ja ositettu tuotanto korvautuisivat kysyntään joustavasti mukautuvalla tietoteknologiaa hyödyntävällä tuotantokoneistolla. Saman logiikan on katsottu koskevan myös maa- ja elintarviketaloutta, jolloin maaseudun yritykset kytkeytyisivät joustavasti kaupunkien markkinoille osaamiseen ja yhteistyöhön perustuen.

Optimistisen tulkinnan mukaan siirtyminen uuteen tuotannon organisointiin voisi antaa uusia mahdollisuuksia myös maaseutualueiden tuotannolle. Samanaikaisen preferenssien hajaantumis- ja tuotantorakenteen keskittymisprosessin myötä mahdollisuuksia ja tilaa on arveltu tarjoutuvan suurten yritysten ohessa myös pienemmille tuotantoyksiköille. Nämä voisivat verkostoitua keskusten suurten yritysten alihankkijoiksi tai keskittyä ydinsektorien reunoille ja katveisiin jääneiden markkina-aukkojen paikkaamiseen. Tässä ns. ”joustavan verkostotalouden” mallissa pienyritykset voivat keskittyä esimerkiksi markkinalohkoihin, joita suuryritykset pitävät omien toimintojensa kannalta liian riskialttiina tai kannattamattomina. Vaihtoehtoisesti pienyritykset voisivat keskittyä pienen erikoisosaamisen alueisiin ja luoda kilpailuetunsa joustavuudesta, yhteistyökyvystä ja toimitusten nopeudesta. Toisaalta kehityksessä on nähtävissä piirteitä, joiden myötä keskusten veturiyritysten yhtäaikaiset joustavoittamiseen ja taylorismin lisääntymiseen liittyvät tarpeet ollaan toteuttamassa siirtämällä suorittavaa työtä entistä enemmän maaseudun pienyrittäjiltä alihankintana ostettavaksi (ks. Ruuskanen 1996).

### ***Markkinoiden lohkoutuminen – esimerkkinä elintarviketuotanto***

Rajasuojan poistuminen, kasvava tuontipaine, lisääntyvä hintakilpailu ja samanaikainen vakaiden kysyntäolosuhteiden murtuminen asettavat siis maaseututuotannon monenlaisten muutospainoiden eteen. Näiden lisäksi tietoisuus ympäristömuutoksista sekä tuotannon ja kulutuksen riskeistä ja ympäristövaikutuksista on noussut merkittäväksi yhteiskunnalliseksi puheenaiheeksi. Tämä taas on vaikuttanut asennetasolla siten, että yhä useammin erilaisia valintoja tehdessämme pohdimme niiden vaikutusta myös ympäristöön. Tällä on luonnollisesti vaikutuksensa myös maaseututuotannon ja elinkeinoiden toimintaolosuhteisiin.

Esimerkiksi maaseudun perinteisesti vahvat elinkeinot, maa- ja metsätalous, ovat sekä tuotannon että kulutuksen suhteen luonteeltaan ns. ympäristöherkkiä aloja. Kasvava ympäristöriskien tiedostaminen ja huoli ympäristön tilasta vaikuttanevat niin, että tulevaisuudessa kuluttajien ostokäyttäytymistä määrittävätkin paitsi mitattavat laatu-tekijät, myös ei-mitattavat mielikuvatekijät. Tällaisia mielikuvia voivat olla esimerkiksi eettisiksi koetut valmistusmenetelmät, mielikuva puhtaudesta, myrkyttömyydestä, mausta tai eläinten kohtelusta (ks. Volk 1994, 37).

Elintarviketeollisuudessa ekologisten ja eettisten kysymysten ohella ainakin yhtä keskeisiksi tekijöiksi ovat muotoutuneet terveyskysymykset ja yksilöllinen ravintokulttuuri. Ihmiset syövät teollistuneissa länsimaissa runsaammin ja monipuolisemmin kuin koskaan aikaisemmin, mutta yhä useamman jonkin alakulttuurin piirissä. Näin esimerkiksi Mäkelän (1990) mukaan myös aiemmin yhtenäinen ruokakulttuuri on hajoamassa ja ruoan merkkiarvot ovat kasvamassa. Ravitsemuksellista epätasapainoa korjataan yhä useammin myös kulttuuristen merkkiarvojen avulla.

Yksilöllistymisen käänköpuolena ovat kuitenkin myös yksilöiden ostovoimaerot kasvamassa, mikä vaikuttaa luonnollisesti siihen, kuinka tuotevalikoiman ja valintojen mahdollisuuksien kasvu näyttäytyy yksittäisen ihmisen perspektiivistä. Ajalle ominaista hajoamistendenssiä kuvaavatkin leipäjonot yhtäällä ja pikaruuan ja *gourmet-*

herkuttelun rinnakkaiselo toisaalla. Ylipäätänsä ruokailussa korostetaan paitsi ravitsemuksellisia myös yksilöllisiä, etnisiä ja paikallisia merkityksiä, kuten kansainvälisyyttä, perinteitä, vakaumuksellisuutta ja maakunnallisuutta (vrt. emt. 71-74).

Myös elintarviketeollisuus on pyrkinyt huomioimaan uudet kuluttajatottumukset tuotannossaan. Esimerkkejä erikoistuneista elintarvikkeista ovat mm. laihdutusruoat, gluteeni-, sokeri- ja laktoosivapaat tuotteet, puolivalmisteet, lastenruoat, kasvisruoat, lemmikkieläinruoat, naposteluruoat, luomu- ja biodynaamiset elintarvikkeet ym. Tällä hetkellä vaikuttaisi siltä, että nopeasti kasvava osa-alue ovat tietyllä tavalla tuotetut mielikuvaelintarvikkeet – esimerkkeinä ”luonnonmukaiset” elintarvikkeet, ”onnellisen kanan munat”, ”viljasika”, erilaiset ”tilatuotteet” tai ”turvalliset” kotimaiset tuotteet. On syntymässä elintarvikkeiden ryhmiä, joiden tuotantotapaan liittyy yhä useammin abstrakteja arvokäsitteitä, jotka liittyvät esimerkiksi luontoon, ympäristöön, hyvinvointiin, terveyteen tai kotimaisuuteen.

Kuluttajan kaupan hyllyllä kohtaama tarjonta onkin kasvanut viime vuosina voimakkaasti. Tuotevalikoiman monipuolistumissuuntaus ei ole kuitenkaan mikään yksiulotteinen kehityssuunta, vaan sekä supistumista että kasvua tapahtuu samanaikaisesti riippuen esimerkiksi tarkasteltavasta alueesta, sen laajuudesta, tuoteryhmistä ja tuotteen elinkaaresta. Mitä ilmeisimmin makujen yksilöityminen ja tuotevariaation nopea kasvu vaikuttaa erityisesti juuri sellaisilla traditionaalisilla sektoreilla kuten elintarvikkeiden kulutuksessa ja tuotannossa. Toimiala on siinä mielessä kypsä, että määrällinen kysynnän kasvu on hidasta, jolloin kilpailu ja kasvu suuntautunee valinnanvaran laajentamiseen. Tässä prosessissa on kuitenkin esimerkiksi Mika Pantzarin mukaan käymässä niin, että vaikka tuotteiden erottelu hienosyistyy, globaalin kilpailun myötä kokonaistasolla tottumusten samankaltaistuminen ja suurtuotanto suhteellisesti korostuvat, kun ylikansalliset elintarvikkejätit, kuten *McDonald's* ja *Coca Cola*, valtaavat yhä enemmän markkinoita paikallisilta yrityksiltä ja tuotteilta (ks. Pantzar 1993, 118-120).

Samalla tilaa jää kuitenkin muillekin suuntauksille. Esimerkiksi voidaan ottaa bulkkituotteena pidetyn maidon markkinakehitys: samanaikaisesti keskittymisen kanssa

esimerkiksi Valiosta on irtautunut alueellisia yksiköitä, jotka panostavat paikallisuuteen ja esteettisiin mielikuviin. Vaikka itse tuote pysyisikin kutakuinkin homogeenisena, voidaan kasvoton massatuote nykyisin estetisoida esimerkiksi markkinoimalla ”maitoa ihmisen kokoisesta meijeristä”, ”havumetsien ääreltä” tms.. Toisaalta voi tapahtua tuotantotapaan perustuvaa erilaistamista esimerkiksi tuottamalla maitoa ”luonnonmukaisesti”.

Yleinen markkinarakenne muodostuneekin sellaiseksi, että jäljelle jäävät yhtäältä kansainväliset suuryritykset, toisaalta kotimainen/alueellinen suurtuotanto ja paikalliset erikoistuneet pienyritykset. Joustavan tuotannon logiikan mukaan on kuitenkin samalla käymässä niin, että suuret yritykset valtaavat kaikkein tuottavimmat ja vaikaimmat sektorit, jolloin pienemmille jäävät epävarmemmat ja ahtaammat lokerot (ks. Leopold 1985, 321).

Samanaikaisesti on esitetty, että juuri joustavuudessa, epävarmuuden sietämisessä, kyvyssä muuntautua ja erikoistua kapeille erityisille alueille ja aloille voi piillä resursseja, joita pienet yritykset voivat hyödyntää vahvuuksinaan tiellä korkeaan tuottavuuteen. Esimerkiksi maaseutuyritykset voisivat käyttää ”luontaisiin resursseihinsa”, esimerkiksi innovatiiviseen käsityöläisyyteen, paikalliseen laatuun ja erikoistuuksiin perustuvia spesifejä markkinalokeroja, ns. *niche*-markkinoita, kehitysstrategiaan (ks. esim. OECD 1995). Makujen ja kulutustottumusten erilaistumiseen perustuvat pienet ja erityiset markkinaraot ovat kuitenkin varsin nopeasti muuttuvia: ne syntyvät ja katoavat hyvin nopeasti (ks. emt., 23). Tällaisten aukkojen löytäminen tai synnyttäminen on varsin vaativaa puuhaa ja edellyttää jatkuvaa tuotekehittelyä ja ajan merkkien seuraamista. Täältä maaseututuotannon vahvuudet ovat todennäköisesti tulevaisuudessa joka tapauksessa löydettävissä. Tämä taas vaatii johdonmukaista ja pitkäjänteistä panostusta koulutukseen ja osaamiseen, joka koskee paitsi tuotantoa ja taloutta myös sosiaalista ja kulttuurista muutosta.

Edellä on hahmotettu hyvin moniin suuntiin etenevää muutosprosessia, johon siis maaseudun tuottajienkin olisi joltain osin kyettävä kiinnittymään. Ehkä epämääräisiksikin koettuihin arvojen ja preferenssien muutoksiin vastaaminen voi muodostua on-

gelmaksi juuri maaseudulla, missä tuotanto on kulutuksen keskuksia perinteisemmin tarjonnut elämäntapaa jäsentävän rytmin; näin kulutuksesta sosiaalisen identiteettinsä saavien kaupunkilaisten tuotantoon kohdistamat eettiset vaatimukset ja muuttuvat preferenssit saattavat tuntua maaseudulla haihattelulta ja tahalliselta elämänmuodon vaikeuttamiselta. Tämähän on tullut selväksi esimerkiksi metsäkiistoista sekä turkistaloudesta ja eettisistä tuotantomenetelmistä käydyssä keskustelussa.

Maaseututuotteiden markkinat ovat oleellisin osin kuitenkin juuri kaupungeissa. Kaupungeista tulevien muuttuvien signaalien ja yhteiskunnallisen asenneilmapiirin muutoksen näkeminen pelkkänä uhkatekijänä johtaa maaseutuelinkeinot jatkuvaan puolustusasetelmaan. Sen sijaan tulisi tarttua muutoksen mahdollisuuksiin: olisi löydettävänä maaseudun tuotannontekijät ja toimintamallit, jotka muuttuvassa tilanteessa olisi käännettävissä vahvuuksiksi. Samalla olisi tärkeää, että myös maaseututuottajat itse ymmärtäisivät, mistä muutoksessa on kysymys. Painopiste olisi siirrettävä paitsi markkinaymmärryksen lisäämiseen myös koulutukseen ja osaamiseen sekä lisääntyvään maaseudun ja kaupungin väliseen vuoropuheluun. Kysymys esimerkiksi ympäristöongelmista ja eläinten eettisestä kohtelusta on varsin polttava etenkin nuoremman sukupolven keskuudessa. Hokemat, joiden mukaan suomalainen maaseututuotanto jo nyt on eettistä ja kestäväällä pohjalla, eivät muuttuvassa tilanteessa kauaksi kannu. Yhteiskunnallisen ja kulttuurisen muutoksen tunnistaminen mahdollistaisi entistä enemmän myös asiakaslähtöisesti toimimisen ja muuttuvien toimintaolosuhteiden ymmärtämisen sekä omakohtaisen toiminnan muutoksen toteuttajana.

### ***Raportin rakenne***

Tutkimusraportti jakautuu käsillä olevan johdannon (luku 1) lisäksi seitsemään pääluokkuun. Luvuissa 2 ja 3 maaseudun ympäristön huomioon ottavaa tuotantoa tarkastellaan markkinoiden ja etiikan näkökulmista. Luvut 4 ja 5 käsittelevät luomutuotantoa ja sen kehittymistä Suomessa ja erityisesti Etelä-Pohjanmaalla. Samalla ne toimivat johdantona tutkimuksen keskeisen empiirisen osan muodostaviin lukuihin 6 ja 7, joista ensimmäisessä tarkastellaan luomutuottajien toiminnalleen antamia kulttuurisia jäsenyyksiä ja jälkimmäisessä tutkija-yrittäjän päiväkirja-aineiston pohjalta valotetaan viljelijärenkaan ja kaupan välistä verkostoitumishanketta, jonka tarkoituksena oli yhtäältä tutkia yhteistyön toimivuutta ja toisaalta edistää luomutuotteiden saatavuutta ja markkinointia. Luku 8 muodostaa tiivistävän johtopäätösosituksen.





## 2. MAASEUTU, TUOTANTO JA YMPÄRISTÖ

### *Vihertyvä maatalous?*

Maaseututuotanto on varsin pitkälle perustunut luonnonresurssien hyödyntämiseen. Suomessa esimerkiksi maataloustuotannolle ominaista on ollut ns. pien- tai perheviljelmäideologia: viljelijää ei ole niinkään pidetty yrittäjänä kuin maataloustuottajana, pien- tai perheviljelijänä, talonpoikana tai pientalonpoikana (ks. Vihinen 1990, 55-63). Lisäksi maanviljelyyn on liittynyt vahvoja turvallisuus-, työ- ja aluepoliittisia painoituksia. Maataloustuotannon modernisoituminen on kuitenkin vienyt maataloutta Suomessakin jatkuvasti kohti teollisempaa tuotantotapaa, ja 1990-luvulla on yhä enemmän alettu vaatia maatalojen siirtymistä yritystoimintaan ja yrittäjyyteen. Teknistyneessä ja tehokkaassa maataloustuotannossa ollaan jouduttu uudenlaisten kysymysten äärelle: Miten paljon luontoa voidaan hyödyntää ja millä keinoin se voi tapahtua?

Maatalouden murroksen keskeisiin tekijöihin kuuluvat ympäristöarvojen kasvu ja siihen perustuvat eettiset tuotantomenetelmät. Moderni tuotantotekniikka yhdessä 1980-luvun lopulle asti lisääntyneiden subventioiden kanssa on aiheuttanut maatalouden ja ympäristön välille ristiriitoja (ks. esim. Vainio-Mattila 1990, 11). Maatalous mielletään nykyisin yhä enemmän negatiivisia ympäristövaikutuksia aiheuttavaksi tuotannoksi siinä missä ”perinteisesti saastuttava” teollisuus. Toisaalta EU pyrkii nykyisessä tukipolitiikassaan ottamaan huomioon ympäristön hyvinvoinnin edistämiseen tähtäävät toimenpiteet. Se missä määrin tietoisuus maatalouden ympäristövaikutuksista on saavuttanut yksittäisten maataloustuottajien tietoisuuden on jo kyseenalaisempaa (ks. esim. Juntti 1996).

Maatalouden ympäristövaikutusten ohella ovat elintarvikkeisiin sekä elintarviketuotantoon liittyvät mielikuvatekijät nousseet keskeiseksi. Erikoistuneiden kulutustottumusten ohella elintarviketuotanto kokonaisuudessaan on profiloitumassa vihreämmäksi, puhtaammaksi ja eettisemmäksi. Tähän vaikuttaa pääasiassa kaksi tekijää:

kiristynyt kansainvälinen ja EU:n sisäinen kilpailu elintarvikemarkkinoilla sekä trenditietoinen ja valistunut kuluttaja. Eräällä tavalla yhteiskunnan koko ilmapiiri on ”läpieko-logisoitumassa”. Termillä kuvataan ekologisen käsitteistön ja retoriikan leviämistä kaikkialle yhteiskuntaan.

Nyt maaseudulla harjoitettavat elinkeinot ovat joutuneet samanlaisen huomion kohteeksi kuin teollisuus aikoinaan. Berlan-Darquén ja Kalaoran (1992, 104) mukaan esimerkiksi Ranskassa maaseudun ekologisoituminen on väistämätöntä, sillä olisi kummallista, jos maatalous eristettäisiin koko yhteiskunnan vihertyvästä ajattelumallista. Jokisen (1995, 137) mukaan läpiekologisoituminen on tapahtunut myös suomalaisessa maataloudessa. Murros ajoittuu 1990-luvun alkuun, jolloin maatalouden keskeiset institutionaaliset toimijat alkoivat samanaikaisesti korostaa ympäristökysymysten merkitystä.

Voitaneen sanoa, että esimerkiksi maataloudessa suhtauduttiin luonnonmukaiseen tuotantoon vastustavasti aina 1980-1990 -lukujen vaihteeseen. MTK:n kantahan 1980-luvun lopulle oli, että maatalous ei aiheuta ympäristölle vahingollisia seurauksia (ks. Jokinen 1995, 133-136). Näin kaikki myönnytykset esimerkiksi luonnonmukaisen tuotannon suuntaan olisivat merkinneet eräällä tavalla oman strategisen oksan sahaamista: Koko maataloussektorin väitettiin ja monesti edelleenkin väitetään olevan Suomessa luonnonmukainen. Näin, vaikka luonnontieteilijät puhuivat maataloustuotannon ympäristövaikutuksista jo 1970-luvun alussa, ei ongelmaa hallinnollisesti tai maatalouden käytäntöjen tasolla ollut tavallaan olemassakaan niin kauan kun ympäristökysymyksiä ei päästetty maatalouspoliittiseen esityslistaan.

Vaikka ympäristökysymyksistä ja luomutuotannosta onkin 1990-luvun myötä vähitellen tullut sallittuja puheenaiheita myös maatalouden edunvalvonnan piirissä, vielä tänäkin päivänä viljelijöiden on varsin vaikea havaita ja tunnistaa maatalouden päästöjä merkittäväksi ympäristöriskiksi. Maatalouden ympäristökysymyksistä puhuminen on vain lähinnä ärsyttänyt. Tähän on syynä päästöjen hajanainen luonne ja tästä aiheutuva tunne siitä, että omilla toimilla ja oman tilan päästöillä ei ole juuri vaikutuksia ympäristöön. Tätä kuvaa hyvin esimerkiksi Ympäristönsuojelun ja maatalouden yh-

teistyöllä tuloksiin – seminaarissa (5.-6. 10. 1994) Kokkolassa pidetty viljelijän puheenvuoro:

*Omien kokemusteni perusteella voisin esittääkin kokeen tekemistä päästöjen vaikutuksista. Laitetaan kaksi kannua pöydälle. Toiseen laitetaan maatalouden päästöjä ja toiseen teollisuuden päästöjä. Kummastakin kannusta juomalla voitaisiin sitten kokeilla, kumpi tappaa nopeammin. Minusta se olisi oikea tapa tutkiskella päästöjä ja niiden vaikutuksia. Kärjistetysti voinkin väittää, että on parempi rehevöityä kuin näivettyä kuoliaaksi. (Niemelä 1995, 6.)*

Viljelijä rinnastaa oman tilansa aiheuttamat päästöt teollisuuden pistemäisiin päästöihin ja sulkeistaa oman toimintansa ympäristövaikutusten ulkopuolelle suostumatta miettimään maatalouden hajapäästöjen kokonaisvaikutusta. Pentti Luoma (1993, 69-70) tulkitseekin eri tutkimuksissa saatuja maanviljelijöiden ympäristöasenteita siten, että ”maanviljelijät kokevat ympäristöongelmat muiden aiheuttamina uhkina. Näin he asettavat oman taloudellisen asemansa parantamisen huomattavasti keskeisemmäksi tavoitteeksi kuin maatalouden aiheuttamien ympäristöhaittojen korjaamisen.” Luonnonsuojelua pidetään kyllä tärkeänä asiana, vaikkei siihen itse omilla toimilla varsinaisesti pyritäkään. Kyse on eräänlaisesta ”kulttuurisesta sokeudesta”: kun luonnontieteilijöiden, tiedotusvälineiden ja oman edunvalvontajärjestön totuudet ovat keskenään ristiriitaisia eikä tiedetä kenen informaatiota pitäisi uskoa, helpointa on laskea oma toiminta haitallisen toiminnan ulkopuolelle ja lukea uhat lähinnä muiden taholta tuleviksi (ks. Beck 1990, 79).

### ***Markkinoiden vihertyminen***

Kuten edellä esitetty läpiekologisoitumisteesi esittää, on huoli ympäristön tilasta nousut viimeisen kymmenen vuoden aikana entistä keskeisemmäksi yhteiskunnalliseksi kysymykseksi ja puheenaiheeksi. On kuitenkin muistettava, ettei kyseinen ilmiö ole millään muotoa uusi: 1800-romantikkojen luonnon ihailu muuttui jo varhain 1900-luvulla erityisiksi yksittäisiksi luonnonsuojelutoimenpiteiksi ja ympäristöliikkeet syntyivät 1960-1970-lukujen myötä (ks. esim. Saaristo 1994). Kuitenkin vasta 1980-

ja 1990-luvut ovat tuoneet ympäristökysymykset myös tavallisten ihmisten arkielämään ja market-halleihin niiden noustua tiedotusvälineiden kautta yleiseen tietoisuuteen.

Tämä ympäristötietoisuuden kasvu on synnyttänyt toisaalta ympäristölainsäädännön ja muun hallinnollisen sääntelyn ja toisaalta niin sanotut ympäristömarkkinat, jotka realisoituvat ympäristöystävällisten tuotteiden kysyntänä ja tarjontana. Ympäristömarkkinoiden synty voidaankin nähdä prosessina, jossa tietoisuus ei-toivottavista ympäristömuutoksista on luonut tarpeen toimintamallien uudelle pohdinnalle. Oleellista ei niinkään ole esimerkiksi tieteellinen tieto ympäristömuutoksista, vaan pikemminkin yhteiskunnallisen tietoisuuden kasvu, joka realisoituu joko poliittisena tahdonmuodostuksena tai ympäristöä säästävänä käyttäytymismalleina. (Vrt. Piispala 1995, 9-10). Lainsäädännön ja hallinnollisen sääntelyn voi katsoa määrittävän ne institutionalisoituneet minimivaatimukset, joiden puitteissa toimijoiden on päätöksensä tehtävä, mutta toisaalta yksittäiset tuottajat ja kuluttajat voivat tehdä myös henkilökohtaisia valintoja esimerkiksi osto- ja tuotantopäätöksissään. Näiden myötä myös hyödykemarkkinat erilaistuvat: syntyy ns. vihreiden kuluttajien varaan nojaavia ympäristön huomioimiseen perustuvia markkinasegmenttejä.

Mikä sitten on niin sanottu ”vihreä kuluttaja”, jonka ostokäyttäytymisen varaan vihreät markkinat pitkälti rakentuvat? Kuluttajan sanotaan olevan vihreä, jos hän suuntaa kulutuksensa sellaisiin tuotteisiin, joita hän pitää terveellisinä ja ympäristöystävällisinä<sup>1</sup>. Raimo Lovio (1996, 152) arvioi, että noin viidennes suomalaisista kuluttajista voitaisiin laskea ”vihertyviksi”. Coddingtonin kokoamien (amerikkalaisten) vihreiden

---

<sup>1</sup> Ympäristönsuojeluun ja ekologiseen ajatteluun jatkuvasti liitetty terveellisyys on jossain määrin kummallista. Ympäristövastuullisesti toimiminenhan tarkoittaa pohjimmiltaan sosiaalista vastuuta yhteisestä ympäristöstämme, eikä niinkään omaa ikuisen nuoruuden tavoittelua tai lisäaineiden välttämistä. Jos vihreän kulutuksen motiivit ovat puhtaudessa tai terveellisyydessä, ei siinä tietenkään ole mitään tuomittavaa, mutta samalla se liittyy pikemminkin henkilökohtaisen hyödyn tavoitteluun kuin sosiaalisiin ihanteisiin sitoutumiseen.

kuluttajien eri segmentoimistapojen perusteella vaikuttaa siltä, että vihreisiin arvoihin sitoutuneita on kuluttajien keskuudessa noin 10-15%. Suurin osa kuluttajista kuuluu tosin sellaisiin, jotka suhtautuvat ympäristöä kohtaan periaatteessa myönteisesti, mutta tämä ei realisoitu välttämättä heidän ostokäyttäytymisessään. Noin neljänneksen taas arvioidaan olevan sellaisia, jotka eivät ole asenteiltaan vihertäviä eivätkä sellaisiksi koskaan tule. (Ks. Uusitalo, O. 1994, 51-53).

Tulokkaan (1990, 19) mukaan vuonna 1989 kaksi henkilöä kolmesta (63%) asetti ympäristönsuojelun etusijalle, vaikka taloudellinen kasvu kärsisi. Vastaavasti viimeisimmän ympäristöasennebarometrin mukaan lähes 80 % suomalaisista kuluttajista olisi valmis maksamaan tuotteista korkeampaa hintaa, jos se ratkaisisi osan ympäristöongelmista (Kaila-Kangas ym. 1994). Tunnettua kuitenkin on, että ilmaistujen asenteiden ja toteutuvan käyttäytymisen välillä vallitsee usein ristiriita. Tällaiseen ns. vapaamatkustamiseen on monia syitä, joista esimerkiksi Liisa Uusitalon (1991, 42) mukaan lienee tärkein se, ettei omalla toiminnalla koeta olevan kokonaistilanteen kannalta juuri merkitystä. Lisäksi kuluttajan elämään asettavat omat paineensa arkielämän vaatimukset: kuluttajilla ei ole välttämättä aikaa tai esimerkiksi tiedollisia mahdollisuuksia hallita jatkuvasti lisääntyvää ympäristön ja kulutuksen suhdetta koskevaa informaatiotulvaa.

Toisaalta vaikka kyselyissä saadut tulokset ovatkin yleensä turhan optimistisia, osoittaa esimerkiksi ympäristöasennebarometrissä saatu tulos selvästi, että kuluttajat ovat tiedostaneet ympäristöongelmat ja niiden vakavuuden. Näin myös yritysmaailma on joutunut ottamaan kyseisen ympäristötietoisuuden ja sosiaalisten olosuhteiden muutoksen huomioon toimintamalleissaan: on alettu puhua yritysten vihertymisestä. Tällä hetkellä vihertymisessä on nähtävissä ainakin seuraavat ulottuvuudet (ks. Peltomäki & Kamppinen 1995, 12-13):

1. **Vihreys kaupallistuu.**
2. **Vihreys kansainvälistyy.**
3. **Vihreys politisoituu.**
4. **Vihreys teknokratisoituu.**

Vihreyden kaupallistuminen näkyy ennenkaikkea siinä, että tuotteen ympäristövaikutuksia käytetään yhä enemmän markkinoinnin ja myynninedistämisen keinona: ympäristökysymyksistä tulee entistä enemmän mainonnan peliväline. Yritykset joutuvat tämän myötä ottamaan kysymykset entistä enemmän myös tuotantoprosesseissaan. Samalla kehityksessä on kuitenkin todennäköisesti useampia ulottuvuuksia: kun yhä kasvavaa kulutushyödykkeiden joukkoa markkinoidaan ympäristöystävällisenä, menettävät kuluttajat kykyään arvioida ympäristöargumenttien perustaa ja luonnetta. Tämän myötä ympäristökysymysten painoarvo saattaa aikaa myöten vähentyä.

Ylikansallisen vaihdannan lisääntyessä kansainvälisille markkinoille suuntautuneiden yritysten on entistä enemmän mietittävä kansainvälisiä ja maakohtaisia strategioitaan. Samalla yritysten on otettava huomioon ympäristöargumenttien erilainen rooli eri markkina-alueilla ja erilaisissa kulttuurisissa oloissa. Esimerkiksi saksalaisten kuluttajien mielipideilmasto vaikuttaa suomalaisten metsäyritysten käytäntöihin, vaikka poikkeakin varsin selvästi Suomessa omaksutusta mielipideilmastosta. Samalla ympäristön suojelusta ja ympäristölainsäädännöstä tulee yhä enemmän yleis- ja kauppa-poliittinen peliväline niin kansallisesti kuin kansainvälisestikin.

Kun lisäksi tuotannon ympäristöargumenttina käytetään tuotteen koko elinkaaren aikana aiheuttamia ympäristövaikutuksia, on selvää että arviointi tapahtuu yhä enemmän asiantuntijakeskeisesti. Yrityksiin kehitetään erilaisia ympäristöjohtamisjärjestelmiä ja teknisiä normistoja, jotka ulkopuoliset asiantuntijatahot verifioivat. Näin ympäristövaikutusten taloudellinen hyödyntäminen vaatii suurempia resursseja.

Edellä mainitut kehityssuunnat vaikuttavat mitä ilmeisimmin siten, että yritysten ympäristökysymysten hallinta monimutkaistuu. Maaseudun osalta tämä voi merkitä sitä, että pienyritysvaltaisesta yritysrakenteesta johtuen maaseutuyrityksillä on yhä vähemmän mahdollisuuksia pysyä ajan vaatimusten mukana. Pk-yrityksille ei vielä ole olemassa valmiita ympäristönsuojelun toimintamalleja. Suurille yrityksille kehitetyt toimintatavat, kuten ympäristöasioiden hallintajärjestelmät, ympäristötarkastukset ja elinkaariarvioinnit ovat pienille yrityksille usein vieraita, byrokraattisia ja monimutkaisia. Siksi yritykset eivät ole kovin yleisesti ottaneet niitä käyttöön (ks. esim. KTM 1995, 13).

Maaseudun yrityksistä suurin osa on ns. mikroyrityksiä, teollisuusyrityksistäkin kolme neljästä työllisti vuonna 1986 alle viisi henkilöä (Niittykangas 1992, 248). Niiden kohdalla kysymys onkin lähinnä siitä, kokeeko pienyrittäjä itse ympäristöasiat sen kaltaisena mahdollisuutena tai uhkana, että niihin kannattaa panostaa yrityksen niukkoja voimavaroja. Toisaalta esimerkiksi maatalous on varsin tiukasti kytköksissä suuriin yrityksiin. Yksittäiset maatilat, jotka eivät itse jalosta tuotteitaan, ovat usein osia pitkissä tuotantoketjussa; mikäli ketjun kannalta keskeiset, suuret yritykset eivät koe ympäristöasioita tärkeiksi, on pienten vaikea hyödyntää niitä markkinalähtöisesti omassa toiminnassaan.

Peltomäki ja Kamppinen jaottelevat edelleen yritykset erilaisiin responssityypologioihin sen perusteella, miten yritykset ovat reagoineet ympäristöä koskeviin kysymyksiin ja markkinoilla tapahtuviin muutoksiin:

- e *Defensiiviset yritykset* kokevat ympäristölainsäädännön ja valvonnan uhkanae omille totutuille toimintamalleilleen, ja kokee muutospaineet lähinnä kustannusrasitteena.e
- e *Passiiviset yritykset* eivät koe muutoksia suurena uhkana, mutteivät olee myöskään valmistautuneet hyödyntämään markkinoiden muutoksia omassae toiminnassaan.e

- *Reaktiiviset yritykset* ovat havainneet markkinoiden kasvavan kysynnän jai valmistautuneet käyttämään sitä hyväkseen.i
- *Proaktiiviset yritykset* toimivat jo ympäristömarkkinoilla pyrkien aktiivisesti vaikuttamaan markkinoiden kehitykseen. (Peltomäki ja Kamppinen 1995, 23-24; vrt. Luoto 1995.)i

Usein, defensiivisten yritysten tavoin, ympäristönsuojelupäämäärien ja taloudellisen kilpailukyvyn välillä katsotaan olevan ristiriita: kustannukset kohdentuvat yksittäisille yrityksille kun taas hyödyt ovat kollektiivisia. Kuitenkin myös yritykset voivat hyötyä kunnollisesti muotoilluista ympäristösäädöksistä, vaikka ne olisivatkin kilpailijamaita ankarampia, sillä dynaamisessa toimintaympäristössä kilpailijoita tiukemmat ympäristösäännökset voivat tehostaa yritysten innovatiivisuutta ja kilpailukykyä, mikä todennäköisesti realisoituu tulevaisuudessa (Porter & van der Linde 1995).

Mitä ympäristön huomioiva maaseututuotanto sitten voisi merkitä? Periaatteessa lähes kaikki maaseututuotanto voisi ottaa ympäristökysymykset entistä enemmän huomioon yritystoiminnassaan ja tätä kautta hyödyntää niitä myös osana toimintaansa. Se onko ympäristökysymyksillä maaseutuyrityksille suurta kaupallista merkitystä, jää nähtäväksi. Kuten aiemmin on todettu, ympäristökysymykset ja liiketoiminta kytkeytyvät yhteen pitkälle mielikuvatasolla. Tämä käy varsin ilmeiseksi, kun seuraa suurten kansainvälisten yritysten mainonnallisia strategioita: niin ajoneuvoista, bensiineistä kuin pesuaineistakin luodaan mielikuvia ympäristöystävällisinä tai ympäristöystävällisempinä. Mielikuvien tasolla yksityisautoilu ja bensiinin kulutuskin voi muuttua kannanotoksi ympäristön puolesta. Argumentaation liikkuminen tällä tasolla tekee ympäristömarkkinoista kuitenkin varsin epävakaita: kuluttajat menettävät herkästi uskonsa yritysten ympäristöargumentteihin, mikäli mielikuvat jäävät hajanaisiksi eikä niiden konkretisoituminen näytä todennäköiseltä millään tasolla.

Pidemmillä aikavälillä tulisikin kiinnittää enemmän huomiota yritysten käytännöistä lähtevään markkinointiin. Ihannetilanne olisi tietenkin se, että jokainen yritys tiedostaisi ympäristökysymykset kaikissa toimissaan luonnollisena ja automaattisena osana



toimintaansa. Ympäristövastuullisuuden kaupallistaminen taas vaatii yrityksen toimista yleensä jonkinlaisen verifikaation, toimintatavan todentamisen, uskottavuuden ja markkinoinnin perustaksi. Pienillä ja keskisuurilla yrityksillä on liiketoimintansa luonteen vuoksi harvoin mahdollisuuksia tai resursseja rakentaa kovinkaan suuria ympäristöjohtamisjärjestelmiä ympäristövastuullisuutensa pohjaksi. Tämän vuoksi ovat ympäristöministeriö ja kauppa- ja teollisuusministeriö perustaneet toimikuntia ja työryhmiä pohtimaan ympäristövastuullisten pk-yritysten toimintaedellytyksiä ja julkaisseet myös varsin konkreettisia listoja ympäristövastuullisen toiminnan kriteereistä. (YM 1995, 48-79; ks. myös KTM 1995.)

Yrityksen käytäntöjen ympäristöystävällisyys on toisaalta hyvin monisyinen ongelma-  
vyyhti. Erilaiset ja eri aloilla toimivat yritykset ovat tietenkin jo lähtökohdiltaan erilaisissa tilanteissa ympäristökysymysten ja niiden hyödyntämisen suhteen. Esimerkiksi pk-yrittäjät kokevat tiedon hajanaisuuden, riittämättömyyden ja heikon sovellettavuuden ongelmaksi (ks. Peltomäki ja Kamppinen 1995). Toisaalta pk-yritykset etsivät ehkä liikaakin lyhyen tähtäimen konkreettista rahallista hyötyä, mitä kuvaa esimerkiksi KTM:n raportissa lihavoinnillakin korostettu pkt-näkökulma: **”Älkää myykö meille ympäristöasioiden hallintojärjestelmiä vaan ympäristöasioiden hoidon hyötyjä liiketoiminnalle!”** (KTM 1995, 37.) Näin ymmärrettynä toiminnan pääasiallisena motiivina ovat instrumentaaliset liiketoiminnalliset hyödyt.

Hajanaisten käytäntöjen ja puuttuvan tiedon vuoksi esimerkiksi maaseudulla resurssit onkin ehkä helpoiten kanavoitavissa sellaisen tuotannon kehittämiseen, joka on yhtäältä negatiivisilta ympäristövaikutuksiltaan merkittävintä ja jonka ympäristösäännökset ja toimintamallit ovat toisaalta jo vakiintuneet, ja jossa on näin helpoiten saatavissa tuloksia. Ns. luonnonmukainen maataloustuotanto ja jatkojalostus, jossa on jo olemassa toimintamalleja koskevat säädökset ja valvonta, tarjoaa varsin hyvät lähtökohdat sekä ympäristön huomioimiseen toiminnassa että tämän hyödyntämiseen markkinoinnissa.

### ***Kysyntäsaarekkeet maaseututuotannon mahdollisuutena***

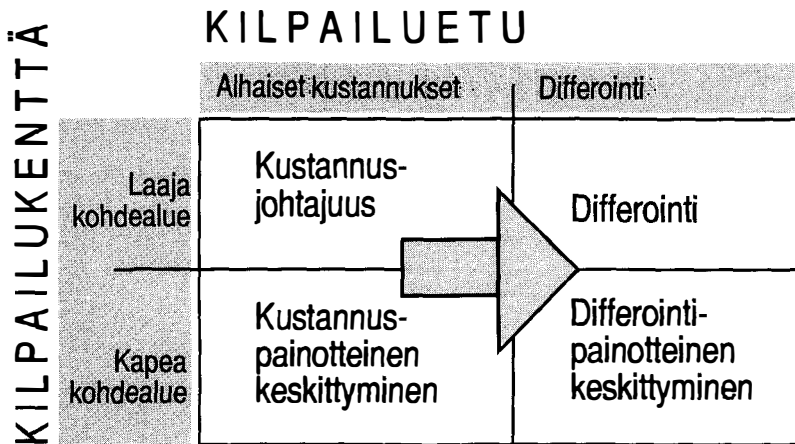
Joustaviin pienyrityksiin perustuva maaseutustrategia ja suuryritysten lomassa toimiminen edellyttää pienyrityksiltä kykyä löytää kysynnästä sellaisia saarekkeita tai loke-roita, joita suuret yritykset eivät jostain syystä kykene hyödyntämään. Tämä voi johtua esimerkiksi siitä, että kyseiset markkina-aukot ovat niin ahtaita ja spesifejä, ettei suu-rilla yrityksillä ole kiinnostusta niille tunkeutua. Pienet yritykset voivat yrittää joko luoda tällaisia saarekkeita erilaistamalla aktiivisesti tuotteitaan (tuotedifferointi) tai hakemalla pirstoutuneilta kysyntämarkkinoilta sellaisia piileviä kysyntäsegmenttejä, joilla on olemassa olevaa kysyntää. Mikäli olemassa olevat mahdollisuudet kyetään hyödyntämään, voisi esimerkiksi ympäristökysymykset huomioonottava maaseututuotanto olla vihertyvien preferenssien aikakaudella yksi varsin perusteltu selviytymis-malli suomalaisille maaseutuelinkeinoille.

Ongelmana ympäristön huomioonottavan toimintamallin hyödyntämisessä on kuiten-kin se, ettei tuotteiden laatutekijöistä ole markkinoilla vielä riittävää tietoisuutta. Luonnonmukaista toimintatapaa on pitkään pidetty vaihtoehtoilijoiden puuhasteluna, eikä tuotteiden paremmista ominaisuuksista ole nytemminkään kyetty tiedottamaan riittävän tehokkaasti. Käynnissä on kuitenkin selkeä ympäristöystävällisten tuotteiden kaupallistumisprosessi. Maaseutuyrittäjien tulisikin herkistyä kuluttajien muuttuneille preferensseille. Mikäli maaseutuyrittäjät ja maaseudun kehittämisestä vastaavat orga-nisaatiot tiedostavat ympäristöeettisen tuotannon mahdollisuudet, on sillä edellytyksiä yhteistyön ja keskitetyn markkinoinnin avulla muodostua varteenotettavaksi maaseu-dun elinvoimaisuuden säilyttäjäksi.

Maaseudulla tuotantoon liittyvät eettiset kysymykset nähdään kuitenkin usein ulkoa tuotuina ja keinotekoisina. Asiakaskeskeisesti toimittaessa vaaditaan kuitenkin ennak-koluulottomuutta ja muutosherkkyyttä. Ajatus eettisten tuotantotapojen hyödyntämi-sestä markkinoinnissa on maaseututuotannossa vielä suhteellisen vieras, vaikka näin toimitaan jo muilla aloilla menestyksekkäästi. Luomuporkkanan paremmuutta ei ole perusteltu kuluttajalle samoin kuin vaikkapa katalysaattorin tai freonivapaiden tuotteiden markkinoinnissa on tehty. Turhasta vaatimattomuudesta olisikin päästävä eroon.

Tämä vaatii tietenkin määrätietoista ja pitkäjänteistä tuotannon kehittämistä; ovathan ns. vihreät markkinat eräs tämän hetken kovimmin kilpailluista markkinasegmenteistä. Lisäksi maaseutuyrittäjien tulisi itse aktiivisesti miettiä omaa asemaansa ja tulevaisuuden strategioitaan muuttuvassa toimintaympäristössä.

Michael Porter (ks. esim. Porter 1991, 64) erottelee yrityksen perusstrategiat sen mukaan, millaista lähestymistapaa yritykset (tai toimialat) kilpailutilanteessa noudattavat. Porter käyttää esimerkkinä laivanrakennusteollisuutta ja esittää, kuinka japanilaistelakat noudattavat toiminnassaan *differointistrategiaa* ja tarjoavat laajan valikoiman laadukkaita aluksia korkeaan hintaan. Korealaiset telakat taas noudattavat *kustannusjohtajuuden* strategiaa ja tarjoavat monenlaisia aluksia, jotka ovat laadultaan hyviä mutteivät huippuluokkaisia; tämä antaa korealaisille hintaedun. Pohjoismaiset telakat pitäytyvät erikoistekniikkaa käyttävissä aluksissa, joiden hinnat mahdollistavat kilpailun korkeammalla kustannusrakenteella. Kiinalaiset uusina tulokkaina puolestaan tarjoavat suhteellisen yksinkertaisia aluksia korealaisiakin halvemmalla *kustannuspainotteisesti keskittyen*.



**Kuva 1.** Yrityksen perusstrategiat kilpailutilanteessa ja siirtymäsuunta (ks. Porter 1991, 64).

Kustannusjohtajuus ja kustannuspainotteinen keskittyminen edellyttävät tuotannon-tekijäkustannusten minimoimista: tyytymistä huonompiin palkkoihin, heikompiin työolosuhteisiin ja halpuihin raaka-aineisiin. Se voi tarkoittaa esimerkiksi erikoistunutta alhaisen osaamistason massatuotteiden valmistusta ali- tai osahankintana. Suomen olosuhteissa tämä ei liene maaseutustrategiana pitkän päälle toivottavaa ainakaan maaseudun ihmisten kannalta, vaikka monissa maaseutuohjelmissa kyseistä mallia maaseudulle tarjotaankin. Maataloudessa taas hintakilpailu lienee kestävämpää jo ilmastollisten olosuhteiden vuoksi. Sen sijaan sekä kapeiden markkinasaarekkeiden etsiminen ja täyttäminen (differointipainotteinen keskittyminen) että tuotteiden aktiivinen erilaistaminen (differointi) vaikuttavat maaseudun kannalta varteenotettavilta mahdollisuuksilta.

Yritysten, yrittäjien ja tuottajien tulisikin miettiä, millä alueilla heidän kilpailuetunsa sijaitsevat nyt ja missä tulevaisuudessa, ja miettiä kehittämisstrategioitaan sen mukaisesti. Esimerkiksi elintarviketeollisuudessa suljettujen kotimarkkinoiden tilanteessa yritysten kannatti hakea kilpailuetuja alhaisista kustannuksista hakemalla kustannusjohtajuutta kotimaan tuottajien keskuudessa hyvillä mutta ei huippuluokan tuotteilla. Uudessa tilanteessa suurten yritysten voi olla kannattavaa keskittyä laajan valikoiman laatutuotantoon, jossa aktiivisia erilaistamistekijöitä ovat mm. kotimaisuus, puhtaus ja eettisesti kestävät tuotantomenetelmät ja kilpailla näiden avulla ulkomaista halpatuontia vastaan. Yksittäiset tilat voivat tällöin osallistua esimerkiksi sopimustuottajina suurten (tai alueellisesti suurten) yritysten laatutuotantoon, esimerkiksi luomutuottajina tms. (Vrt. esim. Rosenqvist ym. 1993).

Toisaalta esimerkiksi maataloudessa voi syntyä pienyrittäjärenkaita, jotka yhteistyöllä kykenevät löytämään sellaisia jalostus- ja jakelukanavia, että onnistuvat tunkeutumaan kaupunkien ahtaille mutta maksukykyisille markkinoille. Tästä voisi olla yksi pienimuotoinen esimerkki Etelä-Pohjanmaalla toteutetut kokeilut, joissa useamman tilan yhteistyönä kasvatettiin luomusikoja kaupunkilaisille asiakkaille: Yhdeltä tilalta tuli ruokinnassa käytetyn luomurehun pohja, toiselta porsaat, jotka ajallaan teurastettiin läheisellä maatilateurastamolla. Asiakkaiden toivomusten mukaan paloittelut ruhot

toimitettiin lopulta suoraan asiakkaille. Tämän kaltaisia kokeiluja voisi syntyä monia muitakin. Kokeilut suhteellisen pienellä riskillä mahdollistavat uusien toimintatapojen opettelun ja markkinointikanavien tunnustelun. (Vrt. esim. Katajamäki & Kaikkonen 1991).

Vastaavasti myös yksittäiset tilat voivat monipuolisella tuotevariaatiolla löytää riittävän suuria markkinarakoja maaseutualueiden paikallisilta markkinoilta tai esimerkiksi lähikaupungeista. Tällainen pienimuotoisesti liikkeelle lähtevä toiminta leimataan nykyisenä taloudellista tehokkuutta ja kasvua korostavana aikakautena kuitenkin usein ”puuhasteluksi”, joka ei maaseutua pelasta. Ei ehkä yksin pelastakaan, mutta se tarjoaa joka tapauksessa niitä uuden toiminnan alkuituja, joille tulevaa maaseutua voidaan ainakin osin rakentaa.

Näin maaseudulle mahtunee jatkossa monenlaisia tuottajia ja yrittäjiä: Esimerkiksi maatiloista yksi osa integroituu suurten jalostusyriyten vertikaaliseen tuotantoketjuihin. Toinen osa hakee kilpailuetunsa pienyrittäjien horisontaalisesta yhteistyöstä, työnjaosta ja jatkojalostuksesta. Kolmannen osan taas voi olla mielekästä toimia itsenäisesti, ja hakea toimeentulonsa esimerkiksi osin palkkatyöstä tai monista sivuelinkeinojen puroista. Merkittävä tekijä valinnassa on tietenkin yrityksen tai tilan koko, toiminnalle asetetut tavoitteet jne. Esimerkiksi maataloudessa suurilla tiloilla voi olla järkevää keskittyä sopimustuotantoon ja perusmaatalouteen. Pienemmillä tiloilla pelkkä maatalous ei ehkä riitä, vaan on järkevää ryhtyä yhteistyöhön muiden kanssa ja jalostaa tuotteita pidemmälle; samalla jalostusarvon lisäys jää maaseudulle.

Ympäristöeettiseen differointistrategiaan liittyy maaseudulla tiettyjä asenteellisia ongelmia. On esimerkiksi osoitettu, että luontoammatteihin (ts. lähinnä maanviljelyyn) liittyy usein varsin välineellinen suhtautuminen ympäristöön (ks. Uusitalo, L. 1986, 22)e- kun toimeentulo saadaan ympäristöstä voi kaikki sitä koskeva suojelupuhe tuntua hyökkäykseltä omaa elinkeinoa kohtaan. Maaseutuyrittäjien tulisikin samanaikaisesti tiedostaa oman toimintansa ympäristövaikutukset ja herkistyä kuluttajien muutuneille tarpeille. Mikäli jakelu ja markkinointi onnistuttaisiin tämän jälkeen hoitamaan keskitetysti, voisi maaseutuelinkeinoille löytyä yksi uusi selviytymisen peruste.

Lisääntynyt kiinnostus tuotantomenetelmiä kohtaan on kuitenkin luonut kasvavan tarpeen paitsi etsiä keinoja ympäristövastuullisten tuotantomenetelmien taloudelliselle hyödyntämiselle myös toimintamalleja koskevalle eettiselle pohdinnalle.

### 3. ETIIKKA JA MAASEUDUN ELINKEINOT

#### *Arvot, kulttuuri ja yhteiskunta*

*”Kulttuuria luodessaan – harjoittaessaan työtä, leikkiä, ajattelua ja kommunikaatiota – ihminen muuttaa maailmaa. Samalla hän luo omalle toiminnalleen uusia kehyksiä ja rakenteita, mahdollisuuksia ja välttämättömyyksiä (...) Ihminen tavoitteellisesti toimivana olentona tarpeineen, toiveineen ja pelkoineen ei ole mikään historiallinen vakio muuttuvassa ympäristössä, vaan itsekin kehittyvä kulttuurin tuote.” (Niiniluoto 1990, 315).*

Yhteiskunnassa tapahtuva arvostusten hajaantuminen ja arvojen muutos vaikuttaa kaikilla aloilla. Viime aikoina keskustelua on käyty esimerkiksi maaseudulle tärkeiden alojen maa- ja metsätalouden, turkistalouden sekä elintarviketeollisuuden ympärillä. Tähän ovat vaikuttaneet maaseudun toimintojen ympäristöherkkyys, mutta yhtä hyvin esimerkiksi elintarvikkeiden henkilökohtainen, jopa intiimikin merkitys. Myös muilla aloilla yrityksiltä vaaditaan tai yritykset ovat vapaaehtoisesti ottaneet ohjelmaansa vihreyden ja ympäristönsuojelun jollakin tasolla. Arvokeskustelun yleinen voimistuminen on nostanut eettiset kysymykset monessa muodossa ihmisten tietoisuuteen.

Merkittävin yksittäinen tuotantoon ja kuluttamisen vaikuttava 1990-luvun suuntaus lienee juuri ympäristöarvojen laaja läpimurto ja yhteiskunnan läpiekologisoituminen. Luonnon hyödyntämiseen liittyvät eettiset ongelmat ovat juurtuneet osaksi yhteiskunnallista ja poliittista päätöksentekoa, mutta myös yksittäisten kansalaisten valintoihin. Ympäristöetiikan normatisoituminen on johtanut ympäristökäytäntöjen syntymiseen; toimiin, tapoihin ja lainsäädäntöön, toisin sanoen vakiintuneisiin käytäntöihin, kuinka ympäristöä tulisi kohdella. Toinen ajallemme ominainen ilmiö – yhtä tärkeä sellainen – on avoin mielipideilmasto, jolloin jokaisella on oikeus puuttua toisten tekemisiin jae esittää oma versionsa oikeaksi katsomilleen näkemyksille.

Arvot ja ihanteet ovat yhteiskunnassa keskeisessä asemassa mitattaessa tarpeita. Ihminen usein arvostaa sitä, mitä pitää tarpeellisena. Arvot ilmentävät asioita, jotka koe-

taan tärkeäksi ja joiden puolesta ollaan valmiita toimimaan. Kokemamme maailma ei ole neutraali, vaan toiset asiat koetaan toisia arvokkaampina. (ks. Turunen 1992). Yhteiskunnassa vallitsevat arvot ovat näin ollen kaiken inhimillisen toiminnan, myös elinkeinoelämän, perusta. Arvot määrittelevät hyvän ja huonon toiminnan rajoja tai tavoiteltavien sekä ei-tavoiteltavien asiantilojen välisiä rajoja. Yhteinen kulttuuri koostuu erilaisista arvoista, jotka muuttavat muotoaan; uusia arvoja syntyy siinä missä vanhoista arvoista ollaan valmiita luopumaan. Monesti emme edes tiedosta, millaisiin arvoihin päivittäinen toimintamme perustuu.

Ympäristökysymykset ovat vakiinnuttaneet asemaansa vuosikymmenien saatossa uusien arvojen joukossa. Selkeimpiä esimerkkejä viime aikoina ilmaantuneista arvoista maataloudessa ovat tuotantoelämien kohteluun sekä maisemansuojeluun kohdistuvat vaatimukset, joiden kohdalla kysymykset arvostuksen sisällöstä ovat selvästi moniselitteisempiä. Kun yhteiskunnalliset arvot ja arvostukset muuttuvat, on luonnollista, että eri alojen yritykset ja teollisuudenalat pyrkivät seuraamaan arvoilmapiirin muutoksia sekä vastaamaan toiminnallaan uusiin haasteisiin. Esimerkiksi kosmetiikkateollisuus on joutunut vastaamaan arvomuutoksiin lanseeraamalla markkinoille eläinkoevapaita tuotteita. Samoin autoteollisuudessa pyritään panostamaan entistä saasteettomimpiin vaihtoehtoihin.

Tuotannollisilla sitoumuksilla pyritään tyydyttämään asiakkaiden tarpeita, myös eettisiä sellaisia. Ei välttämättä riitä, että tuote on ominaisuuksiltaan tai koostumukseltaan tietynlainen, vaan sen tulee olla myös tietyllä tavalla, tietyin hyviksi todetuin menetelmin ja hyvien tapojen mukaisesti tuotettu. Todennäköisesti jatkossakin kuluttaja kokee tärkeäksi sen, että saa tuotteen kohtuullisella hinnalla. Siksi halvalla ja jopa kyseenalaisin menetelmin tuotetuilla tuotteilla tulee olemaan jatkossakin kysyntää. Ajan trendi kuitenkin on eettisesti tiedostava kuluttaja, joka omilla ostopäätöksillään voi vaikuttaa ja äänestää hyvinä pitämiään asioita. Asiakkaan valitsema tuote ilmentää hänen omaksumiaan arvositoumuksia. Eettiset tuotteet ja tuotantomenetelmät eivät kuitenkaan kosketa yksin kuluttajaa. Yhtä hyvin yrityksen omistaja tai työntekijä voi



haluta työnsä pohjautuvan omalta kannaltaan kestäväälle arvopohjalle, jolloin työhön sitoutuminen tuntuu mielekkäältä.

Viime aikoina on ollut yleistä puhua tuotantotapojen yhteydessä ”eettisestä laadusta”. Eettisellä laadulla on tarkoitettu etupäässä tuotantotapojen tai itse tuotteiden piirteitä. Etiikan käsitettä on käytetty tuotteiden kaupallistamisessa. Käsitettä ei voida kuitenkaan pitää kovin yksiselitteisenä määreenä. Onko kysymyksessä jotakin, mitä kuluttaja haluaa? Vai viitataanko käsitteellä markkinoiden luomiin uusiin tarpeisiin? Viime kädessä etiikka merkitsee erilaisille toimijoille kovin eri asioita. Eettisen laadun käsite on jokseenkin suoraviivaisesti liitetty tuotteiden markkinointiin ja erottautumiseen kiristyvässä kilpailutilanteessa. Eettiselle laadulle halutaan standardeja, merkintöjä ja sitoumuksia, joita voidaan käyttää esimerkiksi suomalaisten maataloustuotteiden kilpailuvaltteina sekä viennissä että tuonnilta suojauduttaessa. Käsite on häilyvä ja määrittämätön, ja sillä tunnutaan tarkoitettavan yhtäaikaan tuotteen kaupallista hyödynnettävyyttä, turvallisuutta, eläinten hyvinvointia, huolellisia valmistusmenetelmiä, ympäristökysymyksiä tai yleensä tuotantomenetelmiä.

Etiikalla on myös laajempi yhteiskunnallinen ja kulttuurinen merkitys. Kysymys ei silloin ole ainoastaan yksittäisistä valinnoista, vaan ihmisyyhteisöjä koskettavien ongelmien yhteisestä ratkaisemisesta. Miten tulisi toimia oikein ja hyvin? Eettisillä pohdiskeluilla on aina käytännöllinen ulottuvuutensa, jolloin arvokeskustelulla pyritään hallitsemaan lisääntyvää moniarvoisuutta ja löytämään oikeita ja hyväksyttäviä toimintatapoja. Eettinen retoriikka on yhteiskuntaan kuuluva normaali käytäntö tarttua kulloinkin polttaviin aiheisiin. Se on argumentaatiota, jolla tavoitellaan kansalaisia tyydyttävää olotilaa.

Ihmisen moraaliseen kulttuuriin kuuluu automaattisesti epävarmuus erilaisten valintojen oikeutuksesta. Ajatus, että kykenisimme tietämään kaiken mitä pidämme tärkeänä tai arvokkaana on mahdoton. (ks. Harva 1978, 59). Mikä on tänään arvokasta, ei välttämättä ole sitä huomenna, joku toinen pitää joitakin asioita tärkeämpinä kuin toinen. Epätietoisuus ja eriävät mielipiteet oikeasta ja väärästä voivat pahimmillaan aiheuttaa

konflikteja, mutta muutoin mielipiteiden monimuotoisuutta voidaan pitää luonnostaan keskustelemaan yhteiskuntailmapiiriin kuuluvana olotilana.

### ***Ympäristöongelmat – ympäristöetiikka***

Ihmisen oikeutta hyödyntää luontoa on alettu erilaisten ekologisten muutosten ja kriisien myötä pohtia laajemmin. Luonnon perimmäistä merkitystä ei pystytä yksiselitteisesti esittämään, mutta voimme pohtia, yhtäältä sitä miten luonto määritellään ja toisaalta sitä, miten käyttäytymisemme ja asenteemme suhteessa luontoon määritellään. (Matthies 1996, 148). Ihmisen suhde ympäröivään luontoon on tämän suhteen jatkuvaa uudelleen määrittelyä. Esimerkiksi agraariperustaisessa kulttuurissa ihmisen suhde luontoon on ollut vastavuoroinen ja kiinteä, kunnes uudella ajalla kulttuuri on yhä selkeämmin irrottautunut käytännöllisestä luontosuhteesta. Luonnosta irrottautumisen myötä ihminen on alkannut aktiivisesti uudestaan etsiä suhdettaan luontoon. Nykyisen ekologisen tietämyksen valossa suhteellisen yksimielisenä tavoitteena pidetään elämistä sopusoinnussa luonnon kanssa.

Ympäristöongelmat ovat ihmisen aiheuttamia paikallisia sekä ylipaikallisia ympäristön tilaan eri tavoin vaikuttavia luonnonvarojen hyödyntämisestä aiheutuvia negatiivisia ulkoisvaikutuksia. Näin ihminen omalla toiminnallaan, pyrkiessään korkeampaan elintasoon ja tuottavuuteen, heikentää samalla joiltakin osin myös elinympäristönsä laatua. Luonnon hyödyntämisessä ja hyväksikäytössä on normatiivisessa mielessä kysymys siitä, mikä on sallittua, hyväksyttyä, mikä kiellettyä ja millainen on vastuumme luonnon kohtelusta.

Totutusti etiikan tutkimuskohteena ovat ihmisten väliset ongelmat. Nykyisen käsityksen mukaan etiikan kohteeksi voidaan hyväksyä myös muut luonnonoliot. Luontoa ja ympäristöä käsittelevää etiikkaa kutsutaan ympäristöetiikaksi, jossa pohditaan ihmisen ja ympäristön välistä suhdetta. Tämän suhteen ymmärtäminen on muodostunut sitä tärkeämmäksi, mitä enemmän ihminen omilla toimillaan muuttaa luontoa ja ympäristöä tarpeittensa mukaiseksi.

Eettinen ongelma syntyy, kun ei voida olla varmoja oikeasta toimintatavasta tai esimerkiksi tietyn teon oikeudenmukaisuudesta. Vaikealle eettiselle ongelmalle on ominaista, että sitä ei kyetä ratkaisemaan yksiselitteisesti. Etiikan tehtävä on kuvailla ongelmaa, selvittää ongelman puitteet ja mahdolliset perustelut erilaisille vaihtoehdoille. Jokapäiväisessä elämässä tiellemme kasautuu valintatilanteita, joihin ei ole olemassa yksiselitteisiä toimintaohjeita. Jokainen tapahtuma joudutaan punnitsemaan erikseen. Palautanko löytämäni lompakon oikealle omistajalle? Kuinka paljon olen valmis käyttämään torjunta-aineita tai lannoitteita tulotasoni maksimoimiseksi?

Ympäristöetiikassa nämä valintatilanteet ovat erityisen monimutkaisia, koska suhde ihmisen ulkopuoliseen luontoon ei ole yksiselitteinen. Ihmisten välisissä keskinäisissä suhteissa tarpeet ja halut ovat jotakuinkin yhteneväisiä, jolloin etiikka on vastavuoroista. Sen sijaan esimerkiksi eläin tai kasvi ei kykene kommunikoimaan tarpeistaan. Näin ollen ympäristöetiikka on viime kädessä ihmisen omien käsityksien ja arvojen uudelleen arviointia. Leena Vilkan (1993) mukaan luonnolla voi olla itseisarvo, jolloin luonnonolioita ei arvosteta niiden hyödyllisyyden tai käyttötärpeen perusteella. Toisaalta ihminen on aina tahtomattaan sidoksissa arvostuksiinsa; kun luonnolle annetaan itseisarvo, on tämän arvon taustalla myös joukko tiedostettuja tai tiedostamattomia motiiveja. Luonto onkin osa ihmisen kulttuuria, jolloin se ymmärretään kulloinkin vallitsevien arvojen ja käsitteiden kautta.

Kulttuurissa omaksumamme arvot vaikuttavat siihen, kuinka luontoa arvotetaan ja arvostetaan. Länsimainen luontokäsitys on hyvin välineellinen, jolloin sen resurssit nähdään vapaasti hyödynnettävinä haluttujen päämäärien saavuttamiseksi. Hailan ja Levinsin (1992, 27) mukaan on kuitenkin ristiriitaista pitää välineenä jotakin sellaista, josta ihminen on ehdottomasti riippuvainen. Syvänä ympäristöeettisenä ongelmana voidaan pitää kysymystä ihmisen oikeudesta ylittäänsä luonnon maksimaaliseen välineelliseen hyödyntämiseen.

Kantaako luonto loppujen lopuksi sellaisia syviä arvoja, jotka hyväksytään myös teoissa, eikä vain puheissa? Arvoon liittyy velvollisuus arvon kantajaa kohtaan siten, että kohtelemme esimerkiksi muita ihmisiä kuten haluaisimme itseämme kohdeltavan.

Luontoa ei koeta samalla tavalla tasa-arvoiseksi kuin toisia ihmisyksilöitä. Ihmisen mukavuudenhalu ja luontainen tavoite päästä helpolla paljastaa arvojen todellisen syvyyden. Kovin suureksi rikkeeksi ei koeta esimerkiksi huviajelua autolla, peltokasvien myrkyttämistä, roskaamista tai muovikassien käyttöä.

Ympäristöongelmien teknistyminen ja politisoituminen on johtanut monen hyvän asian lisäksi myös uudenlaisiin ongelmiin. Yhteiskuntaan sovitetuissa käytännöissä ympäristöön ja luontoon liittyviä syviä arvoja ei niinkään tunnisteta, vaan ne pyritään sovittamaan osaksi kehitystä. Maiseman ja ympäristön muutoksia kyetään analysoimaan tehokkaasti ja tarkasti – luonnontieteiden näkökulmasta. Yleisesti ottaen ihminen tunnistaa toimintansa jäljet ja niiden seuraukset, mutta näiden jälkien moraaliseen arviointiin puuttuu poliittista tahtoa ja viisautta. Ympäristöön vaikuttavat toiminnat nähdään usein kapeasta arvointressistä käsin. Luonnon hallitseminen tarkoittaa itse asiassa kykyä saada aikaan haluttuja asioita, jotka nähdään sinänsä arvokkaina. (ks. Maula 1994, 101). Moraalisen arvioinnin perusta on laajempi: Voidaan kysyä, miten toimimalla voidaan luonnon ja ympäristön tilaan vaikuttaa pitkällä aikajänteellä?

Vaikka yleinen ympäristötietoisuus onkin voimakkaasti lisääntynyt, niin vaikeimpia kantoja kaskessa ympäristönsuojelukulttuurin edistämisessä ovat vastuukysymykset: Maaperään, vesistöihin ja ilmastoon kohdistuvia 'vääräyksiä' on vaikea kohdentaa, jolloin esimerkiksi saastumisen aiheuttajaa ei voida yksiselitteisesti yksilöidä. Usein kyse on myös nk. yhteishyödykkeistä, jotka eivät ole varsinaisesti kenenkään omistuksessa.

### ***Maatalouden harjoittamisen etiikasta***

Maaseutuelinkeinojen perinteiseen vapauteen hyödyntää luontoa on puututtu entistä kovemmin ottein. Metsäyhtiöt ovat kokeneet luontoaktivistien toiminnan vaikutukset, aivan kuten turkistarhaajat ovat kokeneet eläinsuojelijoiden ja esimerkiksi ”kettutyttöjen” nostattaman kohun vaikutukset. Elintarviketuottajilta vaaditaan tekoja eläinten hyvinvoinnin kohentamiseksi. Toisaalta ajallemme on ominaista, että kuka

vain voi puuttua kenen hyvänsä toimintaan vedoten eettisiin argumentteihin. Maatalous ja maaseutuyrittäminen eivät elä irrallaan muusta yhteiskunnasta, joten esitettyihin muutoshasteisiin on pystyttävä jollakin tasolla vastaamaan.

Maatalous vaikuttaa ympäristöön monella tavalla. Vaikutukset eivät ole ainoastaan negatiivisia, vaan ruuan tuottamisen ohessa maatalous muodostaa myös ainutlaatuisen maisemallisen resurssin. Oikeastaan maaseutu tunnetaan maisemastaan tai vieläkin yksinkertaisemmin: ilman maataloutta tuskin olisi maaseutua sellaisena kuin se nykyisin ymmärrämme. Maatalouden harjoittamisen etiikan ”säännöt” ovat olleet suoraviivaisia: Maa on elättänyt muokkaajansa, ja ympäristön uusiutumiskyvystä sekä puhtaudesta huolehtiminen on kuulunut luonnostaan maatalouden harjoittajalle. Maanviljelijän etujen mukaista on ollut maaperästä huolehtiminen ja sen uusiutuvan tuottokyvyn turvaaminen. Kotieläinten asianmukainen ja hyvä kohtelu – eräänlainen talonpojan etiikka – on kuulunut luonnostaan tuottajan eettiseen normistoon.

Esimerkiksi 1600-1800 luvuilla laajalti harjoitettu kaskiviljely olisi nykyisen tiedon valossa suhteellisen kyseenalaista puuhaa. Peltoja raivattiin hedelmällisiin jokilaaksoihin ja vesistöjen äärelle ilman tietoa myöhemmistä ravinteiden huuhtoutumisongelmista. Suuri murros (ks. Katajamäki 1991, 177) suomalaisessa maataloudessa tapahtui koneellistumisen myötä 1960-luvulla, jolloin maatalouden harjoittaminen tehostui ja kemikalisoitui. Samanaikaisesti herättiin maailmalla ensimmäistä kertaa huomaamaan kasvinsuojeluaineiden sekä luonnon saastumisen vaarat mm. Rachel Carsonin kohukirjan *Hiljainen kevät* myötä.

Vaikka maatalouden harjoittaminen on vuosikymmenien saatossa teknistynyt ja rationalisoitunut, niin yhtä hyvin ovat yhteiskunnan arvostukset ja arvotkin muuttuneet. Eettisten kysymysten ja ympäristöongelmien ilmaantuminen ei johdu yksin maatalouden negatiivisista vaikutuksista, vaan yhtä paljon arvoilmapiirin muutoksien kautta tapahtuneesta yhteiskunnallisen tietoisuuden muutoksesta. Ihmisen harjoittama maatalous on aina muuttanut ympäristöä, mutta samanaikaisesti ovat muuttuneet tietoisuus, asenteet sekä kyky arvioida luontoon ja ympäristöön kohdistuvien toimien vaikutuksia.

Viimeisen kolmenkymmenen vuoden aikana on tapahtunut voimakkaita muutoksia. Teknis-taloudellisten arvojen yleistyminen on korostanut luonnon merkitystä hyödynnettävänä resurssina. Suomessa harjoitettu maatalouspolitiikka on osaltaan tukennut tehokkuuden lisäämistä ja siirtymistä suurempiin tilakokoihin sekä tehokkaampiin tuotantomenetelmiin. (esim. Kumpulainen 1995, 246). Viime aikoina on julkisuudessa puhuttu paljon erilaisista eettisistä menetelmistä maatalouden harjoittamisen yhteydessä. Varsinaista eettistä maatalouspoliittista kokonaisuohjelmaa tai jäsenneltyä tietoa siitä, mitä eettinen maatalous on, ei toistaiseksi ole olemassa. Ympäristönsuojelu on tästä huolimatta huomioitu ja oheistettu osaksi ohjelmajulistuksia ja raportteja, mutta ilman selkeitä toiminnallisia tavoitteita.

Kotimainen maatalous on reagoinut varsin hitaasti yhteiskunnallisen arvoilmapiirin muutoksiin. Eettisten kysymysten merkitystä ei ole otettu kovin vakavasti. Toisaalta kuluttajakentässäänkin on paljolti luotettu siihen, että lainsäädäntö ja hallinnollinen sääntely takaavat tuotteiden laadun myös eettisessä mielessä. Kuluttajan keskeinen valintaperuste onkin ollut usein tuotteen kotimaisuus, edullisuus tai muu vastaava tekijä. Kaiken kaikkiaan keskustelu maatalouden harjoittamisen etiikasta koetaan ongelmalliseksi, koska monikaan ei ole väittänyt, eikä liioin usko, kotimaisen maatalouden olevan suoranaisesti epäeettistä tai muulla tavoin arveluttavaa.

Jos lähdetään siitä laajemmasta näkökulmasta, että luonto sinänsä on arvokas ja ekologinen tasapaino ihmisen itsensä ja etenkin tulevien sukupolvien kannalta tavoiteltavaa, olisi kiinnitettävä riittävästi huomiota maatalouden harjoittamisen erityispiirteisiin. Holistisen näkemyksen keskeinen sisältö on, että kulttuuri ja ihmisen hyvinvointi riippuvat tuotannosta, jossa raakamateriaaleja jalostetaan ravinnoksi ja elämää ylläpitäviksi hyödykkeiksi. Tällaisten tuotantoehtoien säilyttäminen jatkossakin on ihmisten yleinen sekä yhteinen etu. (esim. Thompson 1995).

Maatalouden ja elintarviketeollisuuden uusiutumiskyvyn kannalta on tärkeää tunnistaa sellaiset osa-alueet, joissa eettiset ja ympäristönsuojelu kysymykset näyttelevät huomattavaa roolia. Maapallon asukkaana luontoa hyödyntävä ihminen on vaihtoehdotomasti luonnon osa. Olennaista ei siis ole muutetaanko luontoa vai ei, vaan miten ja

mitä tarkoitusta varten se tehdään. (Haila & Levins 1992, 28). Seuraava luettelo esittää joitakin keskeisiä ja ajankohtaisia tekijöitä, joiden väittämiä voidaan tarkastella niin moraalisisella kuin käytännölliselläkin ulottuvuudella.

- a **Torjunta-aineet ja lannoitteet.** Torjunta-aineiden jäämät tuotteissa ovat terveysriski. Ne muuttavat myös viljeltyjen alueiden ekosysteemiä. Lannoitteita aiheuttavat vesistöjen rehevöitymistä ja vaikuttavat pohjavesiin. Energiapannosta kasvattamalla pyritään pitämään maa keinotekoisesti tuottavana, mikä voi pidemmällä tähtäimellä johtaa maan hedelmällisyyden katoamiseen.a
- a **Eläinten kohtelu, terveys ja hyvinvointi.** Eläimiä kohdellaan Suomessa yleisen käsityksen mukaan hyvin. Samalla kuluttajien vaatimustaso on kuitenkin muuttumassa. Mielikuvat tulevat yhä vahvemmin mukaan eläintuotantoon. Eläinten lääkitys, terveys, elinolosuhteet ja hyvinvointi kiinnostavat kuluttajaa entistä enemmän.a
- a **Maiseman suojelu.** Maisema on kulttuuriomaisuutta, joka voidaan lyhyellä aikavälillä toiminnalla pilata. Maisema on matkailun tärkeimpiä ehtoja, mutta yhtä tärkeä paikallisten asukkaiden viihtyvyyden takaaja. Maisema on maaseudun ilmiö.a
- a **Geeniteknologia.** Tulevaisuudessa yhä merkittävämpi: Onko ihmisellä oikeus muuttaa kasvien ja eläimien perimää? Samalla tuotannon keskittyminen yhä pienemmille alueille käy ilmeiseksi. Myös hallitsemattomien risteytymien syntyminen on mahdollista. Mahdollisia häiriötekijöitä sekä vaikutuksia ihmiseen on tutkittu vähän. Suuri eettinen keskustelu asian tiimoilta on vielä käymättä.a
- a **Kansainvälinen ja yhteiskunnallinen oikeudenmukaisuus.** Kehitysmaissa on puutetta hedelmällisestä viljelymaasta, samalla kolmannen maailman monokulttuuriviljelmillä tuotetaan vientitavaraa länsimaihin oman elintarvikeomavaraisuuden kustannuksella. Kotimaassa keskustelun aiheena ovat maata-

louden lukuisat tukimuodot sekä alueellinen ja yksilöiden välinen tasavertaisuus.

### ***Etiikka, liiketoiminta ja voitontavoittelu***

Rahalla ei luonnollisestikaan voi mitata kaikkia arvoja. Taloudellisen tehokkuuden ja maksimaalisen kasvun periaattein toimivan yhteiskunnan taloudelliset kasvupyrkimykset ovat omiaan lisäämään luonnon hyväksikäyttöä sekä kulutusta. Loputon materiaallinen kasvu rajallisessa tilassa on kuitenkin arkijärjen vastainen yhtälö. Vaikka eri teollisuuden aloilla ollaan panostettu ympäristönsuojelutekniikkaan, perusristiriita löytyy kuitenkin yrityksen päämäärästä omistajiensa varallisuuden maksimointiin. (ks. esim. Blackstone 1988). Toisaalta eettisiin yrityksiin sijoittaminen yleistyy voimakkaasti juuri siksi, että se on kannattavaa. Koskisen (1996, 196-197) mukaan ”kansainvälisesti on meneillään kehitys, josta olemme todennäköisesti nähneet vasta alun. Suuret sijoittajat, kuten säätiöt, eläkerahastot, kirkot ja vakuutusyhtiöt lupaavat yhä useammin toimijatahoilleen, että heidän rahansa sijoitetaan nk. *eettisiin yrityksiin*”.

Vallitsevan liiketaloudellisen ajattelun mukaanhan liikkeenjohdon ainoa eettinen ohjenuora voi olla vain maksimoida yrityksen omistajien pitkän aikavälin varallisuutta (ts. osakkeenomistajien varallisuutta). Perusteet kyseiselle ajattelulle on esittänyt johdonmukaisesti esimerkiksi Milton Friedman (esim. 1988). Hänen mukaansa liiketoiminnan ainoa yhteiskunnallinen tehtävä on kasvattaa voittoa. Perusteluna hän esittää klassisen liberalistisen ajatuksen siitä, että yksilöiden tavoittellessa omaa taloudellista etuaan toteutuu myös yhteiskunnan etu. Mikäli tästä periaatteesta lipsutaan heikkenee markkinamekanismin tehokas toiminta. Liikkeenjohto ei kyseisen näkemysmukan saa puuttua markkinamekanismiin toimimalla yksilöllisten näkemystensä mukaisesti moraalisesti. Näin tehdessään liikkeenjohto puuttuu Friedmanin mukaan poliittiseen päätöksentekoon, verojen ja tukipalkkioiden asettamiseen, mihin sillä ei ole resurssien optimaalista allokaatiota häiritsemättä pätevyyttä eikä näin oikeutta puuttua. Samoin käy, mikäli yritys haluaa tuottaa ympäristön huomioon ottavia



tuotteita ja perii näistä muita vastaavia tuotteita korkeampaa hintaa. Tämä ei voi Friedmanin mukaan olla oikein: yrityksen johdon on ainoana sosiaalisena vastuunaan maksimoitava yrityksen rahamääräistä voittoa ilman moraalisia tuntemuksia. (Ks. Friedman 1988; ks. myös Ruuskanen 1995a, 23-25).

Kyseinen ajattelu perustuu kuitenkin hyvin suppeaan näkemykseen ihmisen rationaalista käyttäytymisestä. Tosiasiassa etiikka on merkittävä tekijä taloudellisessa päätöksenteossa: talouden toiminta – niin tarjonnan kuin kysynnänkin osalta – riippuu ihmisten valinnoista, ja näissä on aina merkittävä sija jokaisen ihmisen arvoilla. Toisaalta yhteiskunnan eettinen normisto näkyy myös poliittisessa prosessissa ja lainsäädännössä, joihin taas vaikuttaa koko yhteiskunnallinen ilmapiiri. Tätä kautta myös erilaisilla eettisin periaattein toimivilla kansalaisaktivistien painostusryhmillä, kuten ympäristöliikkeellä ja kansalaisjärjestöillä on oma vaikutuksensa eettisen normiston kehittymiseen. Lisäksi talouden toimintaan vaikuttaa sen institutionaalisen rakenteen kautta myös ihmisten ja ihmisryhmien nykyisten valintojen ohella myös heidän aikaisemmat valintansa ja niihin liittyneet eettiset normit (ks. Sen 1987). Selvää lienee kuitenkin myös se, että kun ”osakkeenomistajien hyödyn maksimointi” -etiikkaa (pelkistetysti: maksimoi yrityksen arvo, joka on sama kuin yrityksen tulevan kassavirran nykyarvo) opetetaan liikkeenjohdolle ainoana eettisenä ohjenuorana, alkaa tämä myös rakenteistaa johdon päätöksentekoa. Liiketoiminnan eettistä ja moraalista koodistoa, ”hyvää liikemiestapaa” aletaan tarkkailla entistä enemmän pelkän instrumentaalisen rationaalisuuden silmälasien läpi.

On varsin luonnollista, että eettisen tuotannon tulee olla myös liiketaloudellisesti kannattavaa. Yrityksen on vaikea olla moraalinen toimija, mikäli se johtaa toimimaan voitontavoitteluperiaatteiden vastaisesti. Kääntäen ei voi olla olemassa liikeyritystä, joka toimii jatkuvan tappioperiaatteen mukaisesti. Eettisten tuotteiden ja tuotantomenetelmien tulee näin joissain rajoissa sopia yrityksen voitontavoitteluun. Yhteiskunnallisista ja sosiaalisista käytännöistä täysin irtautuva eettisyys voi varsin helposti johtaa vieraantumiseen. Esimerkiksi toimintamallit, joissa turkistarhaajia vaaditaan

välittömästi järjestämään eläimille lajintukaiset olosuhteet tai vaihtoehtoisesti päättämään ne vapaaksi, viittaavat vieraantumiseen yhteiskunnallisesta todellisuudesta.<sup>2</sup>

Kysymys voidaankin esittää lähinnä siitä, mikä on toiminnalle asetettu tuottovaatimus – eettisesti toimiminen voi johtaa hyväksymään pienemmän tuoton sijoitukselle. Tässä mielessä eettisen vastuun voi laajentaa koskemaan myyjän ja ostajan ohella myös usein kasvottomina taustalle jäävät osakkeenomistajat (ks. myös Allardt 1996, 7). Yritys voi päätöksissään toimia eettisesti esimerkiksi ottamalla huomioon ympäristönäkökohtia. Liiketoiminta voi rohkeimmillaan, voitontavoittelun ohessa, olla myös kansalaisaktiivista toimintaa. Pelkän suoraviivaisen myyminen edistämisen ehdoilla toimittaessa saatetaan kiinnittää liikaa huomiota itse valmiin tuotteen ominaisuuksiin, jolloin tuotantomenetelmiin ja -olosuhteisiin perustuvan tiedon jakamista ei koeta tärkeäksi.

Kasvava ympäristötietoisuus ja ympäristön huomioiva tuotantoideologia, näyttävät tällä hetkellä sellaisilta, että erilaisten eettisten tuotantomenetelmien ja eettisten tuotteiden kysyntä tulee nopeasti kasvamaan. Samalla etiikasta on tullut yksi markkinointimenetelmä muiden ohessa. Toisaalta, yhtä hyvin on ajateltavissa, että vain taloudellisesti kannattavien eettisten tuotteiden ja tuotantomenetelmien kehittäminen mahdollistaa niiden yleistymisen. Etiikka ei kuitenkaan saisi olla tyhjä mielikuva, jota viljelemällä pyritään yritystoiminnan kannattavuuden kehittämiseen. Pitkällä tähtäimellä, mikäli uskottavuus aiotaan säilyttää, eettisten tuotteiden, tuotantomenetelmien ja markkinoinnin tulisi pohjautua johonkin tavallisen ihmisen ymmärrettävissä olevaan konkretiaan: ”Onnellinen possu” ei yksin riitä, vaan kuluttajalle tulisi kertoa, miksi possu on ”onnellinen” tai ”onnellisempi”? Miksi ekopesuaine säästää vesistöjä? Miksi katalysaattori on ympäristöystävällinen?

---

<sup>2</sup> Kansalaisaktivistien toiminta voidaan kuitenkin nähdä yhteiskunnallisena interventiona, kansalaispuheenvuorona, joka edistää keskustelua siitä, mikä yhteiskunnassamme on hyväksyttävää, mikä oikein ja mikä väärin. Yhteiskunnalliseen ilmapiiriin vaikuttaessaan ne näin voivat myös vaikuttaa yksittäisten yritysten voitontavoitteluolosuhteisiin.

## ***Etiikka sääntöjen vankina***

Vihreyden teknokratisoituuessa luonnon ”hyvä” ja ympäristönsuojelun tavoitteet ovat muuttumassa aina vain teknisimmiksi. Sanan ”etiikka” merkitys on vaarassa muuntua vain ympäristön ja luonnonoliot huomioivaksi teknisten epäkohtien poistamiseksi. Maatalouden ympäristöhuolen kohteena ovatkin usein selkeästi rajatut toimenpiteet, joilla pyritään saavuttamaan haluttu päämäärä. Jos halutaan vähentää vesistöjen rehevöitymistä, perustetaan vesistöjen varsille suojakaistoja. Ohje, sääntö tai hyödyntävoitelu päämääränä saattaa johtaa yksittäisen vian korjaantumiseen, mutta se ei kehoita tarkistamaan asenteita tai peräti kyseenalaistamaan vallitsevia tuotantomenetelmiä. Tällöin ei niinkään olla valmiita kysymään, miksi jokin toimintatapa on oikea tai väärä.

Teknis-tieteellisellä kielenkäytöllä ohjataan yleisön tapaa suhtautua arkisiin asioihin ja ilmiöihin. Syntyy toisenlaista ”tajuamista”, joka on irrallisempaa ja kapeampaa ”perinteiseen” maalaisjärkeen nähden. Instrumentaalissa luontomoraalissa on kysymys sääntöetiikan sovelluksesta, jolloin eettisen toiminnan tuntomerkkinä pidetään säännönmukaista toimimista, ja tämä ymmärretään yhtäläiseksi oikein tekemisen ja toimimisen kanssa. Asia ei kuitenkaan ole aivan yksinkertainen: Säännön noudattaminen ei välttämättä tarkoita, että toimitaan eettisesti tai uskotaan, että tietyllä tavalla toimimalla edistetään esimerkiksi luonnon hyvinvointia. Sääntöä voidaan noudattaa konemaisesti ja päällimmäinen motiivi saattaa olla jokin muu, kuten tukimarkat.

Näin ollen ympäristönsuojelu voidaankin nähdä yhä useammin yksittäisinä tekoina tai tapahtumina ilman laajempaa ideologista yhteyttä. Esimerkiksi ympäristöystävälliset tuotantomenetelmät ymmärretään laveasti vain luonnon huomioonottaviksi kompromissiratkaisuuksi talouden ja ympäristön välillä. Tällöin vaikkapa luomutuotantoa voidaan tarkastella puhtaasti teknisinä ja säännöin ohjattuna yritystoimintana, jonka harjoittajalta ei kukaan vaadi ideologista sitoutumista.

Mitä eroa on lopputuloksen kannalta sääntöihin nojaavan etiikan ja nk. aidosti moraalisen toiminnan välillä? Moraalinen henkilö uskoo tekonsa merkitykseen ja hyvyyteen,

kun moraalisääntöä velvollisuudesta noudattavalle säännön syvemmat perusteet ovat jotakuinkin yhdentekeviä. Liisa Uusitalon (1991, 43) mukaan lopputuloksen kannalta ei ole väliä käyttäytyvätkö ihmiset *moraalisesti* vai *ikään kuin moraalisesti*. Yksittäisessä tapauksessa näin voidaan tietenkin ajatella olevan. Asianlaita ei kuitenkaan liene näin yksinkertainen, mikäli yhteiskunnallinen dynamiikka otetaan huomioon. Sääntöä noudattava on valmis toteuttamaan sääntöjen ehdot, välittämättä liioin toimenpiteiden tehokkuudesta tai tarkoituksenmukaisuudesta. Sen sijaan aidosti moraalinen toimija huolehtii tekojensa tarkoituksenmukaisuudesta ja vaikutuksista. Kun instrumentaalinen, ”ikään kuin moraalinen” ajattelu siirtää syrjään toiminnan päämäärät ja arvot, tuo se toimintaan kokonaan uuden eetoksen (ks. Wilding 1995, 66).

Lopputuloksen kannalta on siis merkitystä käyttäytyvätkö ihmiset moraalisesti vai ikään kuin moraalisesti. Tämä oikeina pitämiin asioihin sitoutuminen pätee niin hyvässä kuin pahassa: Eli sitoutuminen ja sisäisen velvollisuuden mukaan toimiminen eivät ratkaise sitä, onko toiminta yleisen moraalikäsitteen mukaan hyvää vai pahaa. Kettutyöt voivat uskoa tekojensa perimmäiseen merkitykseen, vaikka yleinen moraalimielipide tuomitsisi heidän toimintansa. Sitoutuminen vallitsevan moraalikoodin mukaisesti hyvinä pidettyihin asioihin lisää yhteiskunnallista yhteistä hyvää, kun vastaavasti sitoutuminen erilaisiin vähemmistömoraalikäsityksiin voi aiheuttaa yhteiskunnallista pahaa. Edelleen *ikään kuin sitoutuva* toiminta on päämääriin ja intresseihin tähtäävää ja siksi aina tehottomampaa niin hyvässä kuin pahassa.

Teollisuus- ja liike-elämä ovat huomanneet etiikan taloudellisen hyödyntämisen mahdollisuudet. Kärkevimmillään eettisten tuotteiden kehittämisessä on kyse kylmästä laskelmoinnista, jonka tarkoituksena on voiton tavoittelu. Tällaisessa ajattelussa etiikan sisältö on hyötypäämääriin sidottu. Arkimerkityksessä eettisellä suhtautumisella ymmärretään toimimista oikeaksi näkemällään tavalla ilman vahvaa intressisidonnaisuutta, kuten omanedun- tai voitontavoittelua. Airaksisen (1987, 72) mukaan moraalimäärittelyllään siten, että löydettyessä tekojen ja valintojen tärkeimmät perusteet, ollaan etiikan maailmassa. Tätä huomiota voidaan tulkita niin, että moraalien perusteeksi eivät kelpaa siis mitkä tahansa henkilökohtaiset mieltymykset. Tässä on olemassa jännite

yhteisen ja yksityisen hyvän välillä: Ollaanko valmiita ajattelemaan ympäristön puhautta tulevia sukupolvia varten, kun on selviydyttävä tässä ja nyt?

Näkyviksi muuttuvia ihmisen ajatuksia kutsutaan teoiksi. Tuotantoprosessista syntyvä mielikuva on yhä tärkeämmässä asemassa. Nämä mielikuvat ovat siirtymässä yhä enemmän myös itse tuotteeseen. Silloin kun ihmisen ajatusmaailma sekä teot ovat sopuinnussa keskenään, toiminnalla on myös esteettinen ulottuvuus. Esimerkiksi tuottaja, jonka maailmankatsomus on sopuinnussa luomusäännösten sekä -ideologian kanssa, viestittää itse laadukkaan tuotteen ohella myös eettistä sanomaa. Tämän ajattelutavan mukaan on eri asia toimia sisäisen velvollisuuden ohjaamana kuin pelkkiin taloudellisiin intresseihin sitoutuneena.



## 4. LUONNONMUKAINEN ELINTARVIKETUOTANTO

### *Luonnonmukaisen tuotanto – ympäristönsuojelua vai erikoistuotantoa*

Maaseudun ympäristöeettisestä tuotantotoiminnasta vakiintunein esimerkki on luomutuotanto, jossa huolehditaan maan ravinnetasapainosta luontaisin menetelmin. Tarkoituksena on käyttää monipuolista viljelykiertoa, lannoittaa eloperäisillä aineilla ja huolehtia kasvinsuojelusta viljelyteknisin, mekaanisin ja biologisin keinoin. Kotieläintuotannossa sekä mehiläishoidossa on myös omat luomusäädöksensä. Luonnonmukaiset tuotantomenetelmät eivät ole uusia keksintöjä, vaan vallitsevasta viljelymenetelmästä poikkeavia muotoja on aktiivisesti kehitelty 1920-luvulta lähtien (MMM 1984, 7).<sup>3</sup>

Luomutuotannon institutionalisoituminen ja sen hallinnollinen kehittäminen alkoivat 1980-luvun alussa maa- ja metsätalousministeriön asettaessa komitean selvittämään luonnonmukaisen viljelyn tilaa, tavanomaisesti ja luonnonmukaisesti viljeltyjen tuotteiden eroja sekä luonnonmukaisesti viljeltyjen tuotteiden markkinointia (MMM 1984). Toimikunta laati luonnoksen laiksi luonnonmukaisen viljelyn valvonnasta, mutta ehdotus ei johtanut lainsäädäntötoimenpiteisiin. 1990-luvun alussa kehitys johti kuitenkin jo siihen, että luomutuotannosta tuli hallinnollisesti ja lainsäädännöllisesti hyväksyttyä: tuotannolle myönnettiin erityinen siirtymävaihetuki, minkä myötä myös viranomaisvalvonta tuli mukaan kuvaan (ks. MMM 1991).

Näin kehitys kulki siten, että tutkimustoiminnan ja *Luonnonmukaisen viljelyn liitossa* vaikuttaneiden aktiivien luomien käytäntöjen pohjalle voitiin rakentaa toimintaa oh-

<sup>3</sup> Rautavaaran (1976, 8) mukaan orgaanisen viljelyn uranuurtaja on *Albert Howard*, joka toimi englannin hallituksen neuvonantajana Intiassa maan viljavuuden kehittämiseksi. Howard kehitti vuonna 1905 viljelymenetelmän, jonka ideana oli kasvi-, eläin- ja ihmisjätteiden kompostointi lannoitteeksi.

jaavat luomusäännöt sekä neuvonta- ja valvontaorganisaatio. Säännöt ja niiden valvonta ovatkin tärkeitä alan uskottavuuden kannalta siinä mielessä, että ne suojaavat paitsi kuluttajia myös viljelijöitä epäreilulta kilpailulta. Samalla selkeät toimintamallit, viranomaisten järjestämä valvonta ja koulutus mahdollistavat luonnonmukaisen viljelyn toimintamallien diffuusion ja laskevat kynnyksiä tuotantomallin muutokseen.

Suomessa *Luonnonmukaisen viljelyn liitto* (1993, 10) määrittelee itse pyrkimyksensä mm. seuraavasti: Ravitsemuksellisesti korkealaatuisten elintarvikkeiden tuottaminen, toimiminen luonnontalouden omien toimintaperiaatteiden mukaisesti yhteistyössä luonnon kanssa, maanviljelyyn kuuluvien biologisten toimintojen ojaaminen ja tehostaminen, paikallisten ja uusiutuvien luonnonvarojen käyttäminen, viljelyjärjestelmän ja sen ympäristön perinnöllisen monimuotoisuuden ylläpitäminen sekä kotieläinten hoitaminen niiden viihtyvyys ja hyvinvointi huomioonottaen sekä lajinmukaisen käyttäytymisen mahdollistaminen.

Yhteispohjoismainen luonnonmukaisen viljelyn määritelmä taas on seuraava:

*"Luonnonmukainen viljely on omavaraista ja tasapainoista maataloutta, joka mahdollisimman pitkälle perustuu paikallisiin luonnonvaroihin ja jossa viljelytoimet sopeutetaan vallitseviin luonnonoloihin. Luomuviljely perustuu kokonaisnäkömykseen, jossa maataloustuotannon ekologiset, taloudelliset ja sosiaaliset vaikutukset otetaan huomioon niin paikallisesti kuin maailmanlaajuisestikin. Luonto ymmärretään kokonaisuutena, jolla on oma itseisarvonsa. Ihmisellä on moraalinen velvollisuus harjoittaa maataloutta niin, että se ei köyhdytä vaan säilyttää ja monipuolistaa luontoa."* (YM 1995, 67).

Määritelmät ovat varsin kokonaisvaltaisia ja sisällöltään hyvinkin vaativia. Määritelmässä painotetaan nimenomaan ekologisia näkökulmia, joihin määritelmä liittyy myös paikallisuuden ja omavaraisuuden. Luonnonmukainen viljely kiinnittyy kuitenkin nykyisin selkeästi kahteen varsin eri suuntaiseenkin tulkintakehykseen:

1. Luonnonmukainen viljely voi edellisen määritelmän mukaisesti kiinnittyä ajatukseen luontoa säästävästä tuotantomenetelmästä ja ympäristöeettisestä



elämäntavasta, joka perustuu omavaraisuuteen ja paikallisiin luonnonvaroihin.

2. Luomuviljely voi kiinnittyä ajattelumalliin, jossa mielikuvaa luonnonmukaisesta tuotannon jäämättömyydestä ja puhtaudesta hyödynnetään erilaisstrategiana, markkinoinnin ja tehokkaan taloudellisen toiminnan perustana.

Etusijalle voidaan siten asettaa yhtäällä luonnonsuojeluideologia – tuotantomenetelmän ympäristöön kohdistuvat vähäisemmät haittavaikutukset, ja toisaalla markkinai-deologia – tuotteiden sisäiseen laatuun liittyvät ominaisuudet, mahdollinen maku-, terveys- tai muu tuotteeseen liittyvä mielikuvatekijä, joita voidaan käyttää aineksina tuotteiden imagonrakennuksessa, tuotedifferoinnissa ja edelleen erikoistuotehinnoittelussa. Tämän myötä myös luonnonmukaisten tuotteiden viennin Keski-Eurooppaan on arveltu mahdollistuvan. Tämä on näkynyt myös maataloustuottajain linjauksissa: Vielä 1970-1980 -luvuilla ei markkinaperustelua käytetty maatalouden ympäristöpolitiikassa. Sen sijaan 1990-luvun alussa suomalaisen maatalouden luontosuhdetta alettiin käyttää myös kilpailuvaltina.

Näin tuottajajärjestö, ryhdyttyään tukemaan luonnonmukaista viljelyä, nosti sen esiin ensisijaisesti tuotanto- ja markkinointipoliittisena, ei ympäristöpoliittisena kysymyksenä (Jokinen 1995, 122). Nykyinen MTK:n linjaus onkin luonnonmukaisen tuotannon lisäämistä selkeästi kannattava. Tämä on luettavissa esimerkiksi MTK:n toiminnanjohtaja Markku Nevalan ja tiedotuspäällikkö Timo Kauniston (1995) kannanotosta:

*Kestävin menetelmin tuotettujen elintarvikkeiden kysyntä on kasvussa koko Euroopassa. Tavoitteeksi tulisikin asettaa merkittävän määrän – 25-30 prosenttia tuotannosta – siirtyminen luonnonmukaiseen tuotantoon ja lopunkin erilaistaminen maailmanmarkkinoiden tapulitavarasta esimerkiksi IP-tuotannon avulla. Tavoitteena pitäisi olla mahdollisimman suuren kotimarkkinaosuuden säilyttäminen ja jalostettujen kestävin menetelmin tuotettujen elintarvikkeiden nykyistä merkittävämpi vienti.*

Tämän kaltaisessa retoriikassa luonnonmukaiseen tuotantoon liittyvät ympäristönäkökulmat lakaistaan varsin suoraviivaisesti syrjään, ja keskeisiksi nousevat markkinaosuudet. Tavallaan markkina-argumentit näyttävätkin olevan ajamassa luonnonmukaisen tuotannon alunperin varsin idealististenkin lähtökohtien yli. Tätä ei voi luonnollisestikaan nähdä yksinomaan sen kummemmin negatiivisena kuin positiivisenaakaan seikkana: Voi olla että markkinaretoriikkaan kiinnittyminen mahdollistaa muuten idealistisena luonnonsuojeluhaihatteluna pidetyn toimintamallin leviämisen ns. teho-  
viljelijöidenkin keskuuteen. Samalla voidaan kuitenkin kysyä muuttuuko luonnonmukaisen tuotannon eetoksessa jotain syvällisemminkin, mikäli ympäristön huomioon ottava tuotanto perustuu jatkossa ainoastaan markkinaretoriikkaan ja taloudellisen tehokkuuden tavoittelemiseen.

### ***Luomutuotannon kehitys 1990 -luvulla***

Luomutuotantoa ja -tuotteita kohtaan on esiintynyt kasvavaa kiinnostusta niin viljelijöiden kuin kuluttajienkin taholta. Viljelty peltoala on lähes nelinkertaistunut EU:n alueella vuosina 1990-1994. Suomessa luonnonmukaista viljelyä harjoittavien maatalojen määrä on kahdeksankertaistunut vuodesta 1989 vuoteen 1995. Luonnonmukaista kotieläintuotantoa harjoitettiin vuonna 1995 noin sadalla tilalla. (MMM 1996, 7-11). Luomun kohdalla voidaan puhua merkittävästä tuotannollisesta innovaatiosta, joka kasvattaa suhteellisen nopeasti suosiotaan. Nopeaan kasvuun ovat osaltaan vaikuttaneet vuonna 1990 käyttöön otettu siirtymävaihetuki, yhteiskunnan arvoilmapiirin muutokset sekä ympäristömarkkinoiden syntyminen. Kotitalon ym. (1992, 6) tekemän selvityksen mukaan viljelijöistä, jotka eivät harjoita luomutuotantoa, 1% ilmoittaa aloittavansa varmasti 2-3 vuoden aikana ja 3% luultavasti. Tämän mukaan alasta kiinnostuneita potentiaalisia aloittajia on 1990-luvun alussa ollut yhteensä n. 4 000 tilaa. EU:n maatalousjärjestelmään siirryttäessä luonnonmukaisen tuotannon suhteellinen kannattavuus on parantunut tavanomaiseen viljelyyn verrattaessa (Koikkalainen 1996). Päätös EU:hun liittymisestä ja samanaikainen MTK:n muuttunut asennoituminen onkin todennäköisesti kasvattanut potentiaalisten aloittajien määrää.

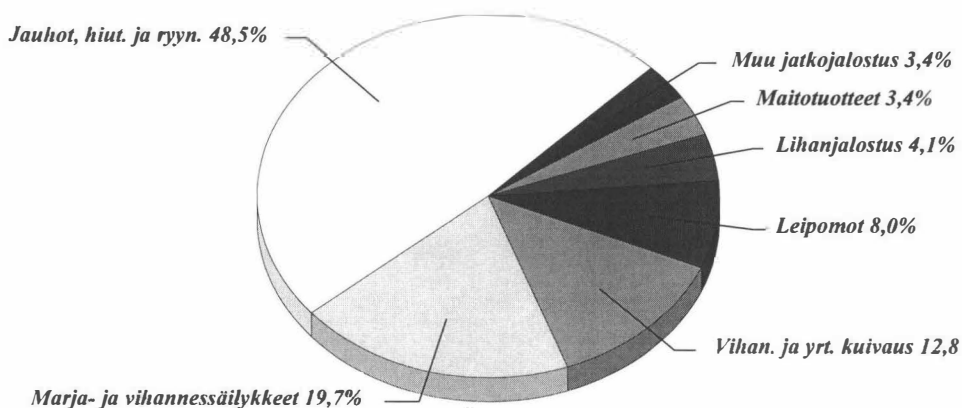
	1990	1991	1992	1993	1994	1995
<b>Hyväksytty luomuala</b>	2317	3500	8790	13145	19351	22431
<b>Siirtymävaiheala</b>	4435	9781	7069	7008	6471	21801
<b>Luomuala yhteensä</b>	6752	13281	15859	20153	25822	44232
<b>Tiloja valvonnassa</b>	691	953	1305	1599	1818	2727

**Taulukko 1.** *Luonnonmukaisesti viljelty peltoala hehtaareina ja luomutilojen lukumäärä vuosina 1990-1995. (MMM 1996: 10).*

Luomun suosion edelleen kasvaessa on oletettavissa, että osa tuottajista keskittyy päätoimiseen perustuotantoon. Tulevaisuuden eräs kehitysvisio on, että luomupuolella jakaannutaan yhä enemmän harrastelijoihin ja ammattimaisiin tuottajiin. Elintarviketeollisuus kiinnostuu yhä enemmän luomuraaka-aineesta, mutta myös pienimuotoiselle persoonalliselle tilatuotannolle ja myynnille on oma lokeronsa. Uusia suuntauksia on vaikea ennustaa. Mahdollista on, että kuluttajat haluavat tulevaisuudessa perustaa ostopäätöksensä esimerkiksi täsmätietoon tilasta, tuotanto-olosuhteista ja tuottajasta. Tällöin tilatuotannon merkitys tulee kasvamaan voimakkaasti. Tiloilla tapahtuvaa jatkojalostustoimintaa ja suoramyyntiä ei tulisikaan vähätellä, vaan useat kuluttajat haluavat jo nyt ostaa elintarvikkeet suoraan tiloilta. Vuonna 1986 noin puolet luonnonmukaisista tuotteista myytiin suoraan tiloilta ja toreilta. (MMM 1991, 13).

Tilamyynnin kannattavuutta voidaan kasvattaa jatkojalostustoimenpiteillä. Tilan tuotteita jatkojalostamalla voidaan nostaa niiden markkina-arvoa ja lisätä näin tilalle jäävän rahamäärän osuutta. Parhaimmillaan jatkojalostus voi poikia uusia innovatiivisia tuotteita, joilla on laajempaakin kysyntää. Jatkojalostuksella voidaan tyydyttää myös kuluttajien yksilöllisiä ja erilaisia vaatimuksia. Kevään 1995 tietojen mukaan maatalo-

ustuotannon rekisteriin hyväksytyistä 1699 luomutilasta jatkojalostustoimintaa harjoitti 312 tilaa (18,4%).

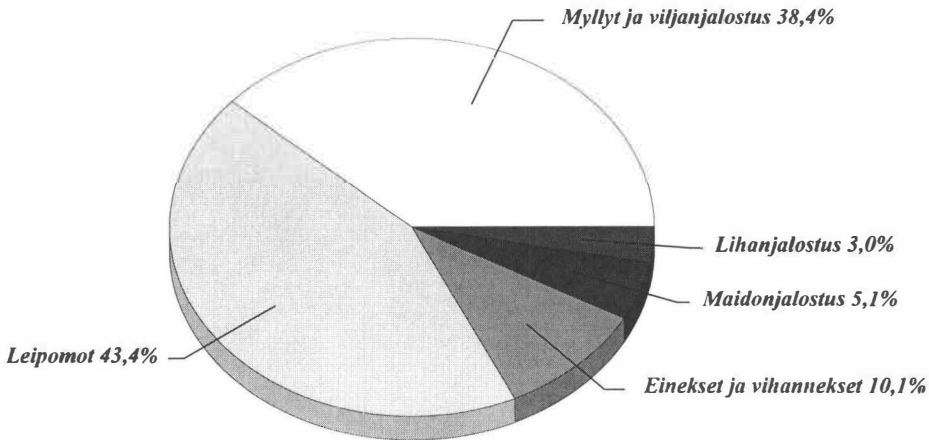


**Kuva 2.** Suosituimmat jatkojalostusmuodot maatalojen yhteydessä keväteen 1995 mennessä. Jauhot, hiutaleet ja ryyri muodostavat selvästi suurimman osuuden kaikesta jatkojalostamisesta. (MMM 1996, 11).

Yksi luonnonmukaisen tuotannon ongelma on keskittyminen viljanviljelyyn ja viljatuotteisiin, mikä johtaa tarjonnan yksipuolisuuteen. Teollisen jalostamisen ongelmana on ollut luomuraaka-aineiden huono saatavuus verrattuna tavanomaisiin raaka-aineisiin. Kuitenkin viime aikoina teollisuuden kiinnostus luomuraaka-aineiden käyttöä kohtaan on lisääntynyt esimerkiksi lastenruoissa, maito- ja jauhotuotteissa. Täysimittainen ja kannattava teollinen jatkojalostus edellyttää kilpailukykyisiä raaka-aine- ja valmistuskustannuksia sekä jokseenkin suuria markkinoita. Investointeihin ei olla valmiita lähtemään, mikäli luomutuotteilla ei ole takuita kaupallisesta menestymisestä. Kotisaloon ym . (1992, 2) tutkimuksessa haastateltiin tukkuliikkeitä, joiden mukaan luomuerät ovat liian pieniä, laatu on kirjavaa, aktiivinen tarjonta puuttui ja kysynnän vaihtelua tasaavat varastot puuttuivat. Yhdeksästä tukkuyrityksestä yksi uskoi luomu-

tuotteiden myynnin määrän pysyvän ennallaan lähivuosina, kahdeksan muuta uskoivat sen yhä kasvavan.

Luomutuotteiden markkinointiin, tuotantoon ja jakeluun liittyvät ongelma-alueet ovat olleet jo pitkään varsin hyvin tiedostettuja. Ratkaisemaan niitä ei kuitenkaan vielä ole kyetty. Luomutuotannon suosion kasvun myötä tuottajat ovat järjestäytymässä markkinointiyhtiöiksi ja osuuskunniksi, joiden avulla vallitsevaa tilannetta pyritään parantamaan. Yhtiömuotoisen toiminnan uskotaan vaikuttavan tuotteiden tasaiseen saatavuuteen sekä kohentavan tuottajien tulotasoa. Myynti- ja markkinointikanavien vakiintuminen ja yhtiöittäminen mahdollistaa sen, että osa tuottajista voi keskittyä päätoimiseen alkutuotantoon. Tulevaisuudessa luomutuotantoon syntyy kahdenlaisia yrittäjiä: nk. monitoimitiloja, jotka jalostavat markkinoivat ja tuottavat itse sekä tuottajajiloja, jotka keskittyvät vain muutamaan alkutuotteeseen ja liittyvät osaksi vertikaalisia jalostusketjuja.



**Kuva 3.** Maatiloista erillään toimivat luomutuotteiden jatkojalostusyrietykset vuoden 1995 lopussa. Mylly ja leipomotoiminta on maatiloista erillään toimivan jatkojalostuksen yleisin muoto. (MMM 1996, 12).

## 5. LUOMUTUOTTAJAT ETELÄ-POHJANMAALLA

### *Aluksi*

Maaseudun markkinaolosuhteiden muutos, jota alkuluvuissa suppeahkosti kuvattiin, on ajanut maaseudun ja maatalouden monessa mielessä puolustusasemiin. Kasvava kansainvälistyminen ja taloudellinen integraatio ovat asettaneet maaseudulle suunnatut jatkuvat toimintatuet kyseenalaisiksi, ja samalla lisääntynyt kilpailu on asettanut kovenevia vaatimuksia tuotannon tehokkuuden kasvattamiseksi. Tämä taas on johtamassa entistä intensiivisempään maatalouteen ja tilakokojen kasvattamisvaatimuksiin. Toisaalta tietoisuus maatalouden aiheuttamista negatiivisista ympäristövaikutuksista on lisääntynyt, mikä taas asettaa päinvastaisia vaatimuksia: tuotteet tulisi kyetä tuottamaan entistä ympäristöystävällisemmin. Myös kuluttajien kiinnostus syödä puhdasta terveellistä ruokaa on lisääntynyt, vaatimukset myrkyttömyydestä ja lisääineettomuudesta ovat kasvaneet. Samalla maataloustuottajat ovat olleet kuitenkin haluttomia tunnistamaan omassa toiminnassaan negatiivisia ympäristövaikutuksia.

Maaseutuyrittäjille kohdistuvat haasteet tulevat siis tavallaan kahdelta suunnalta: olisi kyettävä tuottamaan ympäristöä vahingoittamatta puhtaita, mutta kuitenkin hintakilpailukykyisiä tuotteita. Haasteeseen on vastattu pääasiassa korostamalla tuotteiden kotimaisuutta. Argumentteja ovat olleet esimerkiksi suomalaisen maatalouden Keski-Eurooppaa pienemmät lannoitusmäärät ja kasvinsuojeluaineiden vähäisempi käyttö. Näin on pyritty saavuttamaan kuluttajien luottamus kotimaisen ruuan puhtauteen konventionaalisten tuotantomenetelmien puitteissa – on pyritty vahvistamaan käsitystä, että suomalainen tuotanto on jo nyt puhdasta ja ympäristöystävällistä. Toinen vähitellen yleistymässä oleva vastausmalli on ollut siirtyminen luonnonmukaiseen tuotantoon. Osin siirtymässä on ollut kysymys taloudellisen muutoksen hallinnasta: uusien tutkimuotojen hyödyntämisestä sekä aktiivisesta tuotteiden erilaistamisesta ja kysyntärakenteen muutokseen vastaamisesta. Muutos on kuitenkin vaatinut myös asenneilmapiirin muutosta. Maatalousväestön tietoisuus ja halu ottaa vastaan tietoa maatalou-

den ympäristövaikutuksista on ollut ilmeisen myöhäsyntyistä, mikä on vaikeuttanut vaihtoehtoisten tuotantomenetelmien hyväksymistä ja leviämistä tuottajien keskuudessa.

Tutkimuksessa haastattelimme Etelä-Pohjanmaalla toimivia ”ympäristövastuullisia” maaseutuyrittäjiä sen selvittämiseksi, kuinka toimijat itse jäsentävät luonnonmukaisen yritystoiminnan motiiveja, ongelmia ja mahdollisuuksia. Haastatteluosuuden idea oli etsiä eteläpohjalaiselta maaseudulta sellaisia yrityksiä ja yrittäjiä, joiden eräs keskeinen ajatus on ympäristökysymysten huomioonottaminen liiketoiminnassa. Tarkoitus oli löytää tällaisia yrityksiä useilta eri tuotannonaloilta: puuteollisuudesta, matkailusta, elintarviketeollisuudesta jne. Ajatuksena oli, että yritykset paitsi ottavat ympäristökysymykset huomioon myös ainakin jossain määrin tuovat tuotteidensa markkinoinnissa tuotantotapaansa esiin. On kuitenkin todettava, että sekä ympäristökysymysten huomioinnissa että hyödyntämisessä liikkeellelähtö on ollut varsin hidasta. Kaikilla edellä mainitulla aloilla varmaankin on yrityksiä, joissa ympäristökysymyksillä on merkittävä asema; kuitenkin maaseudulta on vaikeaa löytää sellaisia pk-yrityksiä, jotka aktiivisesti hyödyntävät ympäristöargumentteja toiminnassaan.

Pienillä yrityksillä, joita maaseutuyritykset leimallisesti ovat, on ainakin tähän asti ollut varsin vaikeaa toimia ympäristökysymysten suhteen niin, että toimet olisivat ollut myös taloudellisesti hyödynnettävissä. Tämä johtunee siitä, ettei ympäristökysymysten huomioon ottamisen ohii lainsäädännön minimivaatimusten ole nähty tuottavan sellaista taloudellista lisäarvoa, joka olisi hyödynnettävissä markkinoilla. Ympäristökysymykset mielletään lähinnä kustannustekijöinä, joihin ei ole taloudellisia edellytyksiä puuttua. Toinen syy on tiedon puuttuminen: pienyrityksissä koetaan ympäristöasioita koskeva tieto hajanaisena, riittämättömänä ja heikosti sovellettavana (ks. Peltonäki ja Kamppinen 1995, 84). Tämä on varsin luonnollista, sillä tuotannollisen toiminnan aiheuttamat ympäristövaikutukset ovat usein näkymättömiä ja sirpaloituneita: monimutkaisissa systeemeissä syy-seuraus -suhteet hämärtyvät vaikeasti havaittaviksi. Tämänhän kävi ilmi esimerkiksi aiemmin siteeratusta viljelijänäkökulmasta: oman toiminnan vaikutukset sulkeistetaan vahingollisen toiminnan ulkopuolelle. Kun

on vaikeaa nähdä omien toimien konkreettisia ympäristövaikutuksia, rajoittaa tämä luonnollisesti myös halua tehdä toimintatapoihin muutoksia ja vastaavasti kykyä nähdä muutoksissa hyödynnettäviä mahdollisuuksia.

Maaseudulla tällä hetkellä toimiva ympäristön huomioon ottava yritystoiminta, jolla on myös potentiaalia hyödyntää toimintamallinsa markkinoilla, pohjautuu pitkälti elintarvikesektoriin: Elintarviketuotanto ja sen perusta, maatalous, ovat varsinkin Etelä-Pohjanmaalla perinteisesti olleet elinkeinotoiminnassa keskeisessä osassa. Maatalous on myös suorassa vuorovaikutuksessa luonnon ja ympäristön kanssa, minkä vuoksi osa tuotannon ympäristövaikutuksista kohdistuu konkreettisesti myös tuotannon omiin perusteisiin, erityisesti viljelymaan laatuun. Lisäksi maataloudessa ja elintarvikkeiden jalostuksessa jo varsin vakiintuneen aseman saanut luomutuotanto ja sen institutionalisoituneet säännökset tarjoavat pienillekin yrityksille mahdollisuuden ja varsin helpon väylän omaksua hyväksytyt ja sovellettavat toimintatavat. Tuotantoon myönnetään erityistukea ja myös koulutus, valvonta sekä tuotannon sertifiointi on järjestetty neuvontaorganisaatioiden puolesta. Pienten tuottajien ei näin tarvitse juuriakaan panostaa monimutkaisiin asiantuntija- ja ympäristöjohtamisjärjestelmiin.

### ***Etelä-Pohjanmaan luomutuotanto numeroiden valossa***

Luvussa 6. esiteltävän teemahaastatteluaineiston lisäksi suoritimme eteläpohjalaisille luomuviljelijöille puhelinkyselyn kevättalvella 1996. Tarkoituksenamme oli tehdä luomuviljelijöiden toiminnasta avoimia haastatteluja kontekstualisoiva ja todentava yleiskartoitus: selvittää suppeahkosti sitä, missä määrin luomutuottajat ovat suuntautuneet jalostustoimintaan ja hyödynnetäänkö tuotanto myös markkinoinnissa erikoistuotantona. Kohdejoukoksi valitsimme kaikki vuonna 1992 tai sitä aikaisemmin luomusopimuksen tehneet eteläpohjalaiset tuottajat. Tarkoituksena oli karsia otoksesta pois vasta luomua aloittelevat tai siirtymävaiheviljelijät, jotta vastaukset heijastelisivat kokeneiden viljelijöiden näkemyksiä. Kaikkia tuottajia (66 kpl) emme tavoittaneet ja kaksi tavoitettua kieltäytyi kyselyyn osallistumasta, joten lopulliseksi otoskooksi muodostui 54 tehtyä puhelinhaastattelua.



Puhelimitse haastatelluista yli puolet (54%) ilmoitti olevansa osa-aikaviljelijöitä, mikä viestittää siitä, että luomutuotanto ja -jatkojalostustoiminta on pikemmin sivuelinkeino ja harrastus tai sitten siihen ei varauksettomasti luoteta ainoana tulonlähteenä. Kokopäiväviljelijät eivät ole kovinkaan suuressa mittakaavassa tuotantoon mukaan lähteneet. Samantapaisia tuloksia on saatu muuallakin maassa. Pohjois-Karjalassa vuonna 1993 peräti 83% luonnonmukaista tuotantoa harjoittavista viljelijöistä ilmoittaa tarkkailulistojen mukaan olevansa osa-aikaisia. (Mononen 1996).

Yllättävää oli, että yli kolmannes eteläpohjalaisista luomutuottajista (36%) ilmoitti, ettei tilan tuotteita hyödynnetä omasta, eikä muidenkaan toimesta luomuna jälleenmyynissä tai teollisessa jalostusprosessissa. Tulos on ristiriitainen tarkasteltaessa sitä suhteessa kuluttajakentän ja teollisuuden odotuksiin; näyttäisi siltä, että puutteelliset ja vakiintumattomat markkinointikanavat aiheuttavat kohtaamattomuusongelman. Maantieteellisillä ja kulttuurisilla tekijöillä on myös osuutensa, kuten myöhemmin havaitaan.

Yksittäisten tilojen markkinointitoimenpiteet kohdistuvat usein läheiseen maaseutuympäristöön, jossa suhtautuminen luonnonmukaiseen tuotantoon voi olla varauksellista. Suurimmat markkina-alueet sijaitsevat kaupungeissa, jolloin tukku- ja välittäjäportaan puuttuminen heijastuu tavarantoiminnan vastaanotto-, jakelu- ja markkinointiongelmina. Tämä tuli esiin hyvin myös haastateltavien mielipiteissä.

Itse tuotteisiin liittyvää jatkojalostusta oli neljänneksellä tuottajista, mikä on nähdäksemme varsin suuri osuus ottaen huomioon sivutoimisten määrän. Kyselyn perusteella tuntuisi, että jatkojalostuksen panostamista kannattaisi useissa tapauksissa harkita. Näin tuotteen jälleenmyyntiarvo sekä luomutuotantoon sitoutuva työpanos kyettäisiin paremmin hyödyntämään. Mikäli tilan resurssit tuotteen jatkojalostukseen tuntuvat riittämättömiltä, tulisi ainakin tuotteiden markkinointiin kiinnittää huomiota, jotta vältyttäisiin haastatteluissa esiintulleilta resurssien hukkaamiselta – tuotantomenetelmältään erilaistettua tuotetta myydään tavanomaisena. Viljelytekniikan jälkeen eniten osaamista ja koulutusta kaivattiinkin juuri markkinointiin. Tämä ilmeni myös yhteis-

työmuotojen suosittavuuskyselyssä, jossa perättiin voimakkaasti viljelijöiden yhteismarkkinointia.

Pyysimme haastateltuja arvioimaan myös ympäristöarvoihin perustuvan yrittämisen ja luomutuotannon tulevaisuutta. Mielipiteet hajosivat voimakkaasti: Vaikkakin puolet viljelijöistä suhtautui tulevaisuuteen optimistisen luottavaisesti, osa näki myös, ettei luonnonmukaiselle toiminnalle ole edellytyksiä tulevaisuudessa. Luomuviljelijät eivät muodostakaan erityisen homogeenistä joukkoa tiedusteltaessa toiminnan tulevaisuudennäkymiä. Yhtäältä painottuu ympäristönäkökulma ohi taloudellisten arvojen.

*”Monesti jää ympäristö toiselle tilalle talouden kanssa. Yritystoiminta, joka huomioi ympäristön – ei ole vielä kypsyyttä selaaseen olemassa.”*

Toisaalta erikoistuminen tuli hyvin esille. Usean haastatellun mielipiteet heijastelivatkin erilaisten markkinointi- ja luomukurssien perussanomiamia, jotka olivat menneet ihailtavan hyvin perille.

*”Uskon, että erikoistuoteviljely on ainoa mahdollisuus.”*

Joillekuille haastatelluista laman vaikutukset olivat ilmeisen selvä syy varsinkin erikoistuotteiden menekkien heikkouteen.

*”Nyt on ehkä huono sauma laman takia niitä erikoistuotteita, mutta ehkä myöhemmin kyllä.”*

Selvästi erottuva piirre osassa mielipiteitä olikin vetoapu, jota toivottiin etujärjestöiltä tai valtiovallan taholta.

*”MTK:n pitäisi markkinoida.”*

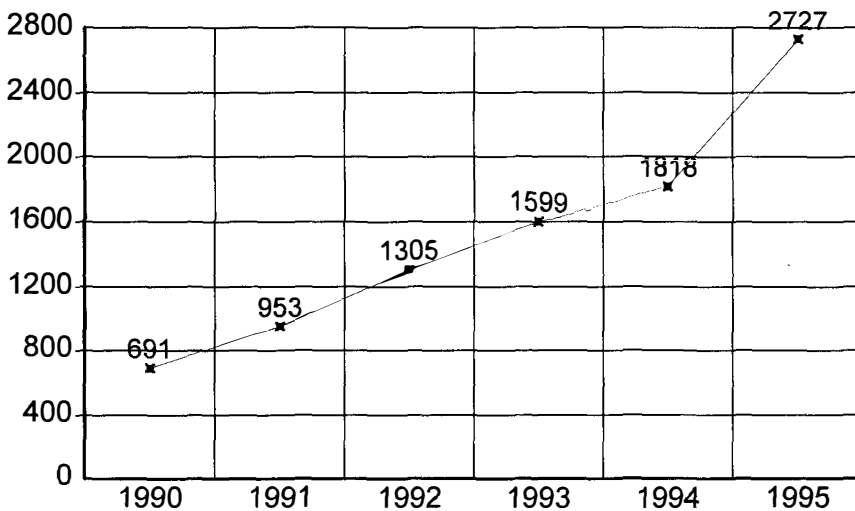
Toiset kokivat ikään kuin ajautuneensa luomulle, jolloin se katsottiin vallitsevassa tilanteessa pienimmäksi pahaksi monen suuremman pahan joukossa alati kiristyneessä kilpailutilanteessa.

*"En tiedä kuinka menöö, luulis että menöö kun ei muullakaan voi kilpailla."*

Jotkut olivat menettäneet toivonsa kylmien taloudellisten tosiasioiden edessä. Mielienkiintoinen näkökohta oli arvonlisävero-ostojen merkitys.

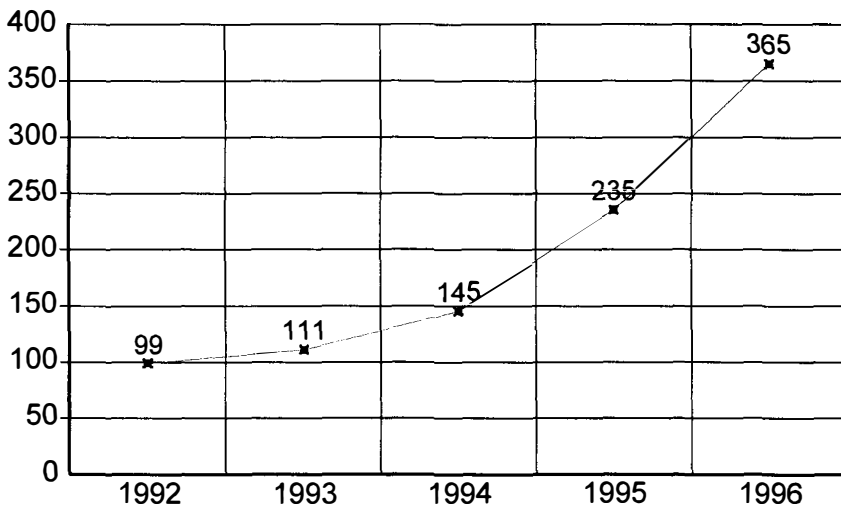
*"Tulevaisuus on heikko, myrkytyksillä saa tuplasadon. Lisäksi arvonlisävero iskee, kun ei oo ostoja myrkyistä ja lannoitteista."*

Luomutuotannon suosion kasvu on joka tapauksessa ollut Etelä-Pohjanmaallakin ripeää. Tuotantoa harjoittavien tilojen määrä on reilussa kolmessa vuodessa lähestulkoon nelinkertaistunut. Koko maassa kehitys on ollut samansuuntainen, kuitenkin varsinainen hehtaariharppaus luomun suosiossa tapahtui vuonna 1995, jolloin EU:n yhteiseen maatalouspolitiikkaan siirtymisen ja maksettavien siirtymävaihetukien yhteisvaikutus näkyi erityisesti luomun suosion kasvuna (ks. kuvat 4 ja 5).



**Kuva 4.** Luomutilojen määrän kehitys vuosina 1990-1995 koko maassa. (MMM 1996, 10).

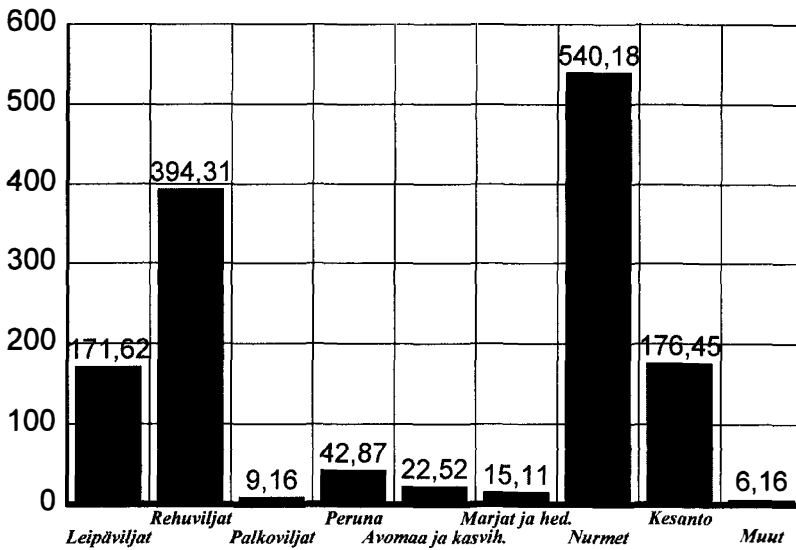
Luomutilojen määrän lisääntyminen tulee vielä jatkumaan jonkin aikaa suhteellisen nopeana. Odotettavissa saattaa kuitenkin olla muutoksia valtion maksamien siirtymävaihetukien suhteen. Nopeasti lisääntyvä tuotteiden tarjonta vaatii rinnalleen myös uusien markkinointikanavien luomista, yleensä aktiivista markkinointia ja tuotteiden kilpailukykyistä hinnoittelua, jotta tuotanto kannattaisi jatkossakin. Huonoimmassa vaihtoehdossa saattaa syntyä luomuraaka-aineiden ylitarjontaa, jolloin jalostajilta ja kauppiailta loppuvat resurssit tuotteiden loppumarkkinoinnissa. Parhaimmassa visiossa luomutuotteiden kysyntä kasvaa nopeasti kaupunkiväestön keskuudessa, jolloin teollisuudessa ollaan valmiita satsaamaan entistä voimallisemmin jatkojalostukseen, markkinointiin ja jakelukanavien tehostamiseen.



**Kuva 5.** Luomutilojen määrä Etelä-Pohjanmaalla vuosina 1992-1996. Vuoden 1996 tiedot perustuvat toukokuun loppuun mennessä saatuihin tietoihin. (Lähde: Etelä-Pohjanmaan Maaseutuelinkeinopiiri).

Etelä-Pohjanmaan viljellystä luomupinta-alasta suurin osa muodostuu nurmista, mikä selittyy luomuviljelykäytäntöön kuuluvasta viljelykierrosta sekä karjankasvatuksen tarpeista. Seuraavaksi suurimman ryhmän muodostavat kotieläintuotantokäyttöön

tarkoitettut rehuviljat. Kolmanneksi eniten viljellään perinteisiä leipäviljoja, jonka jälkeen neljäntenä tulevat kesantopellot. Luomuperunaa viljellään 43: lla hehtaarilla. Muiden avomaa- kasvihuonevihannesten viljely on vielä suhteellisen vähäistä. (ks. kuva 6). Kuluttajien tottuessa käyttämään luomutuotteita olisi tärkeää kiinnittää huomiota siihen, että erilaisia tuotteita olisi saatavilla riittävän laaja ja tasainen valikoima esimerkiksi vilja-, juures-, vihannes-, maito-, ja lihatuotteista.



**Kuva 6.** Luonnonmukaisen tuotannon valvontaan kuuluvien tilojen pellonkäyttö hehtaareittain ja viljelykasveittain vuonna 1995. (Lähde: Etelä-Pohjanmaan Maaseutuelinkeinopiiri).

## 6. LUOMUTUOTTAJAN NÄKÖKULMAT

### *Aineisto ja metodi*

Valottaaksemme maaseututuottajien näkökulmia toimintansa luonteesta teimme alunperin yhteensä yksitoista teemahaastattelua. Etelä-Pohjanmaan maaseutukeskuksesta saimme listan luonnonmukaista tuotantoa harjoittavista maataloustuottajista, jotka kävimme paikallisen luomuneuvojan kanssa tapaus tapaukselta läpi kiinnostavien ja informaatorikkaiden tapausten löytämiseksi (ks. Patton 1990, 169-183). Etsimme sellaisia tapauksia, jotka ovat aktiivisesti pohtineet uusia malleja tuotannossaan ja sen markkinoinnissa. Tarkoituksenamme oli tutkia kuinka he omalla tasollaan jäsentävät tekemiään valintoja talouden, ympäristön ja muun elämänsä suhteen. Kun kävi selväksi, että ympäristökysymykset tuotannossaan aktiivisesti huomioon ottavat maaseututuottajat liittyvät hyvin suurelta osin elintarvikesektoriin, jäi yksi palvelualan haastattelu pois aineistosta. Näin nauhoitettuja haastatteluja jäi analyysiin yhteensä kymmenen kappaletta. Osassa haastatteluista oli mukana tuottajaperheen molemmat jäsenet, ja aineistona käytettyihin haastatteluihin osallistui näin yhteensä kolmetoista henkilöä, joista neljä oli naisia<sup>4</sup>.

Menetelmänä käytimme teemahaastattelua, joka oli alunperin jaoteltu kuuteen väljähköön teemaan (toiminnan historia, nykytoiminta, maatalouden ympäristökysymykset, maaseutumainen elämä, yrittäjäyys, ympäristö) eli haastattelu oli luonteeltaan väljähkösti strukturoitu. Rakennetta generoitiin haastattelujen edetessä jo esiin tulleen informaation perusteella. Haastattelut kestivät reilusta tunnista reiluun kolmeen tuntiin, ja tarkoituksena oli saada dokumentoitua haastateltavien puhetta mahdollisimman

---

<sup>4</sup> Haastattelukatkelmien yhteydessä oleva koodi merkitsee haastattelun järjestysnumeroa ja puhujan sukupuolta. Esimerkiksi H 10 M tarkoittaa täten kymmenettä haastattelua, puhujana mies. Koodi [--] taas viittaa litteroijan tekemiin merkintöihin selvästi havaittavista tauoista.

monilta elämän alueilta, hyvin väljin lähtökohdin. Lähtökohtaamme voikin kutsua Glaseria ja Straussia (1967) mukaillen aineistokeskeiseksi – tulkinat johdetaan tutkimusaineistosta, haastateltavien puheesta. Ajatuksena on, että aineiston abstrahoinnin kautta (litterointi, koodaus, luokittelut) voidaan ilmiötä käsitteellistää ja edelleen kiteyttää siitä uutta tietoa eräänlaisiksi ”ydinkategorioiksi” tai ”arvoitusten ratkaisuksi” (ks. Strauss & Corbin 1990; Alasuutari 1994).

Haastatteluosuuden analyysissä perusoletus ei kuitenkaan ole, että aineiston väitteet enemmän tai vähemmän totuudenmukaisesti kuvaisivat jotain ”ulkoista todellisuutta”, jota haastateltavamme elävät. Kyseessä ei siis ole lähtökohta, josta Alasuutari (1994) käyttää nimitystä ”faktanäkökulma”. Sen sijaan tarkastellaan erityisesti sitä tapaa, jolla ihmiset ilmaisevat itseään ja näin jäsentävät maailmaa. Lähtökohtana on ajatus, että todellisuutta voidaan kuvata useilla eri merkityssysteemeillä tai repertuaareilla, joihin kielen käyttäjät kiinnittyvät eri tavoin ja omaksuvat ja rakentavat itselleen tätä kautta erilaisia subjektipositioita tai toimija-asemia. Esimerkiksi luonnonmukaisesti tuottavalle viljelijälle on tilanteesta ja puhettavasta riippuen tarjolla asema esimerkiksi ”luonnonsuojelijana”, ”yrittäjänä”, ”maanviljelijänä” tms. Tarkoitus onkin eritellä sitä kulttuurista merkityksenantoa, jolla haastateltavat toimintaansa jäsentävät ja itselleen toimija-asemia ottavat ja saavat (ks. Potter & Wetherell 1987; Alasuutari 1996).

### ***Toiminnan perustelut ja motiivit***

Haastateltujen tuottajien tausta ja lähtökohdat luonnonmukaiseen tuotantoon siirtymisessä olivat hyvin moninaisia ja monilta osin toisistaan poikkeavia. Yhteistä oli se, että kaikilla oli jonkinlaisia sukesiteitä tilaan, jolla tuotanto tapahtuu. Toiminnan motiivit ovat kuitenkin varsin moniulotteisia. Monimuotoisuudesta voidaan omien haastattelujemme perusteella karkeasti ottaen edelleen hahmottaa kaksi pääasiallista ryhmää:

Yhtäällä pidempään viljelleet kokopäivätoimiset maaseutuyrittäjät sekä ne jotka ovat aiemmin toimineet sivutoimisesti, mutta pyrkivät löytämään eväitä kokopäiväisyyteen luomuviljelyn ja erikoistumisen kautta. Nämä eivät välttämättä ole sitoutuneet kovin-

kaan tiukasti yhteen tuotantotapaan, vaan haistelevat murrostilanteessa luonnonmukaisen toiminnan mahdollisuuksia ja opettelevat uusia toimintamalleja. Suhtautuminen on usein varsin pragmaattista ja jotkut saattavat pitää osan toiminnasta myös perinteisellä tuotannolla.

Toisen ryhmän taas muodostavat ne, joiden toimintaa jäsentää enemmänkin entisestä poikkeavan elämäntavan etsintä – normaalista kaupungissa tai taajamassa tapahtuvasta palkkatyösuhteesta poikkeavan elämänmuodon hakeminen. Heille luonnonmukainen elinkeinotoiminta on paljolti elämäntavan mahdollistaja. Näille elämäntavan etsijöille luomutuotanto on usein alusta asti ollut selkeä vaihtoehto. Useimmiten nämäkään eivät kuitenkaan tuo tuotantotapaansa esille mitenkään ehdottomasti ainoana oikeana toimintamallina.

Yhden haastatellun kokemukset kokoavat varsin hyvin myös omien haastateltaviemme kirjoja:

*[M]ää oon nyt ollu tän talaven tuolla, tai seittemän viikkoa tänä talavena, Mikkelis täällä luomuviljelijäverkoston vetäjien kehittämiskurssilla. Niin siellä on hyvin erilaisia näkemyksiä ja lähtökohtia olemassa. Toisilla on niinku allergisuus, mikä on niinku aiheuttanu ja kiinnittäny huomiota, että se on pakko niinku jotaki tehdä. (...) Ja tietyllälaila siellä on näitä pitkänlinjan, pitkänlinjan ihmisiä. Sitten on tällasia jotka kertakaikkiaan ajanu ittensä loppuun jossain hirvittäväns liikebisnekseks ja halunnu päästä siitä eroon ja siirtyny maaseudulle tai ottanu jonkun oman suvun vanhan tilan ja ruvennu sitä viljelemään luomuna. (H 08M)*

Vaikka ryhmillä on edellä esitetyn jaon perusteella aikalailla erilaiset lähtökohdat, ei heidän suhtautumisestaan luonnonmukaiseen tuotantoon ole hahmotettavissa kovinkaan suuria eroja. Molempien ryhmien tapa perustella toimintaansa liittyy ensisijaisesti johonkin konkreettiseen, käytännönläheiseen seikkaan, joka oli eräällä tavalla hyvänä syynä luonnonmukaiseen viljelyyn siirtymisessä. Pitkään viljellyillä tiloilla lähes aina konkreettinen syy ryhtyä pohtimaan tuotantosuunnan vaihdosta on pelto- maiden kunto ja huoli maan tuottokyvyn säilymisestä.



*Ja niin, tuo oikeestaan tää luomuviljely lähtee siitä, että mä elän siinä käsitykses, että tää normaali, tavanomaisena pidetty, joka on likellä perinteistä viljelyä niin senhän, se jossain vaiheessa kulkee tiensä päähän siinä suhteessa, että koko ajan koneitten paino kasvaa, muokkaus kertojen määrä kasvaa, humuksen määrä laskee ja pieneliöstö ja tällaiset viljelyn tunnusmerkin niin ne laskee. Ja myöskin sitte, että tällainen eräänlainen eroosio humuksen suhteen niin se välillisesti vaikuttaa sitte siihen, että luotetaan kierteiseen muokkauksen kasvuun ja sitten tuohon koneitten järeyttämiseen ja taas keinolannotuspanosten nostoon eli se oravanpyörä on valamis. (...) Eli jos aiotaan karkeesti lähtee siitä, että muutaman sadan vuoden päästä, sadankin vuoden päästä viljelyssä on ne pellot ainoostaan, joita viljelty kestävän kehityksen periaatteen mukaan. Eikä tarvita kasvihuoneilmiötä välttämättä peltojen viljelmän tuhoomiseen vaan se tapahtuu perinteisen maatalouden keinoin. (H 02 M)*

Vastaavasti ne tuottajat, jotka olivat aloittaneet luonnonmukaisen viljelyn uutena elämänmuotona, ikään kuin puhtaalta pöydältä, syynä kerrottiin useimmiten se, että maat olivat olleet jo pitempään kesannolla. Tämä mahdollisti luonnonmukaisen tuotannon aloittamisen nopealla aikataululla, kun maiden kuntoon hoitaminen ei vienyt vuosia alun innostuksesta. Lisämotiiveina pienet peltoalat ja uusien elinkeinomahdollisuuksien miettiminen saivat miettimään luonnonmukaista viljelyä.

*No tää on just semmonen aika pieni tila, että mulla on niinku omaa alaa yhdeksän hehtaaria. Sitten mä oon ollu niinku paljon vieraisa töissä ja sitte kokoajan aatellu, että jottain keksiä semmosta, että sais niinku tässä kotona olla töissä. Ja sitten kun on vielä pienet lapset niin olis mukava olla, ois ees toinen kotona. Sitte se tuo luomuviljely rupes kiinnostamaan tai semmonen. Siinä on enempi työtä ja vähän parempi sitte se tulo. (H 03M)*

*N: Mutta, ettäkö se ajatus oli, että luomulla jossaki vaiheessa, vaikka ensin pienenä. Mut sitte kuitenkin heti mentiin siihen. Oisko siinä sitte osittain ollu koneista ja...*

*M: Niin ja toisaalta se, että sitte tuotantomäärät pitäs olla niin valtavat jos massamarkkinoille mennään. (...) Et jos siellä seassa pitää sit häiriä niin onko siinä mitään ajatusta. Kyllä se oikeestaan niinku, siks meillä on aika monipuolinenkin tää tuotanto, et pystytään sillälailailla tuottamaan niinku tälle alueelle. Ettei sitte tartte mihinkään Tampereelle lähtee viemään tavaraa, vaan että nimenomaan tälle lähialueelle. (H 07 N&M)*

Perustelut kerrotaan näin usein hyvin pragmaattisten esimerkkien kautta, maiden kuntona, uusien mahdollisuuksien ja markkinarakojen etsintänä, pienet pääomasijoitukset vaativana tuotantomuotona tms. Tällaisiin käytännönläheisiin syihin liittyy kuitenkin yleensä myös jotain henkilökohtaisia syitä, laajassa mielessä ymmärrettynä myös ekologisten ongelmien tiedostamista ja ei-taloudellisia motiiveja ja asennemuutoksia<sup>5</sup>. Tähän on vaikuttanut maatalouden ympäristöongelmien tiedostaminen ja siihen liittyvä julkisuus.

*Viis, kymmenen vuotta sitten niinkun näitä ympäristöongelmia, ongelmajuttuja mitä kirjotettiin, niin sitä ärsyyntyi vain ja pani pois. Ei tuo pidä paikkansa. Ja ehkä asenteet vieläkin saattaa olla, mutta kyllä se niinku tosiasia on, että pakko ruveta kiinnittämään huomiota, koska teollisuus on menny edeltä. (H 08M)*

Ympäristöhaittoja selkeämmin luonnonmukaisen tuotannon taustalta esille nousivat kuitenkin terveyskysymykset. Ensisijaisen tärkeinä pidetään elintarvikkeen turvallisuutta, terveellisyyttä, makua ja puhtautta. Kertomus tuotannon riskeistä ei liitykään niinkään huoleen yhteisen ympäristön pilaantumisesta, vaan pikemminkin huoleen omakohtaisesta terveydestä: useimmiten tällaisia motiiveja ovat allergioiden lisääntyminen ja halu saada ensisijaisesti itse ja toisaalta tuottaa myös muille *puhdasta, jäämätöntä ruokaa*.

*Kai siinä oli oma itte jotta ei syödä myrkkijä.”(...)”Joo meillä on (epäselvä) sekin ollu, että me ei oo yleensä, me ei oo niinku käytetty myrkkijä näit oikeen näitä mitä, vissiin pitäis sanoo kasvinsuojeluvälineitä. Jotta silloko meillä rypsiä oli niin silloin oli pakko laittaa. Muutenhan sieltä ei ois tullu mitään. Mut ei yleensä, mää muistan vaan joskus ku mies oli myrkyttämässä tätä rypsiä niin se, että se oli kaks päivää niin huonoon kuntoon ett se myrkkijä pääsee (...) ett varmasti oli niin, että sitä tuli koneen, traktorin sisälleki sitä. (H 05N)*

---

<sup>5</sup> Aiemman (Susiluoma 1993, 44) tutkimuksen mukaan pioneereilla terveyskysymykset nousivat motiivien pääallimmaiseksi vaikuttimeksi kun taas viljelyn myöhemmin aloittaneilla kokeilijoilla painottui ympäristönsuojelunäkökulma.

*Mul on, niinkun mä äsken tossa sanoin, että sairaudet on yks syy. Niin tässä kuukauen aikana niin mää oon kyllä ruvennu erittäin kriittisesti suhtautumaan ulkolaisiin tuotteisiin, että tota niin mulle yks lääkäri sanoki, että tuota parempi ku pysysis vaan kotimaisessa minun tapauksessa. (H 07M)*

*Kyll tietysti aina pyrkii ainaki kotimaisia vihanneksia ottamaan. Syö kotimaisia omenoita. Semmosia miss ei oikeen oo säilöntäaineita. Ett me on niinkö itekkii niin me on kaikista noista valakosista vehnä jauhoista luovuttu, sokerista, kaikista lisäaineista. Lähinnä tuon allergian takia. (H 03M)*

Tietoisuus tehotalouden myös omaan itseen ja omaan perheeseen kohdistamista riskeistä onkin monissa tapauksissa ollut perusteena luonnon mukaiseen tuotantoon siirtymiseen. Toisaalta tuottajilla oli selvä mielessään samankaltainen kuva tuotteita ostavasta kuluttajasta: kuluttaja ostaa tuotteita nimenomaan puhtauden, jäämättömyyden ja maun vuoksi. Myös ympäristönäkökulma tuotiin esille mutta selvästi harvemmin ja yleensä vasta viimeisten syiden joukossa.

Tuottajien asenne vaikuttaisi olevan varsin lähellä kuluttajakyselyissä saatuja tuloksia, joiden mukaan luomutuotteita käyttävien kuluttajien selkeimpiä syitä tuotteiden käyttöön ovat halu saada puhtaampia ja paremman makuisia tuotteita. Mielenkiintoista on, että vaikka luomutuotteiden uskotaan erottuvan tavanomaisista ehkä vahvemmin siinä mielessä, että tuotteet ovat ympäristöystävällisemmin tuotettuja, nousee suurimmaksi ostoperusteeksi silti tuotteiden itseen kohdistuvat ominaisuudet – puhtaus ja maku. (ks. Tauriainen ja Pohjalainen 1992, 13-14, 37-39). Joidenkin kyselyjen mukaan vain alle 10 prosenttia tuotteiden käyttäjistä perustelee käyttöä ympäristösyillä (Väisänen 1996). Luonnonmukaisen tuotannon ympäristökysymykset eivät ilmeisesti siis ole keskeisessä asemassa sen kummemmin tuotannossa kuin kulutuksessakaan.

Varsin harvoin tuottajat kertovat tarinaa siitä, että jokin konkreettinen omassa ympäristössä näkyvä muutos olisi varsinaisesti vaikuttanut päätökseen siirtyä luonnonmukaiseen tuotantoon. Pikemminkin kysymyksessä on prosessinomainen kehitys, jossa samanaikaisesti tajutaan sekä luonnonmukaisen tuotannon tarjoamat taloudelliset

mahdollisuudet että perinteisen maatalouden ympäristölle haitalliset vaikutukset. Tähän liittyy kuitenkin se, että samalla kun ympäristövaikutukset tunnustetaan, niistä suureen ääneen puhumisesta halutaan irtautua.

*H: No mites just tosta tuotantotavasta sanoit, niin miten sulla itellä noi ympäristökysymykset silloin vaikutti ku siirryit luomuun? Oliko niillä minkälaista merkitystä?*

*M: Kyllä tuota kyllä tietyllä lailla on kokoajan niinku kasvanu siihen näinä vuosina aina vaan lisää kun on tietoa. Niinku tietoo-  
sesti, että ei oo niinku ollu sellasta seinää vastassa, että ei ota tuollasta tietoo vastaan niinkun. Niinkun se on heleposti aina, että se on joko tai. (...) Siinähan on tietysti on vaarana, että siinä alakaa tulemaan jottei pääse tulemaan liiallisen hurskastelun maku tuota täs hommas. Että tämä on nyt se ainut ja se sellanen tietynlainen, tietynlainen tuotantotapa. (H 08M)*

Vaikka selviä esimerkkejä maanviljelyn kielteisistä ympäristövaikutuksista omasta lähipiiristä oli ilmeisen vaikea kerrottavaksi asti löytää, haastateltavilla oli kuitenkin silmiinpistävän paljon tietoa julkisuudessa käsitellyistä ympäristökysymyksistä ja ympäristön pilaantumisesta. Yksittäisiä tapauksia maatalouden epäkohdista ei sen sijaan haluttu nostaa esille – liioin ei haluttu arvostella lähiympäristössä perinteistä maataloutta harjoittavia. Samalla saatettiin kyseenalaistaa myös ajatus siitä, onko luomutuotanto välttämättä erityisen ympäristöystävällistä:

*Niitähän ne ravinnepäästöt tulee tässä luomutuotannossakin, jos se väärin viljellään tässä. (H 03M)*

Vaikuttaakin siltä, etteivät tuottajat itsekään oikein halua tuoda esille tuotantosuuntansa muuta tuotantoa positiivisempia ympäristövaikutuksia. Tämä johtunee siitä, ettei maaseutuyhteisössä haluta tai uskalleta lähteä korostamaan oman ja naapurien toiminnan ympäristövaikutusten eroja: vaarana on, että jos oman tuotannon kerrotaan olevan ympäristöystävällistä, samalla leimataan naapuri välinpitämättömäksi ympäristön pilaajaksi.

Kun maaseutuyhteisössä yhteiset arvot ovat kaiken yksilöitymispuheen keskelläkin vahvat, ja omaa pesää ei haluta lähteä ikään kuin likaamaan, jäävät ympäristövaiku-

tukset luonnonmukaisen tuotannon argumenttien ulkopuolelle. Näin tuotannon paremmuuden perustelu jää maun, jäämättömyyden ynnä muiden tuotteen sisäiseen laatuun liitettyjen mielikuvien varaan. Kun ympäristöasioita ei oikein haluta markkinavaltiksi nostaa, voi samalla kuitenkin myös tuotteiden käyttö jäädä enemmän itsehoitoa harrastavan ylemmän keskiluokan ylellisyydeksi ja pienen ympäristöaktiivien joukon ruokapiireilyksi kuin laajempien kansalaisryhmien sitoutumiseksi ympäristövastuulliseen tuotantoon.

### ***Risupartoja vai markkinamiehiä?***

Aiemmin esitettiin luonnonmukaisen tuotannon taustalla voivan painottua luonnon-suojelu- tai markkinaideologian. Tavallaan myös tuottajille ovat näin tarjolla repertuaarit perustella toimintansa markkina- ja/tai ympäristöarvoilla. Viime vuosina, taloudellisen tehokkuuden ja toimeliaisuuden korostuttua yhteiskunnallisessa arvokeskustelussa ovat liiketaloudelliseen rationaaliseen ajatteluun perustuvat markkina-argumentit saaneet yhä enemmän sijaa myös luonnonmukaisen maataloustuotannon piirissä. Tavallaan voidaankin kysyä, identifioituvatko esimerkiksi luomutuottajat kertomuksissaan ns. elämäntapavihreiksi vai vihertyviksi yrittäjiksi.

Tilanne ei luonnollisestikaan voi olla vain mustavalkoinen joko-tai -asetelma, vaan toimivat yritykset ovat yleensä jonkinasteisia kompromisseja, jollaisina päätökset paljolti myös kerrotaan. Yksittäinen yrittäjä joutuu väistämättä pohtimaan ympäristökysymysten lisäksi myös toimeentuloonsa liittyviä kysymyksiä riippumatta siitä, miten sitoutunut hän on esimerkiksi ympäristökysymysten suhteen. Näin päätökset eivät voi juontua pelkistä subjektivistisistä mieltymyksistä ja yksilön tahdosta, vaan mukana on aina myös muita toimintaa rakenteistavia tekijöitä.

”H: miten te ite niinku luomulle silleen päädyitte?”

*M: Se oli hyvin yksinkertainen asia koska me oltiin käytetty itse luomutuotteita kaupungissa asuessa. Ainakun niitä oli saatavissa ja toisaalta se oli ainut kestävään kehitykseen tähtäävä viljelymuoto.*

H: Elikkä tuota tämmönen ympäristö...

*M: Ollaan juu, kyllä aina, aina oltu, että ollaan kiinnitetty siihen huomiota. [--] Niissä puitteissa kun se on mahdollista. Esimerkiksi olisimme tän koko lämmityssysteemin hoitaneet toisin, jos se olisi ollut taloudellisesti mahdollista mutta nyt ei, me lämmitetään kasvihuone kevyellä polttoöljyllä. Se oli meille noin kolmesataatuhatta markkaa investointina halvempi ratkaisu kuin hake ja turve. Et, et näis ympäristöasioissa varsinkin kun on pienistä yksiköistä kyse niin siellä taloudelliset seikat näyttelee erittäin suurta osaa. Jos mä aattelen me ois otettu kolmesataatuhatta markkaa enemmän lainaa niin me ei oltais täällä enää.”(...)” Eli se on ne näkymättömät markkinavoimat, jotka tätä ympäristöä hyvin pitkälle säätelevät. Taloudellinen etu. Ei tarte ajatella ku omalta kohdalta, et mä otan kevyen polttoöljyn raaka-aineeksi, koska se on taloudellisesti mulle edullisempaa. Et jos se tapahtuu tämmösellä tasolla, tämmösellä yhden ihmisen tasolla tai ruohonjuuritasolla ratkasut, niin kuinka ne tapahtuu silloin talouselämässä? (H 09M)*

Käytännönläheinen suhtautuminen näkyy hyvin siinä, kuinka suhtaudutaan tilanteeseen, jossa ihanteiden mukaan toimiminen ja taloudelliset mahdollisuudet ovat ristiriidassa. Pragmatismi ja voisiko ehkä sanoa maalaisjärki ohittavat monet turhalta tuntuvat ongelmanrakentelut. Varsin pitkälle yrittäjien kertomukset vaikuttavat olevan taiteilua markkinahenkisyyden ja idealististen luonnonsuojelupyrkimysten välillä. Ympäristökysymyksiin on julkisuudessa törmätty väistämättä viime vuosien aikana, mutta idealistisiksi luonnonsuojelijoiksi ei haluta missään tapauksessa leimaantua. Tämä pätee kaikkiin haastateltuihin, mutta erityisesti niihin tuottajiin, jotka kokevat itsensä pitkän linjan maanviljelijöiksi.

*Mää oon ninku tietyllä lailla itteni kattonu tuota niinku siihen, siihen porukkaan vertaa niin se on. Se on jotta ku mulla on sika-taloutta ja sitte on ollu niinku maatila kokonaan, et se on vähä toisenlainen tapa millä, mistä niinku. Ku mä oon tämän maatilan kans olu tekemisis niinku aina. (...) Tuli sellanen uhmakin siihen, että tuota koska tää on vähä tällänen, tällasta risupartaisuuden vaivaamaa tämä tuota luomuviljely ollu, ollu pitemmämpälle, niin tuli vähä tietynlainen sellanen uhmaki, että. Ja sellanen ajatus siinä, että tuota eikö sitä niinkö ihan tavallinen maanviljelijä voi viljellä luomuviljelyä. Jotta pitääkö sitä olla pikkuisen, pitääkö sitä olla jostaki tota ulukopuolelta tullu taikka sitte joku tuota aivan tällaanen tosi elämäntapaintiaani (naurahtaa). Elikkä tuota sellasia ajatuksia siinä niinku tuli.*

*Kyllä mä oon ninku sen kokemuksena kokenu, että kyllä, kyllä sitä voi. (H 08M)*

*M: Äkkiä samaistetaan niinku tietyn näköseen tai ih..., kuluttajilla on tietty kuva niinku luomuviljelijöistä, että niillä on risuparta ja pipo päässä ja villapaita päällä. Että nykyaikainen kuva siitä, siitä ei oo vielä muodostunu vaan että on se vanhanaikainen. Ja sitte, et me ollaan niinku puuhastelijoita. Oikeestaan luomuliitossaki on pitkänaikaa ollu sellanen näkemys ja kanta olemassa, että esimerkiksi tilan tuotteita ei vois kaupan kautta myydä ollenkaa vaan kuluttajan pitäis tulla hakemaan ne suoraan täältä.*

H: Joo, että se on vähä idealismia ollu?

*M: Niin, et se on aika voimakkaasti ollu siellä mukana ja siitä ei kuluttajat oo päässy vielä irti. Ja se vaivaa, vaivaa oikeestaa sitte näitä markkinoita se vanhakantasuus siinä. (H 07M)*

Vastaavasti myös kaupungista maaseudulle siirtynyt tuottaja, jolle luomutuotanto oli alusta asti selvä ratkaisu nimenomaan kestävän kehityksen kannalta järkevänä tuotantotapana haluaa tehdä selvän eron luomuidealismiin.

*[S]iellä on tottakai luomutuottajia, joillekka on se luomu, voisko sanoa ideologia, on se pääasia ja se yrittäminen on toissijainen. Mää edustan taas kantaa, että tärkeää on se yrittäminen, ja se ideologia ei saa olla se, joka on se tärkein ja painotettavin asia. (H 09M)*

Erottautumistarve myyttisestä risupartaisesta radikaalista luomuviljelijästä, joka risukarhilla muokkaa peltoa päällään virttynyt villapusero, on hyvin selkeä. Toisaalta mielikuvaa risuparta-luomuviljelijästä voidaan käyttää oman identiteetin rakentamiseen, jotta ”oikea maatalousyrittäjä” erotettaisiin omavaraistaloutta harjoittavasta ”harrastelijasta” ja ”puuhastelijasta”. Epäilemättä ideaalityyppien hakeminen on henkilökohtaista tontin määrittelyä, joka tapahtuu em. karrikatyyrien avulla, joilla vaihtoehtoiset toimintamallit marginalisoidaan ’todellisuudelle’ vieraaksi idealismiksi. Myytinomaisen käsitteellistämisen avulla voidaan vierasta ja tuntematonta tehdä käsiteltäväksi. Luomutuotannon vasta hakiessa pysyvää identiteettiään, pyritään siitä tekemään hallittava lokeroimalla ja marginalisoimalla. Kun idealismi on leimattu

todellisuudelle vieraaksi, on myös luomuviljelijöiden, luonnollisesti, oikeutettava olemassaolonsa markkina-argumenteilla – toiminta normalisoidaan perustelemalla se puhettavalla, joka on kulttuurisesti kaikkein uskottavin. Samalla integroidaan oma toiminta osaksi nykyaikaa, modernia tuotantotapaa, jossa taloudelliset realiteetit on tiedostettu.

### ***Erottautuminen – kylähulluutta, kettinkivihreyttä ja paluuta menneisyyteen***

Suuri merkitys luonnonmukaisen ja ympäristön huomioonottavan tuotannon tulevaisuudessa on niillä asenteilla, joita tuottajien suurella enemmistöllä ja kaupalla on jo aloittaneita luomuviljelijöitä kohtaan. Luonnonmukaisen tuotannon harjoittajien käsitys naapuruston ja lähiseudun asennoitumisesta onkin varsin mielenkiintoinen ja ambivalentti: toisaalta arvellaan että luomutuottajat leimataan puuhastelijoiksi, kylähulluiksi ja ”kettinkiporukaksi”, mutta omakohtaisesti ei kuitenkaan olla tällaiseen asenteeseen varsinaisesti törmätty. Pikemminkin muutkin ovat kiinnostuneet tuotantotavasta viime aikoina entistä enemmän.

H: Sanoitki just, että ennenku tää luomutuki tän laillisti [luomutuotannon], ni pidettiin luomuviljelijää osana tätä kettinkiporukkaa. Ni miten on suhtautunu naapurit ja kyläläiset, onko ne pitäny...?

M: *Ihan hyvin suhtautuu ja asiallisesti ja jokku jopa sanoo näin, että hyvä että kokeilet, et sä voit sitten jossain vaihees sanoo ja näyttää ja he saa sitte kokemusta, että miten sulle käy. Ihan asiallisia kannanottoja, ettei avoimen vihamielisiä ei oikeestaan ole. Että mää niinku oon sitä mieltä, että että että jotenki tuntuu ettei avoimen vihamielisiä ei oikeestaan ole. (H 02M)*

*Ei kukaan oikeen, ainakaan tosissaan oo mitään sanonu että. En tiiä sitte, miten takanapäin puhuvat. Kyllähän se tietysti ainaki oli vähä semmosen kylähullun maineessa (naurahtaa), ku luomuun siirty. Mut nyt varmaan ku tämä EU tuli niin kyllä sitä varmaan moni harkittoo. [-] Kyllä niinku, sillonko oli se kansanäänestys siitä EU:sta, sittekö se hyväksyttiin (...) niin seuraavana aamuna*



*tuli paljo tai yks soitti jo aamulla aikasin, että minkälaista se luomuviljely on, miten siihen siirrytään. (H 03M)*

Vaikka naapuruston arvellaankin suhtautuvan toimintaan pikemminkin etäisen kiinnostuneesti kuin vihamielisesti, halutaan kuitenkin toimintamallit pitää suhteellisen konventionaalisina; muista ei lähdetä erottautumaan kovinkaan herkästi. Halutaan tavallaan myös varmistaa se, ettei luonnonmukaiseen viljelyyn ainakin jollain tasolla säännöllisesti liitetty ”kettinkivihreyden” leima tartu. Maaseutuympäristössä erilaisuuden suvaitsemista ei pidetä mitenkään itsestään selvänä, mikä näkyy haastateltavien kertomuksina, kuinka omat luonteenpiirteet ovat ”painetilanteissa” tärkeitä.

*Että mä oon sitä mieltä, että että jotenki tuntuu, että en oo löytänyt yhtään sellasta riitasointua vaikka niitä vois olettaa, että niitä on. Ehkä se johtuu siitä, että mä oon aika mulukku perusluonteeltani, et mä saatan sitte kyllä sanoo takasikki. (H 02M)*

*M: [M]ulla ei oo pelokoo, että mitä naapurit sanoo kun sä teet niin ja toiset tekee niin.*

H: Mitä onko ne naapurit sanonut?

*M: No, ei ne kaikkia sano ääneensä (naurahtaa).*

H: Kyliltä on kuulunnu että tota?

*M: Kyll, kyllä, kyllä on (naurahtaa). (H 01M)*

Näin, vaikka mitään suoraa negatiivista palautetta ei ole tullutkaan, pidetään ympäristön epäilevää suhtautumista itsestään selvänä asioiden tilana. Samalla voivat esteinä olla edellisten sukupolvien asenteet, jotka ovat nähneet sotienjälkeisen ”luomutuotannon” ongelmat, ja toisaalta konkreettisesti havainneet maatalouden modernisoinnin työtä helpottavat ja satotasoa nostavat vaikutukset. Näin he pitivät muutoksia paluuna menneisyyteen:

*[E]ttä se on ihan selvää, että oikeestaan mä oisin siirtyny jo ajat sitte tähän viljelytapaan, mutta maatilalla ku elää kolome suku-*

*polovea ja on vävy täs vaimon vanhempien tilalla, ni se vaan siirty. Ihmissuhteet ei sallinu sitä. (H 02M)*

Maaseudun valtaväestön 1980-luvulla (yhdessä luomuviljelyn pioneerien kanssa) luoma ja ylläpitämä mielikuva luomutuotannosta pelkkänä idealismina ja paluuna menneisyyteen voikin olla varsin merkittävä ongelma tuotantosuunnan ja kestäväen kehityksen tuotantomallien käyttöön siirtymisessä. Vanhempien sukupolvien ja perinteisen maatalouskoulutuksen saaneiden voi olla vaikea mieltää luomua varteenotettavaksi moderniksi tuotantosuunnaksi.

*Niin ja niinku kotonaki, niinku minun, meijän äiti on sanonu monta kertaa, kyllä he on nähny sen mitä se luomuviljely oli silloin sotien aikaan. Ne yhdistää sen sieltä. Se oli sitä kun hevospelillä tehtiin ja alakeellisilla työvälineillä tota kitkettiin roskat. Se on niinku niiden mielestä se luomuviljely on samaa ko se. Tavallaan, että se luomuviljely ei vois kehittyä ollenkaa, että sen pitäis pysyä jossain niinku siellä. (H 04M)*

*Mutta kyllähän, se on totta että huomaa tämän hetken jossain ag-  
rologikoulutuksessa sen, että kun näitä asenteita niinku miettii ja  
vertaa, että mikä mitkä niinku on. (...) Että, ja muutama päivä on  
jotain luomukoulutusta ollu niin se on justiin tää, että se on niinku  
eri maailma niille. Niin eihän, kun on tietty oma maailma niin  
ei, ei voi hyväksyä, hyväksyä toista maailmaa, [kuin sen] jonka  
on oppinu, kokenu hyväksi ja osaa tietyllä lailla. Niin mää en  
tiedä onko se sitte, ettei ihminen halua näyttää sitä heikkouttan-  
sakaan sitte, että hän ei tiijä tästä asiasta mitään. (...) Tää luomuviljely  
niinku täällä tavanomaisten viljelijöiden keskuudeskin  
niin se, se on, tuota pikkusen pidetty aina tätä risupartahommana  
ja sitte tuota se että siitei niinku uskalleta puhua eikä uskalleta  
paljo kysyä, koska siitei niinku tietä mitään. (...) Ja sitte ku ne  
on kasvanu siihen, että koko ajan on tullu lisää, lisää, lisää. Aina  
on sato lisääntyny, aina on sato parantunu ja torjunta-aineita  
tullu, ni aina on tapahtunu kehitystä. Niin sellasilla ihmisillä  
niinku asenteis on vaikia niinku muuttaa sitä yhtäkkiä, kun ne on  
tottunu siihen, että kun laitetaan jotakin niin aina parantuu.  
Niinku tällanen saada sitte ajattelemaan toisella lailla. (H 08M)*

### ***Luomua vai tavallista, verkostoitumalla vai ei***

Halu pysyä erossa luonnonsuojeluidealismin leimasta näkyy myös siinä jo edelläkin esitetystä piirteestä, että tuotteiden ympäristöystävällisyyttä tai edes luonnonmukaisuutta ei välttämättä tuoda myynnissä ja markkinoinnissa esille, erityisesti näin on mikäli tuotteet markkinoidaan paikallisille eli Etelä-Pohjanmaan alueelle. (Vrt. puhelinkyselyn tulokset).

*N: Minä on, meillä oikeestaan viime kesänä jo myytiin tuota niin me ei luomua hirveesti tuotu esille. Että se meni aika, aika hyvin tästä. Että ehkä vähitellen sitä luomua voi ruveta tuomaan, että se kotimaisuus kuitenkin on se minusta tuntuu tällähetkellä semmonen, että se vielä mutta että se luomu niinkun ehkä jatkos-sa sitte enemmän. ”(...)”*

*M: Vaikkei sitä luomuna myykkään niin toteaa vain, että torjunta-aineita ei oo käytetty niin sillä myy jo niinku aika paljon.*

*N: Musta ainaki niinku vielä täällä Pohjanmaalla niin on aikailailla, että jos sanot, että luomu niin moni kääntää päänsä, ei varmasti ota siitä. (H 07 M&N)*

*No ei sitä oo korostettu sitä [ympäristö] puolta. Mutta kyllä se tuolla yleisessä keskustelussa sitte on, mitä nyt luomuviljelyä esitellään tiedotusvälineissä, niin siellähän se tulloo esille. (H 03 M)*

*Ja nyt kaiken huippu on se, että meillä on luomuperunaa tuolla neljäkättuhatta kiloo, me on nyt sitä ruvettu myymään kolomas päivä. Menöö kauppan, ja mä laitoin siihen sen luomuperunatarran, koska siinä on kaikki tiedot valamiina, niin kehu mulle kauppas perunanvastaanottaja, että niin ihmiset vierastaa sitä luomuperunaa, että voisitko panna vaan kynällä siihen etkä mainitte luomua ollenkaan. (H 05 N)*

Sen sijaan suurempien kaupunkien erikoismarkkinoille menevissä (biodynaamisissa) tuotteissa voi tuotantotapaa koskeva merkintä olla hyvinkin merkittävä erottautumistehtävä.

*No mä oon joutunu laittaamaan pakkauskelemut, kaikki on pakattu, jokainen kaalinpää ja jokainen tuote pannaan kulumasuurilla omaan, omaan pakkauksiin ja hiukan tätä taustatietoa ja. Siihen joutuu, vaikka se sotii sitä, ja kaiken aikaa on puhuttu, että pitäis pakkausta, materiaalia vähentää, mutta niitä ei muuten voi viiä noin niinku normaaliin päivittäistavaraliikkeeseen ellei ne oo erottuvia siinä. Että jos se mun kaalinpää siellä lattialla pyörii, niin ne asiakkaat tietää, että tää on biodynaaminen kaalinpää siellä potkittavana. (H 06M)*

Vaikuttaakin siltä, ettei maaseutuvaltaisilla alueilla niin kuluttajien kuin kaupanportaankaan asenteet eivät ole luonnonmukaiselle tuotannolle kovinkaan suotuisia, toimintamalleihin suhtaudutaan epäillen. Näin mikäli differointietua aiottaisiin käyttää hyväksi, tuotteet tulisi kyetä toimittamaan erilaistettuina kaupunkien markkinoille. Tämä taas on pientuottajille ollut perinteisesti ongelmallista ja vaatisi uusien yhteistyömuotojen kehittämistä. Niin sanotusta pientuottajien verkostotaloudellisesta toimintatavasta kyseisen ongelman ratkaisuna on puhuttu paljon viime vuosien aikana. Myös haastattelemamme tuottajat ovat kiinnostuneista uusista yhteistyömuodoista, tavallaan maaseutupoliittisessa keskustelussa käytetyt perustelut on ainakin kielellisellä tasolla sisäistetty. Kun luomuviljelyn aloittaminen ja tuen piiriin pääseminen edellyttävät kurssin käymistä, ovat kurssien puhettavat luonnollisestikin löydettävissä myös haastateltavien puheissa. Monet maaseutututkijoiden ja -kehittäjien lanseeraamat maaseudun kehittämiskäsiteistöt olivat varsin yleisesti osa keskustelua ja argumentaatiota: verkostotalous, kolmas tie, luomu-Suomi jne. olivat tuttuja juttuja, joista puhuttiin yleensä perusmyönteisessä sävyssä.

*Ollaan nyt tutkimaski joitaki myllytyratsasuja, että onko ole-massa ns. Katajamäen kolmatta tietä, eli niin niin niin pientä mylly-yritystä, että se vois hoitaa tällasia erikoisjuttuja. Tai mä uskon aika paljo siihen kolmanteen tiehen, mutta toisaalta se on niinku sellanen kulunukki fraasi, mutta toisaalta mä oon sitä mieltä, että kaikki lähtee pienestä, kaikki virrat, jutut. (H 02M)*

Toisaalta muutamia esimerkkejä lukuunottamatta verkostoituminen on kuitenkin ollut varsin vähäistä. Usein on lisäksi käynyt niin, että sitoutumiseen ja kiinteään yhteistyöhön perustuvat paikalliset verkostot ovat alkuinnostuksen jälkeen siirtyneet perinteisempään yrittäjakeskeiseen toimintamalliin.

ympäristön muutoksista ja niiden omaan perheeseen aiheuttamista riskeistä. Tähän liittyy perinteisen maatalouden aiheuttamien ongelmien tiedostamisen kasvu. Erityisesti korostuu käsitys tuotteiden ja tuotantotavan terveysvaikutuksista ja toiseksi, mutta selkeästi vähemmän, ajatus tuotantotavan ympäristövaikutuksista. Tuottajat perustelevat luomutuotteiden paremmuuden lähes poikkeuksetta puhtaudella ja jäämättömyydellä, hyvin harvoin ympäristöseikoilla. Vaikkei luonnonmukaisesti toimimista vielä pystyisikään kovin laajalti hyödyntämään, arvellaan toiminnalle kuitenkin tulevaisuudessa avautuvan uusia mahdollisuuksia, joiden vuoksi kannattaa olla mukana jo nyt, vaikkei siihen välttämättä haluta vielä kovin paljoa panostaa.

*No tuota, kyllä mä uskon että alakaa kuluttajia olleen jokka arvostaa, arvostaa laatua ja sitä tietyllä lailla tuotantotapaa. Ja tätä kaikkea niin, pikkuhiljaa, koska sille ei voi ninku mitään, että koska Ruotsis ja Keski-Euroopassa alakaa olemaan tää luomutuotanto aika vahva, vahvasti esillä ja koko ajan menöö vauhdilla eteen päin ja tuota kysyntä kasvaa, niin ei kai suomalainen oo sen, siitä poikkeus etteikö täällä alakais sellasta kyse-lyy.” (...) ”siinä vaihees kun sen teki niin mieltii (...) et jos mä likillekään pääsen samaan ku vanha, niin mulla on uus maailma auki tämän asian takia taas tietyllä lailla tuotteena ja sitte markkinoilla. Et jos mä jatkan sitä samaa mulla on vaan se sama, ja sitte jos mä innostun tekemään vasta myöhemmin luomusopi-muksen ja siirtämään niin mä oon taas myöhässä. (H 08M)*

### ***Valintojen maailma ja arvot***

Haastattelemamme luomutuottajat muodostivat arvomaailmaltaan heterogeenisen joukon. Sumeasilmäisiä luontoerakkoja emme tavanneet. Emme kohdanneet myöskään häikäilemättömiä hyödyntäjiä. Pääasiallisesti tuottajien arvot ankkuroituvat perheen terveyden, hyvinvoinnin ja elintason turvaamiseen ja tavallaan omaehtoiseen ”ei ne suuret tulot vaan ne pienet menot” -ajattelumalliin (ks. myös Susiluoma 1993). Kuitenkin huomattavaa on, että luontoammattissa toimivat ihmiset muodostavat ympäristöön käytännön saneleman suhteen. Vaikka edellä esitettiin, että toimintaa jäsennettiin pääosin jäämättömyyden ja terveystekijöiden kautta ja ympäristökysymyksillä ei haluttu juuri elämöidä, ongelmat olivat kyllä tiedossa ja niitä oli mietitty.

[N]yky-Suomes on oikeestaan sellanen, että se on yks pahimpia, se on niin näkymätön ja hiipivä, ja kun se jokainen mettäoja tuottaa sitä ja jokainen suo ja jokainen pelto ja jokainen salaoja. Ja ennen kaikkea sitten rankkasateitten aikana näitä maapartikkeleita menee suoraan vesiin ja niin niin. Sitte niis olosuhteis yleensä rehevöityy kaikki alueet ja paljo. (H 02M)

*Kyllä tuota niin se luonnon ja ympäristön elinvoima on tuota se, joka antaa sellasen tyydytyksen ja hyvän olon. Jos tuota niin, sanotaan luonto ja ympäristö kuoloo ympäriltä niin ei se niinku, se niinku kadottaa sellasen elämän silloin ympäriltä, ja se ei oo silloin miellyttävä ympäristö tuota asua ja olla. (H 01M)*

Useimmat kokivat syvälliset eettiset pohdinnat käytännölle vieraaksi, mutta toisaalta useita ajatuksia oli uhrattu arkipäivän valintatilanteille, joissa korostui yksilön henkilökohtainen mahdollisuus vaikuttaa tekojen kautta. Kaikki haastattelemamme tuottajat olivat pohtineet työssään ja elämässään eettisten valintojen merkityksiä. Syvän idealismin sijaan haastateltavien ajatukset heijastelivat pikemminkin itsestäänselviä vihreitä arvoja, jotka ovat normaalin yhteiskunnallisen tiedostamisen tulosta.

*Se jotta kun täällä aina myrkytettiin nää tien reunat. Me pyydettiin jotta meidän kohdas ei myrkytettäis, me niitetähän ne. Ihan sen takia ku me ei haluta niitäkään myrkkyjä sinne pellolle. Nyt niitetään kaikki tienvarret. (H 05 N)*

Yksittäisen ihmisen valinnat koettiin tärkeiksi ajatusten tasolla lähes poikkeuksetta, mutta tiukkapipoisesti tiettyjen vihreiden periaatteiden mukaan toimimista ei koettu järkevänä. Kuitenkin käytännön maataloudessa yksittäisillä teoilla katsottiin olevan suuri merkitys: esimerkiksi lietalannan talvilevitystä kritisoitiin voimakkaasti ja maatalouden valumista aiheutuvat vesistöhaitat olivat hyvin tiedossa.

*M: Kyllä se voi yksilö vaikuttaa tota sillä omalla käyttäytymisellään. Sitä voi niinku pienillä asioilla pistää sen koko homman pieleen. Joko ajattele mattomuuttaan taikka, sitte vaan, että se tuntuu niinku hyvältä. (H 08M)*

Ympäristönsuojelu ei ollut haastateltavien kertomuksissa ensimmäinen toimintaa ohjaava motiivi. Tärkeimmiksi jäsennyksiksi asettuivat perheen ja lasten hyvinvointi

sekä yleensä taloudellinen selviytyminen. Maaseudun asukkaalla on erityinen suhde hyödynnettävään luontoon ja paikkakunnan muihin ihmisiin. Maaseutumaisella elämällä on omat erityispiirteensä, jotka vaikuttavat arkeen ja elinkeinon harjoittamiseen monin tavoin. Alueellisella identiteetillä, kotimaisemalla ja paikallisilla ihmissuhteilla on vahva arvolataus. Toisaalta maaseudun arvot voivat olla ympäristön suhteen tietysti mielessä ”kovempia” kuin kaupunkimaiset arvot. Esimerkiksi Uusitalon mukaan ”luontoammatti (ts. lähinnä maanviljely) merkitsee hyvinkin liiketaloudellista ja toimeentulon sanelemaa suhdetta luontoon.” (Uusitalo, L. 1991, 22).

Maaseutumaiseen elämään liittyy kuitenkin olennaisella tavalla asuinympäristön arvoulottuvuus. Perustuotantoa harjoittavilla maaseutuyrittäjillä sekä muutoin maaseudulla kauan asuneilla on erityinen suhde ympäröivään luontoon, maisemaan ja paikallisyhteisön sosiaalisiin suhteisiin. Tämä näkyy esimerkiksi pienyrittäjien voimakkaana sitoutumisena kotipaikkakuntaan ja sen yhteisöön.

*M: Täällä tietyt juuret on ja tää yhteistoimintakuvio ja kaikki mitä täs nyt pelaa naapurien kans ja tuota näitten muitten kaverien kans niin [...] On tutut kaverit ja sellaset ihmiset joittenka kans toimii tietyllä lailla ja niinku toiminta pelaa, että tuota. (H 08M)*

Toiminnan ”pelaaminen” onkin keskeistä, mikäli halutaan, että verkostomaiseen toimintatapaan perustuva tuotantomuoto leviää maaseutuyrittäjien keskuuteen yleisemminkin. Samalla kun yhteistyön ajatus tuntuu houkuttelevalta, liittyy yrittäjäidentiteettiin myös vahvoja yksilöllisiä painotuksia. Esimerkiksi yrittäjä, jolla toimeentulo koostui hyvin monista tulolähteistä, kertoo monipuolisuuden ja yrittäjyyden juuri yksilöllisyyden toteuttamisena.

*M: Kun mä teen yhtä niin, jos mua se yks alkaa vituttaa, mä voin vaihtaan tekeemään jotain toista. Ja mä teen kaikki itselleni. Mä suunnittelen ne itse kaikkija teen ne sillä rytmillä kun mä itse haluan. Jos mä haluan pitää kiirettä niin mä pidän kiirettä. Mut jos mä haluan tehdä hiukan rauhallisemmalla rytmillä ja lähtee siitä, että kyllä kellossa merkkejä piisaa – teen niin paljo kun nyt tänään jaksan ja jatkan huomenna. (H 09M)*

Vaikuttaa siltä, että yhteistyö ei ehkä olekaan kovin kiinnostavaa, mikäli siihen liittyy kovin pitkäaikaisia ulkoisia sitoumuksia (ks. myös Ruuskanen 1995). Tämä voi tulla esille maaseudun niinkin arkisessa toiminnassa kuin metsästyksessä.

*M: Ei hirvihommaa, se ei oo minun alaani. Se mun luonteesta tullu esille se, että justiin se, että joku toinen määrää, että sun pitää hirvipassis tuol mettällä olla, tuolla tienristeyksessä kello kahareksan huomenna ja ylihuomenna ja seuraavana päivänä ja ens viikolla lauantaina ja pyhänä. (...) Toinen syy, siinä on liika iso porukka. Kyllä mä voisin kaverinkin kanssa mehtästä, mutta ei sen isommalla porukalla. Ja se, että mä saan justiin itte päättää mihinkä mä meen ja millon mä meen. Mutta jos hirviporukassa on, niin sitte on sidottu siihen porukkaan. (H 10M)*

Yhteistyö kyllä on periaatteessa kiinnostavaa ja kokeiluihin ollaan valmiita, mutta pidempiaikainen sitoutuminen sopimuksiin, jotka ovat hieman epämääräisen pituisia ja joissa alistuu myös muiden päätännälle, on ongelmallista. Vaikka edellä kuvattu metsästyksesimerkki voi olla hienoinen kärjistys ja äärimmäistapaus, kuvanee se jollain tasolla sitä, miten monia ulottuvuuksia verkostoitumiseen ja yhteistyömalleihin liittyy. Yhteistoiminta ei palaudu pelkkään kannattavuuden tai kannattamattomuuden laskelmointiin. Tämä voi olla osaltaan selittämässä myös aiemmin esitettyä käsitystä siitä, että perinteinen viljelijä ei osaa tai ei halua laskea. Näin, kun arvot, motiivirakenteet ja toiminnan rationalisointi ovat varsin yksilölähtöisiä, on vaikeaa ylhäältäohjautusti luoda mitään yleisiä toimintaohjelmia tai -malleja esimerkiksi kaikkien luomutuottajien noudatettavaksi. Korkeapaineella luodot verkostot eivät todennäköisesti toimi. Se missä määrin paikallisesta aloitteellisuudesta syntyy uutta ja kestäväää yhteistyötä, jää nähtäväksi tulevaisuudessa.





## 7. YRITTÄJÄ-KEHITTÄJÄN PÄIVÄKIRJAN KERTOMAA

Tämä on minä-muodossa kerrottu toimintatutkimus yrittäjäksi ryhtymisestä ja luonnonmukaisesti viljeltyjen tuotteiden markkinointirenkkaan perustamisesta Etelä-Pohjanmaalla ajanjaksolla 1994-1996. Noin 11/2 vuoden ajanjaksolle sijoittuva tutkimus on toiminnallinen osa ”Ympäristöeettinen yritystoiminta suomalaisella maaseudulla” -tutkimusprojektia.

Toimintatutkimus ja yrittäjäksi ryhtyminen perustuvat omiin kokemuksiini maaseudun kehittäjänä esimerkiksi Lestijoki – ihmisen luonto -projektissa (ks. Susiluoma 1995). Tuolloin koetin rakentaa toimintarenkaita Lestijoen luonnontaloudellisen kehittämissuunnitelman muuntamiseksi todelliseksi yritystoiminnaksi. Tällaisella muualta tullella kehittäjällä on vähäiset mahdollisuudet omaan sitoutumiseen. Hänen tehtävänsä on ideoida muille työtä. Liiallinen sitoutuminen on kehittäjälle myös pahasta, sillä projektin rahoituksen päätyttyä saattaa projektin aikana orastanut yritystoiminta kuitua, mikäli se on nojannut liikaa palkatun kehittäjän rooliin. Katsoinkin, että eräs ongelman ratkaisu voisi olla sitoutua oman yrityksen kautta kehittämistoimintaan. Heittäytymällä puolipäivätoimiseksi yrittäjäksi halusin saada arkipäiväistä tietoa ja tuntumaa yrittäjyyteen. Henkilökohtainen sitoutuminen ja riskinotto olivat samanaikaisesti sekä tutkimusvälineitä että itsessään tutkimuksen kohteita.

### ***Kaunis Ratkaisu***

Perustamani yrityksen, toiminimi Kaunis Ratkaisun tarkoituksena on edistää maaseudun ympäristöeettisten tuotteiden markkinointia ja tuottaa mahdollisimman suoraan käytännöstä tietoa yhteistyöstä ja verkostoitumisesta sekä luomutuotteiden saatavuudesta ja valikoimista. Halusin tietää, mitkä ovat viljelijöiden valmiudet tuotteiden markkinointiin ja yhteistyöhön, ja toisaalta mitkä olisivat vähittäiskaupan valmiudet osallistua näiden tuotteiden markkinointiin. Yrittäjänä toimiessani myös käytännön markkinointiin liittyvät kysymykset saavat lisävalaistusta haastattelujen tueksi. Koke-

mukseni tuottajarenkaasta ja muusta yritystoiminnasta olen kirjannut talteen päiväkirjan muodossa.

### ***Renkaan käynnistäminen***

Tuottajarenkaan tavoitteena oli avata pieni osasto markkinoimaan luonnonmukaisesti viljeltyjä tuotteita Seinäjoella sijaitsevaan elintarvikemyymälään. Ajatuksena oli helpottaa luomutuotteiden saatavuutta eli viedä ne sinne mistä ihmiset pääosan päivittäisistä ostoksistaan ostavat. Suoramyynti tiloilta, erilaiset suoramyyntihallit tai luontais-tuotekaupat eivät tavoita suurinta osaa ihmisistä. Kuluttajien on vaivalloista käydä päivittäisten elintarvikkeiden vuoksi vähintään kahdessa kaupassa. Täysin luomulle perustuvan kaupan perustaminen on kotimaisen luomutuotannon nykytasolla lähes mahdotonta. Tällaiseen luomukauppaan jouduttaisiin tuomaan runsaasti tavaraa myös ulkomailta.

Luomuosaston tarkoituksena oli koota kaikki luomutuotteet mahdollisuuksien mukaan samaan pisteeseen. Ongelma kaupassa usein on, että luomutarjonta hukkuu helposti, kun tuotteet sijoitetaan tavanomaisten tuotteiden rinnalle hyllyyn. Eräs tärkeä tavoite olikin luomutuotteiden erilaistaminen päivittäistavarakaupan tuotevalikoimassa. Samalla oli tarkoitus kokeilla verkostomaisesti toimivan viljelijärenkaan toimivuutta ja yhteistyötä. Tuottajarenkaaseen pyrin löytämään mahdollisimman laajan tuotevalikoiman tarjoavan viljelijäporukan. Samalla pyrin löytämään viljelijät mahdollisimman läheltä markkinointipistettä. Viljelijöiden etsinnässä apua antoi luonnonmukaisen viljelyn neuvoja. Hänen ehdotustensa pohjalta sain koottua kuuden viljelijän renkaan, joka oli halukas toimittamaan tuotteitaan tähän luomupisteeseen.

Suunnitelmaani kuului, että minä hoitaisin luomurenkaan laajentamisen ja tuotevalikoiman lisäämisen. Kauppiaalle jäisi vastuu markkinoinnista yhdessä minun kanssani. Tarkoitukseni oli saada palkkani pääasiassa provisiopohjaisesti. Tällaisen ulkopuolisen ”tukkuhämisen” hyväksi puoliksi katsottiin hänen puolueettomuutensa ratkaistaessa esimerkiksi huonosti kaupaksi menevän tai huonolaatuisen tuotteen poistamista

luomupisteestä. Puhtaasti kaupallinen perusta katsottiin paremmaksi kuin osuuskuntatyypinen, jossa talkoohenki yleensä kääntyy siihen, että pari aktiivisinta joutuu tekemään työt. Useissa tilanteissa aikaisemminkin viljelijöiden keskuudessa oltiin oltu sitä mieltä, että ”kyllähän tätä kolhoosia on jo kokeiltu”.

*Keskusteluja tuottaja 1:n tilalla. Hän korosti joukkokokouksen mahdottomuutta myyntiä organisoitaessa. Olisi syytä ottaa yhteyttä suoraan viljelijöihin ja rakentaa osasto ilman demokrati-aa.*

Vaikka luomuviljelijöitä on Etelä-Pohjanmaalla suhteellisen runsaasti, oli riittävän tuotevalikoiman saaminen osastolle vaikeaa. Useilla tuottajilla on hyvin samantapainen tuotevalikoima tai tuotteita ei jalosteta edes pussituksen vertaa. Erilaiset viljat ja peruna ovat suosituimpia, toisaalta esimerkiksi vihanneksien ja juureksien saannissa, porkkanaa lukuunottamatta, oli vaikeuksia. Jos niitä löytyi, erät olivat yleensä niin pieniä, että ne oli saatu kaupattua jo lähiseudulle. Toisaalta pienten määrien toimittaminen kauempaa Seinäjoelle ei tuntunut taloudellisesti mielekkäältä.

Viljelijät, joihin olin yhteydessä, olivat asiasta kiinnostuneita. Laadin yhteistyön pelisäännöt, jotka yhdessä hyväksyttiin. Systeemistä ei haluttu kankeaa allekirjoitettavin sopimuksin, vaan päädyttiin joustavampaa sopimukseen mallia ”herrasmies”. Siinä määriteltiin eri osapuolten oikeudet ja vastuut. Pelinsäännöissä minun tehtäväni oli yhdessä viljelijöiden kanssa etsiä uusia tuotteita ja kauppiaan kanssa markkinoida tuotteita. Otin eräänlaisen koordinaattorin roolin. Viljelijät sitoutuisivat tuomaan tuotteensa ensisijaisesti tämän tuottajarenaan myyntipisteeseen, oman tuotteensa loppuessa riittävän ajoissa tiedottamaan asiasta ja etsimään mahdollisuuksien mukaan uutta tuottajaa tilalle. Mukaan lähtevät viljelijät suorittaisivat pienen käynnistysmaksun kahdessa erässä, ja minä saisin myynnistä pienen provision.

### ***Markkinointiin satsaamisen ja verkostoitumisen vaikeus***

Kaupallisen markkinoinnin pystyttämisenä on omat vaikeutensa. Maanviljelijän ei ole perinteisessä tuottajan roolissa tarvinnut miettiä elintarvikkeiden markkinointiin me-

neviä kustannuksia ennenkuin tuote on kuluttajan kassissa. Viljelijöiden valmiudet sijoittaa markkinointiin tuntuvat vielä pieniltä, ja pienten luomuerien kohdalla se vaikuttaa heistä kohtuuttomalta. Lisäksi heidän on vaikea ymmärtää koordinaattoria, jonka ainoa resurssi on välitystaitojen lisäksi aika. Toimintani tukkurina oli kitkaista, koska minulla ei ollut pääomia odotella tuloksia eli palkkaani kovin pitkään; ellei ajankäytöstä ole mahdollista saada korvausta, on suhteellisen nopeasti tehtävä jotakin. Viljelijäjoukon olisi oltava tarpeeksi laaja, että tällainen koordinaattori saisi palkan ponnisteluistaan. Laajuus tuo taas mittakaavaongelman, jossa verkostomaisen yhteistyön opettelu on vielä vaikeampaa kuin pienessä porukassa.

Verkostoituminen tuottaa kuitenkin vielä vaikeuksia useille tuottajille varsinkin tilanteessa, jossa ei suoranaista hyötyä ole heti tarjolla, vaan sijoitus on tehtävä pitkälle tulevaisuuteen.

*Illalla soitto viljelijä 2:lle. Hän kertoi, että viljelijä 3 piti markkinointimaksua liian korkeana. Minusta tuntuu, että viljelijät eivät aina ymmärrä kuinka pienistä rahoista loppujen lopuksi on kysymys, ja että markkinointiin on satsattava.*

Sitoutuminen esimerkiksi yhden liikkeen elintarvikkeiden mahdollisimman laajaan tarjontaan vaatii viljelijöiden pitkäaikaisen sitoutumisen lisäksi organisoijalta resursseja ja aikaa. Nykyisessä tilanteessa tuottaja helposti turvautuu turvalliseen tuotteeseen, jolloin valikoima on kapea tai kapeutuu kysynnän kasvaessa. Tällöin luomuosasto ei kykene palvelemaan kuluttajaa tarpeeksi laajalla tuotevalikoimalla, ja kysynnän kasvaessa tietyt tuotteet loppuvat helposti kesken.

### ***Kaupan metsästy***

Sopivaa elintarvikeliikettä etsiessäni minulla oli mielessä ideaalinen ratkaisu: Liike sijaitaisi keskustassa, niin että asiakkaan ei tarvitse omistaa autoa päästäkseni luomuosoksille. Kauppa ei saisi olla mikään niin kutsutun paremman väen ostospaikka. Helsingin Stockmanin luomumenekki on huonoin mahdollinen mittari! Minulla oli mielessäni (käyttökelpoisen stereotyyppinen) kuva perheenäidistä tulossa päiväkodin

kautta kauppaan ja sieltä kotiin. Hänellä on huoli lastensa ravitsemuksen tasosta ja riittävästi idealismia myös tuotetun ruuan ympäristövaikutuksia kohtaan. Hänellä on kuitenkin hyvin vähän aikaa ja voimia. Jokainen kaupan oven avaus on hänellä rasitus. Tällaiselle asiakkaalle haluaisin tehdä helpoksi nostaa kassiinsa luomutuotteita.

Tiedustelin puhelimitse paikkakunnan suurten ja keskisuurten ruokakauppojen kiinnostusta erillisen luomuosaston perustamiseen. Kävin läpi myös isommat automarketit. Tiedustelussa lähes kaikki kauppiaat pitivät nykyistä *tuotteittain hyllyssä* -systeemiä hyvänä ja muutosta oman luomuosaston suuntaan turhana tai sitten ajoituksestaan vääränä. Oma osasto tulisi rakentaa esimerkiksi liikkeen laajentamisen yhteydessä. Jollekin kauppiaille oman osaston perustaminen tuntui liian kalliilta. Yleisellä tasolla luomutuotteiden tarjoaminen nähtiin tarpeellisena, mutta ei erityisen panostuksen arvoisena. Tuntui, että he haluavat tehdä tällaiset ratkaisut itse ilman ulkopuolista ”konsulttia”. Yhden marketin osalta jatkoneuvottelut kuitenkin käynnistettiin.

Ensimmäisen kaupan kanssa neuvottelut kariutuivat osin luomutuotteiden hinnan kalleuteen. Luomutuotteen loppuhinta oli tulossa tavanomaista tuotetta kalliimmaksi 20 % tai enemmän, ja se oli kauppiaan mielestä liikaa. Kauppiaille ei ollut myöskään halua erilaistaa luomutuotteita esimerkiksi käyttämällä ympäristöargumentteja tai tuotteen eettistä laatua. Tällöin lisähinnan pyytäminen on kauppiaille luonnollisestikin vaikeaa. Kauppias haluaa mieluummin pitää matalaa profiilia, ja esimerkiksi lihan myynnissä eettisten kysymysten esillenostaminen ei tullut kysymykseenkään. Suurin osa lihasta on nk. tavanomaista, eikä kauppias halua kyseenalaistaa sen myyntiä. Kauppiaan matalan profiilin logiikka on siinä, että luomutuotteita etsivät saavat tuoteinformaationsa luomutuotteiden tuotantoperiaatteista muualta, kuten laktoosittomia tms. erikoistuotteita hakevat kuluttajat. Tässä kuvastuu sitkeässä oleva luomutuotannon erikoistuotantoon vertautuminen, vaikka kyse on erilaisella tuotantomenetelmällä tuotetusta samanlaisesta tuotteesta. Loppujen lopuksi yhteistyön lopahtamisen tärkein syy oli erillisen luomuosaston perustamisesta vallinnut erimielisyys. Kauppiaille olisi tuottanut liikaa vaivaa järjestellä tuotteet ehdotettuun kahteen-kolmeen pisteeseen (viljatuotteet ja leivät, juurekset, vihannekset ja jalosteet).

Odotin luomutuotteiden hyvän julkisuuden kantaneen hedelmää ja kauppiaiden olevan enemmän valistuneita luomutuotteiden ja luomutuotannon kasvavasta suosiosta. Kerroin ehkä liiankin laveasti (kauppias saattoi väsyä ”turhaan” puheeseen) luonnonmukaisen viljelyn periaatteista ja siitä, miten tämä maaperästä huolta pitävä ja luonnon monimuotoisuutta turvaamaan pyrkivä tuotantomuoto tulee laajenemaan. Kerroin miten etelässä tuotteet viedään käsistä, ja miten kauppa saisi tällaisesta osastosta selkeän markkinointiedun kiristyvässä kilpailussa. Kerroin käsityksiäni luomutuotannon ympäristöetuihin liittyvistä markkinointimahdollisuuksista. Kauppa oli kiinnostunut kuitenkin vain rahasta, tässä ja nyt.

*Kylmä suihku! Kauppias 1 ei ole kiinnostunut luomuosaston perustamisesta, vaan tuote kerrallaan hyllyyn. Hän piti myös hintoja liian kovina ja ei siten ollut kovin kiinnostunut osaston pystytämisestä. Tuotevalikoimakin oli kuulemma vähäinen, mutta niitähän saa lisää. Leipäpuoli on 20-30% kalliimpaa, luomuperuna ja jauhot liikkuvat, viljelijät ottavat suoraan yhteyttä, valkosipulijalosteet olleet lähes säännöllisesti pettymys.*

Hintakysymykseen en halunnut yhteistyön kaatuvan, sillä itsekin pidän luomutuottajien hintaodotuksia joskus liian korkeina. Asia ei kuitenkaan ollut vain hinnasta kiinni, sillä oletettavasti kauppa yleensäkin mieluummin keskustelelee suoraan viljelijän kanssa, tai sitten ostaa tavarat suoraan tukusta. Tällainen konsulttimainen välikäsi saattoi olla kauppiaille hankala kumppani. Konsultti tulee sekoittamaan kaupan päivittäisen ruutiinin ehdotuksillaan. Yhteistyön kariuduttua kuulinkin, että kauppa oli otanut itsenäisesti yhteyttä erääseen renkaan jäseneseen ja ehdottanut yhteistyötä – toimintaan ei kuulema mitään välittäjiä kaupan taholta tarvittu.

Ensimmäisen neuvottelukontaktin kariuduttua ryhdyin neuvottelemaan toisen markkin kauppiaan kanssa. Neuvotteluissa myös tämä kauppias epäili erillisen pisteen tai osaston tarpeellisuutta luomutuotteille. Yleensäkin kauppiat näkevät luomutuotteet joko erikoistuotteina tai sitten hyvin vähän tavanomaisista tuotteista poikkeavina. Luomutuotteita tarjoava tuottajarengas käynnisti kuitenkin toimintansa tässä toisessa kaupassa, jonka kanssa päästiin sopimukseen tuotteiden esillepanosta.

*Soito kauppa 2:n johtajalle. Yllättävän positiivinen vastaanotto. Hän on harjoittanut enemmänkin luomumyyntiä aikaisemmin. Luomutuottajat vaativat hänen mukaansa liian kovia hintoja. Luomun ostajia kyllä on, mutta hänen mukaansa johan kotimaiset tuotteet muutenkin ovat puhtaita kuin luomut.*

Kauppiaan asenne rinnastaa luomutuotteet tavanomaisiin kertoi siitä ettei hän pidä tuotantomuodon eroa merkittävänä. Kauppiaana hän kuitenkin tarjoaa luomutuotteita, mikäli joku sattuu niitä pyytämään. Hänelle luomutuotteiden sijoittaminen omaan pisteeseen kävi päinsä vaikka ”*kyllähän ihmiset etsivät kutakin tuotetta sille kuuluvas- ta osastosta*”.

Luomutuotteiden selkeä erilaistaminen ja sitä kautta toteutuva markkinointi ei yleensä tule kysymykseen. Näin kävi myös tämän kaupan kohdalla. Tuotteet saatiin esille ja toiminta käynnistettiin toiveikkaasti, mutta varsinaista innostusta ja panostamista ei kaupan taholta liennyt. Henkilö, joka hoiti kaupan puolelta asiaa, joutui tekemään sen muun kiireen ohessa. Hänen mielestään parasta olisi, kun kaikki luomutuotteet saataisiin samaan paikkaan ja erotettua selkeästi muista. Jouduimme viljelijöiden kanssa turvautumaan luomujulisteisiin ja tarroihin pyrkiessämme erottamaan luomutuotepisteet muista samoista tuotteista. Tulos ei ollut selkeä ja tilanne huononi jatkossa, kun kauppa ei halunnut panostaa asiaan. Luomutuotteiden viereen tuotiin silloin tällöin ei-luomutuotteita, esimerkiksi erittäin hyvin ja pitkään säilyviä ruotsalaisia tarjouskääretorttuja.

Avajaispäivänä seisoin itse kaupassa maistattamassa tuotteita. Vastaanotto oli hyvä. Useat asiakkaat kertoivat odottaneensa ja toivoneensa tällaista. Erääksi tärkeäksi syyksi ilmoitettiin, että halutaan olla selvillä tuotteen alkuperästä.

*Torstai 18.5.1995*

### *LUOMUOSASTO ON VIHDOINKIN AUKI*

*Aamulla homma lähti hieman nihkeästi liikkeelle. Kukaan ei tien- nyt koko luomuosaston tulosta. Viljelijä 2 ei päässyt konsulentiksi ja sitä rataa. Pikku hiljaa tuotteille löytyi koodit ja hinnat ja*



*sitten ryhdyttiin muokkaamaan paikkoja. Työntekijä 1:n suusta tuli sekin totuus, että parasta olisi jos kaikki luomutuotteet olisivat samassa paikassa.*

*Aloitin maistatuksen n. klo 14.00 ja lopetin klo 18.30. Mehua kului n. 7 l ja hapankaalia 11/2 purkkia. Mehua ja kaalia keuhuttiin, vaikka ei moni kaalia maistanutkaan.*

*Palaute erinomaisen kannustavaa. Useat olivat ihastuksissaan kun oli mahdollisuus saada taatusti kotimaista ja puhdasta ruokaa saman katon alta kuin muutkin elintarvikkeet. "Nykyään kun ei tiedä mistä se tulee!"*

Puhtaasti pohjalainen -otsikolla markkinoidut tuotteet saivat kehuja, ja odotukset olivat tässä vaiheessa korkealla. Oli kuitenkin kevät ja tuotteita oli vähän tarjolla. Vähäinen tuotevalikoima piti toiminnan pienimuotoisena. Seuraavana satokautena odotin tulevan enemmän tarjontaa ja kauppiakaan innostuvan samalla enemmän asiasta. Kesän ja alkusyksyn aikana yksi renkaan jäsenistä kävi silloin tällöin kohentamassa osastoa, mutta se ei yksin riittänyt pitämään pistettä elävänä.

Ongelma oli kuitenkin edelleen se, että tuotteet olivat levällään, hajanaisesti sijoitettu, ja tämä esti yhtenäisen imagon rakentumista. Syyskuussa päätinkin parantaa luomuosaston kuvaa tilaamalla puusepältä tuotteita varten mäntytuusta tehdyn hyllykön. Sen tarkoitus oli koota tuotteet samaan pisteeseen, erottaa ne muista tuotteista ja tätä kautta houkutella asiakkaita. Puusepän työ kuitenkin venyi, samaan aikaan minulla oli yrittäjän roolissa muita kiireisiä projekteja, joista oli luvassa palkkaakin. Tässä vaiheessa oli näet tullut selväksi, että luomuosaston lisäksi on yrittäjän kehitettävä myös muita tulonlähteitä. Vuokrat lankesivat edelleen maksuun kuukausittain samoin kuin puhelinlaskut.

*Homma ei taida toimia provisiopalkalla.*

Vaikka viljelijöillä ei olekaan valmiuksia tai mahdollisuuksia panostaa markkinointiin, niin ymmärrystä omalle yritystoiminnalleni kuitenkin sain.

*Viljelijä 1: Ei kannata palkatonta työtä tehdä.*

Teemaan liittyen olin aloittanut valmistelemaan koulutusohjelmaa eettisten kysymysten huomioonottamisesta ruuan tuotannossa. Koulutusohjelma ”Moraalinen elintarvike eli Rehti Sapuska” vei energiani ja huomioni elokuulta lokakuulle asti. Koulutusohjelma käynnistyi syyskuun lopussa 1995. Mukana oli pääasiassa agronomin koulutuksen saaneita ihmisiä. Osallistujia oli niin perusmaataloudesta, neuvonnasta, teollisuudesta kuin järjestötyöstäkin. Koulutus sisälsi seitsemän koulutuspäivää kolmessa eri jaksossa. Arvopohdinnat ja moraalisen ongelman ratkaisujakso pidettiin Chydenius-Instituutissa Kokkolassa. Eettisestä eläintuotannosta oli kahden päivän jakso Alahärmän Voltissa ja jaksoista pisin, markkinointi, pidettiin Helsingissä. Vierailevina luennoitsijoina oli asiantuntijoita filosofian, eläintuotannon, markkinoinnin ja kulutuskäyttäytymisen aloilta. Koulutuksessa käsiteltiin käytännön maatalouden kysymysten lisäksi moraalisten ongelmien ratkaisua, mielikuvamarkkinointia ja yritysten ympäristöstrategioita. Osallistujien ja luennoitsijoiden vuorovaikutus nosti esiin voimakkaasti suomalaisen maataloustuotannon eettisen profiloitumisen tarpeen.

Koulutusohjelman viedessä aikani ja energiani luomupiste jäi vähälle huomiolle, ja kun kauppakaan ei ollut aktiivinen, ei luomuosasto pysynyt edustavassa kunnossa. Lisäksi tuotevalikoiman laajentamisessa oli vaikeuksia. Samoihin aikoihin yksi renkaan jäsenistä jättäytyi pois toiminnasta ja hoiti itse tuotteidensa markkinoinnin muualle. Syyksi hän kertoi kauppiaan heikon innostuksen pisteen kehittämiseen.

Vähitellen mielessäni kypsyi uuden paikan etsiminen renkaan tuotteille. En uskonut, että toiminta ilman kauppiaan omaa kiinnostusta luomutuotannosta onnistuisi. Luomukärryn valmistuttua aloin neuvotella kolmannen kauppiaan kanssa, joka oli enemmän perillä luomutuotannon periaatteista. Hän oli kiinnostunut ottamaan erillisen luomukärryn ja se sijoitettiin paikalleen vuodenvaihteessa 95/96. Tätä kirjoittaessani pisteeseen tuo tuotteitaan kolme tuottajaa. Tämä pienimuotoinen pilottihanke jatkuu ja toivottavasti voimistaa toimintaansa, laajentaa tuotevalikoimaansa ja tuottajapiiriään. Tutkija/yrittäjä väistyy ”tukkurin” roolistaan ja keskittyy luomutarjonnan laajentamiseen omassa kahvilassa Alahärmän Voltissa. Jatkossa kauppias ja tuottajat hoitavat osastoa yhteistyössä. Pienimuotoisuudessaan osasto ei elätä välikättä.

### ***Vähittäiskauppa herää hitaasti luomutuotantoon***

Neuvottelut luomuosaston pystyttämisestä vähittäismyymälään kuvastavat konkreettisesti vaikeuden, minkä ympäristöeettisesti profiloitua tuotanto eli tässä tapauksessa luomutuotanto kohtaa. Kauppias ei halunnut, että eettisiä kysymyksiä tuotaisiin esille esimerkiksi lihaa markkinoitaessa. Hänen mielestään suurin osa kuluttajista etsii halpaa ruokaa ja haluaa luottaa siihen, että kaikki kauppiaan myymä tavara on laadukasta eikä aiheuta vahinkoa ympäristölle. Ympäristökysymyksiin nojaava markkinointi on kauppiaan kannalta ongelmallista, koska hän katsoo asettavansa muut tuotteensa sitä kautta outoon valoon. Tämän vuoksi yksittäinen kauppias pitää mieluummin matalaa profiilia luomutuotteiden suhteen, ja tällöin esimerkiksi hyvän luomuvälikoiman käyttäminen koko liikkeen markkinointivalttina ei houkuttele.

Toinen tärkeä syy kaupan varovaisuuteen on luomutuotannon saatavuuden turvaaminen. Mikäli kauppias satsaa luomuosaston rakentamiseen, olisi tuotteita oltava jatkuvasti saatavilla. Tästä huolehtii yleensä tukkuporras. Jotta kauppias uskaltaisi panostaa selkeästi luomutuotteisiin, pitäisi hänen takanaan olla joko kauppaketjun selkeä luomua suosiva linjavalinta tai sitten oma tietoinen ja tiedollinen panostus. Tältä pohjalta ajatus kiertyy väkisinkin oman luomutukkuliikkeen synnyttämiseen. Eräänlaisen pienen tukkuportaan rakentamisesta oli tämän tutkimushankkeen konkreettisessa yrityksessä kysymyskin.

Vaikka luomutuotteiden tarjonnan epävarmuus onkin yksi syy vähittäiskaupan varovaisuuteen, kauppa ei myöskään itse aktiivisesti patistele tuottajia tai tarjoa hyviä mahdollisuuksia luomutuote-erien esilletuomiseen. Esimerkiksi Kauhajoen ruokamesujen elintarvikeseminaarissa Etelä-Pohjanmaan Osuuskaupan puheenvuorossa kerrottiin kuulijoille, että kauppa on kiinnostunut pienimuotoisesta elintarviketuotannosta siinä vaiheessa, kun nämä pienimuotoiset elintarvikevalmistajat voivat toimittaa kaikkiin alueensa kauppoihin saman myyntisetin – mielellään valmiiden myyntialustojen ja fondien kera.

## ***Ympäristöeettinen tuotanto – mitä voimme oppia luomuesimerkistä***

Ympäristöeettisessä maataloustuotannossa piileviä mahdollisuuksia ei ehkä kyetä näkemään selkeästi, sillä näkökulmaa haittaa kaksi erilaista painotusta. Toinen on koko maatalouden ja elintarviketuotannon ekologistamisen näkökulma, joka korostaa yleistä ekologista, eettistä muutosta maatalouden ja maaseudun turvaamisessa. Toinen näkökulma taas tähtää erilaisen jalostustyön ja varsinkin pienimuotoisen jalostuksen mahdollisuuksien kasvattamiseen. Jälkimmäisessä saatetaan luoda tarpeettomia illuusioita ja odotuksia yksittäisen yrittäjän mahdollisuuksiin.

*Mikkelin luomumessuilla vahvistui ajatus perusruuan tuotannon keskeisyydestä. Kuluttajan on saatava päivittäiset peruselintarvikkeet luomuna. Erilaisia valkosipulihunajan valmistajia tms. purnukoiden tuottajia kyllä piisaa. Mitä pienemmissä erissä niitä myydään, sitä enemmän siunaantuu jätettä. Ihminen usein myös tekee mielellään itse tällaisia erikoisuuksia hyvistä raaka-aineista. Maataloustuotannon luomualan kasvattaminen tulee olla päätarkoitus. Erilaiset pienjalostajat ovat tärkeitä maaseudulle ja yksittäiselle ihmiselle, eivät luomuaatteelle – luonnolle!*

Uuden yrittäjyys- ja kuluttajakulttuurin synnyttäminen on usein vaikeaa siinäkin tapauksessa, että kaikki osapuolet olisivat asialle omistautuneita. Luomutuotannossa on tällä hetkellä jokaista osapuolta rasittavia epävarmuuksia, jotka kaipaisivat tunnustamista ja reippaita otteita sekä mittakaavapäätöksiä:

- a Luomuviljelijöiden yhteistyö, usko luomutuotantoon ja solidaarisuus toisia tuottajia kohtaan kaippaa vielä paljon parantamista. Suurin osa luomutuottajista pitäytyy turvallisissa tuotteissa (peruna, viljat) ja esimerkiksi vihannestartonta on olematonta. Usko luomutuotantoon on heikko ja näkyy eron vähätellynä tavanomaiseen. Korkeampi profiloituminen pelottaa.a
- a Tukkuporrasta ei oikeastaan ole vielä olemassa. Tämän pilottiprojektina erääksi vaikeudeksi muodostui ristiriita ja oma virhearvio työmäärän ja odotettavissa olevien tulojen kesken. Luomupisteen organisointia haittasi työt,a joita oli tehtävä palkkansa turvaamiseksi.a

- **Vähittäiskauppa** on ainakin tässä esimerkkitapauksessa vielä hyvin varovainen. Useat läpikäymistäni suurista elintarvikemyyjistä Seinäjoella epäiliväti tällaisen luomuosastokokeilun investointeja ja halusivat selkeästi pitää aloitteen itsellään. Viljelijöistä koostuva rengas koettiin vaikeaksi kumppaniksi, eikä tuotevalikoiman riittävyuteen uskottu. Tuotteet haluttiin pääsääntöisesti sijoittaa muiden tuotteiden sekaan, ja selkeää luomuprofiloitumista haluttiin välttää. Kun osastoa sitten rakennettiin, oli kaupan oma-aloitteisuus luomuosaston hoitamiseksi ja siitä esimerkiksi markkinointiedun hankkimiseksi heikkoa. Koska luomutuotteilla ei ollut kaupalle suurta merkitystä niiden vo-lyymin pienuuden vuoksi, niihin ei haluttu panostaa.

Sitoutumisen vaikeus on jokaisella. Viljelijän on vaikea sitoutua toimituksiin, jos ei uskalla laajentaa viljelyksiä. Tukkuliikettä on erittäin vaikea perustaa, koska odotukset tuloksesta ovat vielä sangen pienet. Pienenkin palvelevan luomupisteen synnyttämiseen tarvitaan paljon panostamista, lisäksi tarvitaan aikaa ja taloudellisia resursseja odottaa rahallisia tuloksia. Tällaiset edellytykset olisivat ehkä jollakin isolla kauppa- ketjulla tai erillisellä myymälällä. Lisäksi jotta kysynnän imua syntyisi ja tukkupu- raskin pidemmällä tähtäimellä eläisi, eivät tuotteiden kuluttajahinnat saisi kohota liian korkeiksi.

### ***Hyvän asian yhteinen harha***

Luonnonmukaisesti viljeltyjen tuotteiden markkinoinnissa tuottaja kohtaakin yhtäällä ympäristömarkkinoinnin kehittymättömyyden ja toisaalla luomutuotteiden kuluttaja- kyselyissä saatujen korkeiden kulutushalukkuuksien ja todellisen toiminnan välisen kuilun.

Tuottaja ei ymmärrä sitä, miksi kuluttajalle hyvä tuote pitää vielä paketoida ja mark- kinoida mielikuvin. Tuotteen valmistajan mielestä ”*hyvä tavara kaupaa itse itsensä*”. Moni tuottaja elää siinä gallupien ja niistä tiedottamisen luomassa harhassa, että lu- omutuotteet viedään käsistä. Kyselytutkimukset kertovat toista tarinaa kuin kuluttajien

sosiaaliset käytännöt. Tuottajan kannalta julkisen sanan myötämielisyys luonnonmu-  
kaista ja ympäristön huomioon ottavaa tuotantoa kohtaan saattavat muodostaa erään  
illusion. Kaupunkilaiset toimittajat haluavat tulkita pienetkin signaalit kysynnän  
merkittäväksi laajenemiseksi. Tuottaja – lukiessaan lehdistä ja kuunnellessaan ajan-  
kohtaisohjelmista luomutuotteiden ”kysynnän” kasvusta – haluaa myös nähdä asiat  
parhain päin. Syntyy hyvien asioiden kohottava lämmin ilmavirtaus – konvergenssi,  
jossa pienin resurssein toimiva tuottaja/markkinoija kohoaa sellaisiin korkeuksiin,  
josta putoaminen tekee kipeää. Syyttävää sormea ei tällaisessa tapauksessa tietenkään  
voida eikä kannatakaan minnekään asettaa, sillä kaikki toimivat hyvässä tarkoitukses-  
sa. Mutta varsinkin pienimuotoisten elintarviketuottajien ponnistelut ovat joskus koh-  
tuuttomia tuloksiin nähden.



## **8. PUHE LUONNONMUKAISUUDESTA – PUHETTA TERVEYDESTÄ, TALOUDESTA, YMPÄRISTÖSTÄ**

### *Tie myrkyttömyyteen?*

Ympäristötietoisuuden kasvun myötä myös tuotannollinen toiminta ja elinkeinoelämä ovat joutuneet ottamaan uudet ympäristöarvot entistä enemmän huomioon toiminnassaan. Samalla ympäristöystävälliset tuotantotavat ovat saaneet entistä enemmän huomiota myös maaseudun kehitysmahdollisuuksia pohdittaessa. Tässä tutkimuksessa rajauduttiin pohtimaan erään ympäristöeettisen tuotannon sektorin, luomuviljelyn ja jalostuksen, problematiikkaa. Luomutuotanto on selkeästi maaseudulle sijoittuva ympäristön toiminnassaan huomioon ottava tuotantotapa. Alalla on vakiintuneet säädökset ja myös toiminta on varsin vakiintunutta. Näin se sopii esimerkkialueeksi maaseudun ympäristöeettistä tuotantoa tarkasteltaessa, varsinkin kun muu ympäristökysymyksiin kiinnittyvä tuotanto on sekä maaseudulla että koko pk-sektorilla vielä varsin vähäistä. Luonnonmukaisen tuotannon kautta avautuva ilmiökenttä ongelmiseen ja mahdollisuuksiin on ainakin jossain määrin laajennettavissa muuhunkin maaseutukulttuurissa tapahtuvaan tuotantoon.

Luonnomukaisiin elintarvikkeisiin ja niiden markkinointiin liittyy toisaalta aivan oma problematiikkansa. Elintarvikkeisiin liittyy paljon niin henkisiä, ravitsemuksellisia kuin sosiaalisiaakin kysymyksiä. Oikeastaan monessa yhteydessä ovat elintarvikkeisiin sekä niiden tuotantoon liittyvät käsitteet sotkeutuneet keskenään. Elintarviketuotantoon liittyvässä keskustelussa kietoutuvat terveystietoisuutta, markkinamielikuvia, ympäristövaikutuksia ja eettisiä kysymyksiä korostavat näkökulmat toisinsa tavalla, joka tekee siitä varsin vaikean jäsentää.

Ulrich Beck (1990, 17-18) on kutsunut vaarojenhallinnan vuosisatavirheeksi tilannetta, jossa modernin aikakautemme riskien muuttunut luonne on jäänyt ymmärtämättä: Uudessa tilanteessa riskejä ei voi rajata paikallisesti, ajallisesti eikä sosiaalisesti. Sa-



malla syyksilukemisen ja vastuun kantamisen säännöt lakkaavat toimimasta syyseuraus -suhteiden hämärtyessä; vaaroista tulee anonyymejä, mikä myös hyväksytään. Myös byrokraattisen hyvinvointiyhteiskunnan antama lupaus turvallisuudesta käy katteettomaksi, kun vaurioista tulee peruuttamattomia tuhoja, joiden päätepiteitä ei voida ennakoida, eikä näin taloudellisesti korvata.

Kun ihminen ei elä syömättä, eikä ruuatta voi näin olla muutakaan sosiaalista toimintaa, kiteytyy ruokaan hyvin monia ihmisen modernissa yhteiskunnassa kohtaamia riskejä. Riskiyhteiskunnan vaikeasti hahmotettavassa tilanteessa riskitietoisimmat muuttavat ravitsemuksellisia normejaan ja siirtyvät luomutuotteisiin. Luomutuotteista ja niiden kulutuksesta onkin jossain määrin – ja ilkeästi tulkiten – tullut individualisointuneiden koulutus- ja omaisuuskerrostumien itselleen ostama (näennäis)turvapaikka – tie myrkyttömän, lisäaineettoman ja terveellisen ruuan lähteille. Loput taas luottavat elintarvikevirastoon ajatteleamalla: *”Se ei voi olla myrkyllistä koska kerran laitamme sitä suuhumme”*, kuten Beck ironisoi. (ks. Beck 1990, 78-83). Eipä tosin ihme, että niin kuluttajien kuin tuottajienkin silmissä korostuvat maku ja jäämättömyys, kun ympäristökysymyksiä ammatikseen pohtiva yhteiskuntatieteilijäkin näkee kiteytetyksi luomutuotannossa mahdollisuuden *”kehittää ruokapöytään maukkaampia, puhtaampia ja vähemmän lisäaineita sisältäviä tuotteita”* (Massa 1996, 16).

Vaikka puhtaus-, lisäaineettomuus- ja terveiskysymykset vaikuttavatkin saavan riskitietoisessa yhteiskunnassa yhä enemmän jalansijaa, ei tämä tarjoa luomutuotannon tulevaisuudelle kovinkaan varmaa ja tukevaa perustaa. Hyytiäinen (1996) on koonnut eri tutkimustuloksia luomutuotteiden ominaisuuksista ja vertaa näitä kuluttajan odotamiin – puhtauteen, lisäaineettomuuteen ja terveellisyyteen. Kokoavana tuloksena Hyytiäinen toteaa, että edellä mainittuja luomutuotteiden ominaisuuksia on varsin vaikea markkinoida: tuotteet eivät mitenkään itsestäänselvästi ole ”puhtaita”, ”lisäaineettomia” tai ”terveellisiä”. Jäljelle jäävät tuotannon ympäristövaikutukset, joista kuitenkin luomutuotteiden nykyiset kuluttajat eivät vaikuta olevan kovinkaan kiinnostuneita eivätkä tuottajat toisaalta kovinkaan halukkaita puhumaan.

Konventionaalisen maatalouden ja maaseututuotannon aiheuttamat ympäristöuhat on ikään kuin institutionaalisesti hyväksytty: muutokset otetaan mieluummin neuvontaorganisaatioiden teknisinä normeina kuin ympäristökysymyksinä itsessään – normin mukainen toimiminen poistaa näin vastuun. Kaukaisen järven tai meren rehevöityminen on pantavissa teollisuuden tiliin tai vastaavasti helppo unohtaa nopeasti, pelto- ja tiivistyminen panee ehkä miettimään, mutta lapsen allergia aiheuttaa jo toimenpiteitä. Käännyttään ikään kuin itseän päin, aletaan syödä puhdasta ruokaa ja suojataan näin kaikkein lähin ja intiimein piiri. Ympäristökysymysten leviämisen elintarvikesektorin ulkopuolisen taloudellisen toiminnan piiriin tämä aiheuttaa ongelmia: kun pirtinpöytää ei laiteta suuhun ja niellä sisään, ei sen ekologisilla vaikutuksilla nyt niin suurta merkitystä ole. Sen sijaan kaksi-viisivuotiaille tarkoitettujen puulelut voivat hyvinkin jo panna miettimään. Puhtaus ja lisääineettomuus ovat niitä argumentteja, joiden avulla yksilöityvässä yhteiskunnassamme myydään turvallisuutta niille, joilla on siitä varaa maksaa. Näin ollen myös markkinoita löytyy parhaiten juuri niille tuotteille, jotka koskettavat kuluttajien intiimejä sfääriä.

### ***Ympäristökysymyksillä ei haluta erottautua***

Luomutuotannon profiloiminen ympäristöystävälliseksi tuotantomuodoksi vieroksuttaa viljelijöitä. Yksittäisen viljelijän osuutta hajakuorituksen kasvussa on vaikea nähdä ja viljelijöiden etujärjestö on viimeiseen asti kamppailut asian kieltääkseen. Luonnontiede tarjoaa maatalouden hajakuorituksesta tutkimusnäyttöjä, mutta asiantuntijoiden ja vasta-asiantuntijoiden argumenttien myllytyksessä on vaikeaa löytää absoluuttisia totuuksia. Tämän myötä omat toimet voivat näyttäytyä hyvin vähämerkityksisinä suuressa kasvottomassa muutoksessa, jossa syitä ja seurauksia ei ole.

Luonnonmukaista tuotantoa harjoittavat tuottajat ovat selkeästi tiedostaneet maatalouden ympäristöongelmat. Kovin halukkaita he eivät kuitenkaan ole niiden suhteen perinteisestä maataloustuotannosta erottautumaan eivätkä omaa tuotantoaan ympäristöargumenteilla markkinoimaan. Kun valtavirta ja etujärjestö kieltävät maatalouden negatiiviset ympäristövaikutukset, on ympäristöarvojen markkinoiminen vaikeaa.

Mikäli omaa toimintaa aletaan markkinoida ympäristöystävällisenä, ollaan välittömästi hieman vaarallisilla vesillä. Samalla tulisi leimattua maaseutuyhteisön tavanomaiset viljelijät ympäristöstä piittaamattomiksi tehotuottajiksi, mihin taas ei ole halua eikä sosiaalisia mahdollisuuksia lähteä. Luonnonmukaiseen viljelyyn siirtymisen on jo riittävästi kasannut tuottajan päälle kylähullun mainetta. Suomalaisessa maataloustuotannossa on suojatun sektorin toiminnan aikana totuttu hyvinkin keskusjohtoiseen ja tuloneuvottelujen kautta tapahtuviin muutoksiin tuotannon rakenteessa. Siksi myös laajamittaista siirtymistä luomuviljelyyn saadaan todennäköisesti odottaa, kunnes jakelukanavat ovat vakiintuneet ja luomu MTK:n selkeästi suosima linja. Tottumattomuus markkinointiin ja luomuviljelyn alkuvaiheen mukanaantuoma risupartaimago pelottavat.

Risupartamyytin rikkomiseksi luonnonmukaista tuotantoa harjoittavat maaseututuottajat nimenomaan erottautuvat luonnonsuojeluidentiteetistä ja kiinnittyvät pikemminkin yksilöllisiin tekijöihin perustellen toimintaa omakohtaisilla terveyskysymyksillä ja taloudellisilla päämäärillä. Tämän myötä luonnonmukaista tuotantoa harjoittavat maaseutuyrittäjät eivät myöskään käytä ympäristön suojeluun liittyviä argumentteja tuotteidensa erilaistamiseen, vaikka se olisi luontevin tapa etsiä tuotannolle etuja suhteessa tavanomaiseen tuotantoon. Laajemmin ottaen suuri yleisö ja päättäjät halutaan saada vakuuttuneeksi luomutuotannon irtautumisesta rasitteeksi koetusta idealismin leimasta; niinpä suhteellinen etu ja vientitulot nähdään lähes ainoana mahdollisuuksina lunastaa olemassaolon oikeus ja kansantaloudellinen salonkikelpoisuus tämän hetken maailmassa. Vaikka luomutuotteiden vienti sotiinkin tuotantomuodon periaatteita vastaan, vaikuttaa siltä, että siihen vetoaminen koetaan ainoana mahdollisuutena välttää marginalisoituminen yhteiskunnan käytännöille vieraaksi radikaaliryhmäksi.

Jos muutos luonnonmukaisempaan suuntaan on muuten vaikea toteuttaa, voidaan markkinaretoriikka nähdä siinä mielessä positiivisena, että se mahdollistaa muuten sosiaalisesti sanktoidun toimintamallin käyttöönoton. Samalla on kuitenkin kysyttävä, kuinka käy luonnonmukaiselle tuotannolle ja sen ”hengelle”, eettiselle perusvirityksel-

le, kun tuotanto kaapataan osaksi taloudellista projektia, ekostrategiaksi maaseututuotannon pelastamiseen. Kaupallistumisprosessi tuo tuotantoon mukaan uuden, instrumentaalisen taloudellisen hyödyntämisen eetoksen, ja voikin olla ettei luomutuotannon alunperin varsin idealistisia ajatuksia pian enää tunnista laajenevasta tuotantovasta. Mitä tapahtuu luonnonmukaiselle tuotannolle tulevaisuudessa, mikäli ensisijaisiksi motiiveiksi muuttuu tuotteiden myrkyttömyys ja jäämättömyys? Unohdetaanko sosiaalinen vastuu ympäristöstä, ja siirrytäänkö yksilötasolla tapahtuvaan itseän kohdistuvien riskien minimointiin? Mikäli näin on, olisi luonnonmukaisen tuotannon määritelmiä ehkä hyvä muuttaa.

### ***Idealismi ja markkinat***

Tuotannon alkuvaiheen pioneerit ovat olleet pakotettuja terottamaan aatteellista puolta ja myös etsimään asiakkaansa näillä puhdasoppisilla konsteilla. Tuotteiden hinnat korvasivat viljelijälle sadonalennukset. Luonnollisesti tällaiset puhdasoppiset viljelijät eivät ole innostuneita toiminnan laajentamisesta valtavirtaviljelijöiden piiriin – toiminnan laajenemisen myötä markkinat voivat kyllästyä ja hintatasot laskea. Ehkä näin myös luomuliiton puhdasoppisuus ja markkinointiajattelun vierastaminen ovat olleet osaltaan eräänä luomutuotannon laajenemisen jarruna Suomessa. Aina silloin tällöin on vaadittu, että tuotteiden myynnin tulee tapahtua suoramyynninä ja ruokapiiritoimintana.

Erikoistumisen edut, suurtuotannon tehokkuus ja siitä juontuva hintakilpailukyky, ovat todennäköisesti välttämättömiä, mikäli tavoitena on luonnonmukaisten elintarvikkeiden kulutuksen suurimittainen laajeneminen. Myös luonnonmukaisen tuotannon piirissä olisi mietittävä kysymystä päämääristä ja keinoista. Tulisiko suosiolla hyväksyä, että mikäli halutaan Suomen peltopinta-alasta merkittävän osan siirtyvän luomuun – eli jos halutaan, että luomutuotteista tulee laajojen kuluttajajoukkojen perustuote – jatkojalostus ja jakelu keskittyvät tulevaisuudessa entistä enemmän. Kun peruskuluttajalla ei ole valmiutta maksaa kovinkaan suurta luomu- ja erikoistuotelisää, ei tuotteiden hinta saisi olla kovinkaan paljoa tavanomaisia tuotteita korkeampi. Toisaal-

ta maaseudun pientuottajille tulee aina jäämään jonkin verran tilaa – suurtuotannon katveeseen jää aina alueita, joilla kysyntä pienimuotoisesti tuotetuille erikoisvalmistuille on joko jo olemassa tai aktiivisella toiminnalla luotavissa.

Toinen kysymys on suhtautuminen luonnonmukaisten tuotteiden vientiin: säilyykö luonnonmukaisen tuotannon määritelmien paikallisten luonnonvarojen käyttöä ja globaalia ekologiaa korostava idea, mikäli tuotteet kuljetetaan kauas tuotantoseuduiltaan. Ajatuksenahan määritelmässä on, että kullakin alueella kulutettu ruoka on myös tuotettu mahdollisimman lähellä, jolloin kuljetuksiin liittyvä energian kulutus vähenee. Mielenkiintoista onkin, että tuottajat kyllä omalta osaltaan näkevät paikallisuuden ja kotimaisuuden tärkeänä toimintamallina, mutta samalla vientiä ei poissuljeta läheskään yhtä innokkaasti. Sama näyttää koskevan koko kotimaisuutta korostavaa elintarviketeollisuutta.

Todennäköisesti näiden kysymysten osalta sekä kuluttaja- että tuottajapuolella näkemykset vaihtelevat. Jatkossa myös luomutuotteiden luonnonmukaisuuden astetta ja ideologista sitoutumista tultaneen käyttämään erilaistamiskeinona. Kun terveyteen, ympäristöön ja talouteen liittyvät puhutavat erottuvat selkeämmin, tulee luomuideologiassakin olemaan entistä suurempia sävyeroja. Samalla käynee kuitenkin niin, että luonnonmukaisen viljelyn kenttä hajoaa moniksi eri argumentteja– ympäristökysymyksiä, tuotteiden puhtautta ja terveellisyyttä, liiketoiminnan hyötyjä, laajoja maailmankatsomuksellisia kysymyksiä jne. – painottavaksi osaryhmiksi.

Vaarana on, että eettinen tuotanto imaistaan vain hokemana vihertämään suomalaista elintarviketuotantoa. Kun kokonaan unohdetaan toiminnan eettiset ja idealistiset lähtökohdat, ja kiinnitytään pelkkään taloudelliseen hyödyntämiseen, voivat toiminnan sisällölliset motiivit vähitellen liudentua niin kuluttajien kuin tuottajienkin vaikeasti tajuttavaksi. Äärimmillen taloudellisen kasvun ja tehokkuuden veturiksi kiihdytettynä eettinen laatu kokee kestäväen kehityksen kohtalon – siitä tulee kaikkien käyttämä tyhjä hokema, jolla ei erotuta mistään massasta. Olisikin ehkä hyvä luoda tapoja puhua luomutuotannosta siten, että sekä taloudelliset että ympäristönäkökulmat mahtuvat samoihin puheenvuoroihin. Jyrkkä terveydellisten tai taloudellisten kysymysten pois-

sulkeminen luomuidealismiin piiristä voisi olla jokseenkin vieraantunutta ajattelua. Yhtäläillä vieraantunutta kuitenkin lienee se, mikäli luonnonmukaiseen tuotantoon liittyvät ympäristöarvot vaietaan hiljaisesti, ja keskitytään pelkkään instrumentaaliin taloudellisen hyödyntämisen etiikkaan tai individualistiseen terveyden vaalintaan.

## ***Lähteet***

AIRAKSINEN, T. (1987). *Moraalifilosofia*. WSOY, Juva.

ALASUUTARI, P. (1994). *Laadullinen tutkimus*. Vastapaino, Jyväskylä

ALASUUTARI, P. (1996). *Toinen tasavalta. Suomi 1946-1994*. Vastapaino, Jyväskylä.

ALLARDT, E. (1996). Yhteiskunnan uusiutumisen haasteet. Esitelmä Chydenius-forumin seminaarissa Kokkolassa 1.8. 1996. Julkaistu *teoksessa* Chydenius-forum. Tuotannon eettiset vaatimukset – uhka vai mahdollisuus? *Jyväskylän yliopisto, Chydenius-Instituutti, Selosteita ja katsauksia nro 16*, Kokkola.

BECK, U. (1990). *Riskiyhteiskunnan vastamyrryt. Organisoitu vastuuttomuus*. Vastapaino, Jyväskylä.

BECK, U. (1993). *Risk society. Towards a new modernity*. Sage, Trowbridge, Wiltshire.

BECK, U. (1995). Poliitiikan uudelleen keksiminen: kohti refleksiivisen modernisaation teoriaa. *Teoksessa* Beck, U., A. Giddens, S. Lash: *Nykyajan jäljillä. Refleksiivinen modernisaatio*. Vastapaino, Jyväskylä.

BERLAN-DARQUÉ, M. & B. KALAORA (1992). The Ecologization of french agriculture. *Sociologia Ruralis* 1, s. 104-114.

BLACKSTONE, W. T. (1988). Ethics and ecology. *Teoksessa*, Donaldson, T. & P. H. Werhane (toim.). *Ethical issues in bussiness*. Prentice Hall, New Jersey. s. 382-389.

BORDESSA, R. (1993). Geography, postmodernism and environmental concern. *The Canadian Geographer* 37:2, s. 147-155..

FRIEDMAN, M. (1988). The social responsibility of business is to increase its profits. *Teoksessa* Donaldson, T. & P. Werhane (toim.) *Ethical issues in business*. PrenticeHall, New Jersey.

GLASER, B. & A. STRAUSS (1967). *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*. Aldine de Gruyter, USA.

GRANBERG, L (1996). Jäähyväiset sosiaaliselle politiikalle? *Maaseudun uusi aika* 1/96, s. 64- 67.

HAILA, Y. & R. LEVINS (1992). *Ekologian ulottuvuudet*. Vastapaino, Tampere.

HARVA, U. (1978). *Hyvä ja paha. Praktisen etiikan ongelmia*. Otava, Keuruu.

HYTTIÄINEN, T. (1996). Laadun määrittelee asiakas. Laadusta yleisesti ja erityisesti luomulaa-  
dusta. *Omavarainen maatalous* 2/1996, s. 42-43.

JOKINEN, P., P. RAIVOLA & M. KAMPPINEN. (1994). Sosiaalisten vaikutusten arviointi: Yhteis-  
kuntatiedettä, sosiaaliteknologiaa ja ympäristöpolitiikkaa. *Alue ja ympäristö* 1, s. 5-15.

JOKINEN, P. (1995). Tuotannon muutokset ja ympäristöpolitiikka. *Turun yliopiston julkaisuja,*  
*sarja C* 116, Turku.

JUNTTI, M. (1996). Maatalouden ympäristönsuojelun tiedllisen ohjauksen ongelmat kuntatasolla.  
*Suomen ympäristökeskuksen moniste* 21, Helsinki.

KAILA-KANGAS, L., R. KANGAS ja H. PIIRAINEN (1994). Ympäristöasennebarometri. Vesi- ja  
ympäristöhallinto, Helsinki.

KALLIO, K. (1995). Maatalouden vesistökuormitus ja mahdollisuudet kuormituksen pienentämi-  
seen. *Teoksessa* Ympäristönsuojelun ja maatalouden yhteistyöllä tuloksiin – Seminaarin luennot.  
*Vesi- ja ympäristöhallituksen monistesarja nro 647*, Kokkolan vesi- ja ympäristöpiiri 1995.

KATAJAMÄKI, H. (1991). Suomen maaseudun suuri kertomus. *Terra* 3:103, s. 173-183.

KATAJAMÄKI, H. & R. KAIKKONEN (1991). Maaseudun kolmas tie. Helsingin yliopisto, Maaseu-  
dun tutkimus- ja koulutuskeskus, Seinäjoki. *Julkaisusarja A:1*, Lapua.

KETTUNEN, L. (1992). Suomen maatalouspolitiikka. *MTTL:n tiedonantoja* 185, Helsinki.

KESKIPOHJANMAA 5.10. 1995: ”Luomupussi” kulkee vielä aatteen palolla.



KOIKKALAINEN, K. (1996). Luonnonmukaisen ja tavanomaisen viljelyn suhteellinen kannattavuus. *MTTL tiedonantoja* 219, Vammala.

KOLA, J., M. HOKKANEN, J. MARTTILA, & NIEMI, J. (1995). Suomen maatalouden sopeutumisstrategiat EU:ssa. *Teoksessa, Maatalous tienhaarassa, Lauri Kettusen 60-vuotisjuhlajulkaisu. MTTL:n julkaisuja* 77, Helsinki. s. 160-179.

KOSKINEN, L. (1995). *Mikä on oikein? Etiikan käsikirja*. WSOY, Juva.

KOTISALO, Y., H. RISSANEN & J. TAURIAINEN (1992). Luonnonmukaisesti tuotettujen elintarvikkeiden tuotanto ja markkinointi. *Pellervo-seuran markkinatutkimuslaitos, Raportteja ja artikkeleita* 37, Helsinki.

KTM (1995). Ympäristöasioiden hyvä hoito pkt-yrityksessä. *Kauppa- ja teollisuusministeriön työryhmä- ja toimikuntaraportteja* 22/1995, Helsinki.

KUMPULAINEN, M. (1995). Maatalouden ekologinen uudistuminen. *Teoksessa, Massa, I & O. Rahkonen (toim.). Riskiyhteiskunnan talous, Suomen talouden ekologinen modernisaatio*. Gaudeamus, Helsinki, s. 241-264.

LEOPOLD, M. (1985). The Transnational food companies and their global strategies. *International Social Science Journal*, vol. 37:3, s. 315-330.

LOVIO, R. (1996). Yritykset ja ympäristö: ongelmien ratkaisusta uusiin ongelmiin. *Teoksessa, Massa, I & O. Rahkonen (toim.). Riskiyhteiskunnan talous. Suomen talouden ekologinen modernisaatio*. Gaudeamus, Helsinki, s. 143-159.

LUOMA, P. (1993). *Maatalous ja ympäristökysymys – lähtökohtia tutkimukselle*. Oulun yliopisto, Ecocenter, Oulu.

LUONNONMUKAISEN VILJELYN LIITTO (1993). Luonnonmukaisen tuotannon ohjeet, Mikkeli.

LUOTO, I. (1995). Maaseutu ja ihminen – näköaloja luonnonvarojen hyödyntämisen etiikkaan. *Teoksessa Maaseutu, elinkeinot ja etiikka – keskustelun avauksia. Chydenius-Instituutti, Selosteita ja katsauksia nro 11, Kokkola*. s. 28-45.

- MASSA, I. (1996). Epävarman yhteiskunnan ympäristöpolitiikka. *Teoksessa*, Massa, I & O. Rahkonen (toim.). *Riskiyhteiskunnan talous, Suomen talouden ekologinen modernisaatio*. Gaudeamus, Helsinki, s. 7-38.
- MATTHIES, J. (1996). Luontokäsitteen renesanssi. *Teoksessa*, Kotkavirta, J. (toim.) Luonnon luonto, filosofisia kirjoituksia luonnon käsitteestä ja kokemisesta. *Yhteiskuntatieteiden , valtiopin ja filosofian julkaisuja* 2, Jyväskylän yliopisto. s. 132-150.
- MAULA, R. (1994). Onko tieto valtaa ympäristötutkimuksessa? *Teoksessa*, Vilka, L. (toim.). *Ympäristöongelmat ja tiede*. Yliopistopaino, Helsinki, s. 87-106.
- MONONEN, T. (1996). *Voiko luomuviljelyllä elää? Tutkimus pohjois-karjalaisten luomuviljelijöiden motiiveista ja päätöksenteosta. (mimeo)*.
- MMM (1984). Luonnonmukaisen viljelyn toimikunnan mietintö. *Maa- ja metsätalousministeriö, komiteamietintö* 29, Helsinki.
- MMM (1986). Luonnonmukaisen viljelyn tutkimuksen, opetuksen ja neuvonnan kehittäminen. *Maa- ja metsätalousministeriö, komiteamietintö* 37, Helsinki.
- MMM (1991). Luonnonmukaisen elintarviketalouden kehittäminen. *Maa- ja metsätalousministeriö, komiteamietintö* 9, Helsinki.
- MMM (1996). Luonnonmukaisen tuotannon kehittäminen. *Maa- ja metsätalousministeriö, työryhmämuistio* 4, (mimeo).
- MÄKELÄ, J. (1990). Luonnosta kulttuuriksi, ravinnosta ruoaksi. *Jyväskylän yliopisto, nykykulttuurin tutkimusyksikkö* 21, Jyväskylä.
- NEVALA, M. & T. KAUNISTO. (1995). Maatalouspolitiikan ainoa vaihtoehto. *Länsi-Savo* 7.6.1995.
- NIEMELÄ, S. (1995). Ympäristönsuojelu keskipohjalaisella maatilalla. *Teoksessa* Ympäristönsuojelun ja maatalouden yhteistyöllä tuloksiin – Seminaarin luennot. *Vesi- ja ympäristöhallituksen monistesarja nro 647*, Kokkolan vesi- ja ympäristöpiiri 1995.

NIINILUOTO, I. (1990). *Maailma, minä ja kulttuuri. Emergentin materialismin näkökulma*. Otava, Helsinki.

NIITTYKANGAS, H. (1992). Maaseudun yritystoiminnan kehittymismahdollisuudet. Jyväskylän yliopisto, *Jyväskylä studies in computer science, economics and statistics 21*, Jyväskylä.

OECD (1995). *Niche markets as a rural development strategy*. OECD, Paris.

PANZAR, M. (1993). Uutuuden viehätyks. Modernin kulutuksen kehityssuunnat. *Teoksessa* Kaj Ilmonen (toim.) *Kestävyysskoje [Kirjoituksia 90-luvun Suomessa]*. Vastapaino, Tampere, s. 109-131.

PATTON, M.Q. (1990). *Qualitative evaluation and research methods*. Sage, USA.

PELTOMÄKI, M & M. KAMPPINEN (1995). Yritysmailma ja ympäristökysymys. *Sykesarja A7*. Turun yliopisto, Satakunnan ympäristöntutkimuskeskus, Pori.

PIISPALA, J. (1995). Ympäristönsuojelu ja kasvavat ympäristömarkkinat. *Valtion taloudellinen tutkimuskeskus, Keskustelualoitteita 89*, Helsinki.

PIORE, M. & S. SABEL (1984). *The second industrial divide. Possibilities for prosperity*. Basic Books, New York.

PIRTTIJÄRVI, R. (1992). Viljelijöiden ympäristöasenteet ja ympäristökäyttäytyminen. *Teoksessa*, Ingo, H. et. al. (toim.) *Maatalouden ympäristökysymyksiä. MTTL: n tiedonantoja 179*, Vammala, s. 5-33.

PORTER, M. E. (1991). *Kansakuntien kilpailuetu*. Otava, Keuruu.

PORTER, M. E. & C. VAN DER LINDE (1995). Toward a new conception of the environmental-competitiveness relationship. *The Journal of Economic Perspectives, vol 9, number 4*, s. 97-118.

POTTER, J. & M. WETHERELL (1987). *Discourse and social psychology. Beyond attitudes and behaviour*. Sage, Bristol.

RAUTAVAARA, T. (1976). *Luonnonmukainen viljely*. Bios ry, Helsinki.

- ROSENQVIST, O., J. KAIPAINEN, J. JOKI, L. GRANBERG (1993). Vaasan läänin elintarviketuotannon varautuminen Euroopan integraatioon. *Vaasan läänin seutukaavaliitto, sarja B:64*, Vaasa.
- RUUSKANEN, P. (1995). Maaseutuyrittäjyys puheina ja käytäntöinä. *Chydenius-Instituutin tutkimuksia 5/1995*, Kokkola.
- RUUSKANEN, P. (1995a). Maaseudun yritystoiminta – vanhoja uusia vai uusia vanhoja elinkeinoja maaseudulle. *Teoksessa Maaseutu, elinkeinot ja etiikka – keskustelun avauksia. Chydenius-Instituutti, Selosteita ja katsauksia nro 11*, Kokkola. s. 13-27.
- RUUSKANEN, P. (1996). Maaseutu ja verkostoyrittäjyys. Huomautuksia maaseutuohjelman varjosta. *Maaseudun uusi aika 1/1996*.
- SAARISTO, K. (1994). Henkilökohtainen ekologia. Onko vihreä elämäntapa vastausyritys moderniin? *Jyväskylän yliopiston sosiologian laitoksen julkaisuja 58/1994*, Jyväskylä.
- SEN, A. (1987). *On economics and ethics*. Basil Blackwell, Oxford.
- STRAUSS, A. & J. CORBIN (1990). *Basics of qualitative research. Grounded theory procedures and techniques*. Sage, USA.
- SUSILUOMA, H. (1993). Luonnonmukainen viljely mahdollisuutena. *Chydenius-Instituutin tutkimuksia 1/93*, Kokkola.
- SUSILUOMA, H. (1994). Lestijoki – ihmisen luonto: erään tutkimus- ja kehittämisprojektin kulku. *Jyväskylän yliopisto, Chydenius-instituutti, selosteita ja katsauksia Nro 6/1994*, Kokkola.
- TAURIAINEN, J. ja L. POHJALAINEN (1992). Luonnonmukaisten elintarvikkeiden kysyntämakkinat. *Elintarviketieto raportteja ja artikkeleita 39*, joulukuu 1992, Helsinki.
- THOMPSON, P. B. (1995). *The Spirit of the Soil*. Routledge, London.
- TULOKAS, R. (1990). Suomalaiset ja ympäristö. *Tilastokeskus, ympäristö 2*, Helsinki.
- TURUNEN, K. E. (1992). *Arvojen todellisuus. Johdatus arvokasvatukseen*. Atena kustannus, Jyväskylä.

UUSITALO, L. (1986). Suomalaiset ja ympäristö. Tutkimus taloudellisen käyttäytymisen rationaalisuudesta. *Acta Academiae Oeconomicae Helsingiensis A:49*, Helsinki.

UUSITALO, L. (1991). Oma etu vai yhteinen hyvä? – Ympäristötietoisuuden ja toiminnan ristiriita. *Teoksessa* Massa, I. – Sairinen R. (toim.) *Ympäristökysymys. Ympäristöuhkien haaste yhteiskunnalle*. Gaudeamus, Helsinki, s. 24-48.

UUSITALO, O. (1994). Kuluttajuus ja ympäristö. *Teoksessa* Takala, T. (toim.) *Esseitä taloudesta, johtamisesta ja ympäristöstä. Jyväskylän yliopisto, taloustieteen laitos. Julkaisuja 96/94*, Jyväskylä, 43-64.

VAINIO-MATTILA, B. (1990). Ympäristönäkökohdat maatalouspolitiikassa. *MTTL:n tiedonantoja 160*, Helsinki.

VIHINEN, H. (1990). Suomalaisen rakennemuutoksen maatalouspolitiikka 1958-1987. *Helsingin yliopisto, maaseudun tutkimus- ja koulutuskeskus, Mikkeli. Julkaisuja 8*, Helsinki.

VILKKA, L. (1993). *Ympäristöetiikka. Vastuu luonnosta, eläimistä ja tulevista sukupolvista*. Yliopistopaino, Helsinki.

VOLK, R. (1994). Suomen elintarviketeollisuuden kilpailuedut. *PTT-katsaus 2/1994*.

VÄISÄNEN, J. (1996). Kuluttajatutkimus kertoo: Ensitapaaminen luomutuotteen kanssa koettu. *Omavarainen maatalous 1/1996*, s. 34-35.

WILDING, P. (1995). Romahtiko brittiläinen hyvinvointivaltio 1980-luvulla? *Teoksessa* Eräsaari, R. & K. Rahkonen (toim.) *Hyvinvointivaltion tragedia. Keskustelua eurooppalaisesta hyvinvointivaltiosta*. Gaudeamus, Tampere.

YM (1995). Ympäristövastuullinen pk-yritystoiminta. *Ympäristöministeriö, ympäristöpolitiikan osasto. Työryhmän mietintö 1/1995*. Helsinki.