

Kestävä teen tuotanto

Ville Paananen

Opinnäytetyö
Huhtikuu 2019
Matkailu-, ravitsemis- ja talousala
Restonomi (AMK), Palveluliiketoiminnan tutkinto-ohjelma

Tekijä(t) Paananen, Ville	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Päivämäärä Huhtikuu 2019
	Sivumäärä 31	Julkaisun kieli Suomi
		Verkojulkaisulupa myönnetty: x
Työn nimi Kestävä teen tuotanto		
Tutkinto-ohjelma Palveluliiketoiminnan tutkinto-ohjelma		
Työn ohjaaja(t) Elina Vaara		
Toimeksiantaja(t)		
<p>Tiivistelmä</p> <p>Tee on yksi suosituimmista juomista ympäri maailman. Miljoonat ihmiset nauttivat teetä vuosittain joka puolella maailmaa. Koska teen kysyntä on jatkuvasti kasvussa, teestä on tullut yksi tärkeimmistä juomamarkkinoiden komponenteista maailmassa. Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia teen historiaa, teen tuotantoa ja tuotannon kestävyyttä, teen vaikutuksia terveydelle ja Reilun kaupan toimintaa teen viljelyssä. Tavoitteena oli myös saada kokonaiskuva teen tuotannosta kuluttajalle.</p> <p>Opinnäytetyön aihetta tutkittiin laadullisella tutkimusmenetelmällä. Aineisto hankittiin joulukuun 2018 ja maaliskuun 2019 välisenä aikana hankkimalla tietoa kirjoista ja eri verkkolähteistä sekä tekemällä puolistrukturoitu teemahaastattelu. Haastateltavana oli jyväskyläläisen teepalveluja myyvän liikkeen yrittäjä, joka antoi vastauksensa anonyymisti.</p> <p>Tutkimustuloksista ilmeni, että teen viljelyn kestävyteen kiinnitetään nykyisin enemmän huomiota kuin ennen. Reilu kauppa pyrkii luomaan inhimilliset olot viljelijöille ja tuottamaan teetä eettisesti ympäri maailman. Orgaaninen teen viljely on parantanut teeviljelmien tuottoisuutta ja kannattavuutta. Tutkimustuloksista ilmeni myös, että teen tuotanto on hyvin hienovarainen prosessi.</p> <p>Tutkimustulosten ja johtopäätösten perusteella saatiin selkeä kokonaiskuva, millaista teen tuotanto on kokonaisuudessaan, millaisia haasteita siinä voi olla ja kuinka Reilu kauppa pyrkii vaikuttamaan teetuotannon inhimillisyyteen ja kestävyteen. Kokonaiskuva voidaan hyödyntää mahdollisia jatkotutkimuksia tehdessä. Asiakkaat voivat myös hyödyntää tietoja pohtiessaan teevalintoja.</p>		
Avainsanat (asiasanat) Ravitsemusala, tee, viljely, kestävyys, reilu kauppa, laadullinen tutkimus, teemahaastattelu, puolistrukturoitu haastattelu		
Muut tiedot (Salassa pidettävät liitteet)		

Author(s) Paananen, Ville	Type of publication Bachelor's thesis	Date April 2019 Language of publication: Finnish
	Number of pages 31	Permission for web publication: x
Title of publication Sustainable tea production		
Degree programme Bachelor of Hospitality Management		
Supervisor(s) Vaara, Elina		
Assigned by		
Abstract <p>Tea is one of the most popular drinks globally. Daily, millions of people consume tea around the world. Tea has become one of the most important components of the beverage market in the world because the global demand grows continuously. The objective of the thesis was to inspect the history of tea, tea production and its sustainability, health aspects of tea, and how fair trade affects tea production. Another objective was to obtain a general view of the tea production to the consumers.</p> <p>The subject of the thesis was studied by qualitative methods. The source materials were gathered between December 2018 and March 2019 by collecting information from literature and different online articles, and also by conducting a semi-structured interview. The interviewee was an entrepreneur at a tea store in Jyväskylä, who answered anonymously.</p> <p>The result showed that nowadays more effort is put on the sustainability of tea cultivation than in the past. Fair trade aims to create humane conditions to the tea plantations and produces tea ethically globally. Cultivating organic tea has increased the profitability of tea plantations. The results also showed what a delicate process tea production is overall.</p> <p>A clear general view was received by the results and conclusions of the research. It showed what tea production as a whole is, what challenges it faces and how the fair trade organization influences the humane and sustainable aspects of tea production. This general view can be utilized in further research of the subject. Customers can also use this information when they consider their choices of tea.</p>		
Keywords/tags (subjects) Hospitality field, tea, cultivation, sustainability, fair trade, qualitative study, theme interview, semi-structured interview		
Miscellaneous (Confidential information)		

Sisältö

1	Johdanto	2
2	Teen historia	2
2.1	Eri teetyyppien kasvattaminen	3
2.2	Teen tuotanto.....	4
2.3	Teen vaikutus ihmisen terveyteen	6
2.4	Teen kulttuurillinen perspektiivi	7
3	Teen kasvatusta.....	9
3.1	Teepensaiden istutus ja lehtien kerääminen	9
3.2	Tehdastuotanto	11
3.3	Sekoitus	12
3.4	Teen jakelu	13
4	Kestävyys ja reilu kauppa.....	14
4.1	Kestävä ja eettinen luomutee	14
4.2	Kestävyyden ongelma maataloudessa lyhyesti.....	15
4.3	Asenteet luomutuotteita kohtaan	16
4.4	Vihreisiin ideoihin sitoutumisen vaikeudet.....	17
4.5	Asiakkaiden rohkaiseminen vihreämpiin tuotteisiin.....	17
4.6	Reilun kaupan konsepti	18
4.7	Eröt Reilun kaupan ja Reilun kaupan sertifiointin välillä.....	19
5	Tutkimusasetelma	20
6	Haastattelun tulokset	22
7	Johtopäätökset ja pohdinta	24
	Lähteet	28

1 Johdanto

Opinnäytetyön aiheeksi valittiin kestävä teen tuotanto. Menetelmäksi valittiin kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Laadullinen tutkimus tarkoittaa tutkimusta, jossa tutkimusaineistoa käsitellään kokonaisuutena. Tämän tutkimuksen tarkoituksena on valottava jonkin yhteisen ominaisuuden loogisen kokonaisuuden asetelmaa. Kvalitatiivinen tutkimus ei vaadi suurta joukkoa tutkimusyksiköitä, vaan pienempikin määrä tutkimusyksiköitä riittävät tutkimusta toteuttaessa. (Alasuutari 1999, 38-39.)

Tutkimuksen aiheeksi valittiin kestävä teen tuotanto, koska tee on hyvin suosittu juoma maailmanlaajuisesti. On tarpeen tutustua siihen, mitä tee on, mikä sen historia on ja miten sitä viljellään. Koska tee on niin suosittu juoma ja aihe niin laaja, on tärkeää ottaa huomioon, missä ja kuinka teetä viljellään, ja kuinka viljelyprosessit voivat vaikuttaa ihmisiin ja ympäristöön.

2 Teen historia

Teen historia on värikäs, ja sen voidaan katsoa alkaneeksi Kiinasta yli 3 000 vuotta sitten. Erään legendan mukaan Keisari Shen päätti, että terveytensä säilyttämiseksi hänen alastensa tulisi keittää vetensä ennen sen juomista. Eräänä päivänä, kun hän oli keittämässä itselleen vettä, tuulenpuuskan mukana lentäneitä lehtiä joutui epähuomiossa hänen keittokattilaansa. Keisari päätti maistaa vettä lehdistä huolimatta, ja hän ei lopuksi ollut pelkästään tyytyväinen juomansa makuun, vaan hän huomasi, että tällä juomalla on myös piristävä vaikutus. Lehdet olivat peräisin kasvista, jonka tunnemme nykyään nimellä *Camellia Sinesis*. Sana ”tee” on johdettu kiinalaisesta sanasta, joka lausutaan ”tei”. Hollantilaiset, jotka ensimmäisinä eurooppalaisina maa-hantoivat teetä Amoy-nimisestä Kiinan kaakkoisrannikolla sijaitsevasta satamakaupungista, kutsuivat tätä juomaa nimellä ”thee”. Myöhemmin tästä sanasta tuli englannin kieleen sana ”tea”, ja tästä sanasta myöhemmin johdettiin oma versio muihin Euroopan maihin, etenkin Suomeen. (Saber 2010, 10-26.) Vaikka Kiina tunnustetaan-

kin maaksi, joka tutustutti koko maailman teehen, kasvi itsessään ei ole natiivi Kiinassa – erityisesti Etelä-Kiinassa. Tätä kasvia tavataan luontaisesti myös Pohjois-Intiassa, Myanmarissa ja Kambodžassa. (Hicks 2001.)

Teetä nauttii vuosittain miljoonia ihmisiä eri puolilla maailmaa, ja se on toiseksi suosituin juoma maailmassa veden jälkeen. Koska teen maailmanlaajuinen kysyntä kasvaa, teetä pidetään yhtenä tärkeimmistä maailman juomamarkkinoiden komponenteista. (Majumer, Bera & Rajan 2010.) Vaikka Kiina on edelleen maailman suurin teetä kuluttava valtio, mikä johtuu väestömäärän suuruudesta, Turkki ottaa teen kulutuksessa johtoaseman, kun lukema jaetaan kulutusta henkeä kohden. Turkissa keskimääräinen teenkulutus henkeä kohden on yli 3 kilogrammaa teelehtiä henkeä kohden vuodessa. Seuraavina suurina teenkuluttajainoina ovat Irlanti ja Yhdistyneet Kuningaskunnat, joissa molemmissa asukkaat kuluttavat yli 2 kilogrammaa teetä henkeä kohden vuodessa. Intia on suurin mustan teen tuottaja maailmassa, kun taas Kiina on suurin vihreän teen tuottaja. Tällä hetkellä Intia tuottaa 23 % koko maailman kokonaistuotannosta. (Saber 2010, 10-26.) Maantieteellisen sijainnin vuoksi Suomi ei kasvata teetä, vaan kaikki tee tuodaan ulkomailta. Vaikka tee ei ole Suomessa yhtä suosittua kuin kahvi, teellä on vahvat kulttuuriset siteet monissa maissa, kuten esimerkiksi Turkissa ja Venäjällä.

2.1 Eri teetyyppien kasvattaminen

Vaikka teetä saadaan eri muodoissa, kaikki ovat peräisin aiemmin mainitusta vihreän teen pensaasta nimeltä *Camellia Sinesis*. Teestä on olemassa kuusi eri tyyppiä: valkoinen, keltainen, vihreä, musta, oolong ja puerh. Vihreä, keltainen ja valkoinen tee on niin sanottua fermentoimatonta teetä; oolong on osittain fermentoitua, ja musta tee on fermentoitua. Erot näiden teetyyppien välillä johtuvat eri käsittelyasteista ja lehtien hapettumisen tasoista, mutta kaikki teet voivat tulla täysin samasta pensaasta. On olemassa vain kolme päävariaatiota teepensaasta, ja kaikki teelehdet alkavat käydä läpi luonnollisia muutoksia ja alkavat hapettumaan heti, kun ne on poimittu. (Hicks 2009.) Mustaa teetä tulisi valmistaa vastakeitettyyn veteen, joka on noin 95-

asteista. Herkempää teetä – kuten vihreä, keltainen ja valkoinen tee – tulee valmistaa hieman alemmissa lämpötiloissa: 75 – 84 astetta. Vihreästä teestä tulee kitkerää, kun sitä valmistetaan kiehuvaan veteen.

Kuten Saberi (2010, 10-16) kertoo, teetä kasvatetaan tavallisesti 300 – 2 000 metrin korkeudessa merenpinnan yläpuolella, ja sillä on yleensä parempi maku, mitä korkeammalla sitä kasvatetaan. Myös lämpötila ja sateiden määrä ovat tärkeitä teen laadun kannalta. Parhaimmat lämpötilat teen kasvatukseen vaihtelevat 10:n ja 24-asteen välillä, ja vuotuinen sademäärä 200:n ja 300 cm:n välillä, joskin tee voi kasvaa myös vähemmällä sademäärällä. Teepensaat oksitaan yleensä vuosittain keskikokoisiksi, mikä tekee sadonkorjuusta helpompaa. (Saberi 2010, 10-16.) Korkeammilla korkeuksilla kasvatetun tee on yleensä kirkkaamman värinen ja pyöreämmän makuinen. Parempi maku johtuu viileämmästä lämpötilasta, joka hidastaa teepensaan kasvua. Kuuma ja kostea ilmasto puolestaan aiheuttaa teelle huonomman laadun ja maun. (Hicks 2001.) Kun teepensasta oksitaan, kasvia pidetään nuoremmissa vaiheissa, mikä stimuloi kasvua. Tämä pitää teepensaan pituuden ja leveyden optimaalisessa tilassa tuotannon maksimoimista ajatellen.

Vaikka teetä voidaan valmistaa myös kukista, kuivatuista hedelmistä, erilaisista kasvilehdistä, kuten ruusun terälehdistä, nämä juomat eivät ole teetä sanan perinteisessä merkityksessä. Tämän vuoksi tällaisia kasvi- ja hedelmäperäisiä teitä ei oteta tässä työssä huomioon.

2.2 Teen tuotanto

Tärkeimmät teetä tuottavat maat ovat seuraavat. Aasian maista teetä tuottavat Bangladesh, Kiina, Intia, Indonesia, Sri Lanka ja Vietnam. Afrikassa teetä tuottavat Burundi, Kenia, Malawi, Ruanda, Tansania, Uganda ja Zimbabwe. Etelä-Amerikassa teen viljelijöitä ovat Argentiina ja Brasilia. Lähi-idässä vain Iran ja Turkki tuottavat teetä. (Hicks 2001.) On olemassa useita eri tapoja, miten teetä korjataan, ja nämä tavat riippuvat kasvatusalueen alkuperästä. Alemmilla korkeuksilla merenpinnasta lehdet poimitaan kymmenen päivän välein, kun taas korkeammalla kolmen viikon välein.

Yleensä vain kaksi lehteä yhdestä oksasta poimitaan ja varastoidaan pajukoriin, kunnes korissa on 20 – 30 kg lehtiä. Sadonkorjuun jälkeen lehdet kuivataan puhaltamalla niihin ilmaa. Sitten lehdet hapetetaan hallitussa lämpötilassa ja kosteudessa. Lopulta lehdet kuivataan ja lajitellaan koon perusteella seuloja käyttäen. Näitä luokituksia ovat kokonainen lehti, rikkoontunut, fannings eli pienet palat, ja pöly. (Soni, Katoch, Kumar, Ladohiy & Verma 2015.)

Valkoinen tee on harvinainen erikoistee, joka on saanut nimensä tietystä teekasvilajikkeesta sekä erityisestä sadonkorjuun jälkeisestä käsittelymetodista. Tämä käsittelymetodi nostattaa pieniä hopeisia karvoja kuivatuissa silmuissa. Valkoinen tee sisältää silmuja, jotka ovat näiden hopeisten karvojen peitossa, ja ne puolestaan antavat vaalean valkoisen värin teelle. Keitetty valkoinen tee on kellertävän vaalea väriltään, eikä siinä ole ruohikkoisia alasävyjä, joita vihreässä teessä yleensä on.

Vaikka jotkin teet ovat halpoja – erityisesti teepusseissa myytävää mustaa teetä löytää huokeaan hintaan – kallein tee maailmassa on Tieguanyin, ja se on kotoisin Kiinasta. Se maksaa 3 000 Yhdysvaltain dollaria kilolta. Se on oolong-tee, ja sitä voidaan käyttää jopa seitsemän kertaa ennen kuin se menettää makunsa. Se on saanut nimensä buddhalaisen jumalolennon Guan Yinin (armon jumalatar) mukaan. (Soni, Katoch, Kumar, Ladohiy & Verma 2015.)

Tee luokitellaan yleensä neljään laatuun. Kokonaiset teelehdet ovat korkealaatuisia ja myös kalleimpia. Seuraavina järjestyksessä ovat rikkoontuneet lehdet, fannings ja pöly. Kokonaiset lehdet ovat tietysti arvokkaimpia, mutta rikkoutuneet lehdet ovat yleisimpiä ja keskiarvoisia. Pussitettu tee sisältää heikoimman laadun fanningsia ja pölyä. Fanningsilla ja pölyllä on tummempi väri ja vahvempi maku, mutta niiltä puuttuu makeus. Nämä teetä koskevat luokitukset vaikuttavat teen hinnoitteluun. Toisin kuin mustat, vihreät ja oolong-teet, valkoista teetä ei ole taiteltu tai murskattu, mutta sitä on höyrytetty nopeasti ja ilmakeivattu useimpien polyfenolien säilyttämiseksi. Tämä ainutlaatuinen käsittely tuottaa harvinaisia ja kalliita juomia, jotka ovat erittäin virkistäviä. (Soni, Katoch, Kumar, Ladohiy & Verma 2015.)

Teollisuuden näkökulmasta, Hicksin (2009) mukaan, noin 50 – 60 % tuotantokustannuksista on työvoimakustannuksissa. Yleensä viljelysmaatyöntekijöiden ikä on kasvussa, koska nuoremmat sukupolvet eivät halua työskennellä viljelysmailla. Teen mekanisointi on siten väistämätöntä, samoin kuin tuontityöntekijöiden käyttö. Esimerkiksi Kiinassa, maassa, joka on suurin teenviljelysmaa ja on toisena teen tuotannossa, vihreä tee on noin 50 % kokonaisviennistä. Musta tee on 30 % ja muut teet 20 %. (Hicks 2001.)

2.3 Teen vaikutus ihmisen terveyteen

Jos tarkastelemme ihmisiä osana ympäristöä – koska ympäristö tarkoittaa kaikkia eläviä asioita – tee meille on virkistävä juoma, joka ei sisällä natriumia, rasvaa, hiilihappoa tai sokeria. Se on käytännössä kaloriton juoma. Tee auttaa ylläpitämään oikeaa nestetasapainoa ja voi edistää hyvää terveyttä yleisesti. Tee on uusiutuvista lähteistä peräisin oleva luonnollinen ja ympäristöystävällinen tuote. Tee pensas on luonnostaan vastustuskykyinen useimmille hyönteisille, ja teelehden hapettuminen on luontainen prosessi. Ihmisen väestötutkimuksessa on todettu, että ihmisillä, jotka kuluttavat säännöllisesti kolme tai useampia kuppia teetä päivässä, on pienempi riski sairastua sydänsairauksiin ja aivohalvaukseen. (Larsson, Virtamo & Wolk 2013.)

Useat tutkimukset viittaavat siihen, että kalorittomien teiden käyttö voi auttaa painonhallinnassa. Tutkimusten mukaan teen juonti auttaa lisäämään aineenvaihduntaa, lisäämään rasvan hapettumista ja parantamaan insuliiniaktiivisuutta. (Hursel, Viechtbauer & Dulloo, 2011.) Vaikka korkean kofeiinipitoisuuden on oletettu olevan riskitekijä luun mineraalitiheyden vähenemisessä, teessä on paljon vähemmän kofeiinia kuin kahvissa. Teen juonti on yhdistetty korkeampaan luun mineraalitiheyteen ja sen on osoitettu lisäävän luunrakentimia ja parantavan lihasmassaa. Molemmat voivat vähentää osteoporoosin ja luunmurtumien riskiä. Teessä on luontaisesti vähän kofeiinia. Esimerkiksi kupillinen mustaa teetä sisältää noin 11 milligrammaa kofeiinia, kun taas kahvikupillisessa on 40 milligrammaa kofeiinia. (Hursel, Viechtbauer & Dulloo 2011.)

Teetä on tutkittu yksityiskohtaisesti ja useita muita terveyshyötyjä on löydetty. Koon-
tiartikkelissaan, Soni, Katoch, Kumar, Ladohiy ja Verma (2015) esittävät useita myön-
teisiä näkökohtia teen juontiin liittyen. Tärkein on antioksidoitumisominaisuudet,
jotka johtuvat yleensä teen flavonoidikomponenteista. Teen on todettu auttavan
hampaiden pilaantumisen torjunnassa niin paljon, että Japanissa vihreää teetä sisäl-
täviä uutteita on lisätty laajalti karamelleihin, purukumiin ja suunhuuhtelutuotteisiin
kariesta ehkäisevänä lisäaineena (Tsuchiya, Sato, Kato, Okubo, Juneja, Kim. 1997).

Vihreän teen orgaanisia kemikaaleja, joita kutsutaan polyfenoleiksi, on tutkittu laa-
jasti syöpää ehkäisevinä elementteinä. On havaittu, että vihreä tee liittyy keuhkosyö-
vän riskin vähenemiseen, erityisesti naisilla. Laboratoriotutkimuksissa on myös ha-
vaittu, että vihreän teen uutteet estävät eturauhassyöpäsolujen kasvua koeputkissa.
(Ohno, Wakai, Genka 1995; Soni, Katoch, Kumar, Ladohiy, Verma 2015.)

2.4 Teen kulttuurillinen perspektiivi

Kiinassa teetä juodaan usein suolan kera. Muinaisina aikoina teetä käytettiin kitkerän
makuisena lääkejuomana, jota käytettiin erilaisten vaivojen korjaamiseen, mukaan
lukien vatsaongelmat, letargia, ja jopa huono näkö. (Saber 2011, 10-26.) Jokaisen dy-
nastian myötä teestä tuli kaunopuheisempi ja tärkeämpi osa kiinalaista kulttuuria.
Kirjoja ja runoja kirjoitettiin, joissa selitettiin yksityiskohtaisesti, miten teetä keittää ja
kuinka vesi valmistetaan oikeaoppisesti. Erilaisia teekannuja valmistettiin eri muo-
doissa, ja nykypäivän pyöreä teekannu perustuu yhteen Ming-dynastian – joka hallitsi
kiinaa 14.-17. vuosisadoilla – luomaan malliin.

Kiinan julkisten teehuoneiden perinne alkoi jo Tang-dynastian aikakaudella 7. -10.
vuosisadalla. Ne olivat paikkoja rentoutumiselle ja vapaa-ajan viettoon. Teehuoneet
kukoistivat vuosisatojen ajan ja niistä tuli taiteellisen kulttuurin paikkoja, joissa lä-
hinnä varakkaat yhteiskuntaluokan edustajat joivat teetä, seurustelivat keskenään ja
ehkäpä keskustelivat politiikasta. Kalligrafia ja erilaiset maalaukset koristivat seiniä.
Teehuoneista tuli avoimia kaikille, myös työläisille ja käsityöläisille, jotka halusivat
rentoutua rankan työpäivän jälkeen. (Saber 2011, 27-46.)

Kiinassa vallitsee edelleen vanha tapa, jossa teetä lähetetään lahjana tytön perheelle. Kun tämä lahja otetaan hyväksytysti vastaan, se merkitsee sitä, että tyttö on kihlautunut. Tee on symbolinen, koska teepensas ei voi varttua, vaan se täytyy istuttaa taimenena. Tämä teepensa ominaisuus viittaa uskollisuuteen, yhteyteen ja pysyvyyteen – kestävän kihlautumisen parhaimpiin symboleihin. (Saber 2011, 27-46.) Muilla kansoilla on myös tärkeitä siteitä teetä kohtaan. Esimerkiksi japanilaisilla on perinteinen monimutkainen teeseremonia, joka sisältää monipuolisia teen tuottamiseen tarkoitettuja tarvikkeita ja teeastioita sekä teehuoneen koristeita, jotka ovat huolellisesti valittuja ja koordinoituja paikallisen estetiikan mukaisesti. (Saber 2011, 27-46.)

Tee Euroopassa on tunnettu siitä lähtien, kun hollantilaiset kauppiat perustivat kauppakeskuksen Bentoniin vuonna 1596. Kuten Hicks (2009) kertoo, eri kansakunnat pitävät teestä eri tavoin. Esimerkiksi Yhdistyneissä Kuningaskunnissa pidetään teestä, joka on mieto korkean korkeusasteen teetä, johon myös lisätään maitoa ja sokeria. Suosituin teesekoitus Yhdistyneissä kuningaskunnissa on Earl Grey, joka koostuu kolmesta teestä ja bergamotista – eräänlainen sitrushedelmä. ”Teeajasta” tuli pian brittiläisen elämän tärkeä ominaisuus. Perinteisesti ylemmät luokat tarjoavat ”matalan” tai iltapäivän teen kello neljältä iltapäivästä. Tämä perinne perustuu 1800-luvun alkupuolelle, jolloin tyypillinen päivän ruokailu Englannin aristokratialle koostui kahdesta aterialta päivässä: myöhäinen aamiainen ja myöhäinen illallinen. Keski- ja alaluokissa teetä tarjottiin ”korkeana” teenä myöhemmin iltapäivästä, yleensä kello viiden tai kuuden aikaan. Se on huomattavampi ateria, se on illallinen. Nimet tulevat niiden pöytien korkeudesta, joihin ateriat tarjotaan. Matala tee tarjotaan pöytiin, joita me kutsumme sohvapöydiksi. Korkeaa teetä tarjotaan korkeammassa työpöydissä. (Plaster 2016.)

Venäläiset juovat enimmäkseen mustaa teetä. Se on usein makeutettu joko sokerilla, hedelmillä tai hillolla. Tee Venäjällä tarjotaan aina kuumana, myöskin kuumina kesäpäivinä. Venäläistä teetä ei voi kuvitella ilman samovaaria, joka on otettu käyttöön 17. vuosisadalla, ja se on ottanut inspiraatiota Mongolialaisista pannuista, joita on käytetty 13. vuosisadalta lähtien. Samovaari on yhdistelmä veden lämmitintä ja tee-

panna. Kesällä samovaari asetetaan puutarhaan pöydälle; talvella se tuodaan sisälle, johon liitetään pitkä putki savun poistamiseksi, ja se yhdistetään suoraan talon savupiippuun. (Plaster 2016.)

3 Teen kasvatusta

3.1 Teepensaiden istutus ja lehtien kerääminen

Luonnossa tee kasvaa parhaiten alueilla, joilla on lämmin ja kostea ilmasto, jonka sademäärä on vähintään 100 cm vuodessa. Ihannetapauksessa tee haluaa syvän, kevyen, happaman ja hyvin kosteutta imevän maaperän. Näiden olosuhteiden mukaan tee voi kasvaa jopa 2 100 metrin korkeudessa merenpinnan yläpuolella. Teetuoantuotollisuudessa ei tietenkään kerätä teetä luonnonvaraisista pensaista, vaan sitä kasvatetaan sitä varten valmistellulla maa-alueilla. Pensaista hoidetaan myös jatkuvasti. Teen viljelyprosessia seurataan huolellisesti ja pensaat räätälöidään tuottamaan laadukasta teetä, joissa on erityisiä makuprofiileja. Mikäli teetä kasvatetaan pienviljelyssä, se tarkoittaa sitä, että viljely on yksityisomistuksessa ja tämän viljelmän koko voi olla jopa 0,5 hehtaaria. Eri teetä tuottavissa maissa, joissa teetä kasvatetaan pientiloissa, muodostetaan osuuskuntia, jotka rakentavat teetä tuottavia tehdaskeskuksia pientiloille. Pientilojen omistajat myyvät poimimansa teelehdet tehtaalle jalostettavaksi. Jos teetä kasvatetaan viljelmällä, se merkitsee sitä, että tämä on suuri yksikkö – usein satojen hehtaarien kokoinen – ja sillä on oma tehdas- ja teenkasvatusalue. Suuret tilukset voivat jopa rakennuttaa paikallisia kouluja ja koteja työntekijöille ja heidän perheilleen. (Tea Growing and Production 2019.)

Nykyään teepensaat kasvatetaan noin metrin korkuiseksi lehtien poimimisen helpottamiseksi. Pensaat kasvatetaan pienistä kynsistä, joita kasvatetaan varovaisesti kasvualustoilla, kunnes ne ovat valmiina istutettaviksi. Nuoret pensaat istutetaan noin 1,5 metrin päähän toisistaan riveihin, jotka ovat yhden metrin päässä toisistaan. Korkeammilla korkeusasteilla nämä rivit noudattavat kukkuloiden tai vuorenreunojen ääriivivoja maanperän eroosion välttämiseksi. Taimitarhassa kasvavalla teekasvilla on

vahva pääjuuri, jossa on tiheä syöttöjuuriverkosto. Pääjuuri voi saavuttaa 1,5 – 3 metrin syvyyden. Teen kasvualueiden lämpötila on tärkeä. Ihanteellinen keskimääräinen vuotuinen lämpötila on 18 °C – 20 °C, ja vähintään viisi tuntia auringonvaloa päivässä. Suhteellisen kosteuden tulisi olla 80 – 90 % kasvukauden aikana. Jos se on alle 50 %, verson kasvu estyy; jos se on alle 40 %, se vaikuttaa kasvin kasvuun. Säännöllinen kastelu on välttämätöntä juurten muodostumiselle; kaksi kastelukertaa viikossa riittää yleensä. Tee kasvaa parhaiten hedelmällisessä, hyvin kosteutta imevässä hiekkaisessa vuoristomaaperässä, joka on hieman hapan (pH 4,5 – 5,5). Maaperän on oltava vähintään 2 metriä syvää, sen tulee sisältää runsaasti mineraaleja ja sen on oltava humuspitoisesti kehittynyt. (Learn the Basics of Growing Tea 2017.) Pensas itessään koulutetaan tuulettimen muotoon, jossa on litteä yläreuna – mitä kutsutaan nyppimistasangoksi – sen koko on suurin piirtein metri kertaa 1,5 metriä, ja sillä kestää kolmesta viiteen vuoteen tullakseen täysikasvuiseksi. Tämä riippuu paljon korkeudesta, jolla teetä kasvatetaan. Ennen ensimmäistä poimintaa, pensaat oksitaan. Pensaista poimintaan teelehtiä käsin yleensä 7 – 14 päivän välein. Kasvualueen korkeus- ja ilmasto-olot ovat kaksi ratkaisevaa tekijää uudelleenkasvun aikana. Merenpinnalla kasvatettu teepensas tuottaa uusia lehtiä nopeammin kuin korkeammilla taasoilla kasvatetut pensaat, joissa ilmasto on usein viileämpää. (Tea Growing and Production 2019.)

Kynnetyt lehdet kerätään koriin tai pussiin, joka on kerääjän selässä. Kun tämä on täynnä, se viedään keräyspisteeseen, jossa kynnetyt lehdet punnitaan ennen kuin ne viedään tehtaalle jalostettavaksi. Jos kerääjät poimivat lehtiä tehtaan lähellä olevalla alueella, he vievät poimimansa lehdet suoraan tehtaalle punnittavaksi. (Marty 2018.) Istutuskiinteistössä jokaiselle poimijalle annetaan korvaus sillä perusteella, miten paljon kyseinen henkilö on poiminut teetä. Taidokas poimija voi kerätä jopa 30 – 35 kiloa teelehtiä päivässä. Tämä määrä vastaa arviolta 7,5 – 9 kiloa prosessoitua mustaa teetä. Mustalla teellä on suurin osa teentuotannon kysynnästä, myynnistä ja juomisen määrästä, joten suurin osa tehtaista tuottavat mustaa teetä. (Tea Growing and Production 2019.)

3.2 Tehdastuotanto

Aivan kuin viinilläkin, teen maku ja ominaisuudet muuttuvat maanperästä, korkeudesta ja ilmastosta riippuen, jossa sitä on kasvatettu. Muita tekijöitä ovat teen valmistusprosessi ja eri kasvialueiden teiden sekoittaminen. On arvioitu, että on olemassa 1 500 erilaista teetä. Tehtaaseen saapuessa poimitut lehdet levitetään suurille alustoille tai telineille, jotka yleensä sijoitetaan tehtaan yläosiin, ja ne jäävät kuivumaan ilmaan 25 – 30 °C lämpötilaan. Lehtien kosteus haihtuu lämpimässä ilmassa jättäen lehdet veltoiksi. Tämä prosessi voi kestää 10 – 16 tuntia riippuen lehtien kosteudesta. Jotkin tehtaot nopeuttavat prosessia varovasti lämpimien puhaltimien avulla. Kuivunut lehti rikotaan koneellisesti, jotta luontaiset mehut tai entsyymit vapautuvat, ja ilman kanssa kosketuksiin joutuessa ne hapettuvat. Pienemmät teepartikkelit sopivat paremmin modernin markkinan kysyntään nopeamman teen valmistukseen. Rikkinäiset lehdet laitetaan joko alustoille viileään ja kosteaan ilmastoon 3 – 4 tunniksi käymistä varten, tai vaihtoehtoisesti niitä hapatetaan ja käännellään hellästi tietyin väliajoin koko prosessin ajan, kunnes kaikki lehdet muuttuvat kultaisen ruskean väriksi, ja hapettuminen on valmis. Hapettumisen jälkeen lehti kuivataan tai poltetaan. Seuraavaksi ne lajitellaan kuljettamalla ne eri kokoisten lankaverkkojen lävitse säiliöihin ennen punnitsemista ja pakkaamista arkkuihin tai ”teesäkkeihin” lastausta varten. (Tea processing and blending 2019.)

Tehtaan teenmaistajat maistavat lopullisen tuotteen varmistaakseen, että valmistuksen aikana ei ole tehty virheitä tai että tee ei ole saastunut tehtaalla. Näytekappaleita lähetetään maailmanlaajuisesti teen myyntiä välittäville tahoille. Kaikki nämä tahot arvioivat teen laadun ja hinnan, ilmoittavat siitä teetiluksille tai osuuskunnille, jotta teetä voidaan myydä parhaalla mahdollisella tavalla. Jokaisen erän jälkeen teetehdas pestään ylhäältä alas varmistaakseen, että valmis tuote ei saastuttaisi seuraavaa erää teetä. (Tea processing and blending 2019.)

3.3 Sekoitus

Monet markkinoilla tarjolla olevista suosittujen tuotemerkkien teistä yhdistävät eri teelajikkeita saavuttaakseen erityisen makunsa. Ne pysyvät tasaisina laadun, luonteen ja maun suhteen, vaikka jotkin teet ovat kausiluonteisia tai niillä on puutteita sääolosuhteiden pahenemisen vuoksi yhdellä tai useammalla kasvavalla alueella. Jokaisella suosituksella on oma reseptinsä ja tämä resepti on yhtiön liikesalaisuus. Todelliset teet luokitellaan usein omien kasvualueidensa perusteella. Intia on kuuluisa mustista teelajikkeistaan, kuten Assamista ja Darjeelingista. Näiden teiden tuotanto kasvoi Intiassa brittiläisen siirtomaavallan aikana. Juuri tänä aikana teetiloja nousi maaseudulle. Intia sysättiin suoraan teekauppaan ja siitä tuli Kiinan suurin kilpailija teen tuotannossa. Sri Lanka on kuuluisa Ceylon nimisestä teestä, joka on saanut nimensä maan aiemmasta nimestä. (Marty, 2018.) Jotkut suosituimpien brändien johtavista sekoituksista ovat sekoitettu kestämään vaihtelevia vesityyppejä, joita tavataan Britanniassa. Näitä vesityyppejä ovat kova ja pehmeä vesi. Teensekoittajan tehtävänä on monen vuoden kokemuksella varmistaa, että hänen yrityksensä sekoitus täyttää kaikki kriteerit. Tätä varten teensekoittajat ja -ostajat maistavat huutokauppoihin tuotua teetä teenpakkauskeskuksissa varmistaakseen, ettei ne ole saastuneet tai vahingoittuneet sillä välin, kun niitä on säilytetty varastoissa odottamassa huutokauppaa. (Tea processing and blending 2019.)

Päivän aikana teenmaistaja voi maistaa 200 – 1 000 eri näytettä teestä varmistaakseen, että yrityksen brändi pysyy tasalaatuisena. Sekoittajan havainnot syötetään tietokoneeseen ja tarvittava määrä eri teesäkkejä ja -arkkuja otetaan yrityksen varastosta. Nämä avataan ja kaadetaan suureen sekoitusrumpuun. Sekoitusrumpu pyörii sekoittaen kaikki teet keskenään. Kun sekoitus on päättynyt, seos on valmis pakkauksista varten pienempiin pakkauksiin tai teepusseihin. Kestää ainakin viisi vuotta yhden teen maistajan kouluttamiseen ja tämän jälkeen työ on jatkuvaa opiskelun prosessia. Teen maistamiseen valmistaudutaan laittamalla kuivat, huolellisesti punnitut teelehdet astioihin. Kiehuvaa vettä kaadetaan päälle ja teen valmistus ajoitetaan huolellisesti 5 – 6 minuuttiin. Valmis tee kaadetaan sitten maistelukulhoihin ja haudutettu lehti kaadetaan haudutuskupin kannelle. Maistajat hörppivät teetä yhtä lailla

kuin viininmaistajatkin. Tämän jälkeen nestettä kieritetään suussa maun esille tuomista varten, jonka jälkeen tee syljetään pois toiseen kuppiin. Teenmaistaja ottaa myös huomioon kuivan lehden ja haudutetun lehden ulkonäön, sekä nesteen värin ja laadun. (Tea processing and blending 2019.)

3.4 Teen jakelu

Teen jakelu myyntiin vietävistä paketeista on suuri prosessi teetehtaissa. Irtolehtisiä teepakkauksia varten sekoitettu teeseos asetetaan suureen suppiloon, joka annostelee varovaisesti oikean määrän teetä pakettiin. Seuraavaksi koneisto tehtaalla sulkee pakkauksen ja punnitsee sen varmistaakseen paketin oikean painon. Tämä kaikki tapahtuu automaattisesti sekunneissa. Teetä teepusseihin pakattaessa lehtiä syötetään asiaan suunniteltuun laitteeseen, joka täyttää tuhansia teepusseja – olivatpa ne pyöreitä, neliskanttisia tai pyramidin muotoisia – joka minuutti. Jokainen pussi sisältää yleensä ainakin 2,27 grammaa teetä ja se on hermeettisesti suljettu, ja tämän jälkeen se pakataan pahvilaatikoihin. (Tea packaging, distribution and trading 2019.)

Teetä pakkaavat yritykset myyvät teensä elintarvikekauppoihin ja muille vähittäiskauppiaille, jotka käyttävät kansallisia kirjanpitojärjestelmiä tukkukauppioiden ja myyjien keskuudessa. Keskimäärin tee päätyy kauppojen hyllyille 20 – 30 viikon kuluessa siitä, kun se on poimittu viljelmällä. Teen hintoja ohjaavat laatu, tarjonta ja kysyntä. Teen välittäjät toimivat välittäjinä ja maistavat, arvioivat ja tekevät tarjouksia asiakkaidensa puolesta. Teetä voidaan myös myydä teepuutarhasta yksityisellä myynnillä tai ulkoistetuilla huutokaupoilla samalla, kun se on matkalla määränpäähänsä. Iso-Britanniaan saapumisen jälkeen teetä viedään eri pakkausyhtiöihin sekoittamista ja pakkaamista varten. Samoin samanlainen prosessi tapahtuu myös muissa EU-maissa. (Tea packaging, distribution and trading 2019.)

4 Kestävyys ja reilu kauppa

Kestävyys viittaa resurssien, investointien ja teknologian kehittämiseen. Nämä kaikki ovat sopusoinnussa ja parantavat sekä nykyisiä että tulevia mahdollisuuksia vastamaan haluttuja tarpeita. Kestävyys on prosessi, jonka avulla ihmiset voivat parantaa tuotteiden laatua, harkita luonnonvarojen käyttöä ja huolehtia ympäristöstä. Se edistää kumppanuutta, oikeudenmukaisuutta ja tasa-arvoa. Siksi kestävyys liittyy ekologisiin arvoihin sekä luonnonvarojen ja ympäristön kunnioittamiseen. (What is sustainability? n.d.)

Kehitys tapahtuu yleensä pienin harppauksin, joissa tavoitteena on saada asiasta tietoa ja ymmärtää, mistä asiassa on kyse. Kun asiasta ollaan saatu tarpeeksi tietoa, kyetään toimimaan kestävyden arvojen mukaisesti. On kyettävä luomaan oikeanlainen asenne, jota hyödyntämällä pystytään luomaan kehitystä niin, että seuraavalle sukupolville jäisi hyvinvoiva ympäristö. (Frilander 2006, 6-7.)

4.1 Kestävä ja eettinen luomutee

Doanh, Thuongin ja Heon (2018) mukaan ympäristö- ja epäsuotuisat sosiaaliset vaikutukset ovat lisänneet tarvetta kestävämmän tuotannon järjestelmään. Yksi tapa hallita tätä ongelmaa on kannustaa maanviljelijöitä siirtymään perinteisestä teen viljelystä orgaanisen teen viljelyyn. Se ei kuitenkaan ole helppoa, ja on erilaisia asioita, joita on otettava huomioon. Esimerkiksi ympäristön näkökulmasta orgaaninen viljely säästää energiaa ja säilyttää biodiversiteetin – kasvien ja eläinten monimuotoisuuden elinympäristössä. Se vähentää uusiutumattomia energialähteitä ja rajoittaa hiilijalanjälkeä. Sosiaalisesta näkökulmasta se lisää työvoiman kysyntää ja johtaa varmasti terveellisempään elämään tuottajille ja asiakkaille. Orgaaninen viljely voi vähentää viljelijöiden kustannuksia, koska kemikaalien ja lannoitteiden käyttöä on rajoitettu. Tuholaiseläinten torjunta luontaisesti on vaativa tehtävä, joka lisää tuotannon kuluja ja alentaa lopullisia tuloja. (Doanh, Thuong & Heo 2018.)

Esimerkki onnistuneesta kestävyden muutoksista on Pohjois-Vietnamin maakuntien viljelijät vuoristoisilla alueilla. Näillä maakunnilla teetä viljeltiin perinteisellä tavalla, mikä johti kasvillisuuden loppuun kulumiseen ja maaperän eroosioon. Vietnamin 63:sta maakunnasta neljäkymmentä kasvattaa teetä. Pohjois-Vietnamin vuoristoalueille on ominaista vuoristojen topografia, jonka lämpötila, veden määrä ja valaistusolosuhteet ovat sopivia teen tuotantoon. Tutkimuksessa, jossa 319 maanviljelijää omaksui orgaanisen teen viljelyn, olivat ansainneet keskimääräistä paremman tuloksen hehtaarilta kuin 219 osapuolta, jotka eivät omaksuneet orgaanista teen viljelyä. He ansaitsivat noin 40 euroa enemmän yksiköltä per hehtaari. Uuden luomujärjestelmän toteuttamiseksi viljelijät käyttivät paikallisesti saatavilla olevia resursseja, kuten paikallisia siemeniä, joilla oli luontaisesti suurempi vastustuskyky ympäristön olotiloja kohtaan. Toisin kuin tavanomaisessa viljelyssä, luonnonmukainen viljely hyödyntää tuholaistorjunnassa menetelmiä, kuten maaperän puhdistus, viljelykierto ja biologiset tuholaistorjunnat. (Doanh, Thuong & Heo 2018.)

Tämä merkitsee sitä, että orgaanisen teen tuotannolla oli myönteinen vaikutus viljelmille ja kestävään kehitykseen, joilla edistetään selitetyjä arvoja. Myös rahallinen hyöty oli nähtävissä. Teenviljelijät ovat yhä tietoisempia tavanomaisen käytännön seurauksista ja luonnonmukaisen maatalouden eduista. Hallituksen tuella maanviljelijät siirtyvät vähitellen luomutuotantoon. Orgaaninen teen viljely parantaa viljelijöiden tuloja, ratkaisee alueen työttömyysongelman, vähentää alueen köyhyyttä ja auttaa lopulta tekemään Vietnamista yhden suuresta teetuottajamaasta maailmassa. (Doanh, Thuong & Heo 2018.)

4.2 Kestävyden ongelma maataloudessa lyhyesti

Hahlbrockin (2009, 64-76) mukaan yli 1,5 miljardia hehtaaria maata käytetään maatalouskäyttöön, ja kaksi kolmasosaa tästä alueesta on laidunmaata. Suurin osa viljeltyistä elintarvikkeista – vilja, karja, kalat – vaativat runsaasti energiaa, vettä ja suojaa tuholaisilta ja taudinaiheuttajilta. Massiivinen määrä samoja eläimiä samalla alueella ei ole luonnollista, vaan se on ihmisen aiheuttamaa. Tämä voi olla ihanteellinen elinympäristö mikro-organismeille ja nämä alueet ovat alttiita vaurioille. Maailmassa on miljardeja ihmisiä tilanteessa, jossa ruoan kasvattamiseen tarvittava tila voi uhata

itse luontoa. Maanviljelyn on oltava kestävä, koska muuten kasvihuonekaasujen – kuten metaanin ja hiilimonoksidin – tuotanto kasvaa edelleen. Suunnittelematon maatalous voi johtaa maaperän suolapitoisuuden kohoamiseen, ja tämä voi tehdä pohjavedestä juomakelvottoman. Kuten Hahlbrock (2009) huomauttaa, maanviljely on heijastus sosiaalisia, taloudellisia ja teknologisia muutoksia, ja positiivisia muutoksia tapahtuu. Viljelynkiertojärjestelmä ehkäisee maaperän pilaantumista, koska se lannoittaa maata luonnollisesti. Täydentävien mineraalipitoisten lannoitteiden käyttö ehkäisee myös eroosiota. Keskimäärin maanviljely käyttää lähes 70 % kaikesta kulutetusta vedestä ja yhtä kiloa riisiä tai vehnää kohden käytetään arviolta tuhat litraa vettä. (Hahlbrock 2009, 72, 222.) Jotkin kahvipensaat vaativat jopa 20 000 litraa vettä kahvipapukiloa kohden. Institution of Mechanical Engineers Yhdistyneissä Kuningaskunnissa arvioi, että tuottaakseen yhden kupillisen teetä, vaaditaan 27 litraa vettä. (How much water is needed to produce food and how much do we waste? 2013.)

4.3 Asenteet luomutuotteita kohtaan

On arvioitu, että elintarvikkeiden osuus on kolmasosa kotitalouksien kulutuksen aiheuttamista ympäristövaikutuksista. Moser (2015) ehdottaa, että luomutuotteisiin siirtyminen vaikuttaa myönteisesti myös yrityksiin. Kerrotaan, että vihreillä strategioilla toimivilla yrityksillä on suurempi kannattavuus, markkinaosuudet ja asiakastytyväisyys. Tämän lisäksi työntekijöiden sitoutuminen tällaisiin yrityksiin on parempaa. Ostamisen yhteydessä asiakkaan käyttäytyminen voidaan liittää suunnitellun käyttäytymisen teoriaan ja maksuvalmiusmalliin. Meidän käyttäytymisemme kuluttajina on seurausta uskomuksistaamme, odotetusta tyytyväisyydestä ja ymmärryksestä uskomuksiimme. Vihreiden tuotteiden valitseminen perustuu siihen, että nämä tuotteet hyödyntävät ympäristöä ja että sen ostaminen on myönteistä. Nämä tekijät lisäävät meidän yleistä suhtautumistamme elintarvikkeisiin, jotka ovat yleensä positiivisia tai negatiivisia. (Moser 2015.)

4.4 Vihreisiin ideoihin sitoutumisen vaikeudet

Niin kutsuttu vihreä käyttäytyminen voi vaatia sitä, että asiakas luopuu rahavaroista ja käytännöllisyydestään ostaessaan luomutuotteita säännöllisesti, vaikka pienet valinnat eivät aiheuta näkyvää myönteistä vaikutusta ympäristöön. Tämä voi liittyä laajaan valikoimaan tai käytökseen, joka menee teen kulutuksen ylitse. Moser (2015) viittaa esimerkkeihin korkeasta kustannuskäyttäytymisestä, kuten henkilöauton käytön vaihtamisen julkiseen liikenteeseen. Nämä ovat kalliita yhden ihmisen näkökulmasta. Vaikka ihmisten asenteet ovat myönteisiä näitä kysymyksiä kohtaan, aina on olemassa selkeä ero yksilön uskomusten ja yksilön toiminnan välillä koskien näitä uskomuksia. (Moser 2015.)

Asiakkaiden toinen käyttäytymisen elementti heijastuu henkilökohtaisiin ja sosiaaliin normeihin. Nämä heijastavat yhteiskunnallisia tai henkilökohtaisia ideoita, jotka ajavat henkilön kohti altruistista tai vihreää käyttäytymistä. Teoriassa vahva henkilökohtainen normi lisää todennäköisyyttä, että kulutustottumukset muuttuvat ajan myötä, jotta ympäristöä säästäviä valintoja voidaan tehdä. Näitä kuitenkin rajoittavat ihmisten kohtaamat esteet, kuten mahdollisuudet ja resurssit. Tärkein este on tuotteen hinta. Myös laatu ja brändi uskollisuus ovat merkittäviä asioita. Löydös ei ole yllettävää, ja se on sopuoinnussa haastattelusta kerättyjen tietojen kanssa. Vaikka he, joilla huoli ympäristöasioista on suurta, he todennäköisimmin eivät ole kovin herkkiä luomutuotteiden ja tavallisten tuotteiden hintaerosta. Arviolta 13 % asiakkaista olisi innokkaita maksamaan tuotteistaan enemmän, jos ne olisivat luomua. Moserin tutkimuksen mukaan asiakkaat välittävät ympäristöstä ja heidän vihreät asenteet ovat paljon vahvempia, kuin heidän halunsa maksaa luomutuotteista enemmän. (Moser 2015.)

4.5 Asiakkaiden rohkaiseminen vihreämpiin tuotteisiin

Jotta asiakkaita voitaisiin kannustaa ostamaan vihreämpiä tuotteita, tuotteiden valmistajat voisivat miettiä hinnoittelua uudestaan. Alennettujen tai kilpailukykyisten hintojen tarjoaminen voisi kannustaa asiakkaita valitsemaan parempia tuotteita. Hin-

tojen alentaminen ei kuitenkaan ratkaise koko ongelmaa, eikä se olisi kestävää pitkällä aikavälillä. Koska luonnonmukaisten tuotteiden valmistus maksaa enemmän, se on vain väliaikainen ratkaisu. Toinen idea rohkaista asiakkaita ostamaan luomutuotteita olisi luoda uskottava tuotekuva. Tämä tuotekuva keskittyisi tuotteen arvoon ja opettaisi tuotteen eduista, jotta asiakkaat voisivat arvostaa tämänlaista tuotetta enemmän kuin vaihtoehtoisia tuotteita. Tämä aloittaisi ketjureaktion vihreämpiä kulutustottumuksia kohtaan. Koska opetus on aina avainasemassa, kuluttajat voivat sillä yliarvioida oletuksiaan tuotteen terveellisyydestä. (Moser 2015.)

4.6 Reilun kaupan konsepti

Reilun kaupan organisaatio keskittyy eri elintarvike- ja tekstiilialan tuotteisiin, ja tee on vain yksi näistä toimialoista. Muut sivuliikkeet keskittyvät banaanien, kaakaon, kahvin, puuvillan, kukkien, sokerin, riisin, mausteiden, hedelmien, hunajan ja monien muiden asioiden tuotantoon, kuten kullan ja urheilupallojen. (Tuotteet 2019.) Reilun kaupan teet tuotteita on myyty vuodesta 1999 organisaation suomalaisen sivuliikkeen mukaan. Mikäli tuotteelle on annettu Reilun kaupan sertifiointi, se ei välttämättä tarkoita sitä, että tuote on kalliimpi kuin vastaava tuote ilman sertifiointia. Tästä huolimatta kuljetuskustannukset, kovempi laatu ja sertifiointikustannukset voivat jotenkin lisätä tuotteen hintaa. (Mikä on Reilu kauppa? 2019.)

Reilun kaupan virallinen verkkosivu kertoo, että tuotantoketjun alkupäässä olevat viljelijöillä ja työläisillä ei ole aina samoja oikeuksia, eivätkä saa ansaitsemiaan etuuksia. Reilu kauppa on luotu korjaamaan näitä epäkohtia. Se on vaihtoehtoinen lähestymistapa perinteiseen kauppaan, ja se perustuu tuottajien ja kuluttajien välisiin suotuisiin kauppasopimuksiin. Tämä tarkoittaa sitä, että maanviljelijät eivät kärsi köyhyydestä. Jokaiselle reilun kaupan sopimuksella käydylle tuotteelle annetaan Reilun kaupan sertifiointi, eli Fairtrade leima, joka osoittaa, että kaikki vaatimukset täyttyvät ja tuote on tuotettu eettisesti. Reilun kaupan standardit ovat suunniteltu vastaamaan vallan epätasapainoa kauppasuhteissa. Näitä ovat esimerkiksi tulevaisuuden tavoitteet, työn edistymistä koskevat standardit ja hinnat. (What is Fairtrade 2019.) Reilun kaupan seuraamista säännöistä kaikkein tärkeimmät säännöt ovat palkkojen välittä-

minen kaikille työntekijöille, tasa-arvoisen palkan maksaminen sukupuolesta riippumatta, turvallisen työympäristön takaaminen ja alle 18-vuotiaiden palkkaamatta jättäminen. Reilu kauppa pyrkii myös kasvattamaan ostajien tietoisuutta ja tekee tuotannon päätökset demokraattisella tavalla. (Talweg 2016.)

Reilun kaupan brändi myy pääasiassa tuotteita ja raaka-aineita, jotka eivät kasva suomalaisessa ilmastossa. Tämän seurauksena se ei kilpaile kotimaisen tuotannon kanssa. Eräs esimerkki Suomessa paikallisesti kasvatettujen elintarvikkeiden ja ulkomailta tuotavien Reilun kaupan tuotteiden välisistä päällekkäisyyksistä on hunaja. Tässä tapauksessa reilun kaupan virallisen sivuston mukaan kotimainen tuotanto ei kata kulutusta, joten osa tuotteista tuodaan ulkomailta. (Kysymyksiä ja vastauksia 2019.) Tämä ei kuitenkaan koske teetä, sillä tee ei kasva Suomessa. On tärkeää huomata, että Reilu kauppa ei sertifioi kotimaisia maataloustuotteita, kuten kehitysmaiden tuotteita. Kriteerit sertifiointia kohtaan ovat räätälöityjä viljelijöiden kohtaamiin haasteisiin kehitysmaissa, joten nämä kriteerit voivat olla täysin erilaisia verrattuna haasteisiin, joita suomalaiset viljelijät voivat kohdata. Havainnollistaakseni: Suomi on hyvin kehittynyt maa, jossa kaikki lapset käyvät koulua ja saavat peruselintarvikkeita. Kehitysmaissa voi olla tarvetta seurata viljelijöiden lasten koulutuksen ja ravitsemuksen tarvetta. (Kysymyksiä ja vastauksia 2019.)

4.7 Erot Reilun kaupan ja Reilun kaupan sertifiointin välillä

On tärkeää ottaa huomioon, että termit Reilu kauppa ja Reilun kaupan sertifiointi, jota puhekielessä kutsutaan myös Reiluksi kaupaksi, ovat erilaisia. Selkeyttääkseni asiaa käytän englanninkielistä termiä Fairtrade kuvaamaan Reilun kaupan sertifiointia. Fairtrade järjestelmä antaa asiakkaiden tunnistaa tuotteet, jotka ovat läpäisseet kansainvälisesti hyväksytyt Reilun kaupan standardit näkemällä ne organisaation luomista Fairtrade merkeistä. Termi Reilu kauppa puolestaan tarkoittaa liikettä, joka keskittyy eettisiin kaupankäyntitapoihin ja niiden korkeisiin arvoihin. Tähän kuuluvat sekä leimatut että merkitsemättömät tuotteet. Eettinen kaupankäynti tarkoittaa sitä,

että yritykset varmistavat työntekijöiden ja hankkijoiden perusoikeuksia kehitysmaiden alueilla. (FAQs: Frequently Asked Questions 2019.) Fairtrade-merkki koskee myös tuotteita ja yrityksiä kokonaisuudessaan. Tämä merkitsee sitä, että jopa merkitsemättömät tuotteet voidaan edelleen tuottaa eettisesti eri organisaatioiden piireissä. Reilu kauppa edustaa kaikkiaan yli 1,5 miljoonaa maanviljelijää ja työntekijää teentuotannossa. Fairtrade-raportin mukaan vuonna 2014 oli yli 360 000 viljelmää ja viljelijää palkattuna alalla, jotka kattavat noin 136 000 hehtaaria teenviljelyä sertifioidin alaisena. (Talweg 2016.)

5 Tutkimusasetelma

Opinnäytetyön tärkein tutkimusongelma on tutkia, mitä kestävä teen tuotanto on. Tärkein tutkittava alue on esitellä, millaisia haasteita esiintyy teen viljelyssä, teepensaiden istutuksesta aina siihen saakka, kun lopputuote on valmis toimitettavaksi myymälöiden hyllyille. Tutkimuksen tarkoituksena on selittää, miksi yritykselle ja asiakkaalle on tärkeää tarjota Reilun kaupan sertifiointi ja miten varmistetaan, että teetuotannon ketju säilyttää kestäväytensä. Teetuotannon syvempää ymmärrystä Suomessa esitellään paikallisten teepalveluiden omistajien haastatteluilla, jotka tuottavat arvokasta tietoa teollisuudesta. Hankkeen tavoitteena on perehdyttää itsemme ja asiakkaat alan vaikeuksiin ja ottaa huomioon, miten nämä vaikeudet ovat mahdollisesti luotu.

Tutkimuksen pääasiallinen lähestymistapa koostui ensinnäkin teen historiaa koskevista laajoista oletuksista, yksityiskohtaisemmasta tiedonkeruumenetelmästä haastatteluilla, sekä verkossa julkaistuista tieteellisten artikkeleiden analyyseista ja tulkinasta. Laadullinen lähestymistapa valittiin, koska tietojen keräämiseen käytettävät tarpeet olivat avoimia kysymyksiä, jolloin kertoja voi jakaa mahdollisimman paljon aiheesta. Laadullinen tutkimus oli määrällistä tutkimusta sopivampi, koska tarvittava lähestymistapa käytti ensisijaisesti yksityiskohtaisia toissijaisia tietoja analysoimaan teen viljelyn ongelmia nykyhetkeen saakka, ja rakentamaan tietoisuutta näiden tietojen perusteella.

Tärkeimmät lähteet, jotka koskevat teen historiaa ja viljelyä, kerättiin kirjoista ja artikkeleista, joita Jyväskylän Ammattikorkeakoulun tietokanta tarjosi. Monet mielenkiintoiset artikkelit eivät kuitenkaan olleet saatavilla JAMK:n tietokannassa tai JAMK:n yhteistyökumppanien tietokannassa. Tästä syystä lisämateriaalia etsittiin Google Scholarin kautta. Tämä lähestymistapa soveltuu tämän tutkimuksen laadulliseen luonteeseen ja antoi sekä yksityiskohtaisen että perusteellisen käsityksen teeteollisuuden kestävydestä. Lisäksi haastattelu tehtiin saadakseen lisää tietoa paikallisesta teeteollisuudesta Suomessa ja tutkittiin, onko Reilun kaupan sertifioimaa teetä tarjolla Jyväskylässä.

Tutkimusta varten tehtiin haastattelu, joka suoritettiin paikallisen teepalvelun edustajan liiketilassa Jyväskylässä, jossa omistajat pyysivät jäämään nimettömiksi alan kilpailun vuoksi. Avoimia kysymyksiä esitettiin ja haastateltavan oli mahdollista kertoa mahdollisimman vähän tai paljon jokaisesta aiheesta. Haastattelulle ei ollut aikarajaa. Kerätty tieto äänitettiin ja käännettiin myöhemmin tekstiksi analysoinnin helpottamiseksi. Haastateltavalle annettiin mahdollisuus kieltäytyä vastaamasta kysymyksiin tai päättää haastattelu tarvittaessa.

Haastattelu oli puolistrukturoitu haastattelu. Tällaisessa haastattelussa tarkoituksena on esittää kaikille haastateltaville samat kysymykset, mutta kysymysten järjestystä on mahdollista muuttaa tai kysymyksiä voi jättää kokonaan pois tilanteen tarpeen (Hirsjärvi & Hurme 2001, 47). Haastattelun voidaan katsoa menneen myös osittain teemahaastattelun puolelle. Teemahaastattelussa haastatteluun valittu aihepiiri on kaikille haastateltaville samat, ja kysymysten osalta on mahdollista liikkua eteenpäin joustuen kysymysten esittämisen kanssa (Hirsjärvi & Hurme 2001, 47-48, 66; Eskola & Suoranta 2000, 86-87).

Haastateltavalle luettiin alkuun kaikki kysymykset, jotta tämä voisi valmistautua haastatteluun hyvin, ja voisi vastata kysymyksiinsä oikein. Kysymyksiä tehtiin yhteensä 15 kappaletta, joista osan voisi haastattelun edetessä pudottaa pois, mikäli kysymys tuntuisi tarpeettomalta. Osa näistä kysymyksistä jätettiin lopulta kysymättä ainoassa haastattelupaikassani juurikin sen vuoksi, että osa niistä ei olisi antanut tarpeeksi hyvää aineistoa opinnäytetyölleni.

Toisin kuin määrälliset tutkimukset, jotka käsittelevät ensisijaisesti informaatiota ja niiden tilastollisia tulkintoja loogisen ja ehdottoman objektiivisen paradigman alla, laadullinen tutkimus käsittelee numeerista informaatiota ja niiden yhdistymistä ihmisten aisteihin ja subjektiivisuuteen (Chetty 2016). Laadullinen tutkimus on haastavaa, koska ei ole hyväksyttyä yksimielisyyttä standardeista, joiden perusteella tällaista tutkimusta pitäisi arvioida (Noble & Smith 2015). Luotettavuus tutkimuksessa viittaa menettelyjen johdonmukaisuuteen, mukaan lukien henkilökohtaisen asenteen ja tutkimusmenetelmien puolueettomuuden huomioon ottaminen, jotka ovat saattaneet vaikuttaa havaintoihin. Luotettavuus viittaa prosessien ja tulosten tarkkaan toistettavuuteen. (Leung 2015.) Tässä tutkimuksessa haastattelu suoritettiin yhden henkilön toimesta, ja samoja kysymyksiä toistettiin, jotta saataisiin kokonaiskuva aiheesta. Haastateltavan nimettömyys säilyi, mikä antoi hänelle vapauden ilmaista mielipiteensä vapaasti.

Validiteetin osalta ensimmäinen askel sen varmistamisessa on, että ne laaditaan huolella esitietoon perustuen. Tässä tapauksessa kaikki kysymykset oltiin hyväksytyt ohjaajalla ennen kuin haastattelut oltiin suoritettu. Laadullinen tutkimus ei etsi syy-seuraussuhteita samalla tavalla kuin määrällinen tutkimus. Lisäksi se pyrkii monipuolisesti kuvaamaan tutkittuja ilmiöitä ja siten avoimia kysymyksiä, joihin vastattiin vapaasti. Täydellisen tilanteen mukaan käytettyjen välineiden voimassaolo pyrkii tuottamaan hyvin samankaltaisia tuloksia, koska Eskola ja Suoranta (1998) väittävät, että laadullista tutkimusta on vaikea toistaa, koska ihmiset muuttuvat ja monet eri tekijät voivat vaikuttaa vastakusiin tiettyinä ajankohtana.

6 Haastattelun tulokset

Opinnäytetyötä varten tehtiin haastattelu jyvaskyläläisessä teepalveluita tarjoavassa liikkeessä. Haastateltava pyysi saada vastata nimettömästi, ja siihen suostuttiin.

Muut haastatteluun pyydetty kieltäytyivät vedoten tiukkaan kilpailuun alalla Jyväskylässä. Haastateltavalle annettiin mahdollisuus kieltäytyä vastaamasta kysymyksiin tarpeen tullen, mikäli asia olisi hänen näkökulmastaan ollut arkaluonteinen.

Haastatteluni mukaan kestävä teen tuotanto vastaa aiemmin tutkimaani aineistoa. Kestävä tuotanto ei aiheuttaisi ympäristölle ja teepensaille itselleen vahinkoa. Näin teen viljelyä pystyttäisiin jatkamaan sukupolvien ajan tulevaisuuteen. Haastattelussa kävi myös ilmi, että teen viljelyn kestävyys suhteen tärkeitä asioita ovat teeviljelmien työntekijöiden inhimilliset olot ja palkat ja tuholaistorjunta-aineiden väliin jättö. Ilman näitä osa-alueita teeviljelmän maaperä voisi tuhoutua ja työntekijät voisivat mennä lakkoon.

Haastattelussa kävi myös ilmi, että asiakkaista noin 1 – 2 % on kiinnostunut teen kestävydestä ja ekologisuudesta. Hyvin suuri enemmistö asiakkaista on kiinnostunut lähinnä teen aromista ja laadusta. Vain harva jää tiedustelemaan teen alkuperästä enemmän ja useimmiten näissäkin tilanteissa tiedustellaan ainoastaan teen alkuperämaata. Yritys pyrkii tarjoamaan mahdollisimman eettisesti tuotettua teetä, ja monista teesekoituksista on saatavilla luomuversiona. Yrityksen omistaja oli itse sitä mieltä, että luomutee sisältää paljon vähemmän aromia, ja siksi asiakkaat eivät aina osta luomua. Hänen mielestään asiakas joutuisi käyttämään paljon enemmän luomuteen lehtiä keittääkseen aromikasta teetä, mikä tulisi asiakkaalle paljon kalliimmaksi kuin tavallinen teesekoitus.

Yrityksessä ei myydä teetä, jossa olisi Reilun kaupan sertifikaattia. Omistaja oli kuitenkin varma, että heidän teensä on merkinnän puutteesta huolimatta reilusti tuotettua. He pyrkivät ostamaan teetä tukkukauppialta, jotka tuovat maahan eettisesti tuotettua teetä. Toimipaikan tietojen mukaan muutama myytävistä teetuohteista tulee afrikkalaiselta alueelta, jossa ihmisiä kannustetaan teentuotantoon työllistymistarkoituksessa. Projektin tarkoituksena on alueen työllistymisen parantaminen, ja siksi haastattelemani henkilö haluaa tukea tätä projektia myymällä projektin lopputuotetta.

Yrityksen omistaja on huolissaan myös ilmastonmuutoksesta, koska sillä voi olla hyvinkin vakavia vaikutuksia teen kasvuun. Mikäli teen kasvuympäristön keskilämpötila on reilusti korkeampi kuin 20 °C ja kosteusprosentti menee alle 40 %, tee ei voi enää kasvaa oikein. (Learn the Basics of Growing Tea 2017). Se vaikuttaisi haastateltavani mukaan myös teen hintaan, koska teetä voitaisiin tuottaa vähemmän ja sen aromit

kärsisivät. Hintojen noususta oltiin jo saatu kokemusta teetuvassa, kun kaksi vuotta sitten eräs eteläafrikkalainen teeplantaasi kärsi mittavia ympäristövahinkoja kuivuu-
den vuoksi. Siksi teetä saatiin tuotettua vähemmän ja alueelta ostettu tee oli nor-
maalia kalliimpaa.

Haastattelun lopuksi kysyin vielä teen suosiosta Suomessa. Haastateltavan mukaan tee ei ole yhtä suosittu juoma historiallisista lähtökohdista. Tee ei hänen mielestään koskaan ollut tärkeä tuontituote Suomelle, josta syystä teen kulutus on historian saa-
tossa ollut vähäistä. Tee myös nähdään halpana juomana Suomessa, koska kahvilat yleensä tarjoavat vain pussitettua teetä halpaan hintaan tai ilmaiseksi. Se voi luoda monille asiakkaille mielikuvan siitä, että tee ei olisi mikään luksustuote. Siksi asiak-
kaat valitsevat mieluummin kahvin juomakseen. Yrityksen omistaja on kuitenkin vah-
vasti sitä mieltä, että tulevaisuudessa teestä tulee Suomessa yhä suosituampi juoma. Ihmisten on yhä helpompaa matkustaa maihin, joissa teekulttuuri on voimissaan.

7 Johtopäätökset ja pohdinta

Teellä on hyvin pitkä historia, ja kasvavan kysynnän vuoksi teeteollisuus on kohdan-
nut monia vaikeuksia ajan saatossa. Kun tietoisuus kestävydestä kasvaa, eettistä kaupankäyntiä ja teen tuotantoa tukevat tahot tekevät positiivisia muutoksia alalla. Tuotanto muuttuu ja sopeutuu, koska teepensaat vaativat tietynlaisen ilmaston ja maantieteellisen alueen kasvaakseen. Koska nämä alueet ovat yleensä kehittyvissä tai heikosti kehittyvissä maissa, Reilun kaupan kaltaiset järjestöt varmistavat, että teepensaita ei ylikuormiteta, työntekijät saavat oikeudenmukaista palkkaa, heidän hyvinvoinnistaan huolehditaan teetuotannon aikana ja ympäristönäkökohdat ote-
taan huomioon. Eettinen kaupankäynti on näkyvillä Suomessa, ja vaikka saatavilla olevassa teessä ei välttämättä ole Reilun kaupan sertifiointia, Reilun kaupan tuotteet ovat silti laajasti saatavilla. Paikallisen yrityksen omistajan haastattelu auttoi ymmär-
tämään, miten eettinen kaupankäynti ja kestävä tee tarkoittavat paikallisesta ja käy-
tännöllisestä näkökulmasta. Lisäksi tulokset osoittavat, että parannuksille on vielä ti-
laa, erityisesti asiakkaiden eettisen kaupan ja orgaanisen teen kasvattamisen vaiku-
tusten tietämyksestä.

Eettinen kaupankäynti

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, millaisia haasteita teeteollisuudessa on tällä hetkellä. On selvää, että teen tuotantoketju on monimutkainen. Se alkaa maaperästä huolehtimisesta ja päättyy siihen, kun tee on saatu kauppaan myyntiin. Eettisyyden varmistaminen kaikissa vaiheissa on myös hankalaa. Tutkimuksen kannalta tärkeintä on, että vaikka tuotteella ei ole Reilun kaupan sertifiointia, tuote voidaan siitä huolimatta hankkia eettisesti. Kuten haastateltu teekaupan omistaja totesi, kaikki tarjolla olleet tuotteet ovat johdettu kestävästä materiaaleista ja eettisestä kaupankäynnistä siitä huolimatta, että Reilun kaupan sertifiointia ei oltu myönnetty.

Jatkotutkimusta teekulttuurista Suomessa tarvittaisiin tutkiakseen eroja eri kauppajien ja heidän tarjoamiensa tuotteiden välillä. On selkeää, että yrityksen omistajan näkökulmasta on haastavaa jäljittää eri teesekoitusten alkuperä, koska ne voivat kaikki tulla eri lähteistä. Seurauksena on, että voidaanko teeseosta ylipäätään sertifioida Reilun kaupan merkillä, vai koskisiko tämä ainoastaan puhtaita teelehtiä, joihin ei ole lisätty aromia tai kuivattuja hedelmiä. Valitettavasti tätä kysymystä ei voitu tutkia, koska Reilun kaupan Suomen edustajalta – Fairtrade Finland – ei saatu vastausta kyselyyn. Tällä hetkellä Euroopan Unioni on asettanut säännöksiä vastaamaan eettisestä kaupankäynnistä ja kestävästä tuotannosta teeteollisuudelle. Suomen teeteollisuutta ei ole vielä tutkittu tarpeeksi, mutta mahdollisuudet lisääntyvät, kun teetä kasvatetaan yhä enemmän.

Asiakkaiden näkökulmasta ylivoimainen enemmistö ei näytä olevan tietoinen teollisuuden kohtaamista vaikeuksista. Tämä on ymmärrettävää, sillä valmis tuote kaupan hyllyssä ei heijasta näitä vaikeuksia. Kun otetaan huomioon, että kaikki teet Suomen markkinoilla ovat ulkomailta tuotuja, asiakkaiden vähäinen tietämys on odotettavissa. Tulevia tutkimuksia varten olisi hyvä tehdä määrällinen tutkimus, mikäli vastaajien – asiakkaiden tai alalla työskentelevien ihmisten – määrä olisi tarpeeksi suuri. Olisi mielenkiintoista tutkia minkälaisia teetä suomalaiset tutkivat, tai olisivatko he kiinnostuneita vaihtamaan kahvinjuonnista teen juontiin heti, kun heille kerrottaisiin tarkemmin teen terveysvaikutuksista ja makuvaihtoehdoista.

Orgaaninen tee

Yksi mielenkiintoisimmista löydöksistä liittyy orgaanisen teen tuotantoon. Toisaalta aiemmat tutkimukset ehdottavatkin, että luomutee maistuu paremmalta, koska siinä ei ole jätteitä tuholaistorjunta-aineista ja siinä on enemmän ravintoaineita, C-vitamiinia ja antioksidantteja. Lisäksi teen paremman laadun tulisi ainakin teoriassa olla paremmin sidoksissa eettisen kaupankäynnin ja kestävyuden arvojen kanssa. Teen tuottajat, asiakkaat ja ympäristö hyötyisi paljonkin tästä järjestelystä. Paikallisen teekaupan omistajan mielestä luomutee on maultaan heikompaa. Se on myös kalliimpaa asiakkaalle, koska asiakas joutuu käyttämään enemmän teelehtiä saadakseen juomaansa makua verrattuna teehehven, joka ei ole luomua. Tästä näkökulmasta tee vaatii enemmän työtä ja resursseja, kuten vettä tai maata, mikä viittaa siihen, että orgaanisen teen tuotannon taloudelliset edut eivät välttämättä ole paremmat kuin perinteisesti tuotettu tee.

Asiakkaiden vihreät valinnat

Loppupelissä hyvin pieni osa asiakkaista ovat tietoisia orgaanisesta teestä. Yhden näkökulman perusteella kaupat eivät tunne tarvetta toimittaa asiakkailleen luomuteetä, koska asiakkaat eivät valitse sitä perinteisen teen sijaan. Toisaalta korkeampien hintojen pakottaminen asiakkaille ei ratkaise ongelmaa, mikäli he eivät ymmärrä luomuteen positiivisia vaikutuksia ympäristöön. Jos asiakas ei edes tiedä, että on olemassa vihreämpiä valintoja, silloin asiakas ei edes harkitse mahdollisuutta suorittaa ostoksensa toisella tavalla. Myönteisten myyntitekniikoiden avulla teetä ja luomutuotteita myyvät tahot voisivat valistaa asiakkaitaan erilaisista valinnoista ja siitä, miten myönteinen vaikutus sillä on. Jos asiakas on entistä tietoisempi käyttäytymismalleistaan ja asenteistaan luomutuotteiden tuomiin muutoksiin, yleisin korkeampien hintojen luoma este ei olisi enää este. Näin vihreämmät valinnat tee- ja elintarvikeostoksissa voitaisiin saada toteutetuksi.

Reliabiliteetti ja validiteetti

Tämä tutkimus on mahdollisesti yksi ensimmäisistä paikallisista yrityksistä tutkia teollisuutta suomalaisesta näkökulmasta, joka sisältää sekä kestävyden että oikeudenmukaisen kaupan näkökulmat. Vaikka kaikki ensisijaiset resurssit eivät olleet käytettävissä, johtuen käytettyjen tietokantojen rajallisuudesta ja rajallisen haastattelumahdollisuuden vuoksi, tutkimuskysymyksiin saatiin etsittyä vastauksia. Haastattelutulosten vertaaminen aiempaan kirjallisuuteen on kuitenkin haastavaa johtuen haastattelusta saadun erilaisen tiedon vuoksi. Laadullista tutkimusta arvostellaan usein tieteellisten tiukkojen sääntöjen puutteesta, rajoitetusta tilastotietojen analysoinnista ja havainnoista, jotka heijastavat vain mahdollisesti subjektiivisia ajatuksia ja mielipiteitä. Ottaen huomioon EU:n ohjeistukset ja säännökset elintarviketeollisuudessa, olisi mahdotonta välttää kaikkia terveysvirastojen vaatimuksia menestyksellään liiketoiminnan toteuttamisessa. Lisäksi teepalveluita tuottavien liikkeiden tutkiminen ulkopuolisesta näkökulmasta voisi olla mahdotonta toteuttaa johtuen kauppasalaisuuksista ja kilpailusta markkinoilla. Näin ollen kysymys pätevydestä ja luotettavuudesta tässä ja muissa laadullisissa tutkimuksissa on edelleen olemassa, koska ei ole tarkkaa tapaa verrata havaintojaan muihin käytettävissä oleviin tutkimuksiin.

Lähteet

About fairtrade. 2019. Fairtrade International. Viitattu 27.02.2019.

<https://www.fairtrade.net/about-fairtrade/fairtrade-system.html>

Alasuutari, P. 1999. Laadullinen Tutkimus. 38-39. 3. painos. Tampere: Vastapaino.

Chetty, P. 2016. Importance of research approach in a research. Viitattu 9.3.2019.

<https://www.projectguru.in/publications/selecting-research-approach-business-studies/>

Doanh, N., Thuong, N. & Heo, Y. 2018. Impact of Conversion to Organic Tea Cultivation on Household Income in the Mountainous Areas of Northern Vietnam. Sustainability. 10, 12, 1-21. Viitattu 15.03.2019. <https://www.mdpi.com/2071-1050/10/12/4475>

Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. 86-87. Tampere: Vastapaino.

Fredman, R. 2014. Where the world's biggest tea drinkers are. Quartz. Viitattu

20.01.2019. <https://qz.com/168690/where-the-worlds-biggest-tea-drinkers-are/>

FAQs: Frequently Asked Questions. 2019. Fairtrade International. Viitattu

27.02.2019. <https://www.fairtrade.net/about-fairtrade/faqs.html>

Frilander, N. 2006. Kestävän kehityksen jäljillä. 6-7. Jyväskylä: JAPA.

Graham, P. 2016. Tea Culture Around the World - Legend & Tradition. Culture ready.

Viitattu 20.01.2019. <http://www.cultureready.org/blog/tea-culture-around-world-legend-tradition>

Hahlbrock, K. 2009. Feeding the planet. Environmental Protection through sustainable agriculture. 63-66, 72-76, 222. Lontoo: Haus Publishing.

Hicks, A. 2001. Review of Global Tea Production and the Impact on Industry of the Asian Economic Situation. *AU Journal of Technology*, 5, 3. Viitattu 22.01.2019
http://www.journal.au.edu/au_techno/2001/oct2001/article4.pdf

Hicks, A. 2009. Current Status and Future Development of Global Tea Production and Tea Products. *AU Journal of Technology*, 12,4, 254-264. Viitattu 22.01.2019.
<https://www.lexariaenergy.com/wp-content/uploads/2015/04/Global-Tea-Consumption.pdf>

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2000. 47-48, 66 Tutkimushaastattelu: teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.

How much water is needed to produce food and how much do we waste? 2013. Artikkelin The Guardianin www-sivulla. Viitattu 15.03.2019. <https://www.theguardian.com/news/datablog/2013/jan/10/how-much-water-food-production-waste>

Hursel, R., Viechtbauer, W., Dulloo, A., Tremblay, A., Tappy, L. & Rumpler, W. 2011. The effects of catechin rich teas and caffeine on energy expenditure and fat oxidation: a meta-analysis. *Obesity Reviews*, 12, 7, 573-581. Viitattu 20.01.2019
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.1467-789X.2011.00862>

Kysymyksiä ja vastauksia. 2019. Fairtrade International. Viitattu 27.02.2019.
<https://reilukauppa.fi/meista/kysymyksia-ja-vastauksia/>

Larsson, S., Virtamo, J. & Wolk, A. 2013. Black tea consumption and risk of stroke in women and men. *Ann Epidemiol*, 23, 3, 157-160. Viitattu 23.01.2019.
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/23295000>

Learn the basics of growing tea. 2017. *Farmer's weekly*. Viitattu 27.02.2019.
<https://www.farmersweekly.co.za/featured-home-image/learn-basics-growing-tea/>

Leung, L. 2015. Validity, reliability, and generalizability in qualitative research. Viitattu 10.3.2019. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4535087/>

- Majumder, A., Bera, A. & Rajan, A. 2010. Tea Statistics: Global Scenario. *Journal of Tea Science Research*, 8, 1, 121-124. Viitattu 20.01.2019 <http://teaboard.gov.in/pdf/Tea%20Statistics%20Global%20Scenario.pdf>
- Marty, E. 2018. How Is Tea Grown? The Story of Tea From Harvest to Cup. *Cup and Leaf*. Viitattu 27.02.2019. <https://www.cupandleaf.com/blog/how-is-tea-grown>
- Mikä on Reilu kauppa?. 2019. Viitattu 27.02.2019. <https://reilu-kauppa.fi/meista/mika-on-reilu-kauppa/>
- Moser, A. 2015. Thinking green, buying green? Drivers of pro-environmental purchasing behavior. *Journal of Consumer Marketing*, 32, 3, 167-175. Viitattu 6.4.2019.
- Noble, H. & Smith, J. 2015. Issues of validity and reliability in qualitative research. Viitattu 10.3.2019. <https://ebn.bmj.com/content/ebnurs/18/2/34.full.pdf>
- Ohno, Y., Wakai, K. & Genka, K. 1995. Tea consumption and lung cancer risk: A case-control study in Okinawa, Japan *Journal of Cancer Research*, 86, 1027-1034. Siteerattu artikkelissa: Majumder, A., Bera, A. & Rajan, A. 2010. Tea Statistics: Global Scenario. *Journal of Tea Science Research*, 8, 1, 121–124. Viitattu 20.01.2019. <http://teaboard.gov.in/pdf/Tea%20Statistics%20Global%20Scenario.pdf>
- Products. 2019. Fairtrade International. Viitattu 27.02.2019. <https://www.fairtrade.net/products/tea.html>
- Saberi, H. 2010. *Tea: a global history*. 10–26, 27–41, London: Reaction books LTD. Viitattu 20.01.2019.
- Soni, R., Katoch, M., Kumar, A., Ladohiya, R. & Verma, P. 2015. Tea: Production, Composition, Consumption and its Potential as an Antioxidant and Antimicrobial Agent. *International Journal of Food and Fermentation Technology*, 5, 2, 95-106. Viitattu 19.01.2019. https://www.researchgate.net/publication/309891301_Tea_Production_Composition_Consumption_and_its_Potential_as_an_Antioxidant_and_Antimicrobial_Agent

Siteerattu artikkelissa: Majumder, A., Beraa, A. & Rajanb, A. 2010. Tea Statistics: Global Scenario. *Journal of Tea Science Research*, 8, 1, 121-124. Viitattu 20.01.2019. <http://teaboard.gov.in/pdf/Tea%20Statistics%20Global%20Scenario.pdf>

Tea packaging, distribution and trading. 2019. UK tea and infusions association. Viitattu 27.02.2019. <https://www.tea.co.uk/tea-packaging-distribution-and-trading>

Tuotteet. 2019. Viitattu 27.02.2019. <https://reilukauppa.fi/tuotteet/>

Tsuchiya, H., Sato, M., Kato, H., Okubo, T., Juneja, L. & Kim, M. 1997. Simultaneous determination of catechins in human saliva by high-performance liquid chromatography. *Journal of Chromatography Biomedicine Sciences and Applications*, 703, 253-258. Siteerattu artikkelissa: Soni, R., Katoch, M., Kumar, A., Ladhiya, R. & Verma, P. 2015. Tea: Production, Composition, Consumption and its Potential as an Antioxidant and Antimicrobial Agent. *International Journal of Food and Fermentation Technology*, 5, 2, 95-106. Viitattu 19.01.2019. https://www.researchgate.net/publication/309891301_Tea_Production_Composition_Consumption_and_its_Potential_as_an_Antioxidant_and_Antimicrobial_Agent

What is sustainability? N.d. Acciona. Viitattu 15.3.2019. <https://www.activesustainability.com/sustainable-development/what-is-sustainability/>