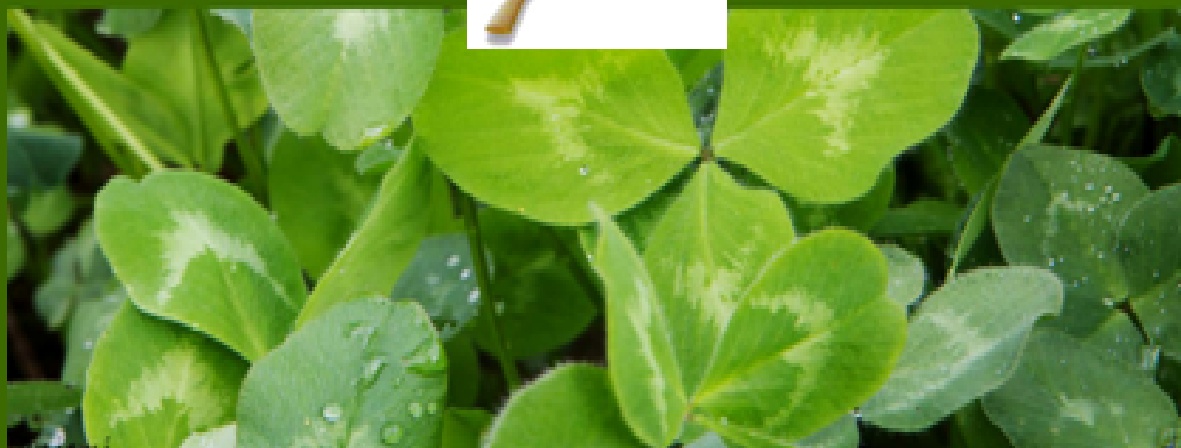


# LUOMUALAN KASVU- JA KEHITYSOHJELMA 2011-2015



14.6.2011

## Päivitetty luomustrategia

*Tämä ohjelma on syntynyt alan toimijoiden näkemyksistä ja tarpeista luomualan kehittämiseksi. Työ on jatkoa luomualan organisointia pohtineen työryhmän työlle. Strategiaryhmänä on toiminut Pro Luomu ry:n hallitus ja ohjelman on työstänyt Marja-Riitta Kottila, EkoCentriasta. Työn on rahoittanut Maa- ja metsätalousministeriön Laatuketju.*

# Sisältö

<b>MIKSI ON TARPEEN PÄIVITTÄÄ LUOMUSTRATEGIA?</b> .....	3
Luomustrategia ja luomualan kasvu- ja kehitysohjelma .....	3
Luomuarvoketju .....	4
<b>ARVOT</b> .....	4
Minkä varaan me rakennamme? Minkä otamme annettuna? .....	4
<b>MISSIO</b> .....	4
Mikä on luomun edistämisen tarkoitus? .....	4
<b>VISIO</b> .....	5
Millaisena näemme itsemme/ympäristömme tulevaisuudessa? .....	5
<b>STRATEGISET TAVOITTEET</b> .....	5
- Mitä välietappeja vision toteutuminen vaatii? .....	5
<b>STRATEGISET LINJAUKSET</b> .....	6
Miten saavutamme strategiset tavoitteemme?.....	6
<b>TOIMENPITEET</b> .....	7
Mitä strategia tarkoittaa toimintamme kannalta? .....	7
Yhteistyössä kohti tavoitteita.....	7
Arvoketjutyöryhmät.....	7
Toimintalohkot .....	7
Jalkauttaminen .....	7

## MIKSI ON TARPEEN PÄIVITTÄÄ LUOMUSTRATEGIA?

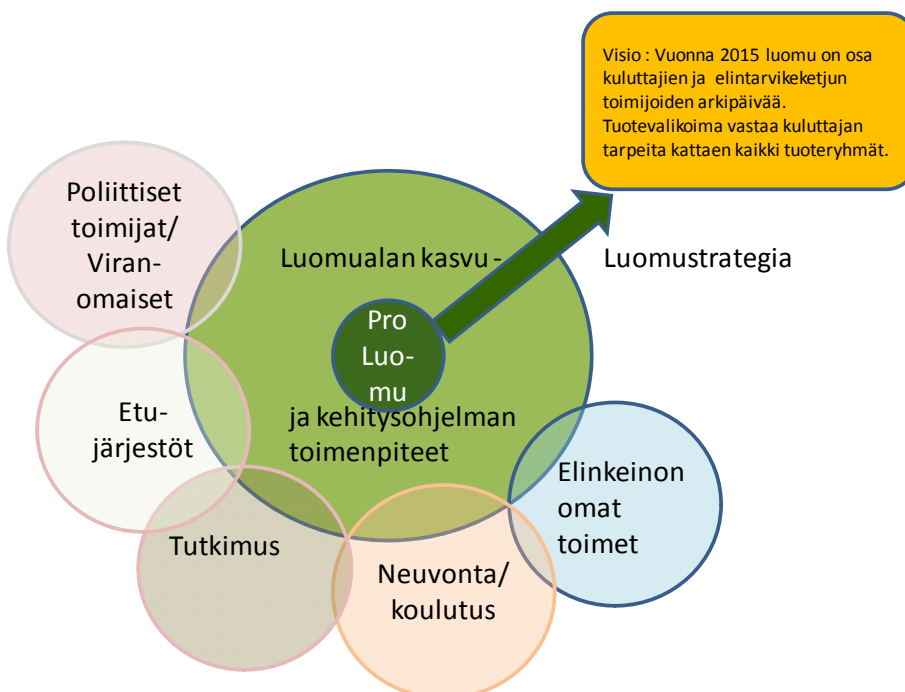
Luomuala on Suomessa jäänyt jälkeen muiden maiden kehityksestä ja vuonna 2006 laaditun luomustrategian tavoitteista. Keskeisiä syitä tähän ovat luomualan sirpaleisuus, alan pienyritysvaltaisuus sekä luomustrategian heikko vaikuttavuus, koska sen johtaminen ei ole kenenkään vastuulla eikä strategian toteutukselle ole varattu resursseja. Kuluttajalähtöisen ruokastrategian ja Suomen maabrändivaltuuskunnan asettamat tavoitteet edellyttävät, että luomualan tulee kasvaa Suomessa.

## Luomustrategia ja luomualan kasvu- ja kehitysohjelma

Luomualan toimijat perustivat 22.3.2011 yhteistyöjärjestön, Pro Luomu ry:n, edistämään luomualan kasvua ja kehittymistä. Elinkeinojen yhteistyön lisäksi tarvitaan pitkäjänteistä julkista rahoitusta, jonka turvaamiseksi Pro Luomu ry esittää hallituskauden mittaista Luomualan kehittämis- ja kasvuohjelmia, jonka toteuttamisesta vastaa Pro Luomu ry.

Pro Luomu ry:n ja ohjelman tarkoituksena on edistää luomualan tavoitteellisesta kehitystä ja kasvua Suomessa edesauttamalla luomutuotteiden kysynnän ja tarjonnan kohtaamista sekä tunnistamalla ja ratkomalla alan keskeisiä pullonkauloja. Vuonna 2006 julkaistu luomustrategia ulottui vuodelle 2015. Koska Pro Luomu-ohjelma ulottuu samaan vuoteen, on tarpeen päivittää kyseinen luomustrategia Luomualan kasvu- ja kehitysohjelmaksi.

Luomualan kasvu ja kehitysohjelman missio, visio ja strategiset tavoitteet on tarkoitettu ohjaamaan luomun kehittymistä samaan suuntaan. Pro Luomu ry pyrkii niihin toteuttamalla ohjelman toimenpiteitä sekä sitouttamalla toimintaympäristön keskeisiä sidosryhmiä ohjelman tavoitteisiin, jolloin eri tahojen samansuuntaiset toimenpiteet vievät tehokkaammin kohti yhteistä visiota. Näin arvoketjun toimijoilla on hyvät edellytykset lisätä luomun tarjontaa (kuva 1).



Kuva 1. Pro Luomu johtaa luomustrategiaa ja pyrkii toteuttamaan sitä sekä toteuttamalla ohjelmaa että vaikuttamalla muihin toimijoihin, jotta niiden toimenpiteet tukisivat vision saavuttamista.

## Luomuarvoketju

Tässä ohjelmassa keskeistä on arvoketjuajattelu. Arvoketjulla tarkoitetaan niitä toimijoita, jotka lisäävät tuotteen arvoa tuotannosta kulutukseen. Luomuarvoketjun toimijoita ovat muun muassa luomuviljelijät ja heille tuotantopanoksia toimittavat tahot, luomualkutuotannosta tuotteita valmistavat yritykset, luomutuotteita myyvät kaupat, luomuraaka-aineista aterioiden valmistavat ammattikeittiöt sekä luomua ostavat kuluttajat. Arvoketjuun kuuluu lisäksi toimijoita, jotka eivät kuulu varsinaiseen tuoteketjuun, mutta lisäävät kuitenkin tuotteen arvoa, kuten erilaisia palveluita tarjoavat toimijat.

## ARVOT

### Minkä varaan me rakennamme? Minkä otamme annettuna?

Tätä ohjelmaa rakentuu vastuullisuuden ja hyvinvoinnin varaan. Ne heijastavat ja kiteyttävät hyvin luomualan kansainvälisen järjestön (IFOAM) määrittelemiä luomun periaatteita: terveys (health), ekologia (ecology), oikeudenmukaisuus (fairness) ja huolenpito (care). Hyvinvointi ja vastuullisuus ohjaavat suhdetta kuluttajiin, arvoketjun toimijoihin, luontoon ja eläimiin.

**Vastuullisuus ja hyvinvointi**

## MISSIO

### Mikä on luomun edistämisen tarkoitus?

Luomu on tuotantotapa, jonka vähimmäisvaatimukset on määritelty EU:n luomulainsäädännössä. Lainsäädäntöä ohjaa kansainvälisen luomualan järjestön (IFOAM) määrittelemät luomun periaatteet (ks. yllä). EU:n luomusäätöjen määritelmä korostaa, että luomulla on kahtalainen yhteiskunnallinen merkitys: yhtäältä se tuottaa erityisille markkinoille tuotteita luonnonmukaisia tuotteita haluaville kuluttajille ja toisaalta tarjoaa julkishyödykkeitä, jotka edistävät ympäristönsuojelua, eläinten hyvinvointia ja maaseudun kehittämistä.

*LUONNONMUKAINEN TUOTANTO ON KOKONAISVALTAINEN TILANHOITO- JA ELINTARVIKKEIDEN TUOTANTOJÄRJESTELMÄ, JOSSA YHDISTYVÄT YMPÄRISTÖN KANNALTA PARHAAT KÄYTÄNNÖT, PITKÄLLE KEHITTYNYT BIOLOGINEN MONIMUOTOISUUS, LUONNONVAROJEN SÄÄSTÄMINEN, ELÄINTEN HYVINVOINTIA KOSKEVIEN TIUKKOJEN STANDARDIEN SOVELTAMINEN JA TUOTANTO, JOSSA OTETAAN HUOMIOON TIETTYJEN KULUTTAJIEN MIELTYMYS TUOTTEISIIN, JOTKA ON TUOTETTU LUONNOLLISISTA AINEKSISTA JA LUONNOLLISIN MENETELMIN. (NEUVOSTON ASETUS (EY) N:o 834/2007)*

Luomualan kasvu- ja kehitysohjelman missio pohjautuu tähän määritelmään ja säilyy samana kuin vuonna 2006 julkaistussa luomustrategiassa.

**Luomu palvelee kuluttajien hyvinvointia sekä edistää kestävästä tuotannosta ja kulutuksesta elintarviketaloudessa.**

## VISIO

### Millaisena näemme itsemme/ympäristömme tulevaisuudessa?

Luomualan visio ulottuu vuoteen 2015. Visio korostaa luomun arkipäiväistymistä, sekä kuluttajien että muun elintarvikeketjun toiminnassa. Vuoteen 2015 mennessä luomutuotteet ovat osa kuluttajien ostoskorja ja ateriavalintoja sekä luomutuottajat ja – elintarvikkeiden valmistajat monipuolistavat ja vahvistavat suomalaista elintarviketaloutta.

**Vuonna 2015 luomu on osa kuluttajien ja elintarvikeketjun toimijoiden arkipäivää.  
Tuotevalikoima vastaa kuluttajan tarpeita kattuen keskeiset tuoteryhmät.**

## STRATEGISET TAVOITTEET

### - Mitä välietappeja vision toteutuminen vaatii?

Strategisia tavoitteita on kolme. Niistä ensimmäinen liittyy luomumarkkinan ja sen mahdollistavan luomutuotannon ja -valmistuksen kasvattamiseen.

Suomi on jäänyt jälkeen muista Pohjoismaista luomumarkkinan kehittämisessä (taulukko 1). Luomutuotteiden kysyntä on kasvanut viimeisen vuoden aikana, erityisesti pääkaupunkiseudulla. Ensimmäisenä strategisena tavoitteena on markkinan kolminkertaistaminen. Tällä ei vielä tavoiteta muiden Pohjoismaiden etumatkaa, mutta se on aimo harppaus kohti oikeansuuntaista kehitystä. Tavoite koskee myös ammattikeittiöiden luomuosojen kolminkertaistamista. Vähittäiskaupan ja ammattikeittiöiden kysyntä ylittää nyt monessa tuoteryhmässä tarjonnan, joten on tarvetta lisätä sekä tuotetarjontaa että alkutuotantoa.

Taulukko 1. Luomumarkkinan koko ja luomuosot v. 2009 ja tämän ohjelman tavoite v:lle 2015. (Pohjoismaiden luvut vuodelta 2009 lähteenä IFOAM/FIBL: the world of organic agriculture)

	Luomumarkkina milj. €			Luomuosot €/hlö		
	v. 2009	v. 2011	Tavoite 2015	v. 2009	v. 2011	Tavoite 2015
Suomi	75	110	330	14	20	60
Norja	114			24		
Ruotsi	698			75		
Tanska	765			139		

Koska luomutuotannon lisääminen on siirtymävaiheiden ja muiden luomuvaatimusten vuoksi vielä hitaampaa kuin tavanomaisen tuotannon lisääminen, luomumarkkina kasvaa eri tuoteryhmissä eri tahtiin.

Toinen tavoite liittyy arvoketjun yhteistyön ja luottamuksen lisäämiseen toimijoiden välillä. Yritysten suurten kokoerojen ja luomualan hajanaisuuden vuoksi luomuarvoketjun toimijoiden välinen yhteistyö on vielä melko vähäistä. Markkinan kasvattamiseksi tarvitaan nykyisten luomutoimijoiden verkottumista sekä uusia toimijoita luomun pariin. Sitoutuminen yhteistyöhön luo pohjan eri toimijoiden pitkäjänteisille toimenpiteille. Luottamus lisää avoimuutta ja oppimista sekä niiden myötä toiminnan tehokkuutta.

Kolmas tavoite liittyy luomun erityispiirteisiin. Vaikka luomusta tulee osa arkipäivää, luomun täytyy säilyä luomuna ja ilmentää tarkoitustaan palvelemalla kuluttajien hyvinvointia sekä edistämällä elintarvikkeiden kestävä tuotantoa ja kulutusta. Kuluttajien, elintarvikearvoketjun muiden toimijoiden hyväksymä ja luomuarvoketjun toimijoiden toteuttama missio vahvistaa koko suomalaista elintarviketuotantoa.

1. **Saada aikaan kuluttajien, ammattikeittiöiden ja vientiyritysten tarpeita vastaava luomuvalikoima ja -tuotanto, joka mahdollistaa luomumarkkinan kolminkertaistamisen ja luomuarvoketjun kestävä kasvun Suomessa.**
2. **Sitouttaa luomuarvoketjun toimijat yhteistyöhön ja parantaa toimijoiden välistä luottamusta.**
3. **Vahvistaa luomun asemaa kuluttajan hyvinvoinnin sekä kestävä elintarviketuotannon ja -kulutuksen mukaisena valintana.**

## STRATEGISET LINJAUKSET

### Miten saavutamme strategiset tavoitteemme?

Ohjelma kiteyttää neljä strategista linjausta tavoitteiden saavuttamiseksi. Niistä ensimmäinen on kuluttajalähtöisyys. Vastuullisuus ja hyvä maku korostuvat entistä enemmän kuluttajien valinnoissa. Luomuvalikoiman kehittämisen lähtökohtana on tunnistaa ja analysoida tarkemmin kuluttajien tarpeita ja täyttää luomutuotevalikoiman aukkoja niiden mukaisesti.

Toinen linjaus on arvoketjuyhteistyö. Luomumarkkinan kasvaminen edellyttää, että kauppa saa luomutuotteita, valmistajat raaka-ainetta ja luomueläimet luomurehua. Luomutuotannon tiukat säännöt siirtymävaiheeseen aiheuttavat sen, että luomutuotanto ei voi vastata kovin nopeasti kuluttajien muuttuviin tarpeisiin. Näin ollen tarvitaan koko arvoketjun yhteistyötä ennakoimaan kuluttajien tarpeita ja ohjaamaan tuotantoa niiden mukaisesti sekä tunnistamaan ja ratkomaan ketjun pullonkauloja.

Luomutoiminta vaatii elintarvikealan toimijoilta uudenlaista osaamista ja ammattitaitoa, joten kolmas linjaus on oppiminen ja innovatiivisuus. Luomu asettaa monia rajoituksia niin alkutuotantoon kuin valmistukseenkin, joten monet aiemmin opitut keinot eivät enää ole käyttökelpoisia. Rajoitukset sisältävät aina myös mahdollisuuksia ja tilaa innovoida uusia tapoja tehdä asioita entistä paremmin.

Luomu on selkeästi määritelty tuotantotapa, jonka säännöt ja valvonta luovat perustan jäljitettävyydelle ja läpinäkyvyydelle. Läpinäkyvyys vahvistaa myös arvoketjuyhteistyötä ja valaisee ketjun toimijoille, aina kuluttajille asti, mitä luomu itse asiassa on.

1. **Kuluttajalähtöisyys**
2. **Arvoketjuyhteistyö**
3. **Oppiminen ja innovatiivisuus**
4. **Läpinäkyvyys ja jäljitettävyys**

## TOIMENPITEET

### Mitä strategia tarkoittaa toimintamme kannalta?

Pro Luomu ry toteuttaa Luomualan kasvu- ja kehitysohjelman toteuttamalla ohessa lueteltuja keskeisiä toimenpiteitä. Pro Luomu ry ei ole kaupallinen toimija, eikä se voi suoraan vaikuttaa markkinan kasvuun. Se voi kuitenkin parantaa elinkeinon toimijoiden edellytyksiä luomumarkkinan kasvattamiseen tunnistamalla ketjun pullonkauloja, tekemällä ne näkyviksi ja hakemalla niihin ratkaisuja sekä parantamalla arvoketjun toimijoiden osaamista ja keskinäistä tiedonvaihtoa.

### Yhteistyössä kohti tavoitteita

Pro Luomu koordinoi nykyisin hajanaisen luomualan kehittymistä kohti yhteistä visiota. Se tekee yhteistyötä eri luomutoimijoiden kanssa ja hyödyntää näiden olemassa olevaa osaamista. Pro Luomu teettää tutkimuksia ja selvityksiä ja toteuttaa toimenpiteitä niillä arvoketjun osa-alueilla, joissa eniten tukea ja muutoksia tarvitaan. Pro Luomu haluaa toimenpiteillään tukea sidosryhmiä, kuten tutkimusta, neuvontaa ja etujärjestötyötä etsimällä yhteistyössä näiden tahojen kanssa ne tarkoituksenmukaisimmat keinot, joilla edesautetaan vision ja tavoitteiden toteuttamista.

### Arvoketjutöryhmät

Keskeinen toimintatapa on arvoketjun mittaiset tuoteryhmäkohtaiset työryhmät. Työryhmien tarkoituksena on tunnistaa kyseisen ketjun keskeisiä pullonkauloja ja hakea niihin ratkaisuja. Työryhmien työn tueksi, ongelmien todentamiseksi ja ratkaisuvaihtoehtojen kartoittamiseksi tai toteuttamiseksi Pro Luomu ry varautuu tekemään tai teettämään erilaisia selvityksiä, etsimään asiantuntijoita, järjestämään koulutuksia tai vaikuttamaan keskeisiin sidosryhmiin.

### Toimintalohkot

Toimenpiteet jakautuvat karkeasti seitsemään seuraavaan lohkoon:

- 1) Tuotealakohtainen työryhmätyöskentely
- 2) Pullonkaulojen ratkaisemiseen liittyvät selvitykset
- 3) Luomualan kehityksen seuranta
- 4) Tiedotus ja viestintä
- 5) Osaamisen vahvistaminen
- 6) Kehittämisprojektit
- 7) Vaikuttaminen toimintaympäristöön

### Jalkauttaminen

Ensimmäisen vuoden (2011) aikana käynnistetään tuotealakohtainen työryhmätyöskentely sekä luodaan seurantamenetelmät, joiden avulla tavoitteiden saavuttamista voidaan ohjelman aikana seurata ja välittää tietoa alan toimijoille. Tulevina vuosina ohjelman toimenpiteitä tarkennetaan vuosittaisissa toimintasuunnitelmissa seurannan ja työryhmätyöskentelyn osoittaman tarpeen suuntaan. Seuraavassa taulukossa (2) on esitetty toimenpiteitä luokiteltuna strategisten tavoitteiden ja toimintalohkojen mukaisesti. Ohjelman toimenpiteiden toteuttamiseen vaikuttaa ohjelmalle myönnettävä julkinen rahoitus. Ohjelman vuotuinen budjetti on 1,4 milj. euroa/vuosi, josta elinkeinon omarahoitusosuus olisi 5 %.

Taulukko 2. Toimenpiteet

Toimenpidelohko	Toimenpiteet	Liittyy tavoitteeseen	Mittarit
Tuotealakohtainen työryhmätyöskentely	Koota arvoketjun toimijat Pro luomu ry:n jäseniksi.  Perustaa ja ylläpitää arvoketjun kattavia tuoteryhmittäisiä työryhmiä (vilja (VYR), maito, liha ja kasvikset). Nämä paneutuvat ketjun pullonkaulojen tunnistamiseen ja etsivät ratkaisuja niihin ja tavoitteiden saavuttamiseen.	1,2	Jäsenmäärä  Työryhmien raportit
Pullonkaulojen ratkaisemiseen liittyvät selvitykset	Käynnistää selvitykset esimerkiksi luomukalan, luomusiipikarjanlihan, luomusianlihan, luomuvalkuaisen ja luomuhunajan tuotantomahdollisuuksista Suomessa. Selvitykset tarkentuvat työryhmätyöskentelyn kautta.	1	Tehdyt selvitykset ja niiden perusteella luodut toimenpideohjelmat
Luomualan kehityksen seuranta	Laatii tuoteryhmittäiset kysyntäennusteet ja niiden pohjalta tavoitteet tuotevalikoiman monipuolistamiselle.  Seuraa tavoitteiden toteutumista hankkimalla seurantatutkimuksia (katso mittarit).  Seuraa kuluttajien ja ammattikeittiöiden tarpeita ja toiveita luomutuotteiden osalta kyselyin (kts mittarit).  Selvittää luomutuotannon päätymistä markkinoille rakentamalla luomutaseen.  Kehittää tietojärjestelmän, joka selvittää tuotantomäärät alueittain  Seuraa kestävyiden kehittymistä (kts kehittämisprojektit)  Seuraa luomun hintakehitystä	1,2  1,2  1, 2  1, 2  1, 2  1, 2, 3  1, 2,3	Ennusteet ja niiden tulkinta  Kuluttajien luomuostot (Kuluttajaneeli/ kauppa) Ammattikeittiöiden luomuostot (sk-tukut) Luomubarometri/ketju  Luomubarometri/kuluttajat Ammattikeittiöiden tarpeet (Portaat Luomuun -keittiöt)  Luomutase  Kuluttajahintaindeksi (Tilastokeskus)

<p>Tiedotus ja viestintä</p>	<p>Vahvistaa ja ylläpitää luomubrändiä</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. rakentamalla luomun jäljitettävyysetjun tuotannosta kulutukseen (arvoketjun ja luomutuotteen tasolla)</li> <li>2. toteuttamalla luomutietämystä lisäävää kuluttaja-, arvoketju- sekä muuta sidosryhmäviestintää</li> <li>3. tuottamalla viestintäaineistoa arvoketjun toimijoiden käyttöön</li> <li>4. luomalla argumentaatioperustaa luomun ylivoimatekijöille</li> </ol> <p>Välittää ajantasaista seurantatietoa</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. arvoketjun toimijoille (internet; jäsenkirjeet ja ammattimedia)</li> <li>2. muille sidosryhmille (internet ja yleismedian)</li> </ol> <p>Nostaa mediassa esille hyviä käytäntöjä</p> <p>Osallistuu luomuun liittyvään yhteiskunnalliseen keskusteluun.</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>1, 2</p> <p>2</p> <p>2, 3</p>	<p>Läpinäkyvä jäljitettävyysetju</p> <p>Sivulataukset, lehdistösumat</p> <p>Luomubarometrit</p> <p>Mediaosumat, sivulataukset</p> <p>Medianalyysit</p>
<p>Osaamisen lisääminen</p>	<p>Lisää eri toimijoiden luomuosaamista ja arvoketjun eri osien parhaiden käytäntöjen tuntemusta</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. tuottamalla ja ylläpitämällä valmennusaineistoa</li> <li>2. järjestämällä oppimistilaisuuksia tai toimimalla kouluttajana</li> <li>3. järjestämällä pienvalmistajille koulutusta vk-valikoimiin pääsemiseksi</li> </ol> <p>Parantaa luomualan tuotekehityksen erityisosaamista</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. pitämällä asiantuntijarekisteriä</li> <li>2. järjestämällä asiantuntijavierailuja ulkomailta</li> </ol> <p>Edesauttaa arvoketjun eri osissa toimivien henkilöiden kohtaamisia järjestämällä tarpeen mukaan esimerkiksi Luomupäiviä, luomualan ammattimessuja sekä ylläpitämällä tuotealakohtaisia työryhmiä.</p> <p>Tukee luomuneuvojien tiedonvaihtoa järjestämällä vuosittain luomuneuvonnan ja tutkimuksen seminaarin.</p> <p>Edesauttaa luomuviljelijöiden mentoriverkoston syntymistä ja laajenemista koko maahan.</p>	<p>1, 2, 3</p> <p>1,2</p> <p>1,2</p> <p>1,2,3</p> <p>1, 2</p>	<p>Luomutuotannon, - tuotevalikoiman ja - markkinan kehittyminen</p> <p>Pullonkaulojen muutos</p>

<p>Kehittämiprojektit</p>	<p>Edesauttaa luomuyrityshautomotoiminnan käynnistymistä eri aluilla.</p> <p>Edesauttaa luomuluonnonmarjojen keruuta esimerkiksi PEFC -ryhmäsertifiointin yhteydessä.</p> <p>Edesauttaa verkostoitumista luomalla esimerkiksi erilaisia malleja ja aineistoa ja nostamalla esiin hyviä verkostoitumiskäytäntöjä.</p> <p>Osallistuu elintarvikealan laadun todentamisjärjestelmien kehittämiseen luomun erityistarpeiden saamiseksi mukaan järjestelmiin.</p> <p>Edesauttaa menetelmän luomista, jolla seurataan luomun kestävyyttä koko arvoketjussa.</p> <p>Edistää EkoCentrian ylläpitämää Portaat luomuun -ohjelmaa osana ammattikeittiöiden kestävien hankintojen edistämistä ja luomun luotettavuuden turvaamista.</p>	<p>1,2</p> <p>1</p> <p>1,2</p> <p>1,2,3</p> <p>3</p> <p>1,2,3</p>	<p>Tuotevalikoiman ja markkinan kehittyminen</p> <p>Portaat luomuun-keittiöiden lukumäärä</p>
<p>Vaikuttaminen toimintaympäristöön</p>	<p>Antaa lausuntoja ja tekee aloitteita eri sidosryhmille ketjun pullonkaulojen poistamiseksi.</p> <p>Vaikuttaa opetusalan viranomaisiin luomualan opetuksen saamiseksi luonnonvara- ja marata-alan (matkailu-, ravitsemus- ja talousala) opetussuunnitelmiin sekä tukea perusopetusta luomua käsittelevän aineiston avulla.</p>	<p>1,2, 3</p> <p>1,2, 3</p>	