



Suomalaisen viinialan tulevaisuus ja kehitysnäkymät

Nina Vuolio

Opinnäytetyö, restonomi ylempi AMK

Huhtikuu 2025

Matkailu- ja ravitsemisala

Matkailu- ja palveluliiketoiminnan johtamisen tutkinto-ohjelma

Vuolio, Nina

Suomalaisen viinialan tulevaisuus ja kehitysnäkymät

Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Huhtikuu 2025, 78 sivua

Matkailu- ja palveluliiketoiminnan johtamisen tutkinto-ohjelma. Opinnäytetyö, ylempi AMK.

Julkaisun kieli: suomi

Julkaisulupa avoimessa verkossa: kyllä

Tiivistelmä

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää suomalaisen viinialan kehitystä vuoteen 2035 mennessä sekä kartoittaa asiantuntijoiden näkemyksiä näistä muutoksista. Tarkoituksena oli selvittää alan tulevaisuutta. Tätä tutkimusta voisivat hyödyntää viinin maahantuojat, tukut, ravintolat, alan ammattilaiset ja alalle opiskelevat sekä kuluttajat.

Tutkimus toteutettiin laadullisena tutkimuksena, jossa asiantuntijoiden haastattelut olivat keskeisessä roolissa. Tietoperusta painottui tulevaisuudentutkimukseen ja viinialan tilannekuvaan maailmanlaajuisella, eurooppalaisella ja kansallisella tasolla.

Tutkimustuloksista oli havaittavissa monia muutoksia, jotka tulisivat toteutumaan Alkon mahdollisen monopolin murtumisen seurauksena tai siitä huolimatta. Muutokset liittyivät varsinkin oletettuun viinikulttuurin muutokseen, joka tulisi toimimaan muutosajurina alalle. Muutoksien joukossa oli paljon positiivisia tulevaisuuden näkymiä, kuten teknologian kehittyminen, myynnin vapautuminen, valikoiman erilaistuminen ja laadun lisääntyminen sekä kysynnän muuttuminen ruokailutottumuksien muutoksien oheistuotteena. Kaikkia muutoksia ei kuitenkaan nähty alaa kehittävinä, vaan politiikka, verot ja vähittäiskaupan duopoli herättivät huolta alan ammattilaisten keskuudessa.

Opinnäytetyö tarjoaa alan yrityksille uusimman tiedon koottuna samasta lähteestä, jonka avulla on helppo ennakoida alan tulevaisuutta ja siten varautua tuleviin muutoksiin ketterämmin ja luovemmin. Opinnäytetyö toimii sunnannäyttäjänä alan toimijoille ja tarjoaa monia näkökulmia tulevaisuuden viinialaan.

Avainsanat (asiasanat)

Viini, juomat, viiniala, suomalainen viiniala, viinialan tulevaisuus

Vuolio, Nina

Prospects and the Future of Finnish Wine Sector

Jyväskylä: JAMK University of Applied Sciences, April 2025, 78 pages

Master's Degree Programme in Tourism and Hospitality Management

Permission for open access publication: Yes

Language of publication: Finnish

Abstract

The aim of the thesis was to examine the development of the Finnish wine industry by 2035 and to explore experts' views on these changes. The goal was to get a view to industry's future. This study could be used by wine importers, wholesalers, restaurants, industry professionals, students and consumers.

The study was conducted as qualitative research, with expert interviews playing a significant role. The theoretical background focused on futures research and the state of the wine industry at a global, European, and national level.

The research findings revealed several changes that were expected to occur because of, or despite, the potential breakdown of Alko's monopoly. These changes mainly related to the anticipated shift in wine culture, which was expected to act as a driver for change in the industry. Among the changes, there were many positive outlooks for the future, such as the development of technology, the liberalization of sales, diversification of product offerings, and improved quality, as well as changes in demand driven by shifts in dining habits. However, not all changes were seen as beneficial for industry, as politics, taxation, and the retail duopoly raised concerns among industry professionals.

The thesis offers the latest information for industry professionals in one source. Based on the results of this thesis, companies can anticipate the future of the industry and thus better prepare for upcoming changes more proactively and creatively. The thesis serves as a guide for industry professionals and offers multiple perspectives on the future of the wine sector.

Keywords/tags (subjects)

Wine, drinks, wine industry, wine industry in Finland, future of wine industry

Sisältö

1	Viiniala uuden aikakauden kynnyksellä	3
2	Tulevaisuudentutkimus.....	6
2.1	Tulevaisuuden tutkimuksen menetelmiä.....	8
2.1.1	Ennakointi	8
2.1.2	Skenaariot	9
2.1.3	Heikot signaalit	10
2.1.4	Megatrendit	12
2.1.5	Villit kortit	13
3	Viinitoimiala	14
3.1	Viini.....	16
3.2	Globaali viiniala	17
3.2.1	Viini ja kestävä kehitys.....	18
3.3	Viiniala Euroopassa	21
3.4	Viini ja alkoholimonopoli Suomessa	22
3.4.1	Viinialan nykynäkymät.....	25
4	Tutkimuksen toteutus.....	27
4.1	Tutkimuksen tavoite ja tutkimuskysymykset.....	27
4.1.1	Teoreettinen viitekehys	28
4.2	Laadullinen tutkimus.....	29
4.3	Tutkimusasetelma	29
4.4	Aineiston keruu	29
4.4.1	Teemahaastattelu	31
4.4.2	Kysymysten asettelu puolistrukturoidussa teemahaastattelussa.....	32
5	Aineiston analyysi.....	34
6	Tutkimuksen tulokset	35
6.1	Tulosten käsittely	35
6.2	Viinialan ammattilaisten näkemykset teemoittain	37
6.2.1	Viinialan uudet tuulet	38
6.2.2	Maahantuojat ja tukut.....	41
6.2.3	Tulevaisuuden vähittäismyymälät	42
6.2.4	Politiikka ja verotus kehityksen esteenä	44
6.2.5	Viinikulttuurin muutos ja sen vaikutukset.....	46

6.2.6	Jos monopoli ei murrukaan?	48
6.2.7	Monopolista duopoliksi?	49
7	Pohdinta	51
7.1	Luotettavuuden tarkastelu.....	53
7.1.1	Tiedonhaku	54
7.2	Eettisyyden tarkastelu.....	55
8	Kehittämis- ja jatkotutkimusehdotuksia	57
	Lähteet	60
	Liitteet	71
	Liite 1. Saatekirje	71
	Liite 2. Suostumusasiakirja	72
	Liite 3. Tietosuojaseloste.....	74
	Liite 4. Tutkimuskysymykset	76
	Liite 5: Haastateltavat	78
	Kuviot	
	Kuvio 1. Teoreettinen viitekehys	28
	Taulukot	
	Taulukko 1. Sisällönanalyysi.....	36

1 Viiniala uuden aikakauden kynnyksellä

Viinillä on takanaan tuhansien vuosien mittainen historia, joka voidaan jäljittää nykyiseen Georgiaan 6000 vuotta ennen ajanlaskun alkua (Dudic, Mittelman, Gubiniova, Bartakova, Kader, Zejak & Spalevic 2024, 28). Viinin valmistus on kokenut kuivuudet, kasvintuholaiset ja sodat, sekä nähnyt kansakuntien nousun ja tuhon. Nyt 2020-luvulla viinialaa uhkaavat uudet haasteet, niistä suurimpana ilmastonmuutos (Gonen, Tavor & Spiegel 2024, 2). Ilmastonmuutoksen lisäksi kulutustottumusten muutokset ja globaalit ilmiöt pandemioineen ja sotineen vaikuttavat voimakkaasti muiden alojen ohella myös viinialaan. Toisaalta viiniala on ollut joustava ja muutoksiin sopeutuvainen kautta aikojen (Viinin tulevaisuus 2022).

Viinin resilienssi kestää eteen tulevia vaikeuksia näyttääkin olevan avain kestävään kehitykseen, jota viinimaailmassa pärjäämiseltä tänä päivänä vaaditaan (Flint, Golobic & Signori 2011). Viiniä viljellään kuudella mantereella ja jokaisella niistä viini tulee kohtaamaan omanlaisiaan haasteita liittyen viinin laatuun ja sitä kautta kasvatustottumusten kehittämiseen ja lopulta viinialueiden vaihtamiseen rypälälajikkeen mukaan (Gonen ym. 2024, 3). Viininkuluttajatkin ovat yhä valveutuneempia. Silloin, kun viinin etiketistä löytyy kestävään kehitykseen liittyviä sanoja, kuten luomu, ympäristöystävällisyys, paikallisuus tai kestävyys, kuluttaja on valmis maksamaan tällaisesta viinistä enemmän. (Schäufele & Hamm 2017, 379.)

Tulevaisuudessa viinialan toimijat tulevat kohtaamaan sekä ennakoituja että vaikeasti ennakoitavissa olevia muuttujia. Ennakoitavista muuttujista voidaan nyt jo mainita esimerkiksi se, että tulevaisuuden viininkuluttaja odottaa viinintuottajalta vastuullisuutta ja ympäristön huomioimista eritavalla kuin aikaisemmin, ja tämä tulee ohjaamaan viininviljelijöitä turvallisempiin viljelykäytäntöihin sekä ympäristön että työvoiman osalta. (Bisson, Waterhouse, Ebeler, Walker & Lapsley 2002, 698.) Toisaalta ennakoitavissa on perinteisten viinialueiden muuttuminen tai katoaminen ilmastonmuutoksen aiheuttaman kuivuuden takia jopa 90 %:n todennäköisyydellä vuosisadan loppuun mennessä (van Leeuwen, Sgubin, Bois, Ollat, Swingedouw, Zito & Gambetta 2024, 258).

Jos Euroopan Unionia ajateltaisiin liittovaltiona Yhdysvaltojen tapaan, se olisi maailman johtava viinintuottaja. Vuonna 2020 EU:n osuus viinintuotannosta koko maailmaan nähden oli 64 % ja täten viini on myös EU-maiden viedyin elintarvike tai toisin sanoen maataloustuote. (Viini n.d.) Suo-

malainen viiniala keskittyy viinin maahantuontiin, myyntiin ja markkinointiin. Alkon monopoli- asema yli 8-prosenttisten viinien suhteen vaikuttaa huomattavan paljon suomalaisen viinialan toimintaan, ja vaikka tämä monopoli onkin taipunut ja horjunut varsinkin Suomen liittyttyä Euroopan Unioniin (Warsell 2005), niin uudet muutokset saattavat olla edessämme jo lähitulevaisuudessa.

Voimassa oleva vähittäismyyntin alkoholimonopoli on hidastanut suomalaisen kuluttajan jo lähtökohdiltaan melko myöhäistä heräämistä viininkuluttajaksi. Voidaan ajatella, että edellä mainittu tapahtui vasta 1980-luvulla, kun väkevien käyttö väheni valko- ja punaviinin käytön kustannuksella (Mikkonen 2015). Tämä opinnäytetyö käsittelee viinialan tulevaisuutta Suomessa. Tulevaisuus ei ole vielä täällä, mutta suuret muutokset suomalaisella viinialalla saattavat olla lähempänä kuin voidaan uskoa. Suomalaisen viinialan tulevaisuutta on sivuttu joissakin opinnäytetöissä, mutta siitä ei ole tehty opinnäytetyötä, joka keskittyisi yksinomaan viinialaan, eikä siitä julkaistuja väitöskirjoja ole löydettävissä.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, millaisia näkemyksiä viiniin perehtyneillä asiantuntijoilla on viinialan tulevaisuudesta Suomessa ja tutkimuskysymykset ovat seuraavat: miten suomalainen viiniala tulee muuttumaan seuraavan kymmenen vuoden sisällä ja millaisia näkemyksiä viinialan ammattilaisilla on näistä muutoksista? Näiden kysymysten ympärille opinnäytetyö on rakentunut, ja niistä johdetut tulokset voidaan nähdä mielenkiintoisina ja uusia näkökulmia avaavina. Opinnäytetyössä selvitetään, mikä on viinialan nykyinen tahtotila ja millaisia tulevaisuuden näkymiä sillä on sitten, jos vähittäismyyntimonopolista luovutaan ja viininmyynti siirtyy yksityisille toimijoille. Ihannetilanteessa tutkimus kuvaa melko todenmukaista tulevaisuutta, mutta lähiaikojen maailmanlaajuiset kriisit ovat osoittaneet, että jopa mahdollisimman todennäköinen näkökulma tulevaisuudesta voi vääristyä yhdenkin ennakoimattoman tapahtuman mukanaan tuomien muutosten myötä. Opinnäytetyön tarkoituksena on tarjota viinialan yrittäjille ja maahantuojille materiaalia, jota nämä voivat käyttää hyödykseen tulevaisuuden haasteisiin ja mahdollisuuksiin valmistautuessaan.

Tällä kvalitatiivisesti toteutetulla tulevaisuuteen suuntautuvalla opinnäytetyöllä pyritään tarjoamaan viinialalle uutuusarvoa ja tietoa tulevaisuuden ennakoitiin, joka on nykyaikana entistäkin tärkeämpää ja saattaa jopa erottaa menestyjät epäonnistujista. Julkisen keskustelun rivien välejä tulkitessa on selkeästi luettavissa, että tällaiselle tutkimukselle on tilauksensa. Toivon mukaan se

tulee hyödyttämään suomalaista viinialaa ja toimimaan oppaana tulevaisuuteen varautumiseen jo olemassa oleville sekä tuleville viinialan yrittäjille, viinin maahantuojille, tukkuliikkeille, vähittäiskaupoille, ravintoloitsijoille, sommeliereille, kuluttajille, alan opiskelijoille ja muille viinin ystäville.

2 Tulevaisuudentutkimus

Tulevaisuudentutkimuksen keskiössä on aina kuluva ajanjakso eli nykyisyys (Rubin n.d.). Juuri nyt elämämme hetki on siis lähtökohta millaiselle tahansa tulevaisuudelle. Tulevaisuudentutkimukseen voi suhtautua esimerkiksi Wileniuksen ja Halosen (2017, 20) tavoin eli pyrkimällä ymmärtämään, miten tulevaisuuden voi nähdä kaikkialla ympärillämme (Wilenius & Halonen 2017, 20). Tulevaisuudentutkimus on oma uniikki tieteenalansa, jonka lainalaisuudet poikkeavat muista tieteenaloista sen takia, että tulevaisuus ei ole – ainakaan helposti ja luotettavasti - ennustettavissa. Tästä syystä vaihtoehtoisia tulevaisuuksia on lukuisia, mutta siitä huolimatta niiden todennäköisyyksiä voidaan arvioida tulevaisuudentutkimuksen keinoin. (Rubin n.d.).

Mäkelä ja muut (2022, 297–298) kuvaavat tulevaisuudentutkimukselle olennaista käsitettä eli tulevaisuuskuvaa niin, että se tarkoittaa kuvamaista ajatuskokonaisuutta, jonka yksilö tai yhteisö voi tulevaisuudesta muodostaa. Esimerkkinä tulevaisuuskuvasta voidaan ajatella utopioita tai dystopioita, jotka kuvaavat unelmien tai kauhujen tulevaisuuksia. Tulevaisuuskuvaa pidetään tärkeänä myös siksi, että tulevaisuudentutkimuksen tieteenalalla kyky kuvitella tulevaa tarkoittaa sitä, että jos tulevaisuus on jo valmiiksi kuviteltu tulevaisuuskuvaksi, niin sen ajatellaan muokkaavan yksilön toimintaa nykyhetkelläkin. (Mäkelä, Karjalainen & Parkkinen 2022, 297–298.)

Tulevaisuudentutkimusta on mahdollista toteuttaa monien eri työkalujen ja menetelmien avulla. Niiden kautta voidaan ymmärtää tulevaisuudessa tapahtuvia muutoksia ja kehityskaaria. Koska tulevaisuutta ei voi tutkia suoraan, sitä tulee ennakoida esimerkiksi nykyisyyden aikomuksien perusteella. On kuitenkin mahdollista tutkia niitä tosiasioita ja ilmiöitä, jotka tulevaisuuden muodostumiseen vaikuttavat. Siitä huolimatta on muistettava, että erilaisilla tulevaisuuden skenaarioilla on erilainen mahdollisuus toteutua asteikon lähtiessä tasan nollasta eteenpäin. (Rubin n.d.)

Wileniuksen ja Halosen (2017, 18–19) mukaan tulevaisuudentutkimuksen esteenä on monesti kyvyttömyys oppia historiasta. Jos ei tunne sen alan historiaa, jonka tulevaisuutta on ennakoimassa, voi odottaa ennakoinnin epäonnistuvan. Filosofisesti ajateltuna tulevaisuus ei tapahdu vahingossa, vaan se tehdään. (Wilenius & Halonen 2017, 18–19.) Myös Metsämuuronen (2006, 268–269) painottaa, että koska tulevaisuus on joka tapauksessa kuviteltavissa oleva asia, voidaan varmuudella ajatella, että sen lähtökohdat ovat nykyisyyden lisäksi historiassa. On siis tunnettava jo tällä het-

kellä tiedettävissä olevat asiat, jotta nykyhetkeä tai sitä aiempia tapahtumia voidaan käyttää parhaalla mahdollisella tavalla hyväksi tulevaisuuden kartoittamisessa. (Metsämuuronen 2006, 268–269.)

Yhteiskuntiin ja niiden kehitykseen liittyy yhä enemmän kompleksisia globaaleja haasteita, joten tulevaisuudentutkimusta tarvitaan nykyajan monimutkaisessa maailmassa. Tulevaisuudentutkimus on kehitetty erityisesti niille yhteiskunnan osa-alueille, joilla tulevien tapahtumien vaikutus on voimakkaimmillaan. (Aalto, Heikkilä, Keski-Pukkila, Mäki & Pöllänen 2022, 11.) Tulevaisuutta tutkitaan eniten silloin, kun ajat ovat epävakaiset. Loogisesti ajateltuna kannattaisi kuitenkin reagoida ja ennakoida silloin, kun kaikki menee vielä hyvin. Tulevaisuus ja menneisyys yhdessä muodostavat sen todellisuuden, jota kutsumme nykyisyydeksi (Wilenius 2015, 23). Tällä hetkellä maailmantilanne on harvinaisen epävarma ja se varmasti heijastuu yritysten tarpeena tutkia tulevaisuutta (Wilenius ym. 2017).

Vaikka tulevaisuutta ei vielä ole olemassa, sitä on mahdollista ennakoida luotettavaan tietoon pyrkivillä menetelmillä (Metsämuuronen 2006). Tulevaisuuden tutkimuksen menetelmät ovat syntyneet perinteisempinä pidetyiltä tieteenaloilta ja niiden tavoitteena on pohtia miten ja miksi tulevaisuus voisi erottua nykypäivästä. Bengstonin (2019, 1099) näkemys on se, että edellä mainittujen pohdintojen lopputuloksien avulla yrityksille tai toimialoille voidaan tehdä tarkempia tulevaisuuteen suuntaavia suunnitelmia ja luoda mahdollisuuksia parempien päätösten tekoon. Bengston (2019, 1099) lisää Metsämuuronen (2006) tavoin, että yksi tulevaisuudentutkimuksen pääteemoista on päätellä, millä tavalla ja erityisesti miksi tulevaisuus tulee poikkeamaan nykyhetkestä.

Amaran (Koskelo 2021, 55) mukaan tulevaisuusajattelun keskeisimmät periaatteet ovat seuraavat: tulevaisuutta ei voi ennustaa, tulevaisuus ei ole ennalta päätetty, tulevaisuus tehdään, ja edesämme on monta vaihtoehtoista tulevaisuutta. (Koskelo 2021, 55.) Tulevaisuudentutkimus ei siis ole ennustamista, vaikka se helposti sellaisena esitetään, vaan sen sijaan kokoelma menetelmiä, joilla tulevaisuutta voidaan ennakoida monin eri tavoin. Tieteenalaksi tulevaisuudentutkimus kehittyi jo toisen maailmansodan jälkeen sotateollisuutta palvelemaan. Tulevaisuudentutkimus ei pyri

tunnistamaan tulevaisuutta tarkalleen, vaan luomaan perusteltuja vaihtoehtoisia näkemyksiä tulevaisuuden suhteen sekä tarjoamaan monipuolisia apukeinoja esimerkiksi yritysten, toimialojen tai valtionhallinnon päätöksenteon tueksi. (Koskelo 2021, 34.)

2.1 Tulevaisuuden tutkimuksen menetelmiä

Tulevaisuudentutkimuksen menetelmät ovat monipuolisia ja valinnanvaraa on riittävästi (Aalto ym. 2022, 14). Tässä opinnäytetyössä on tehty katsaus erityisesti sellaisista tulevaisuudentutkimuksen menetelmistä, joista toivotaan olevan hyötyä viinialalle sen etsiessä metodeja tulevaisuuteen valmistautumiseen ja omien vahvuuksien löytämiseen.

2.1.1 Ennakointi

Jo pitkään on ollut vallalla ajatus siitä, että maailma muuttuu nopeammin kuin koskaan. Tarve tällaisen muuttuvan maailman ymmärtämiseen on todella olemassa ja sitä tarjoaa tulevaisuusajattelun eli ammattimaisen ennakkoinnin ymmärtäminen (Koskelo 2021, 32–33). Ammattimainen ennakointi (jatkossa: ennakointi) on suora viittaus sellaiseen tulevaisuuteen liittyvään työhön, jossa tulevaisuustietoa kerätään ja tästä kerätystä tiedosta löydetään vaihtoehtoisia tulevaisuuksia päätöksentekoa varten (Koskelo 2021, 32–33). Yksi ennakkoinnin tärkeimmistä kysymyksistä on Koskelon (2021, 33) mielestä kysymys: ”Entä jos?” Huomisen markkinoille valmistaudutaan jo tänään. Toimintaympäristön muutoksia tulee kuulostella herkällä korvalla ja reagoida niihin jo kauan ennen kuin niiden tekeminen tulee pakolliseksi. (Koskelo 2021, 33.)

Ennakointia voidaan toteuttaa lukuisilla eri menetelmillä (Bengston 2019, 1101–1104), niistä mainittakoon skenaariotyöskentely, johon syvennytään seuraavassa kappaleessa. Ennakointiin määritellään aina jokin tavoite, johon sillä pyritään, ja käytettävät menetelmät valitaan sen mukaan. (Koskelo 2021, 44.). Menetelmistä riippumatta ennakointi perustuu kerättyyn ja sen jälkeen analysoituun tietoon. Ennakointi on parhaimmillaan jatkuvaa, mutta sitä voi tehdä myös esimerkiksi opinnäytetyön muodossa, jossa hahmotellaan vaihtoehtoisia tulevaisuuksia tietylle toimialalle tai yritykselle. (Koskelo 2021, 45.)

Ennakoinnin huonoina puolina on nostettava esiin hyötynäkökulma. Jos ennakkoinnin avulla ei ole tavoitettavissa selkeää hyötyä tai hyöty ei hahmotu riittävän hyvin tai organisaatiolla ei ole muutosalmiutta, ennakointi ei toimi toivotulla tavalla. Koska ennakkoinnin hyödyt eivät välttämättä realisoidu heti, sen tarjoamaa taloudellista hyötyä voi olla vaikeaa perustella. Monesti yritykset tai toimialat eivät kykene luotaamaan riittävän pitkälle tulevaisuuteen, jolloin ennakointi menetelmänä menettää merkityksensä. Toisaalta taas silloin kun yrityksellä menee hyvin, ei ennakointia nähdä tarpeellisena. Ennakointi kuluttaa yritysjohtoa ja mahdollisesti myös työntekijöiden aikaa sen lisäksi, että se vaatii osaamista ja oman vakiintuneen paikkansa organisaatiokulttuurissa. Kun kaikista näistä haitoista päästään eroon, vasta silloin ennakointia voidaan hyödyntää täysimääräisesti. (Koskelo 2021, 50–54.)

Ennakointi ei tarkoita pelkästään tulevaisuuden analyttistä tutkimusta, vaan se on myös tekemistä ja toimintaa, joka tukee tulevaisuuden muodostumista. Ennakoinnin lähtökohta perustuu näköpiirissa olevien valintojen määrän laajentamiseen, mutta myös antamaan merkityksen niille valinnoille, joita nykyhetkessä teemme. Näitä valintoja tehdessämme ennakoimme, sillä ne ovat aina kytköksissä siihen tietoon, joka meillä on milloinkin käytettävissämme. Ennakointi voi parhaimmillaan tarjota jotain sellaista, mitä ei alun perin edes etsitty. Epävarmassa tulevaisuudessa konkreettinen visio positiivisesta tulevaisuudesta voi olla arvokas voimavara. (Aalto 2022, 347–349, 357.)

2.1.2 Skenaariot

Skenaariot luotiin aluksi toimimaan työkaluina (Yhdysvaltojen) armeijalle, ja sen tulevaisuuden suunnitteluun. Yrityksissä skenaarioajatteluun tutustuttiin kuitenkin jo melko pian sotien jälkeen 1960-luvulla. Ennen skenaarioajattelua pyrkimykset ennustaa yhtiöiden tulevaisuutta olivat pääsääntöisesti epäonnistuneet. Yksi tunnetuimmista onnistuneista skenaarioista oli öljyn hinnan nousu 1970-luvulla, jonka vain energiayhtiö Shell ennakoi oikein skenaariotyöskentelyn avulla. Syy skenaarioiden toimimiseen löytyykin siitä, että ne nimenomaan eivät ole ennustuksia, vaan tapoja avata ajatukset erilaisille tulevaisuuskuville. (Hiltunen 2010, 19–21.)

Skenaariot ovat yksi ennakointiin kuuluvista menetelmistä. Koskelo (2021, 98) määrittelee skenaariot kuvauksiksi vaihtoehtoisista tulevaisuuksista ja kehityskuluista, jotka noihin tulevaisuuksiin johtavat. Skenaariot rakentuvat sellaisen tiedon pohjalle, joka on laajasti analysoitu ja eri lähteistä

kerätty. Skenaarioita voidaan luoda kahdesta eri näkökulmasta, joko nykyhetkestä tulevaisuuteen tai tulevasta nykyisyyteen. Ensimmäisessä vaihtoehdossa skenaarioita aloitetaan rakentamaan tunnetuista ja tunnistetuista muutosajureista ja epävarmuuksista kohti tulevaisuutta. Vaihtoehdoissa mallissa luodaan ensin mielikuva eli visio tulevaisuudesta ja pohditaan, mitä tulisi tapahtua ja minkä pitäisi muuttua, jotta visioitu tulevaisuus toteutuisi. (Koskelo 2021, 98.)

Koskelon (2021, 99–100) mukaan skenaarioajattelun ehdoton hyöty on suunnitelmallisuus. Muutoksiin toimintaympäristössä voidaan varautua tekemällä suunnitelmia, tai tulevaisuuden tapahtumaketjujen mallintamisella voidaan pyrkiä muokkaamaan tulevaisuutta halutunlaiseksi. Skenaariotyöskentelyä kannattaa jatkaa pitkäjänteisesti muokaten sitä mahdollisten heikkojen signaalien tai villien korttien ilmaantuessa näköpiiriin (Koskelo 2021, 99–100). Duinker ja Greig (2006, 209) näkevätkin skenaariotyöskentelyn hyvänä työkaluna kauemmas tulevaisuuteen, esimerkiksi kymmenen vuoden päähän, suuntautuvana tulevaisuuden tutkimuksen metodina.

Wileniuksen (2015, 46, 48) näkökulma skenaarioihin on se, että ne ovat yksinkertaisuudessaan perusteltuja tarinoita tulevaisuudesta. Ne ovat loogisia, selkeitä ja johdonmukaisia, mutta eroavat keskenään toisistaan. Skenaarioita luodessa on ensin olennaista selvittää, mitä ja millaisia omat aikomukset ovat. Vasta sen jälkeen voidaan laatia skenaarioita siitä, mihin suuntaan maailman odotetaan menevän ja millaiseksi oma toimintaympäristö tulee muuttumaan. Tämän jälkeen rakennetaan toimiva kuva niistä strategisista mahdollisuuksista, joita skenaariot avaavat. (Wilenius 2015, 46, 48).

Koska skenaariot auttavat kuvittelemaan erilaisia tulevaisuuksia, ne tuottavat tulevaisuuslähtöistä tietoa tämän päivän päätöksentekoon ja siinä piilee niiden arvo. Ilman tulevaisuusajattelua ja sen ymmärtämistä, päädyimme helposti elämään muiden rakentamia ja kuvittelema tulevaisuuksia. Skenaarioajattelun avulla voimme itse olla aktiivisia toimijoita oman ja ympäröivän maailman tulevaisuuksien suhteen. (Lätti, Malho, Rowley & Frilander 2022, 313, 335.)

2.1.3 Heikot signaalit

Hiltunen (2010, 8–9) toteaa, että heikkoja signaaleja ei oikeastaan voi erottaa mistään muista signaaleista. Siitä huolimatta avain heikkojen signaaleiden tavoittamiseksi on löytää niitä riittävä

määrä, jotta ne muodostavat kuvioita, joista heikot signaalit ovat jo havaittavissa. Helpoin esimerkki tästä on palapeli, josta tulee kokonainen, kun riittävä määrä siihen sopivia paloja eli heikkojen signaalien tapauksessa, signaaleja, on löydetty. Signaalit, jotka eivät sovi palapeliin, jätetään siitä pois. Nämä pois jääneet signaalit ovat niitä heikkoja signaaleja, jotka toistensa kanssa yhdistettynä edustavat suurempaa kuvaa tulevaisuuden todellisuudesta. Näitä yritykset voivat käyttää hyväkseen tulevaisuutta visioidessaan. (Hiltunen 2010, 8–9.)

Uudet ja nousevat ilmiöt lasketaan heikoiksi signaaleiksi toisin kuin jo olemassa olevat trendit tai megatrendit (Koskelo 2021, 44). Heikoiksi signaaleiksi luetaan siis sellaiset ilmiöt, joilla ei ole tunnistettavaa historiaa eikä suuntaa, jonka ne tulevat ottamaan tulevaisuudessa, ja sen lisäksi niitä on mahdotonta ennustaa. Ensimmäisenä heikon signaalin aiheuttaman muutoksen havaitseva taho voi saavuttaa merkittävää kilpailuetua muihin alan toimijoihin verrattuna. Haastavaa se kuitenkin on, eikä koskaan voi olla varma siitä, onko löytänyt oikeasti jotain uutta ja merkittävää vai pelkästään merkityksetöntä kohinaa. (Koskelo 2021, 67.)

Heikkoja signaaleja on vaikea hahmottaa täsmällisesti, mutta siitä huolimatta Hiltusen palapeliesimerkin lisäksi on olemassa ainakin yksi tutkijoiden hyväksi havaitsema malli, jonka mukaan heikon signaalin on kyettävä kulkemaan seuraavien kolmen filtterin läpi: havaitsemis-, tutkinta- ja valtafiltterin. Ensinnäkin pitää havaita tulevaisuutta ennakoiva merkki, jonka lisäksi monen muunkin tahon oletetaan havainneen saman merkin. Tutkintafiltterin läpi päästäkseen asiaa on siis tutkittu usealla eri taholla. Tämä on voinut tapahtua mahdollisesti toisistaan tietämättä. Valtafiltterin läpi päästäkseen heikon signaalin taas pitää tavoittaa jokin korkeassa asemassa oleva, tajusi tämä kyseinen henkilö heikon signaalin merkityksen tai ei. (Kamppinen, Kuusi & Söderlund, S. 2002, 153–154.)

Heikkojen signaaleiden hyödyntäminen ei vielä ole saavuttanut täyttä potentiaaliaan, ja tutkimus niiden hyödyntämisestä täysimääräisenä yrityksissä jatkuu edelleen. Puutetta on lähinnä niistä työkaluista, joilla heikoista signaaleista saa eniten irti (Hiltunen 2010, 11–12). Toisaalta heikot signaalit ovat kuitenkin vain yksi osa siitä informaatiosta, jota tarvitaan tulevaisuuden ennakkointiin ja on otettava huomioon, että ne tarkoittavat eri asiaa riippuen tapauksesta tai olosuhteista, joissa heikkoja signaaleita tarkastellaan (Miller, Rossel & Jorgensen 2012, 197).

Monet startup-tyyppiset yritykset hyödyntävät heikkoja signaaleja monin eri tavoin. Kun startup-alan yritys löytää uuden mahdollisen markkinaraon, sen tarjoamat palvelut voivat jopa edistää kuluttajien käyttäytymismuutoksia ja luoda siten uudenlaisia tulevaisuuden polkuja. Edelläkävijöiden uutuuksia kannattaa seurata tarkasti, sillä vaikka niiden merkitystä ei voi etukäteen tarkasti arvioida, niin tämän hetken edelläkävijä saattaa edustaa tulevaisuuden valtavirtaa. (Heinonen, Karjalainen, Kurki & Ruotsalainen 2022, 276–277.)

2.1.4 Megatrendit

Megatrendi on tulevaisuudentutkimukseen liittyvä termi, joka tarkoittaa sellaisia nykyhetken piirteitä, jotka voivat jatkua tulevaisuudessa jollain tunnetulla tavalla. Megatrendit siis toteutuvat tulevaisuudessa huomattavasti todennäköisemmin kuin vähäisemmät ja pieniarvoisemmat lainalaisuudet, kuten alati muuttuvat trendit tai heikot signaalit (Kamppinen ym. 2002, 33).

Megatrendejä, joilla voi olla vaikutusta myös viinialaan, ovat tällä hetkellä (2022) suuret sosiaaliset, taloudelliset, poliittiset, teknologiset ja ekologiset muutokset. Teknologinen kehitys haastaa yhteiskunnan kykyä sopeutua ja vaikuttaa kuluttajien odotuksiin. Tällaiset megatrendit eivät synny hetkessä, mutta niillä on pitkäaikaisia vaikutuksia alasta riippumatta. (Bilas, Franc & Vukoja 2022, 155.)

Megatrendi käsitteenä on vakiintunut tulevaisuudentutkimukseen John Naisbittiltä jo vuonna 1982. Hänen mukaansa megatrendi on virta, joka kuljettaa tiettyyn suuntaan, mutta jota vastaan-kin voi kulkea, tosin suurella vaivalla. Megatrendi on siis kuin voimakkaasti virtaava joki, ja todennäköisesti myös sellainen, jonka virtauksen oletetaan jatkuvan samaan suuntaan ainakin toistaiseksi. Tällä se eroaa esimerkiksi vaatemuotitrendeistä, jotka vaihtuvat lähes vuosittain. (Kamppinen, Kuusi & Söderlund 2002, 147–149.)

Bash ja muut vertaavat megatrendejä ja trendejä toisiinsa niin, että megatrendit edustavat sekä trendien määrää, että ohjaavat tulevien trendien suuntaa. Tämän takia megatrendien ymmärtäminen ja tunnistaminen on tärkeää, vaikka trendejä onkin vaikea ennakoida ja megatrendejä vaikea tunnistaa. Muutos on helpommin havaittavissa trendeistä, koska ne ovat välittömästi nähtävillä, mutta megatrendien vaikutus taas leviää laajemmalle ja on merkittävämpi. Bashin ja muiden mukaan trendi muuttuu megatrendiksi silloin kun sen vaikutukset ylettyvät neljälle eri sektorille. Näitä

ovat jo Bilasin ja muiden (2022, 155) mainitsevat talous, ekologia, teknologia ja yhteiskuntapolitiikka. (Bash, Faraboschi, Frachtenberg, Laplante, Milojevic & Saracco 2023, 93.)

Yksi esimerkki nimenomaan viiniin ja viininkulutukseen liittyvistä megatrendeistä löytyy Kuusijärven YAMK-opinnäytetyöstä *Viinitrendit – ennakointia tulevaisuuden viinikuluttajasta* (2017, 42–43). Opinnäytetyöhön haastateltujen suomalaisten viiniasiantuntijoiden mukaan ilmastonmuutos megatrendinä tulee vaikuttamaan suomalaiseen viinikuluttajaan nyt ja lähitulevaisuudessa. Viinin tuotantoalueiden ennakoitaan siirtyvän yhä pohjoisemmaksi, kuten Englantiin, Tanskaan ja jopa Norjan leveysasteille noin 20 vuoden sisällä. Myös Suomen markkinoille tuotavien viinityylien ennakoitaan muuttuvan aromikkaammiksi, raikkaammiksi, matala-alkoholisemmiksi ja entistä hapokkaammiksi. (Kuusijärvi 2017, 42–43.)

2.1.5 Villit kortit

Villien korttien menetelmällä kartoitetaan epäjatkuvuutta ja häiriöitä. Villit kortit edustavat vaikeasti ennakoitavia nopeita ja yllättäviä tapahtumia, joiden vaikutus leviää laajalle. (Koskelo 2021, 44.) Ennustamisen vaikeudesta kertoo se, että vuonna 2006 EU:n asiantuntijat olivat ennustaneet mahdollisen pandemian lähitulevaisuuteen, mutta sen vaikutukset oli arvioitu toteutunutta vähäisemmiksi. Koronaviruspandemia vaikutti bruttokansantuotteeseen maailmanlaajuisesti 4,3 prosentin verran (Euroopassa keskimäärän 6,1 %), joka oli arvioissa laskettu huomattavasti alakanttiin (Vuento 2022, 199).

Villien korttien analyysi on yksi uusimmista tulevaisuuden tutkimuksen menetelmistä, joka on saanut suurta huomiota lähiaikoina nimenomaan koronatilanteen seurauksena (Czakov, Hajdas & Radoska 2022, 1). Koska vuonna 2020 alkanut koronapandemia (Vuento 2022, 12) vaikutti Suomessa todella voimakkaasti varsinkin hotelli-, matkailu-, alkoholi- ja ravintola-alalle, voidaan ajatella, että nimenomaan villien korttien menetelmän käyttö kannattaisi juuri em. toimialoilla. Czakovin ja muiden (2022, 1) mielestä resilienssi on avain menestymiseen silloinkin, kun maailmanlaajuisen pandemian tyylinen ainutlaatuinen ja laajamittaisia kielteisiä vaikutuksia aiheuttava tapahtuma osuu kohdalle. Czakov ym. (2022, 1) jatkaa vielä, että tällaisia tapahtumia kohdataan keskimäärin noin 10 vuoden välein.

Monet villeistä korteista eivät valitettavasti edusta positiivista huomista. Päinvastoin, ne ennakoivat useimmiten negatiivista tulevaisuutta, kuten luonnonkatastrofeja, pandemioita tai sotia. Villejä kortteja edustavat myös vaikutuksien merkittävyys eli nopeus, varautumisen vaikeus ja yllätysmomentit. (Koskelo 2021, 68.) Villit kortit saatetaan helposti sekoittaa heikkoihin signaaleihin, mutta Hiltusen (2010, 70–73) mukaan suurin ero on villien korttien tapahtumien vauhti ja yllättävyys verrattuna heikkoihin signaaleihin.

Villejä kortteja ei vielä yleisesti osata etsiä, eikä niiden ennakoimiseen osoiteta resursseja. Jos näin tehtäisiin, villien korttien analysoinnin avulla yrityksellä olisi korkeampi kyky sopeutua yllätyksiin nopeatempoisessa liiketoimintaympäristössä. Yleensä tällaisten yllätyksien ajatellaan olevan ainutkertaisia, joten villien korttien analysointi vaatii myös ajattelutason muutosta, jotta vaihtoehtoisia näkökulmia pystytään havaitsemaan ja ottamaan huomioon. Villejä kortteja ei pidä sekoittaa heikkoihin signaaleihin, vaikka niissä onkin paljon samankaltaisuutta. Heikot signaalit voivat vahvistua ajan kuluessa ja edustaa positiivisia muutoksia, villit kortit taas aiheuttavat äkkinäisen negatiivisen käännekohdan, joka vaikuttaa voimakkaasti järjestelmien kehityskulkuihin. (Sytnik & Proskuryakova 2024, 9–10.)

3 Viinitoimiala

Viinin tuottaminen ei ole niin suoraviivaista kuin voisi ajatella, siksi se onkin taidetta sen lisäksi, että se on tiedettä. Viinin tuottamisessa luovuus ja innovatiivinen nykyaikainen teknologia kulkevat käsi kädessä. Silti viinin tuotanto on ennen kaikkea liiketoimintaa, jossa taidokkaasti valmistettu viini pitää saada toimitettua potentiaalisen ostajan ulottuville. (Bisson, Waterhouse, Ebeler, Walker & Lapsley 2002, 696.) Viinituotannossa käytetään lukuisia kallisarvoisia resursseja, kuten vettä. Sen lisäksi se tuottaa jätevettä ja aiheuttaa biojätettä, joista jälkimmäistä pyritään käyttämään hyväksi tulevassa viininviljelyssä. Monet viinitilat pyrkivät siis kiertotalouteen ja jätteiden minimoimiseen. (Maicas & Mateo 2019.)

Ranskalaiset, italialaiset ja portugalilaiset kuluttavat eniten viiniä per henkilö maailmanlaajuisesti laskettuna, eli yli 35 litraa vuodessa. Muissa suurissa viinimaissa kulutus on hieman vähäisempää; Australiassa 23,9 litraa ja Yhdysvalloissa 9,9 litraa per henkilö vuodessa. (Bisson ym. 2002, 696.) Viisi suurinta viinintuotantomaata eli Italia, Ranska, Espanja, Yhdysvallat ja Argentiina tuottavat yhteensä melkein 63 % kaikesta maailmassa valmistetusta viinistä. Tuotantomäärät vaihtelevat

vuosittain johtuen satoon liittyvistä ilmasto-olosuhteista, mutta vaihtelu ei ole merkittävää pitkällä aikavälillä (Ohana-Levi & Netzer 2023).

Ohana-Levi ja Netzer (2023) tutkivat viininkulutuksen trendejä aikavälillä 1995–2021 ja loppupäätelmät antoivat osviittaa siitä, että viininkulutus on jyrkässä laskussa perinteisissä viininkuluttajamaissa kuten Ranskassa, Espanjassa ja Italiassa. Syyksi tähän arvellaan ennen muita juomistottumuksien muutoksia 1970-luvulta lähtien. Syyllistä kulutuksen vähenemiseen voi etsiä myös markkinoinnista, kansanterveyden edistämistoimista, hinnoittelusta, kaupungistumisesta, verotuksesta ja maatalouspolitiikasta. Toisaalta oluen ja väkevien käyttö on samaan aikaan lisääntynyt viininkulutuksen heikkenemisen kustannuksella. (Ohana-Levi ym. 2023.)

Euroopan ulkopuolisissa maissa viininkulutus puolestaan kasvoi voimakkaasti, tästä hyvänä esimerkkinä Kiina. Suurimpana syynä Kiinan kulutuksen nousulle on kasvanut elintaso sekä ulkomalaisen viinin tuonnin mahdollistanut tuontitullin purku vuonna 2001. Tutkimusten mukaan kiinalaiset ostavat kallista viiniä lahjaksi ja edullista viiniä itselleen käytettäväksi. Kiinalaisista varsinkin varakkaat ja bränditietoiset nuoret, varakkaat iäkkäämmät kuluttajat ja keskituloiset perinteisiin luottavat kuluttajat ostavat eniten viiniä. (Camillo 2012, 69, 85.) Nopea talouskasvu on ollut ratkaisevana tekijänä myös monien muiden maiden viininkulutuksen nousujohteisuudessa. Maailmanlaajuisesti kulutus on siis nousussa, vaikka se Euroopassa tällä hetkellä sakkaakin. Samalla viinin-tuonti ja -vientä on kasvanut. Siihen syynä ovat mm. tullien väheneminen ja logistiikkakustannusten aleneminen. (Ohana-Levi ym. 2023.)

Viinimarkkinoita ohjaavat tänä päivänä modernien ja kehittyneiden maiden talouskasvu, johtotähdenään hyvin toimeentulevien kaupunkilaisten kulutustottumukset sekä aiempaa laajempi kilpailu. Ilmastonmuutos taas aiheuttaa voimistuvan uhan, jossa korostuu epäedullisista sääolosuhteista johtuva tuotannon vuosittainen vaihtelu. Ilmastonmuutokseen sopeutuminen on kuitenkin jo nyt käynnissä ja aseina sitä vastaan käytetään esimerkiksi uutta ja innovatiivista teknologiaa, viinintuotantoalueiden vaihtamista ja viljelykäytäntöjen muuttamista. (Ohana-Levi ym. 2023.)

3.1 Viini

Viini on käymisteitse valmistettu alkoholijuoma, joka valmistetaan viinirypäleistä. Punaviini saa vä-
rinsä tummista rypäleistä, kun taas valkoviini valmistetaan pääosin vaaleista rypäleistä tai tum-
mista rypäleistä ilman kuorta. Roseeviini syntyy tummista rypäleistä, jossa kuoret poistetaan vii-
nistä saadusta mehusta niiden annettua tulevalle viinille riittävästi väriä. Kuohuviini eroaa muista
viineistä siten, että se sisältää hiilidioksidia. Kuohuviinipullossa painetta on vähintään 3,5 ilmake-
hän verran. Kuohuviineistä tunnetuin on samppanja, jota valmistetaan vain tietyllä alueella Rans-
kassa. Verraten uusi viinitermi on alkuviini, joka valmistetaan luonnonmukaisin menetelmin. (Viini-
tyyppien määritelmiä n.d.)

Viini käsitteenä on monitieteinen ja -kulttuurillinen ilmiö. Viini voidaan liittää luonnontieteisiin,
koska sillä on vahvat juuret kemiassa, kasvinkasvatuksessa, biologiassa ja biokemiassa. Toisaalta
viinin avulla voidaan käydä läpi tuhansien vuosien historia tai lähes koko maailman maantieto. Sen
jälkeen tullaankin elinkeinoelämään ja markkinointiin, ja kirsikkana kakun päälle voidaan vielä tut-
kia filosofiaa esimerkiksi kielien osalta. (Morgan & Tresidder 2016, 12.) Tai kuten Martines-Navarro
ja Sellers-Rubio (2024, 1) asian ilmaisevat: viini on yhtä aikaa tavanomaista ja yllälistä, arkinen ku-
lutustuote ja statussymboli. He mainitsevat lisäksi viinin merkityksen uskonnoissa, mutta toisaalta
taas irstailun ja siveettömyyden symbolina (Martinez-Navarro ja Sellers-Rubio 2024, 1).

Viinitoimialan yhteydessä puhutaan käsiteparista vanha ja uusi maailma. Vanhan maailman tuotta-
jiin lasketaan eurooppalaiset viinintuottajamaat ja uuden maailman tuottajiin kaikki Euroopan ul-
kopuoliset viinimaat, kuten Yhdysvallat, Australia, Uusi-Seelanti, Chile, Argentiina ja Etelä-Afrikka.
Eurooppalainen viinimaailma nähdään tyypillisesti perinteisiin luottavana, ja muualla maailmassa
viiniä taas tuotetaan modernimmalla otteella. Tämä ero on ollut havaittavissa läpi koko viinialan
tuottajista viinivalmistukseen ja -kuluttajiin asti. Selkeänä erona voidaan myös verrata Euroopan
jopa tuhansia viinilajeja ja laajaa rypäleseoksien käyttöä muun maailman muutamaan kymmeneen
viinilajiin ja yhden tai maksimissaan kahden lajikkeen viineihin. (Mykkänen 2005.)

Vuosisadan vaihtuessa 1900-luvulle viiniala koki tähän mennessä pahimman vastuksensa eli vii-
nikirvan. Viinikirva levisi Eurooppaan Pohjois-Amerikasta ja tuhosi parissa vuosikymmenessä puo-
let ranskalaisista viinituloista syömällä viiniköynnöksien juuret ja jatkoi matkaansa muualle Euroop-
paan hävittäen jopa kaksi kolmasosaa kaikista viiniköynnöksistä. Eurooppalaisilla viiniköynnöksillä

ei ollut luontaista puolustuskykyä viinikirvaa vastaan. Siitä lähtien Pohjois-Amerikasta on tuotu Eurooppaan viiniköynnösten juuria, joihin vanhat eurooppalaiset viiniköynnökset juuretaan. Amerikalaiset köynnökset ovat immuuneja viinikirvan tuhoille. (Hill 2023.) Viinikirvan ilmaantuminen Eurooppaan höyrylaivojen mukana edesauttoi myös maailman ensimmäisten kansainvälisten kasvinsuojelusäädösten laatimista vuonna 1881, joissa mm. säädettiin lailla viiniköynnösten tuomisesta Eurooppaan. (Lilja 2025.)

3.2 Globaali viiniala

Maailmanlaajuisella viinintuotannolla on tärkeä kulttuurillinen ja taloudellinen merkitys. Viinintuottaminen on yksi maatalouden dynaamisimmista ja kilpailluimmista toimialoista (Silva 2019, 21–22). Viiniteollisuus on suuri työnantaja lukuisissa maissa ympäri maailmaa. Monille maille viiniteollisuus on myös olennainen tulonlähde, jolla voidaan tukea alueellista kehitystä ja julkisten palveluiden tuottamista (Farzaliyev 2024). Uniikin viinialasta tekee sen erilaiset variaatiot sijainnista riippuen. Esimerkiksi Ranskassa oli vuonna 2002 melkein 230 000 viinintuottajaa, mutta niistä 10 suurinta tuottivat vain 4 % maan viineistä. Australiassa taas neljä alan suurinta yritystä kontrolloivat kolmea neljäsosaa markkinoista. (Roberto 2002, 1.)

Viinialaan vaikuttavat maailmanlaajuisesti monet tekijät, kuten kysyntä ja kulutustrendit, politiikka ja määräykset, kansanterveyden ja elintarviketurvallisuuden näkökulmat sekä talouskasvu. Toisaalta taas viinitoimialalle tärkeimmät myyntiin vaikuttavat tekijät ovat viinin kulutus, viinintuotanto sekä tuonti ja vienti. Kaikki näistä ovat olleet lähiaikoina muutoksen alla, ja muuttuvassa maailmassa myös nämä viiniin kohdistuvat muutokset tapahtuvat entistä nopeammin. Maailmanlaajuisesti kunkin maan kotimainen viinikulutus on siirtymässä tuontiviinin kysynnän kasvuun. Tälle muutokselle ominaista on nimenomaan uudessa maailmassa tuotetun viinin tuotantomäärien jatkuva kasvu kuluttajamarkkinoiden kasvaessa sen myötä tasaisesti. Samalla vanhassa maailmassa kotimaisen viinin kulutus laskee ja sitä kautta oma tuotanto vähenee. (Ohana-Levi ym. 2023.)

Kuluttajien tulotason katsotaan monien eri tutkimusten perusteella olevan yksi merkittävimmistä syistä viinin kulutuksen laskuun tai nousuun. Ainoastaan vanhassa maailmassa viinin kulutus on laskenut, vaikka tulotaso on noussut. Mahdollisesti tästä syystä Yhdysvallat on tällä hetkellä (2021) maailman suurin viininkuluttajamaa. Eniten viininkulutus on laskenut Ranskassa, Espanjassa, Italiassa, Argentiinassa, Uruguayssa ja Kroatiassa. Norjalaiset puolestaan ovat kärjessä niistä maista,

joissa viininkulutus on ollut nousujohteista. Kulutus on noussut myös mm. Meksikossa, Kolumbiassa, Filippiineillä, Malediiveilla, Perussa ja Yhdysvalloissa. (Ohana-Levi ym. 2023.)

Maailmanlaajuisesti viiniala kohtaa jatkuvasti ilmastonmuutoksesta aiheutuvia kasvavia vaikutuksia. Monet viininviljelyalueet joutuvat tällä hetkellä tekemisiin nousevien lämpötilojen, totutusta poikkeavien sateiden, pitkien kuivuusjaksojen ja suurien lämpötilanvaihteluiden kanssa. Tämä saattaa hyödyttää lauhkeamman alueen viinitiloja, mutta vaikuttaa voimakkaasti lämpimien alueiden viinintuottajiin. Muutoksiin liittyy voimakas epävarmuus ja epätasaisuus kasvatusvuosien välillä. (Ohana-Levi ym. 2023.) Myös koronapandemian nopeus ja laajuus yllättivät viinialan maailmanlaajuisesti ja alaa kohtasi voimakas kulutuksen ja turismin väheneminen sekä hintojen lasku. Kriisin vähitellen laantuessa viinialalla toivotaan yhteistä sitoutumista kaikilla toiminnan tasoilla, tuotannosta myyntiin ja markkinointiin. Samalla muuttuvat kulutustottumukset ja niiden ohella nouseva kiinnostus kestävästi valmistettua viiniä kohtaan haastavat tuottajia nyt ja tulevaisuudessa. (Vergamini, Bartolini & Brunori 2021, 51–52, 64.)

3.2.1 Viini ja kestävä kehitys

Ainakin yksi kestävä kehityksen määritelmistä on syntynyt jo vuonna 1987 Brundtlandin Komission johdolla. Tällöin todettiin, että samalla kun vastataan nykyisiin tarpeisiin, tehdään se niin, että tulevilla sukupolvillakin on mahdollisimman hyvät edellytykset vastata omiin tarpeisiinsa. (Flint, Golicic & Signori 2011.) Viiniala joutuu huolehtimaan sekä ilmastollisista haasteista että toisaalta taas sen itsensä aiheuttamista ympäristövaikutuksista. Siksi viinialalla on tärkeää ottaa sekä kestävä kehitys että ilmastonmuutos huomioon, ja tunnistaa niiden alaan vaikuttavat peruseriaatteen. Kestävä kehityksen huomioiminen voi toimia viinintuottajan eduksi kilpailun, innovaatioiden ja markkinoinnin saralla. On myös tutkittu, että kuluttaja on valmis sijoittamaan enemmän tuotteeseen, joka identifioituu kestäväällä tavalla tuotetuksi. (Flores 2017, 2301.)

Ilmastonmuutos muovaa viinirypäleen kasvatusolosuhteiden lisäksi myös valmiin viinin rakennetta, koostumusta ja laatua. Tämän lisäksi ilmastonmuutos vaikuttaa kaikilla alueilla viininviljelyyn liittyviin olosuhteisiin ja vaatii sopeutumista viininvalmistajilta. Viinialueiden tuottavuus on murroksessa ilmastonmuutoksen takia, ja se valitettavasti tarkoittaa sitä, että silloin kun jotkut voittavat, niin toiset häviävät. (van Leeuwen ym. 2024, 258.) Kun Ranskassa sataa viiniköynnöksille haitallisia rakeita väärään aikaan vuodesta (Petit, Castel, Henrion, Richard, Traore, Vergote &

Young 2022, 1), niin Englannin kylmä ja kostea sää onkin muuttunut otolliseksi premium-tason kuohuviineille (Nesbitt, Dorling, Jones, Smith, Krumin, Gannon, Dorling, Johnson & Conway 2022, 69).

Myös globalisoitumisella on ollut oma osuutensa viinituotantoon ja se on vaikuttanut siihen kaikilla mahdollisilla osa-alueilla valmistuksesta kulutukseen. Kilpailun kiristyessä kuluttajakäyttäytymisen merkitys ja huoli ympäristöllisistä ja terveydellisistä haitoista on nousussa. (Dudic ym. 2024, 35.) Jotta viinialan tulevaisuus olisi kestävä, sen täytyy muuttaa koko arvoketjunsä vastaamaan kestävä kehityksen arvoja (Agenda 2030... n.d.) niin, että se samalla säilyttää ja elvyttää luontoa ja ympäristöä, edistää ihmisoikeuksia, tasa-arvoa ja yhdenvertaisuutta. Näiden päämäärien täyttämiseen vaaditaan viiden eri tavoitteen saavuttamista: ilmastomuutokseen varautumisen strategioiden kirkastamista, kasvihuonepäästöjen rajoittamista sekä hiilinielujen luomista, viinitarhojen panostusta, kestävien pakkausmateriaalien käyttämistä ja sosiaaliseen ja taloudelliseen kestävyteen sitoutumista (Wagner, Stanbury, Dietrich, Döring, Ewert, Foester, Freund, Friedel, Kammann, Koch, Owtram, Schultz, Voss-Fels & Hanf 2023, 1).

Viiniä kasvatetaan maailmassa yhteensä noin 7,3 miljoonan hehtaarin alueella (vuonna 2021), joten viinimaailman panos kestävä kehityksen tai ilmastomuutoksen suhteen ei ole millään tavalla merkityksetön. Onneksi viinialalla on lähivuosien aikana ollut havaittavissa huomattavaa kiinnostusta kestävä kehitystä kohtaan, ja tähän ovat suuresti vaikuttaneet nousseen kuluttajakiinnostuksen lisäksi ilmastomuutos ja sään aiheuttamat ääri-ilmiöt. Viiniala ei kuitenkaan ole yhtenäinen eikä eri maissa noudateta keskenään samanlaisia käytäntöjä, koska kuuden mantereen viinitilojen maantieteellisyys ja ilmasto-olosuhteet eivät vastaa toisiaan. Täten myös oikeudenmukaiset työolosuhteet ja työvoiman oikeudet liittyvät paljon siihen maahan ja alueeseen, jolla viinitala sijaitsee. (Wagner ym. 2023, 2.)

Vaikka viiniala automatisoituu ja teollistuu, on työvoimalla silti avainrooli siinä, että viini saadaan valmiiksi ja toimitettua loppukäyttäjälle asti. Kestävä kehityksen suhteen työvoimaan liittyy seuraavat haasteet: työvoiman saatavuus, osaavan henkilöstön tavoittaminen, palkat ja tuottavuus. Tuottavuus riippuu paljon työntekijän ja työnantajan välisistä suhteista. Aikaisemmin monissa maissa työvoimaa palkittiin ennemminkin määrästään kuin laadusta. Työntekijöillä ei ollut oikeuksia

eikä varmuutta työpaikasta, saati mahdollisuuksia vaikuttaa palkkaansa tai työolosuhteisiinsa. Onneksi näihin asioihin on tehty muutoksia jo 1990-luvulta lähtien, eikä vähiten siksi, että ostajatahot alkoivat kiinnittää niihin huomiota. (Wagner ym. 2023, 1.)

Alko on sitoutunut YK Kestävän kehityksen tavoitteisiin (Agenda 2030... n.d.) ja ottaa vastuullisuusstrategiassaan kantaa niistä viiteen: terveys ja hyvinvointi, ihmisarvoinen työ ja talouskasvu, vastuullinen kuluttaminen, ilmastoteot, yhteistyö ja kumppanuus. Yhteensä YK:n kestävän kehityksen tavoitteita on 17 kappaletta. Jotta ihmisarvoinen työ ja talouskasvu tulee otettua huomioon, Alko valvoo toimintaperiaatteiden noudattamista esimerkiksi auditoimalla niitä tiloja, joiden viiniä Alko ostaa ja myy eteenpäin. Ihmisarvoisen työn ja talouskasvun tavoite on suojata työvoiman oikeuksia sekä taata turvallinen työympäristö jokaiselle työntekijälle, painottaen erityisesti naisten ja siirtotyöläisten asemaa. (YK:n kestävän kehityksen... n.d.)

Alkolla on muiden pohjoismaisten alkoholimonopolioiden kanssa mahdollisuus vaikuttaa aidosti vastuullisuuteen hankintaketjussa, joten Alko pohjoisine kumppaneineen on aina toivottu vieras viinituloilla. Alkossa vastuullisuus korostuu myös tuotevalikoimassa, joka sisältää enenevässä määrin mm. pienempiä pullokokoja ja vegaanisia tai alkoholittomia tuotteita. (Peltonen 2019.) Maaliskuussa 2025 Alko otti käyttöön uudenlaiset tavat viestiä vastuullisuudesta tuotteiden hintalapuissa ja verkkokaupassa. Tällaisen ”Sertifioitu vaihtoehto”-kattokonseptin alta löytyvät sellaiset tuotteet, joilla on kolmannen osapuolen varmentama sertifiointi viljelyn, tuotannon tai työolojen sarjalta. Tämän avulla kuluttajan on helpompaa tehdä valintoja, jotka painottavat esimerkiksi maaperän hyvinvointia, lannoitteiden käyttöä ja ilmastovaikutuksien minimoimista, tai vaihtoehtoisesti vedenkulutuksen, jätehuollon ja pakkausmateriaalien kestävyyttä. Lisäksi kuluttaja voi valita tuotteita, jotka on valmistettu varmistamalla riittävä palkka, syrjimättömyys, kohtuullinen työaika ja lapsityövoiman kieltäminen. (Alko ottaa uudenlaiset... 2025.)

Kuluttajana vastuullisen viinin etsinnän voi aloittaa viineistä, joiden tuotannolla pyritään positiivisiin ympäristövaikutuksiin. Luomuviinin valinta tarkoittaa sitä, että viini on sekä viljelty että valmistettu luomutuotannolle määriteltyjä normeja noudattaen. Tällaisessa viljelyssä ei käytetä esimerkiksi kemiallisia torjunta-aineita tai lisätä viiniin sulfiitteja yhtä paljon kuin tavallisessa viinintuotannossa. Reilun kaupan viinien valmistuksessa taas viljelijälle ja työvoimalle maksetaan oikeudenmukainen korvaus ja varmistetaan, että työskentelyolosuhteet ovat asianmukaisia. (Lyhyt

opas eettisten... n.d.) Tuottajat ovat sitoutuneita Reiluun kauppaan eli Fairtrade-ideologiaan ja pystyvät täten puuttumaan aktiivisesti eriarvoisuuteen ja vaikuttamaan positiiviseen sosiaaliseen kehitykseen. Katto-organisaatio Fairtrade ei kuitenkaan pysty takaamaan epäkohtien korjaamista koko toimitusketjun osalta, esimerkiksi puuttuvan vuorovaikutuksen takia. (Herman 2018, 332.)

Viiniviljelijöistä viininmyyjiin ja -markkinoijiin, kaikki pyrkivät myymään enemmän ja paremmalla katteella. Se ei kuitenkaan edistä kestävästä kehityksestä, väittää Cecchetto (2024) ja perustelee: asiakkaat ovat tottuneet ylihintaiseen ”laaduttomaan viiniin” eivätkä edes osaa vaatia laadukkaalta viiniltä sille ominaisia ominaisuuksia. Tarkoituksenaan Cecchetolla (2024) on sanoa, että olisi eettisesti perustellumpaa ostaa korkealuokkaisia ja hieman hinnakkaampia viinejä ja siten panostaa määrän sijasta laatuun. Tähän päästäkseen viinintuottajien ja -markkinoijien pitäisi pystyä tarjoamaan asiakkaalle edes perustason osaamista viineistä ja niiden ominaisuuksista. Jos tämä tavoite saavutettaisiin, ylikulutus vähenisi ja asiakas saisi sellaisen tuotteen, josta oikeasti pitää, ja jolle oikeasti osaa antaa arvoa. (Cecchetto 2024.)

Termi ”eettinen viini” onkin ottamassa oman paikkansa viinin maailmassa. Kuluttajien tullessa koko ajan enemmän tietoisemmiksi kestävästä kehityksestä ja ilmastonmuutoksesta, vaatimustaso viinintuotannon läpinäkyvyydelle ja viininvalmistajien vastuunotolle kasvaa. Kuluttajaa ei kiinnosta enää pelkästään se, miltä viini maistuu tai kuinka laadukasta se on, vaan myös se, miten viinirypäleet on kasvatettu, miten työntekijöitä on kohdeltu ja miten viinitilat tukevat paikallisia yhteisöjä. (Ethical Wine 2023.)

3.3 Viiniala Euroopassa

Euroopan Unioni on maailman suurin viinintuottaja, -kuluttaja ja -viejä. Kolme neljäsosaa kaikesta EU:ssa tuotetusta viinistä tuotetaan kolmessa suuressa viinimaassa: Espanjassa, Ranskassa ja Italiassa. Vuonna 2020 EU:ssa oli yhteensä noin 2,2 miljoonaa viinitilaa 3,2 miljoonan hehtaarin alueella. Viinikulutuksen osalta Ranska ja Italia edustavat Euroopan kärkeä yhdessä Saksan kanssa. Maailmanlaajuisesti vain Yhdysvalloissa kulutettiin vuonna 2020 enemmän viiniä kuin missään em. kolmessa maassa. (Šajn 2023, 1–2.) Vuonna 2018 Euroopassa tuotettiin melkein kaksi kolmasosaa kaikesta maailmassa tuotetusta viinistä. Tällaiset tuotantomäärät kohtalaisen pienellä maantieteellisellä alueella mahdollistavat Eurooppaa ympäröivät meret eli Atlantti, Välimeri ja Mustameri,

jotka vaikuttavat alueen sääolosuhteisiin ja lämpötiloihin viiniköynnöksille edullisella tavalla. (Sgubin, Swingedouw, Mignot, Gambetta, Bois, Loukos, Noël, Pieri, García de Cortázar-Atauri, Ollat & van Leeuwen 2022, 809.)

EU:n alueella viljellään tällä hetkellä reilusti yli 500 erilaista viinilajiketta, joista suosituin punaviinilajike on Tempranillo Espanjasta ja valkoviineistä tuntemattomampi lajike Airen (Petersson 2021), joka on Espanjan viljellyin valkoviinilajike. Mielenkiintoisena faktana voidaan sanoa, että 1990-luvulla se oli koko maailman viljellyin valkoviinirypälelajike (Šajn 2023, 2). Eurooppalainen viiniosaaaminen on hioutunut nykyiselle huipputasolle vuosisatojen aikana eikä sitä tunnu pysäyttävän ilmastomuutos, joka lämmittää Eurooppaa sekä etelässä että pohjoisessa - pohjoisten viljelyalueiden eduksi. Eri puolilla Eurooppaa on monenlaisia pyrkimyksiä sen takaamiseksi, että viini kestää muuttuvat ilmasto-olosuhteet ja pysyy edelleen merkittävänä viljely- ja vientituotteena. (Tscholl, Candiago, Marsoner, Fraga, Giupponi & Egarter Vigl 2024.)

Eurooppalaisille viineille on ominaista, että ne on aina liitetty siihen maantieteelliseen alueeseen, jossa ne ovat kasvaneet. Esimerkkinä mainittakoon, että Keski-Euroopassa viini ei siis tule esimerkiksi Ranskasta tai Italiasta, vaan Bordeaux’sta tai Valpolicellasta. Samaa maantieteellistä jakoa noudatetaan koko Euroopan alueella ja samppanjan lisäksi monet muutkin viinit ovat historian saatossa saaneet nimensä suoraan niiltä alueilta, joissa niitä tuotetaan (esimerkkinä samppanjan tapauksessa Champagnen alue). (Mäkinen 2018, 38.)

3.4 Viini ja alkoholimonopoli Suomessa

Nyt juuri viinin tulevaisuus Suomessa on polttavan ajankohtainen aihe, koska kesäkuusta 2024 asti matala-alkoholisia viinejä (alkoholia enintään 8 %) on saanut myydä vähittäismyymälöissä. Hyvänä esimerkkinä näistä kupliva punaviini Lambrusco, joka on luontaisesti 8-prosenttista. Samalla kaupan ala valmistautuu tuomaan myös vahvemmat viinit eli niin kutsutut miedot viinit (alle 15 %) ruokakauppojen, kioskien ja huoltoasemien hyllyille (Kuivaniemi 2025). Tällainen näky on arkipäivää jo esimerkiksi naapurimaassamme Virossa.

Keskieuropalaisista kollegoistaan suomalainen viiniala eroaa sillä, että Suomi ei ole viinintuottajamaa eikä meillä ainakaan vielä kasvateta viiniä juurikaan kaupallisiin tarkoituksiin lyhyen kasvuseason, kylmän ilmaston ja pitkäkestoisen lumisen talven takia (Karvonen 2015, 176–177). Tämä

asia saattaa tosin muuttua, jos kesäkuussa 2023 nimitetty hallitus saa Suomen viinintuottajamaahakemuksen läpi Euroopan Unionille ja Suomesta tulee viinintuottajamaa vuonna 2028 (Kavander 2023). Viinimaan statuksen saaminen hyödyttäisi suomalaisten viinitilojen lisäksi myös maataloutta kokonaisuudessaan, sillä monet tilat etsivät jatkajia ja uusia tapoja perinteisen maanviljelyksen tilalle, kirjoittavat Keskustan kansanedustajat Kallio, Kettunen ja Kalmari (2024) eduskunnan puheenjohtajalle lähettämässään kirjallisessa kysymyksessä marraskuussa 2024.

Suomessa yli 8-prosenttista viiniä saa ostaa vain Alkosta tai anniskeluluvan omaavista ravintoloista. Alle 8-prosenttiset (pl. alle 5,5 %) viinitkin olivat myytävänä pelkästään Alkon (ja ravintoloiden) valikoimissa vuoden 2024 kesäkuuhun saakka. Alkon omin sanoin: ”Meille on laissa kirjattu tehtävä myydä alkoholijuomia siten, että vähennämme alkoholin haittoja” (Alko – vuosikertomus ja... 2023). Esimerkiksi alkoholin haittojen vähentämisestä käy Rossowin ja muiden kirjoittama tutkimusraportti, jonka mukaan yksi monista pohjoismaisten alkoholimonopoliin hyödyistä on toimiva ikärajavaltvonta (Rossow, Karlsson & Raitasalo 2008).

Suomessa viiniä kulutettiin noin 11 litraa vuodessa per henkilö vuosina 2016–2017. Tämä on hyvin kohtuullinen kulutusmäärä verrattuna monien enemmän viinimaiksi identifioituvien maiden kulu- tukseen. Siitä huolimatta viinillä on tärkeä rooli suomalaisessa alkoholin toimitusketjussa, sillä lähes kaikki rypäleistä valmistettu viini (tai viininkaltainen valmiste) on tuontitavaraa (Ponstein, Ghinoi & Steiner 2019). Melkein puolet suomalaisten kuluttamasta alkoholista on olutta, viinin kulutus kattaa vain noin 19 % kaikesta suomalaisten kuluttamasta alkoholista (vuonna 2022). Kaikki viinirypäleistä valmistettu viini on ulkomailta tuotua, koska suomalaista viiniä ei saa kutsua viiniksi viinimaastatuksen puuttumisen takia. Vaikka suomalainen viini olisi pelkästään viinirypäleistä valmistettu, sitä pitää tällä hetkellä kutsua rypäleistä käymisteitse valmistetuksi miedoksi alkoholijuomaksi (Lappeteläinen 2022).

Viiniä maahantuovat Alko, anniskelu- tai vähittäismyyntiluvalliset yksityiset viinin maahantuojat, tukut ja ravintolat. Kun yritys aloittaa maahantuonnin, siitä pitää tehdä ilmoitus Valviraan (Maahantuonti anniskelua tai... n.d.). Yli 8-prosenttista viiniä saa Suomessa tällä hetkellä myydä kuluttajille Alkon myymälöissä ja sen lisäksi ravintoloissa, joissa on anniskeluoikeudet. Alkoholiluvallisille yrityksille viiniä saa em. lisäksi myydä myös tukuissa. Maahantuontiyrietykset voivat myydä viiniä ravintoloille, tukuille tai Alkolle, mutta eivät suoraan kuluttajille. (ks. L 305/2024, 17 ja 26 §.)

Suomessa on voimassa alkoholin vähittäismyyntimonopoli. Yleisesti ajatellen mihin tahansa toimialaan liittyvän monopolin syntyyn on olemassa kolme yleisintä syytä. Joko yhdellä yrityksellä on käytössään kaikki tarvittavat resurssit, tai valtio on antanut tietyille yritykselle monopoliaseman. Kolmantena vaihtoehtona on luonnollinen monopoli, joka yleensä syntyy suurtuotannon aiheuttamasta kustannusedusta. Warsell (2005, 17) kirjoittaa, että Alkon monopolin uskotaan usein syntyneen lakisääteisistä syistä eli valtio on perustellut sen syntyä kansanterveydellisillä syillä. Alun perin Oy Alkoholiliike Ab perustettiin kuitenkin vuonna 1932 kieltolain purkamisen yhteydessä, jolloin alkoholimyynnin monopolilla pyrittiin vaikuttamaan laittomaan alkoholikauppaan ja keräämään alkoholin myynnistä saadut verot ennemmin valtiolle, joka oli keskellä taloudellista kriisiä (Warsell 2005, 17).

Alkon olemassaoloon yleensä yhdistetyt kansanterveydelliset argumentit ovat syntyneet vasta jälkeenpäin eli 1970-luvulla. Myös alkoholimonopoliin alkuaikeihin liitetty ostajien yksilöllinen tarkkailu on nykyään toimintamalli, josta kirjoitetaan historiankirjoissa, mutta jota ei toteuteta enää Alkon myymälöissä (Warsell 2005, 17). Nykypäivän Suomen kuullessa Euroopan Unioniin kansanterveydelliset syyt ovat Alkon olemassaolon peruspilareita, koska olemme poikkeuksellisesti saaneet säilyttää alkoholin vähittäismyyntimonopolin yhdessä muiden Pohjoismaiden kanssa muista EU-maista poiketen. (Pesonen & Tuomainen 2019, 8–9.)

Kaikilla Pohjoismailla Tanskaa lukuun ottamatta on edelleen voimassa oleva alkoholin vähittäismyyntimonopoli (pl. matala-alkoholiset juomat, kuten oluet). WHO:n mukaan monopoli on edesauttanut sitä, että Suomessa, Islannissa, Norjassa ja Ruotsissa alkoholin käyttöaste on alhaisimpia koko Euroopassa. WHO laskee alhaisen käyttöasteen mukaisesti maihin mukaan myös Tanskan, joka johtuu osaksi siitä, että sen itsehallintoalueilla Grönlannissa ja Färsaarilla on emämaastaan poiketen alkoholimonopoli. WHO:n mukaan alhaiseen käyttöasteeseen johtavat mm. markkinointiin liittyvät kiellot ja rajoitukset, verotus- ja hintapolitiikka ja alkoholin saatavuuden rajoittaminen. Kaikilla Pohjoismailla on oma alkoholimonopolinsa, mutta vähittäiskauppaan liittyvä monopoli edustaa siitä suurinta osaa. Pitää ottaa myös huomioon se, että kun vähittäismyyntimonopoli (kuten Alko Suomessa, Systembolaget Ruotsissa tai Vinmonopoliet Norjassa) myy alkoholia, niin se samalla tuottaa verotuloja, jotka ohjataan alkoholin haittojen ehkäisyyn. (Reducing alcohol consumption... 2023.)

Alkoholilaki (ks. L 305/2024, 17 ja 26 §) muuttui Suomessa vuotta 2024 lukuun ottamatta edellisen kerran vuonna 2018 (ks. L 1102/2017) ja tällöin vähittäiskauppa sai myyntioikeudet tasan tai alle 5,5-prosenttisille alkoholijuomille (aikaisemman rajan oltua 4,7 %) Näinkin pieni muutos vaikutti niin, että vuonna 2022 kaikkiaan 64 % kaikesta myydystä oluesta, siideristä ja long drink-typpisistä juomista myytiin muualla kuin Alkossa, Alkon osuuden oltua vain 13 % (Pellinen 2022). Tämä ennakoii sitä, että Alkon osuus tulee pienenemään vuonna 2024 tulleen lain vaikutuksesta ja myöhemmin mahdollisesti vielä enemmän, jos monopoli ei enää saa pitää yksinoikeuttaan viinin myyntiin.

3.4.1 Viinialan nykynäkymät

Aikaisemmin tehdyistä lakimuutoksista ja päätöksistä, jotka ovat vaikuttaneet viiniä miedomprien juomien vähittäismyyntiin, voidaan ottaa oppia myös mahdolliseen tulevaan muutokseen, jossa viinit kokonaisuudessaan vapautetaan Alkosta vähittäismyyntiin. Edellisen kerran ennen vuotta 2024 alkoholilakiin tehtiin muutoksia vuonna 2018. Muutoksista suurimpina kuluttajille näyttäytyivät alkoholin prosenttirajan nosto vähittäismyynnissä 4,7 prosentista 5,5 prosenttiin, ja muutokset aukioloaikoihin sekä mainontaan. (Eduskunta äänesti alkoholilaista... 2017.) Vuonna 2024 oltiin uuden edessä, kun uusi alkoholilaki nuijittiin läpi alkuvuodesta ja tuli voimaan kesäkuussa. Joitakin muutoksia on jo havaittavissa sekä edeltävien kuuden vuoden, että vuonna 2024 tapahtuneiden lakimuutosten seurauksina.

Vuoden 2018 muutokset ovat parhaiten havaittavissa vähittäismyynnin rakenteen tarkastelemisen kautta, todetaan vuonna 2024 julkaistussa Kilpailu- ja kuluttajaviraston (myöh. KKV) tutkimusraportissa (Anttinen, Buri, Heinonen, Karjalainen, Nyholm & Sieppi 2024, 4). Tuotteiden, joiden vähittäismyynti oli vapautettu (kuten 5,5-prosenttinen Hartwallin lonkero) myynti nousi merkittävästi miedomprien juomien myynnin laskiessa. Tällä ei kuitenkaan nähtävästi ollut vaikutusta suomalaisen kuluttajan kokonaiskulutuksen määrään. Alkon kokonaismyynti kyllä laski, mutta vapautetut tuotteet muodostivat ennen lakimuutosta vain alle 5 prosenttia Alkon myynnistä, joten lasku jäi vähäiseksi. Tutkimusraportti toteaa, että aikaisemmin tehtyjen uudistusten vaikutuksien tutkimisesta hyödytään uusien lakien ja uudistusten valmistelussa (Anttinen ym. 2024, 11). KKV onkin jo valmistelemassa uutta vaikutusarviota keväälle 2025 liittyen viinien myynnin mahdolliseen vapauttamiseen (Alkoholilain uudistus siirsi myyntiä... 2024).

Vaikka kautta aikojen Suomen alkoholilainsäädännöllä on ollut merkittävä pyrkimys vähentää alkoholin aiheuttamia haittoja, siitä huolimatta kesän 2024 alkoholilakimuutokset tehtiin, jotta suomalainen alkoholipolitiikka lähentyisi muun Euroopan vastaavaa ja mahdollistaisi EU:n peräänkuuluttaman tasapainoisen ja avoimen kilpailun (Anttinen ym. 2024, 12). Jo vuoden 2018 muutoksesta voidaan todeta, että sillä oli merkittävä vaikutus suomalaisen kuluttajan ostokäyttäytymiseen sekä tuotteen että ostopaikan osalta (Anttinen ym. 2024, 40).

Vaikka vuoden 2018 alkoholilain uudistuksen pelättiin nostavan alkoholin kokonaiskulutusta, todellisuudessa näin ei tapahtunut. Jos kulutus olikin alkoholin myyntiä vapauttavien muutoksien takia hieman noususuunnassa, niin samaan aikaan toteutettu alkoholiveron korotus sekä jo luontaisesti laskusuunnan ottanut alkoholin kulutus taas vaikuttivat niin, että kokonaiskulutus ei lisääntynyt (Anttinen ym. 2024, 73). Samaan lopputulokseen tultiin myös Valtion taloudellisen tutkimuskeskuksen (myöh. VATT) tutkimuksessa vuoden 2018 alkoholilain uudistukseen liittyen (Kosonen, Jysmä, Stefánsson & Worku 2024, 19). Tutkimuksen mukaan kokonaiskulutus laski vuosina 2018 ja 2019. Syyksi arveltiin niin ikään kulutuksen laskevaa trendiä sekä alkoholiveron samanaikaista korotusta lakimuutoksen yhteydessä.

VATT kuitenkin muistuttaa tutkimuksessaan, että tuloksista vuoden 2018 osalta ei kuitenkaan voida suoraan päätellä, että esimerkiksi Alkon monopolin purkaminen ei vaikuttaisi ollenkaan alkoholin kulutusta lisäävästi. Tämä perustellaan sillä, että saatavuuden merkitys nähdään hyvin merkittäväksi alkoholin kulutuksesta puhuttaessa. Täten, jos alkoholiprosenteiltaan vahvempi viini olisi nykyistä helpommin kuluttajien saavutettavissa, alkoholin kokonaiskulutus voisi lähteä taas nousuun. (Kosonen ym. 2024, 20.)

Monopolista luopuminen on ollut jo pitkään tarkastelun alla Suomessa ja lähiaikoina tehdyt poliittiset päätökset (8 % ja sen alle olevien käymisteitse valmistettujen alkoholijuomien myynti sallitaan ruokakaupoissa tai niitä vastaavissa myymälöissä) ovat vain lisänneet keskustelua monopolin tarpeellisuudesta tai tarpeettomuudesta. Pellinen (2018) käy laajasti läpi Alkon tehottomuutta artikkelissaan *Pohjoismaiset alkoholimonopolit vertailussa*. Suurimmaksi ongelmaksi nousee Alkon verkkokauppa verrattuna naapurimaiden (Ruotsi, Norja) alkoholimonopoliin verkkokauppoihin. Suomessa alkoholijuomia voi tilata vain Alkon keskusvarastosta haluamaansa Alkon myymälään, ei

siis kotiin tai muuhun itse valitsemaansa osoitteeseen. Samoin Alkon ottama kate vaikuttaa suurelta, mutta se ei näytä jäävän viivan alle muihin monopoleihin verrattuna. Pellinen ehdottaa näitä asioita syyksi Alkon vähittäismyyntimonopolin mahdolliseen kaatumiseen lähitulevaisuudessa. (Pellinen 2018.)

4 Tutkimuksen toteutus

4.1 Tutkimuksen tavoite ja tutkimuskysymykset

Tutkimuksen tavoitteen määrittäminen edellyttää runsaasti perehtymistä (Kananen 2019, 22). Jos tutkimukselle ei löydy tavoitetta tai tutkimusongelmaa, ei siihen myöskään ole löydettävissä ratkaisua. Tutkimusongelman tai -tavoitteen asettelu vaatii joustavuutta laadullista tutkimusta tehdessä, sillä kyseinen tutkimusmetodi on valittu tähän opinnäytetyöhön nimenomaan siksi, että tutkimuksessa tullaan liikkumaan lähestulkoon kartoittamattomalla ja/tai ennakoimattomalla alueella (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 81).

Opinnäytetyön tutkimuskohteena on suomalainen viiniala ja tavoitteena on selvittää, millaisia näkemyksiä viiniin perehtyneillä asiantuntijoilla on viinialan tulevaisuudesta Suomessa. Sen tutkimuskysymyksiä ovat:

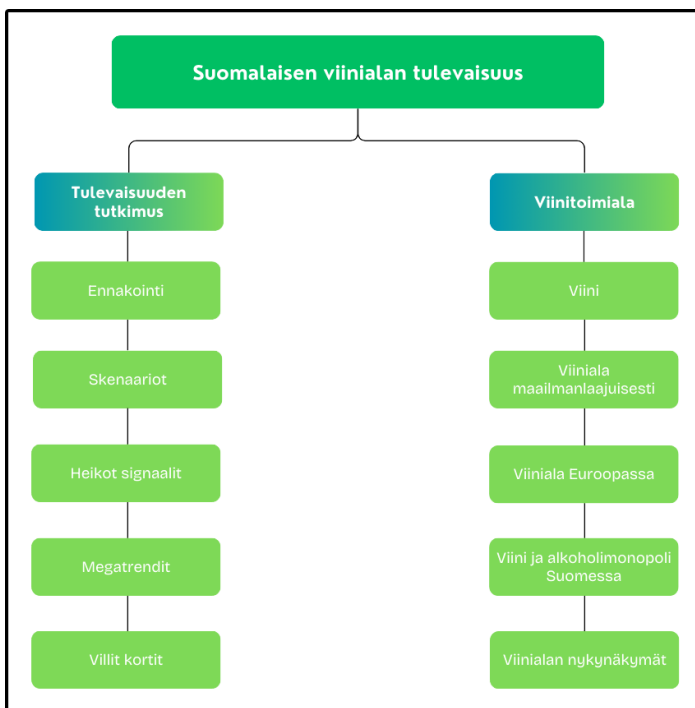
1. Miten suomalainen viiniala tulee muuttumaan vuoteen 2035 mennessä?
2. Millaisia näkemyksiä viinialalla toimivilla ammattilaisilla on tulevista muutoksista?

Vuosi 2035 on noin 10 vuoden päässä tulevaisuudessa. Kukaan ei tiedä, mitä siihen mennessä tulee tapahtumaan. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on kuitenkin hahmottaa vahvoja ja heikkoja signaaleja muiden tulevaisuudentutkimuksen metodien ohessa, ja sen lisäksi haastatella viinialan asiantuntijoita ja -osaajia. Opinnäytetyön tutkimuksellinen tavoite on olla työkalu viinialan muutoksen ennakointiin viiniin läheisesti liittyville toimialoille. Opinnäytetyön käytännön tavoite on vastata viinialan tarpeeseen ennakoida viinialan tulevaisuutta sen suhteen, mikä on mahdollista, mikä on todennäköistä ja mikä on toivottavaa tai ei toivottavaa (Rubin N.d). Ennakointi estää mahdollisia virheellisiä toimintoja ja lisää onnistuneiden toimenpiteiden määrää. Opinnäytetyön pääkehittämis- ja tutkimusmenetelmä on strukturoitu temahaastattelu.

4.1.1 Teorettinen viitekehys

Mikään tutkimus ei lähde liikkeelle nollassa, vaan se pohjaa jo aikaisemmin kirjoitettuun tietoon eli tietopohjaan (Kananen 2017, 16), toisin sanoen teorettiseen viitekehukseen eli siihen taustaan, johon ilmiö rajautuu. Tällaisen teoratiedon haarukointi auttaa aina kyseisen tutkimuksen toteuttamisessa. Tässä opinnäytetyössä se tieto, joka tästä aiheesta on aikaisemmin tutkittu, luo teoreettisen viiteperustan koko opinnäytetyölle. Teoreettisen viiteperustan ymmärtäminen auttaa sekä kirjoittajaa että lukijaa näkökulman muodostamisessa, ja luo työlle sen validiteetin eli luotettavuuden.

Tämä opinnäytetyön teorettinen viitekehys (Kuvio 1) pohjautuu viinialan ja siihen liittyvien sidosryhmien tämänhetkiseen tilanteeseen globaalissa ja eurooppalaisessa viinimaailmassa. Lisäksi opinnäytetyössä tarkastellaan Suomen uniikkia asemaa viinialalla yhtenä niistä harvoista maailmanmaista, joissa on vielä voimassa oleva alkoholimonopoli. Koska opinnäytetyö suuntautuu tulevaisuuteen, teoreettisen viitekehksen ymmärtämiseksi on tärkeä hahmottaa myös tulevaisuuden tutkimuksen keskeisimmät käsitteet, joista tässä tutkimuksessa on nostettu esiin ennakointi, skenaariot, heikot signaalit, megatrendit ja villit kortit.



Kuvio 1. Teorettinen viitekehys

4.2 Laadullinen tutkimus

Tämä opinnäytetyö on kirjoitettu laadullisella eli kvalitatiivisella otteella. Laadullinen tutkimus tulee kyseeseen silloin, kun tutkittava ilmiö on tuntematon ja ilmiöön liittyy kysymys: ”mikä tässä on kyseessä?”, määrittelee Kananen (2010, 37) ja jatkaa, että tällöin ilmiöstä ei ole olemassa valmiita malleja tai teorioita. Tällaista ilmiötä lähdetään analysoimaan käyttäen apuna laadullista tutkimusta. Yksinkertaisimmillaan laadullinen tutkimus toteutetaan kysymällä oikeita kysymyksiä oikeilta ihmisiltä. Sillä ei ole merkitystä, kuinka monelta kysytään. Sillä taas on, että mitä saadaan vastaukseksi ja millaisia johtopäätöksiä siitä tehdään. (Kananen 2010, 37.)

4.3 Tutkimusasetelma

Tutkimusasetelma on kokonaisuus, jonka muodostavat tutkimuskysymykset, havainnointiin perustuvat aineistot ja niiden analysointimenetelmät. Myös keskeiset käsitteet ja niiden kautta teoreettinen viitekehys voidaan laskea osaksi tutkimusasetelmaa. Parhaimmillaan tutkimusasetelma on hyvin perusteltu ja selkeä (Vuori 2021). Tutkimusasetelman pätevyys on suoraan verrannollinen tuloksiin. On myös tärkeää muistaa tulosten puolueettomuus ja se, että tuloksia ei ole mahdollista tulkita puolueellisesti. (Pamplona 2022.)

Tutkimusasetelmia on erilaisia, mutta tämä opinnäytetyö mukailee parhaiten niin kutsuttua poikkileikkausasetelmaa. Se on niin yleinen tutkimuksellinen asetelma, ettei sitä yleensä edes nimetä tutkimusta tehdessä. Poikkileikkausasetelma tarkoittaa yksinkertaisimmillaan sitä, että kyseessä olevaa ilmiötä tutkitaan sellaisen aineiston avulla, joka on hankittu yhtenä tiettyä aikana, mutta kohdistettu moneen eri havaintoyksikköön eli tässä tapauksessa haastateltavaan. Tämän opinnäytetyön puitteissa haastateltavilta kysyttiin ja haettiin vastauksia viinialan nykyiseen ja tulevaan tilanteeseen liittyen. (Vuori 2021.)

4.4 Aineiston keruu

Töttö (2000) on jo vuosituhaten alussa todennut, että vaikka aikaisemmin aineiston keruu ja analysointi on erotettu toisistaan, niin nykyään laadullinen tutkimusote nähdään ensisijaisesti analyysin, ja vasta toissijaisesti aineistonkeruun kautta (Töttö 2000). Laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimusote oli tälle opinnäytetyölle looginen valinta, koska tutkittavasta, mutta vielä tuntemattomasta, aiheesta haluttiin kerätä lisätietoa haastatteluin ja aiemmin kirjoitetun tiedon

perusteella (Hakala 2004, 114). Kun tutkittava ilmiö tulee tapahtumaan vasta tulevaisuudessa, voidaan varmuudella todeta, että tutkittava ilmiö on tuntematon eikä siihen ole löydettävissä valmiita vastauksia. (Töttö 2000.)

Laadullisessa tutkimuksessa metodien eli menetelmien kirjo on laaja, ja menetelmien valintaa viitoittaa se, millaista tietoa - keneltä ja missä - ollaan etsimässä (Hirsjärvi ym. 2009, 183–184). Teoriassa jokainen voi poimia itselleen sopivimmat metodit ja toteuttaa tutkimuksensa niiden avulla. Käytännössä taas tutkimusongelma tai tutkimuskysymykset määrittelevät kuhunkin tutkimukseen tarvittavat tiedonkeruumenetelmät. Aineiston analysointimenetelmät määrittää tiedonkeruumenetelmä; jokaiselle aineistonkeruumenetelmälle on olemassa oma analysointimenetelmänsä (Kananen 2010, 28). Tässä opinnäytetyössä olennaista osaa aineistonkeruumenetelmistä edustavat ryhmä- ja yksilöhaastattelut. Laadullinen tutkimus tuo esiin monipuolisesti tutkimustapoja sekä käytettävien aineistojen että tutkijan mielikuvituksen puolesta (Eskola & Suoranta 2022, 16).

Eskolan ja Suorannan (2022, 15) mukaan laadulliselle tutkimukselle tunnusomaista on aineisto, joka koostuu kirjoitetusta tekstistä- esimerkiksi haastatteluista-, havainnoinnista ja muusta kirjallisesta aineistosta. Parhaimmassa tapauksessa tutkimussuunnitelma elää opinnäytetyön edetessä. Tässä opinnäytetyössä tutkimusasetelma oli aluksi aivan liian laaja ja koski pidempää ajanjaksoa. Opinnäytetyössä on kuitenkin hyvä pyrkiä selkeyteen, ja siksi tutkimusasetelma koki monta muutosta tietoperustan karttuessa. Laadullisessa tutkimuksessa osallistuvuus on keskeisessä osassa, niin myös tässä opinnäytetyössä. (Eskola ym. 2022, 15.)

Tyypillisesti laadullisesta tutkimuksesta löytyy seuraavia piirteitä: tutkimus on kokonaisvaltaista (esimerkiksi haastateltavat on valittu tietoisesti tarkoitukseen sopien eikä satunnaisotannalla), tieto pyritään keräämään suoraan ihmisiltä ja suositaan sellaisia toimintamalleja, joissa tutkittavien oma ääni pääsee esille. Tämän lisäksi hyväksytään tutkimussuunnitelmaan tulevat muutokset opinnäytetyön edetessä. (Hirsjärvi ym. 2009, 164.) On hyvä muistaa, että ”laadullinen tutkimusprosessi on aina jossain määrin ainutkertainen”, kuten Alasuutari toteaa (2011, 24). Alasuutari jatkaa vielä, että laadullisessa tutkimuksessa voi luovasti soveltaa sen perussääntöjä ja jopa luoda uusia sääntöjä. Laadullisessa tutkimuksessa on perusteltua pyrkiä keräämään sellaista aineistoa, joka

mahdollistaa aineistontarkastelun monista eri näkökulmista. (Alasuutari 2011, 84.) Tässä opinnäytetyössä on pyritty analysoimaan tutkimusongelmaa monin eri tavoin ja tavoittamaan täten mahdollisimman laaja aineisto, jonka avulla opinnäytetyö on mahdollisimman kattava.

4.4.1 Teemahaastattelu

Haastattelu on yleinen laadullisen tutkimuksen menetelmä. Tähän tulevaisuuteen ulottuvassa työssä on haastateltu seitsemää tällä hetkellä ajan hermolla olevaa viinialan asiantuntijaa. He edustavat laajasti viinialaa viinin maahantuonnin, tukkuliikkeen, vähittäismyynnin ja alkoholin vähittäismyynnin osa-alueilta. Haastattelu tulee kyseeseen esimerkiksi silloin, kun aiheena on sellainen ulottuvuus, josta ei tiedetä vielä paljoa. Tässä tutkimuksessa tätä ulottuvuutta edustaa tulevaisuus. Erotuksena kvantitatiiviseen laajaan kyselytutkimukseen, kvalitatiiviseen tutkimuksen haastatteluun on yleensä helpompi saada ihmisiä mukaan ja heiltä voi saada lisää tietoa tutkimuksen eri vaiheissa (Hirsjärvi ym. 2009, 205–206).

Ajatuksena haastattelu on yksinkertainen. Jos emme tiedä mitä ihminen ajattelee, tai miksi hän toimii niin kuin toimii, kysytään sitä häneltä. Haastattelu on joustava verrattuna kyselytutkimukseen, koska haastattelija voi selventää kysymystään, kysyä sen toisella tavalla ja korjata epäselvyyksiä. Sekä haastattelija, että haastateltava voivat kysyä tarkentavia kysymyksiä ja haastattelun ohessa voidaan keskustella ja löytää sitä kautta sellaisia vastauksia, jotka eivät välttämättä olisi muuten tulleet mieleen. Tärkeintä on mahdollisimman suuren tietomäärän kerääminen kyseessä olevasta asiasta. Kysymyksiä voi muuttaa haastattelun edetessä, niiden paikkaa voi vaihtaa ja niihin voi myös palata. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 84–85.)

Haastattelun huonoiksi puoliksi Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara (2009, 206) mainitsevat haastattelun tekemiseen, valmistautumiseen ja purkamiseen kuluvan ajan sekä sen, että haastateltavat saattavat pyrkiä vastaamaan omasta mielipiteestään poiketen esimerkiksi haastattelijaa miellyttääkseen tai herkissä aiheissa sosiaalisesti suvaitulla tavalla (Hirsjärvi ym. 2009, 206). Kananen (2017, 90) sanoittaa tämän niin, että annetaan ymmärtää, mutta asiaa ei haluta tai osata sanoa suoraan. Tämä on tietenkin otettava huomioon haastatteluja tehdessä, ja huolellisella kysymysten valmistelulla tällaista lopputulosta voi yrittää menestyksekkäästi välttää. (Kananen 2017, 90.)

Yleisiä haastattelutyylejä on kolme. Strukturoitu haastattelu tehdään yleensä lomakkeella, jolloin kaikki kysymykset ja niiden asettelu on ennalta määrättyä. Teemahaastattelussa haastattelun aihepiiri on tiedossa, mutta kysymyksiä ei ole aseteltu valmiiksi ja/tai valmiista rungosta voidaan poiketa. Avoin haastattelu eli syvähaastattelu taas pyrkii kuuntelemaan haastateltavaa ja jopa aihe voi muuttua riippuen haastattelun kulusta. Avoin haastattelu tarkoittaa monesti useaa haastattelukertaa eikä välttämättä sovi kaikkiin laadullisiin tutkimuksiin, jossa yleisemmin käytettäneen teemahaastattelua tai sen versiota, puolistrukturoitua teemahaastattelua. (Hirsjärvi ym. 2009, 209–210.)

Teemahaastattelu antaa parhaimmillaan tutkijalle ymmärryksen ja käsityksen tutkittavasta ilmiöstä. Tutkijan tehtävä on muodostaa haastateltavien vastauksista kokonaiskuva, sillä vastaukset saattavat olla hyvinkin hajanaisia ja niiden uskottavuus liittyy vahvasti siihen, millaisia kysymyksiä haastattelija on osannut kysyä. Kysymykset saavat alkunsa tietenkin itse tutkimuskysymyksistä ja ne tulee suunnitella niin, että ne lopulta myös vastaavat tutkimuskysymykseen. (Kananen 2017, 90–91.) Tutkijalla on siis suuri vastuu siitä, millaisiin kysymyksiin haastateltavat vastaavat eli miten laadukkaita ja tietorikkaita vastauksia tutkija saa. Yhtenä tärkeimmistä säännöistä haastattelussa voidaan pitää sitä, että kysymykset ovat avoimia, joka siis poissulkee kysymykset, joihin voidaan vastata sanoilla kyllä tai ei. (Kananen 2017, 92.)

Tuomi ja Sarajärvi toteavat, että haastateltavien valinta on tehtävä huolella niin, että haastateltavilla on mahdollisimman paljon kokemusta ja tietotaitoa tutkittavasta ilmiöstä (Tuomi & Sarajärvi 2018, 98). Esimerkiksi tähän opinnäytetyöhön osa haastateltavista löytyi ravintola-alan messupahtumasta, osa sosiaalisen median avulla ja osa muiden haastateltavien suositusten perusteella.

4.4.2 Kysymysten asettelu puolistrukturoidussa teemahaastattelussa

Avoimet kysymykset ovat teemahaastattelun ydin ja erottavat sen niiden avulla kokonaan strukturoidusta haastattelusta. Mitä laajempi kysymys on, sitä laajemman vastauksen siihen voi saada. Kun sitten avoimia kysymyksiä kysytään, haastateltava saattaa ottaa aiheeksi sellaisen asian, jota ei ollut valmiina haastattelijan kysymyspatteristossa. Tällöin kannattaa esittää jatkokysymys, koska haastateltavalla on selvästi jotain lisää kerrottavaa aiheesta. (Kananen 2017, 98–100.)

Tällaisissa tutkimuksissa haastattelusta puhutaan teemahaastatteluna tai avoimena haastatteluna. Puolistrukturoidun tämän tyyllisestä haastattelusta tekee se, että haastattelijalla on selkeä ajatus tutkimuksen tutkimuskysymyksistä ja haastattelukysymykset on laadittu ne mielessä. Strukturoimattomassa haastattelussa haastattelijalla ei olisi käytännössä mitään aihetta mielessä, joten haastateltavia olisi vaikea ohjata haluttuun suuntaan. (Hyvärinen, Nikander & Ruusuvoori 2017, 20–21.) Hyvärinen ja muut (2017, 21–22) jatkavat, että teemahaastattelu on yksinkertaisimmillaan haastattelu, jossa kysymyksiä ei ole lyöty lukkoon, vaan niissä on enemmän määritelty teemat, joiden mukaan haastattelu etenee.

Toimivia kysymyksiä varsinkin tällaisen tulevaisuusorientoituneen tutkimuksen kohdalla ovat hypoteettiset kysymykset, jotka alkavat esimerkiksi muodolla ”Mitä jos tapahtuisi...” ja ”entä jos...”. Näihin kysymyksiin on helppo vastata silloin, kun puhutaan asiasta, joka ei ole vielä toteutunut. Vältettäviä kysymystapoja taas ovat dikotomisat kysymykset eli ne, joissa vastaus voi olla lyhyesti kyllä tai ei sekä itsestään selvät kysymykset. Haastateltavilta kannattaa myös pyrkiä kysymään enemmän heidän omista kokemuksistaan tai näkemyksistään sen sijaan että kysyisi kysymyksiä, joissa on helppo yleistää. (Kananen 2017, 98–100.)

Puolistrukturoidun teemahaastattelun pohjana toimivat tutkimuksen tutkimuskysymykset. Monesti pelkästään niitä kysymällä ei päästä haluttuun lopputulokseen. Tässä opinnäytetyössä tutkimuskysymykset toimitettiin haastateltaville tiedoksi, mutta niitä ei kysytty haastatteluissa. Haastattelukysymykset pitää rakentaa kohderyhmä mielessä pitäen. Tämän lisäksi kysymykset kannattaa asetella helposti ymmärrettäviksi ja samaistuttaviksi. On myös tärkeä pitää tutkimuksen tavoite mielessä haastattelukysymyksiä muodostettaessa. Ilman sitä on suuri vaara, että saadaan sellaisia vastauksia, jotka eivät vastaa tutkimuksen tavoitteeseen saati tutkimuskysymyksiin. (Hyvärinen ym. 2017, 25.)

Haastattelun tekemiseen löytyy paljon erilaisia ohjeita, joita noudattamalla pääsee melko varmasti tavoiteltuun lopputulokseen. Tässä opinnäytetyössä haastattelut toteutettiin kahtena ryhmähaastatteluna ja kahtena yksilöhaastatteluna. Ryhmähaastatteluihin päädyttiin alun perin yhden haastateltavan ideasta. Tavoitteena oli pienissä ryhmissä (2–3 hlö/haastattelu) avata teemoja ja valita eri aloja edustavat asiantuntijat samaan haastatteluun, jotta he voisivat saada myös toisiltaan keskustelun kautta ajatuksia ja ideoita tulevaisuudesta, joita ei välttämättä tulisi yksilöhaastatteluissa

mieleen. Aikataulusyistä kaikkia haastatteluja ei kuitenkaan pystytty toteuttamaan ryhmähaastatteluina.

Vaikka teemahaastattelussa ei ole tarpeen kysyä kysymyksiä samassa järjestyksessä tai kysyä edes samoja kysymyksiä kaikilta haastateltavilta, tässä tutkimuksessa haastattelurunko ja kysymysten järjestys pysyivät lähestulkoon samana jokaisessa haastattelussa. Haastattelukysymykset oli valittu niin, että niistä saadut vastaukset vastaisivat mahdollisimman hyvin tutkimuskysymyksiin (Tuomi ym. 2018, 88). Ensimmäisessä haastattelussa heräsi vielä lisäkysymys haastateltavien taholta, ja tämä kysymys kysyttiin viimeiseksi myös muissa haastatteluissa.

Ryhmähaastattelu ei ole yleisin tapa tutkimuksellisia haastatteluja tehdessä, mutta toimi tässä opinnäytetyössä jopa paremmin kuin yksilöhaastattelut olisivat toimineet. Yksi kahden hengen ryhmähaastattelu toteutettiin lopulta yksilöhaastatteluina, mutta se ei mainittavasti vaikuttanut lopputulokseen. Jos jotain, niin kyseisten haastatteluiden haastateltavat saivat enemmän puheai-
kaa kuin olisivat mahdollisesti saaneet ryhmähaastattelussa, ja siten pystyivät vastaamaan kysymyksiin laajemmin.

5 Aineiston analyysi

Haastatteluaineistosta ei välttämättä löydy suoria vastauksia tutkimuskysymyksiin, mutta siitä huolimatta aineisto ja tutkimuskysymysten muodostama tutkimusongelma ovat parhaassa tapauksessa tiiviissä vuoropuhelussa toistensa kanssa. Kun aineisto on kerätty, se usein näyttäytyy suurena massana, josta voi olla vaikea saada kiinni. Tässä vaiheessa aineistosta valitaan työn kannalta olennainen osuus lähtien liikkeelle siitä, mikä osa aineistosta vastaa parhaiten tutkimuskysymyksiin. (Ruusuvuori, Nikander & Hyvärinen 2010, 13–14.) Aineiston taakse ei kuitenkaan sovi piiloutua käyden läpi vain suoria lainauksia, vaan analyysivaiheessa aineistosta on tarkoitus löytää jotain sellaista, jota suoria lainauksia lukemalla ei löydy (Ruusuvuori ym. 2010, 19).

Tuomi ja Sarajärvi (2018, 99) sivuavat aineiston riittävyttä eli saturaatiota. Saturaatio täyttyy silloin, kun aineisto alkaa toistaa itseään eikä uutta tietoa enää ilmene (Tuomi ym. 2018, 99). Varsinkin aineiston itsensä toistaminen eli vastausten samankaltaisuus haastattelusta toiseen toteutui tässä opinnäytetyössä. Tästä päätellen myös haastateltavien määrä (seitsemän henkilöä) oli sopiva.

Haastattelut suoritettiin Teams-viestintäsovelluksen avulla maantieteellisten etäisyyksien takia. Teams-sovelluksen etuna on myös raakalitterointi, joka helpotti haastatteluiden litterointia eli kuvausta siitä, mitä sanotaan. Tarkemmin sanottuna litterointi purkaa puheen tai toiminnan kirjoitettuun muotoon. Ilman litterointia aineiston analysointi ja haltuunotto heikkenee ja se voi tapahtua tutkimuksen luotettavuuden kustannuksella (Kallio 2021). Tässä opinnäytetyössä haastateltavilta kerättiin tietoa, mielipiteitä ja ymmärrystä kysytyistä asioista ja sen perusteella litterointi on tehty puheen sisällöstä jättäen huomioimatta esimerkiksi eleet tai puhekielen sisäiset maneerit, joilla ei tässä tapauksessa ollut merkitystä. Litterointi on siis tehty sillä tarkkuudella, että asia tulee ymmärretyksi. Lukemisen helpottamiseksi haastateltavien pitämät tauot, asioiden toistaminen tai muut lukemista hankaloittavat asiat on litteraatioissa poistettu.

6 Tutkimuksen tulokset

6.1 Tulosten käsittely

Aineiston analyysi aloitettiin teemojen ryhmittelyllä. Kuten Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara (1997, 225) toteavat, aineisto voi olla suuri, mutta kaikkea keräämänsä aineistoa ei tarvitse – eikä pidä – analysoida (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 225.). Haastatteluissa esitettiin kolme pääkysymystä (liite 4) ja viimeisenä erään haastateltavan kysymä lisäkysymys. Jokaisen kysymyksen kohdalla nousi esiin useita eri teemoja, ja aineisto analysoitiin näiden teemojen ympärille. Teemoittelun jälkeen aineistosta tehtiin laadullinen temaattinen sisällönanalyysi, jonka Ruusuvoori, Nikander ja Hyvärinen (2010, 19) näkevät aineiston luokitteluaiheena, mutta korostavat, että luokittelu ei sisällönanalyysivaiheessa vielä riitä, vaan vaatii myös sanoittamisen ja tulkinnan. Tuomi ja Sarajärvi (2002, 140–141) taas huomauttavat, että sisällönanalyysi ja temaattinen sisällönanalyysi on hyvä erottaa toisistaan, vaikka ne ovatkin hyvin samankaltaisia. Temaattinen sisällönanalyysi on kuitenkin osuvampi kuvaus silloin, kun aineisto ja tulokset esitellään teemoittain. (Tuomi ym. 2002, 140–141.)

Tämän opinnäytetyön sisältö analysoitiin temaattisen analyysin mukaisesti niin, että aineistosta identifioitiin johtoajatukset ja siirryttiin vähitellen alaluokkien kautta yläluokkiin koko ajan pelkistämällä ilmauksia (Tuomi ym. 2002, 142). Tästä esimerkkinä taulukko (Taulukko 1), jossa on esiteltyinä yksi aineistosta esiin noussut teema eli viinikulttuurin muutos. Muutoksen odotuksesta haastatel-

tavilla oli ajatuksia läpi haastatteluiden ja nämä odotukset nousivat esiin lähes kaikkien kysymysten vastauksissa. Vaikka aineistosta löydettiin useita muitakin teemoja, tämä teema yhdisti lähes kaikki haastateltavia. Sisällönanalyysissä on toimittu Tuomen ja Sarajärvenkin ehdottaman temaat-tisen analyysin etenemistaulukon mukaan, jossa on kerätty ensin kiinnostavia näkökulmia yhteen, pelkistetty niitä, järjestetty teemoihin ja analysoitu teemojen suhdetta toisiinsa (Tuomi ym. 2002, 142).

Tässä opinnäytetyössä haettiin vastauksia viinialan muutokseen vuoteen 2035 mennessä. Strukturoidussa teemahaastattelussa kysyttiin, miten haastateltavien yrityksissä on tällä hetkellä varau-duttu mahdollisiin muutoksiin vähittäismyyntimonopolin suhteen, millaisia odotuksia haastatelta-villa on viinialan tulevaisuudesta kymmenen vuoden sisällä, ja mitä haastateltavat uskovat alalla tapahtuvan samassa aikaikkunassa. Haastattelut litteroitiin, jonka jälkeen litteroidusta aineistosta kerättiin samankaltaisuuksia sisällönanalyysin toteuttamiseksi. Yhtäläisistä vastauksista koostettiin pelkistettyjä ilmauksia, joista muodostettiin alaluokkia. Näiden pohjalta pystyttiin määrittämään yläluokat, joiden voidaan ajatella toimivan kehitysehdotuksina viinitoimialalle. Yläluokkia olivat ku-lutustottumusten muutos, menestymisen mahdollisuus harvemmillä, valikoima kilpailuvaltina ja ajattelumallin muutos. Sisällönanalyysin esimerkissä yhdistäväksi tekijäksi muodostui viinikulttuu-rin muutos, joka toimii myös kyseisen sisällönanalyysin tulosten ydinviestinä.

Taulukko 1. Sisällönanalyysi

Alkuperäinen ilmaus	Pelkistetty ilmaus	Alaluokka	Yläluokka	Yhdistävä tekijä
Mä luulen, että kyllä se tohon menee, että me juodaan laadukkaampia (viinejä) ja kulutetaan vähemmän alkoholia vuonna 2035	Laadukkaammat viinit Pienempi alkoholin kulutus	Kuluttajien valveutumisen	Kulutus-tottumusten muutos	V i i n i k u l t t u r i n m u t o s
Kun ne vaihtoehdot ja mahdollisuudet tutkia valikoimaa lisääntyy, kun verkkokaupat lisääntyy, kauppojen hyllyille tuotteet lisääntyy.	Vaihtoehdot lisääntyy Verkkokaupat lisääntyy Tuotteet lisääntyy	Myyntikanavien lisääntyminen Valikoimien laajeneminen		
Lukuisat maahantuojat tulee putoamaan tästä pelistä pois. Päivittäistavara-kaupassa tullaan myymään valtaosa viineistä.	Maahantuojat vähenee Viinit myydään ruokakaupassa	Myyntikanavien muutos	Menestymisen mahdollisuus harvemmilla	
Pahoin pelkään, että tää vaan kapenee. Että ihan harvempiin käsiin jää koko touhu...	Pelko maahantuontiliikkeiden vähenemisestä Harvemmat pärjää	Alalla menestyminen on vaikeampaa		
Varmasti sillä valikoimalla pystyy sitten erilaistumaan ja sitten tavallaan tuomaan niinku eri hintatason tuotteita sinne asiakkaan saataville...	Valikoimalla erikoistuminen Eri hintatason tuotteet	Hinta-/laatusuhde	Valikoima kilpailuvalttina	
Hinta-laatusuhde riippuu ihan nimenomaan siitä asiakaskunnasta, koska mitä enemmän mennään noihin kauppiasvetoisiin, niin sitä enemmän pystytään päättämään sitä, että mitä se asiakas sinne haluaa.	Hinta-laatusuhde/valikoima määräytyy asiakaskunnan mukaan Kauppiasvetoinen päätöksenteko	Asiakkaan valinnat päätöksenteon suuntamerkkeinä		
(Alkoholin suurkulutuksesta ja viinikulttuurista) Pitäisi pystyä erottamaan toisistaan, niin me voidaan saada sitten sen jälkeen positiivisempi mielikuva alkoholista, ja käyttää sitä niin kuin talouden kehittämiseksi, kulttuurin kehittämiseksi ja oman arjen muuttamiseksi...	Positiivisempi mielikuva alkoholista Talouden, kulttuurin ja arjen kehitys	Kokonaisvaltaiset vaikutukset	Ajattelumallin muutos	
Kehitys kehittyy ihan ehdottomasti, ja yhä enemmän mennään siihen palveluun ja sen asiakastarpeiden vastaamiseen ja se on pääasiassa silloin kymmenenkin vuoden päästä.	Palvelu ja asiakastarpeisiin vastaaminen	Asiakaslahtoisuus		

6.2 Viinialan ammattilaisten näkemykset teemoittain

Tulosten käsittelyn yhteydessä peilataan haastatteluista saatuja tuloksia tietoperustaan. Tavoitteena on verrata viinialan asiantuntijoiden näkemyksiä tietoperustaan ja uusimpaan tämänhetkiseen tietoon viinialan nykyhetkestä. Tällä on pyritty selkeyteen ja mahdollistettu vuoropuhelu haastatteluiden tulosten ja tietoperustan välillä.

6.2.1 Viinialan uudet tuulet

Koska yhtenä tutkimuskysymyksenä tässä opinnäytetyössä oli suomalaisen viinialan muuttuminen vuoteen 2035 mennessä, haastateltavilla oli esittää lukuisia näkökulmia siitä, miltä viinialan lähitulevaisuus tulee näyttämään. Osa näistä mielipiteistä oli yksimielisiä, mutta haastateltavien välillä esiintyi myös variaatioita. Toisilla haastateltavista oli positiivisempi odotusarvo alan tulevaisuudesta, osa taas vaikutti jäävän hieman pessimistisenä katsomaan, mitä tuleman pitää. Suorat lainaukset ovat haastateltavien omalla tavallaan sanomia asioita ja niiden perässä on kerrottu haastateltavan numero. Lisätietoa haastateltavista löytyy liitteestä 5.

Osa haastateltavista oli yhtä mieltä siitä, että viinin kulutus ei ole noususuunnassa, eikä se välttämättä tulisi nousemaan, vaikka viinit vapautettaisiinkin ruokakauppoihin. Osa taas enteili kulutuksen nousua. Jo aiemmin mainitut VATT:n ja KKV:n tutkimustulokset osittain myötäävät käsitystä siitä, että kulutus ei ole noususuunnassa, vaikkakin VATT:in (Kosonen ym. 2024) tutkimuksessa vuoden 2018 alkoholilain uudistuksen vaikutuksista painotetaan, että varmaa tietoa jatkotoimien merkityksestä ja vaikutuksista ei voida kyseisen tutkimuksen perusteella antaa.

Haastatteluissa ei juurikaan sivuttu sitä, kuinka viinin käytön laskusuhdanne vaikuttaa itse viinialaan. Prosentuaalisesti lasku ei vielä ole Suomessa kovin suuri, mutta esimerkiksi Ranskassa kulutus on laskenut vuonna 1960 juoduista 127 litrasta viiniä per henkilö noin 40 litran kulutukseen per henkilö (Aittokoski 2024). Financial Times (Klasa 2025) on laskenut ranskalaisten vähentyneen alkoholin kulutuksen niin, että se on romahtanut jopa 90 % vuodesta 1970. On kuitenkin otettava huomioon, että ranskalaisille viini on ollut tärkeä elintarvike ja jopa ravinnonlähde viininpoimijoille (Klasa 2025), joten samanlaista johtopäätöstä ei voi tehdä suoraan muista maista. Haastateltava 2 ilmaisi asian seuraavalla tavalla:

Mä luulen, että kyllä se tohon menee, että me juodaan laadukkaampia (viinejä) ja kulutetaan vähemmän alkoholia vuonna 2035... Se kulutus ei tule räjähdysmäisesti kasvamaan, vaikka ne viinit tulee siihen ruokakauppaan. – H2 –

Hyviä esimerkkejä siitä, millaiselta tulevaisuus voisi kuluttajan kannalta näyttää, esitettiin myös. Samalla annettiin ehdotelmia päivittäistavarakaupalle siitä, mitä kuluttaja voisi tulevilta muutoksilta toivoa. Päivittäistavarakauppa itse toivottaa miedot viinit tervetulleeksi ruokakauppoihin ja perustelee sitä sillä, että se uskoo Alkon voivan jatkaa silti väkevien viinujen monopolina (Viinit,

tervetuloa ruokakauppaan! 2024). Jos taas Alko ei siihen pystyisi, Päivittäistavarakauppa ry ehdottaa, että väkevien myynnille rakennettaisiin oman lisenssijärjestelmä. Lisenssit jakaisi viranomaisen lupamaksua ja erillistä rajattua myyntitilaa (jossa olisi oma asiakaspalvelu) vastaan. (Viinit, tervetuloa ruokakauppaan! 2024.) Näin haastatellut asiaa pohtivat sekä asiantuntijoina että itsekin viininkuluttajina:

Ei tarvi mennä kuin Tallinnaan, niin siellä on hyviä viinibaareja. Joissa siinä ohessa on se viinikauppa ja siinä pystyy ottamaan niitä pieniä maistiaisia siinä paikan päällä, ja sen pohjalta käydä valitsemaan samaa viiniä. Tai sitten ylipäätään siinä lasillisen kanssa käyskennellä tuijottelemassa pulloja ja kyselemässä vähän siitä ohjeita, että se on tavallaan yks tommoinen keino. Sitten, jos mennään tämmöiseen vähän isompiin marketteihin, hypermarkettiin, niin mä nyt toivoisin, että siellä alkaisi jotkut Citymarket-kauppiat nokitteleen toisiansa samalla tavalla, kun ne on tehnyt oluessakin, että siellä alkaa olemaan semmoinen tietynlainen sisäänvetotuote se, että minkälaiset juomahyllyt siellä tulee olemaan. – H3 –

Toivottavasti kaikille tulee kilpailua, että kehitys saa kehittyä ja saa vauhtia alleen. Ja mä uskon kyllä, että niitä uusia ideoita on tosi paljon tuossa kylpemässä ja odotan kyllä innolla, että mitä kaikkea siistiä muut pienemmät yrittäjät ja uudet yrittäjät ja valtio ja muut keksii siihen, että varmasti siellä on tosi mielenkiintoisia muutoksia edessä. – H1 –

Haastateltavien parissa pohdittiin myös sitä, voisiko Alko kuitenkin jatkaa viininmyynnin parissa, vaikka menettäisikin monopoliaseman viinin myyntiin. Joka tapauksessa sille näyttäisi kuitenkin jäävän vahvempien alkoholien monopoli, koska sen vapauttamisesta ei tällä hetkellä debatoita, joten siihen suhteutettuna ajatus ei vaikuta kovin kaukaa haetulta. Harman Talouselämään kirjoittaman artikkelin (2024) näkökulma väkevien alkoholijuomien kohtaloon on kuitenkin toinen. Artikkelissa haastatellun Alkon hallituksen puheenjohtaja Laura Raition näkemys on, että EU-lainsäädäntö ei tulisi sallimaan pelkästään osittaista alkoholimonopolin purkua viinin myynnin ollessa kuitenkin noin 60 % kaikesta Alkon myynnistä. (Harma 2024.) Samansuuntaisia ajatuksia oli haastateltavallakin:

(Jos viinin vähittäismyyntimonopoli murtuu.) Ne ei pysty edes sillä (vahvalla) alkoholilla enää pyörittää sitä ja siinä tapauksessa, niin toki brändi on niin vahva, ja siellä on hyvä osaaminen. Siinä on niinku varmastikin mahdollisuus, että... joku taho ostais Alkon ja se jatkuisi niinku yksityisenä viiniliikkeenä. Ja semmoisena mä näen sillä ihan erittäinkin hyvän tulevaisuuden, jos siihen nyt löytyy, ja kun löytyy joku, se voi olla joku ulkomaalainenkin viinioperaattori. – H2 –

Todella monissa vastauksissa sivuttiin digitalisaatiota, verkkokauppaa ja sovelluksia. Esille nostettiin jo olemassa olevia mahdollisuuksia, mutta myös uusia innovaatioita. Chailletin ja Bastardin (2023, 1) mukaan digitalisaatio on nousemassa tärkeäksi kanavaksi kuluttajakäyttäytymisen ymmärtämiseksi. Digitalisaation avulla voidaan luoda uusia markkinointi- ja myyntistrategioita, joilla kuluttaja voidaan kohdata entistä henkilökohtaisemmin. Näiden toimenpiteiden avulla kuluttajan sitoutuminen ja kuluttajatytyväisyys paranee (Chaillet & Bastard 2023, 1). Haastateltavat sanoittivat asian mm. seuraavilla tavoilla:

Digitalisaatio tulee varmastikin, sen hyödyntäminen tuossa, niin me tullaan näkemään makeita juttuja siinä... Mutta näin se on, mutta että mä näen, että tää sovel-luspuoli tulee just sitä kautta tälle kaupan niinku myynnin ohjauksen työkaluksi, jolla se pystyy kohdentamaan sitä hankintaa ja pystyy tekemään logistisesti järkeviä os-toksia ja optimoimaan sitä tavarankäyttöä. – H2 –

On mielenkiintoista seurata, että mihin tälleen 10 vuodessa se sitten menee. Kun ne vaihtoehdot ja mahdollisuudet tutkia valikoimaa lisääntyy, kun verkkokaupat lisääntyy, kauppojen hyllyille tuotteet lisääntyy. Mahdollisesti tulee just enemmän tällöi-siä sovelluksia, mitkä ehdottaa ruoan ja juoman yhdistämiseen, koska ne on huomattavasti helpompi toteuttaa siinä vaiheessa, jos tätä monopoliasemaa ei ole, koska monopoliasemassa ei saa suosia ketään yhtä toimijaa, ja jos tehdään yhteis-työtä K-kaupan kanssa, niin silloin suositaan jo jotakin toimijaa ja näin ei saa tehdä. – H4 –

Monen eri teeman alle ulottuva ajatusmalli haastatteluissa liittyi viininkuluttajan asennemuutokseen, jonka tuulia nähdään jo nykyisin. Viinin ja ruoan yhdistäminen, ruokakulttuurin muutos ja laajempi valikoima lukuisine vaihtoehtoineen olivat suosittuja trendejä haastateltujen viiniasiantuntijoiden keskuudessa. Kustoksen ja muiden (2020) tekemän tutkimuksen mukaan voidaan olettaa, että jos toisilleen sopivat ruoka ja viini on ammattimaisesti yhdistetty toisiinsa, aterialta jää pidempiaikainen makumuisto, joka saattaa lisätä asiakkaan kiinnostusta kyseiseen viiniin ja valmiutta maksaa siitä enemmän (Kustos, Heymann, Jeffery, Goodman & Bastian 2020, 2,10). Näin haastateltavat ajattelivat viinien käyttötavoista ja siihen tulevaisuudessa vaikuttavista muutoksista:

Viinien käyttötarkoitus, niin se on ruoan kanssa, mutta se on myös vaihtoehto seurusteluun, mutta sitä ei käytetä semmoiseen päihtymystarkastukseen, niinku vanha sukupolvi, mutta että viineissä halutaan sellaista helppoutta ja nautittavuutta. – H2 –

Niin kun pihvien kulutus vähenee koko ajan, ja sitten sitä kautta aletaan oppia sitä koko viinin varianssia, että siinä on muutakin kuin se on Sangre de Toro siinä. – H3 –

Vaihtoehdot, niitä haastatteluissa toivottiin enemmän. Alko tarjoaa tätä nykyä useita tuhansia nimikkeitä viinien saralla (How does Alko... n.d.), joten ihan pienestä määrästä ei tälläkään hetkellä ole kyse. Valikoimasta puhuttaessa haastateltavien näkökulma oli kuitenkin se, että jos viinien vähittäismyynti vapautuu, kaupoista voidaan löytää sellaisia tuotteita, joita ei tällä hetkellä ole Suomesta saatavilla. Kauppalehden artikkelin mukaan K- ja S-ryhmä saavat isoina ostajina tuotteita hankittua Alkoa edullisemmin, koska Alko ei monopoliaseman takia saa kilpailla hinnalla (Tammi-lehto 2023). Haastateltavien sanoin:

Mun mielestä se rikastaa tavallaan koko viinikulttuuria Suomessa ja sitten tulee kivoja eri vaihtoehtoja asiakkaalle. Ja asiakashan sitten viime kädessä päättää, mitä hän ostaa, mutta tavallaan se mahdollistaa sen, että tulee paljon uusia mielenkiintoisia tuotteita markkinoille, ja voi sitten jokainen kauppa vähän valita sen oman kulman, mistä lähtee sitä valikoimaa sitten rakentaa. – H7 –

No mä odotan ihan hirmuisen paljon sitä, että ne vaihtoehdot lisääntyisi. Tuolla maailmalla on aivan todella mielenkiintoisia viinejä ja pientuottajia. Myös Suomessa on tosi paljon pientuottajia ja mielenkiintoisia viinejä ja olisi aivan ihanaa, kun ne pääsisi loistamaan entistä enemmän. Ja koska ilmastonmuutos tapahtuu kuitenkin aika kovaa vauhtia, ja Suomessa viljellään muun muassa rypäleitä jo todella loistavasti ihan täällä Keski-Suomen leveysilläkin niin, että niitä tulisi yhä enemmän markkinoille ja niiden laatu kasvaisi... Että mulla olisi enemmän niitä väyliä löytää niitä itselleni sopivia tuotteita... Se lisäisi hirmuisen paljon harrastuneisuutta ja olisi upeaa, kun yhä useampi ihminen löytäisi myös sen viinin siihen ruoan kylkeen ja ne pystyisi tekemään elämyksiä enemmän ihan sillei keskellä sitä arkea. – H4 –

6.2.2 Maahantuojat ja tukut

Maahantuojien tai tukkuliikkeiden tilannetta ei haastateltavien keskuudessa nähty kovinkaan positiivisena siinä tapauksessa, että monopoli murtuisi ja viinimarkkinoita tulisivat hallitsemaan Alkon sijaan kaksi vähittäismyyntiä ylivoimaisesti johtavaa kauppaketjua, K- ja S-kaupat. Monissa vastauksissa esiin nousi vähittäiskaupan duopolistinen tilanne, joka tarkoittaa kaupan, logistiikan ja hankinnan ketjuuntumista eli keskittymistä kahden toimijan varaan (Piipari, Puttonen & Terho 2021, 25). Tätä aihetta haastateltavat pohtivat paljon:

Joo siellä on kaksi jättiläistä molemmilla puolilla ja kaikki muut on siinä välissä. Ja kaikkien se elämänuora on kyllä niiden jättiläisten välissä. Tällä hetkellä Suomessa

on yli 500 maahantuojaa. Lähemmäs 600 maahantuojaa ymmärtääkseni, niin kuinka moni niistä on enää olemassa sitten pari vuotta sen jälkeen, kun alkoholimonopoli murtuu? Mä uskon, että se luku ei edes puolitu, vaan yli puolittuu. Että jos ne jää keskikokoiset, niin puhutaan 5–40 miljoonan liikevaihdosta, että vaikka Winestate tai Norex... mutta kaikki alle 2 miljoonan euron maahantuojat, niin monta niistä jää paikalleen, koska ne ei pysty ostamaan itseänsä sisään? – H1 –

Pahoin pelkään, että tää vaan kapenee. Että ihan harvempiin käsiin jää koko touhu, niin ja se ei ole mun mielestä koskaan, mä oon aina tykännyt että musta on hienoa, että on erilaista tarjontaa, koska meillä on ollut niinku aika mahtava tilanne täällä, että meillähän on siis ympäri maailmaa hyvin erilaisia, on natuihin keskittyneitä, on edukkaampaa myyviä, on kalliimpaa myyviä. On joku erikoistunut johonkin maahan, joku erikoistunut samppanjoihin, että meillä on ollut hyvin laaja kirjo. Että sitten se on sääli, jos vaan niinku nää isot maailmanmerkit jää, ja sitten tää pienempi niinku... Minusta se on sääli. – H6 –

Tukkukaupan toiminta-ajatus on hankkia lopputuotteita (tässä tapauksessa) viinituotannolta ja myydä niitä eteenpäin vähittäiskaupalle tai muille yrityksille. Tukkukauppakin on siis osaltaan maahantuojia. (Piipari, Puttonen & Terho 2021, 23.) Tässä tukkumyynnin edustajan näkemys haastattelussa:

Me pystytään tukkuna tarjoamaan ravintoloille tämmöinen hovihankkijamalli, missä me pystytään tukkujen kautta varmistamaan mahdollisimman laajan tuotevalikoiman saatavuus. Ja tarjoamaan myös näille pienille maahantuojille, joilla ei ole sitä Alkoa, niin tarjotaan ainakin niille kanava, mitä kautta ne voi saada ravintolalle myytyä ja tähän me varustaudutaan. – H2 –

6.2.3 Tulevaisuuden vähittäismyymälät

Haastateltavilla oli paljon ajatuksia siitä, millaisiksi vähittäiskaupat muuttuisivat sitten, jos viinin vähittäismyyntimonopoli olisi murtunut. Tässä oli jonkin verran hajontaa, sillä se, joka on hyvä toiselle, ei välttämättä ole hyvä kaikille. Selkeästi negatiivisimmin vähittäiskauppojen mahdollisuuden saada mietojen viinien vähittäismyynti käsiinsä suhtautuivat viinin maahantuonnin parissa työskentelevät haastateltavat. Positiivisimmat näkymät taas oli vähittäiskauppaa edustavalla haastateltavalla. Tässä haastattelussa esiin nousseita näkemyksiä puolin ja toisin:

Mutta tää että K ja S, niin nehän on kohta aivan, siis nehän kohta johtaa tätä maata, kun ne saa kaiken. Nyt ne saa koko tän alkoholikaupan, se tulee syliin kun tommonen paisti. – H6 –

Että, kun mietitään että Alko toimii hyvin, koska ne pystyy keskittämään toimintaa niin paljon, niillä on isot varastot ja se on iso organisaatio, ja ne omistaa kiinteistöjä myöskin. Sama mikä Kesprolla tai Ässäällä on, että se volyymin luominen on helppoa ja viinibisnes on volyyimbisnestä. – H1 –

Palvelun laadusta ja valikoiman laajuudesta löytyi myös eriäviä mielipiteitä, jotka tulivat esille monien eri teemaan liittyen. Palvelu näkyy tällä hetkellä Alkossa monessa eri muodossa, ja suuren osan siitä muodostaa henkilökunnan osaaminen, joka mahdollistaa henkilökohtaisen ja asiantuntevan palvelun (Peltonen 2019). Palvelua voidaan kuitenkin toteuttaa myös ilman henkilökohtaista palvelukohtaamista. Alkon lisäksi Ruotsin alkoholimonopoli Systembolaget käyttää yhtenä palvelun osa-alueena juomien luokittelua maun, makuprofiilin ja ruokasuositusten perusteella (Wallace 2016, 9, 11–15). Luokittelu auttaa asiakaspalvelijaa löytämään asiakkaalle sopivan viinin ja opastamaan samalla asiakasta luokittelun jatkokäyttöön itsenäisesti (Burman Wallace 2016, 60.) Osa tähän tutkimukseen haastatelluista uskoi, että palvelu ja laaja valikoima eivät tulisi katoamaan, vaikka viinien myynti siirtyisi pois Alkosta. Osa haastateltavista taas ei uskonut palvelun toimivuuteen tai valikoiman säilymiseen viinien siirtyessä ruokakauppoihin, vaikka toivoikin sitä:

Niin kun tämmöiselle Alkon kokoiselle, että tulisi toinen semmoinen tekijä Suomeen niin se on mahdotonta, niin se on ainoa mahdollisuus se, että meillä on tämmöinen huonosti hoidettu K-kauppa tai S-kauppa. Voihan siellä olla kivan näköinen se viinapuoli, mutta koskaan me ei päästä samaan palveluun, mitä meillä on ollut Alkossa tähän saakka. Se työvoimapoliittinenkin kuilu siinä ammattilaisten ja työntekijöiden välillä, ne saa vähän yli kymppin tunti siellä, jos ne on hyviä työntekijöitä, että pyörittään siinä kymppin ympärillä, niin sillä sä et mitään sommelieria sinne palkkaa. – H5 –

Hinta-laatusuhde riippuu ihan nimenomaan siitä asiakaskunnasta, koska mitä enemmän mennään noihin kauppiasvetoisiin, niin sitä enemmän pystytään päättämään sitä, että mitä se asiakas sinne haluaa. Ja sittenhän se asiakas määrittelee sen, että myydäänkö siellä Gato Negroa, vai myydäänkö siellä Amaronea? Ei siellä ole mitään järkeä pitää Amaronea hyllyssä, jos ei se liiku siellä. – H4 –

Kyllä mä toivon hartaasti, että meillä säilyy tää valinnanmahdollisuus, että meillä ei vaan uida jossain valtavirrassa, ja sitten on ehkä muutama pikku myymälä jossain, josta saat jotain muuta, koska sehän tarkoittaa sitä, että kaikki ne, jotka oikeasti haluaa niitä vaihtoehtoja, niin ne rupeaa tilaamaan sen ulkomailta. – H6 –

Alkon aukioloajat ovat säädeltyjä, eivätkä Alkot ole auki sunnuntaisin tai pyhäpäivinä. Säätely liittyy Alkon tehtävään ottaa huomioon alkoholin haittavaikutuksen kaikessa tekemisessään (Alkon

perustehtävä n.d.). Myös alkoholin myyntiajat on Suomessa säädelty ja alkoholia saa vähittäiskaupoissa myydä aamuyhdeksän ja iltayhdeksän välillä (Alkoholijuomien vähittäismyyntiohje 2024, 10). Ravintoloissa on omat myyntiaikansa (Anniskelulupa 2025), siellä ei tarvitse noudattaa kello yhdeksään loppuvaa myyntiaikaa. Vähittäiskaupan edustaja näki hyviä puolia vähittäiskaupan aukioloajoissa verrattuna Alkon aukioloaikoihin (ks. L1102/2017, 42 §):

Sen on mun mielestä tää 8-prosenttiset onkin osoittanut, että aika hyvin ne asiakkaat on niitä (viinejä) sieltä löytänyt, koska tietysti me ollaan 24 tuntia vuorokaudessa auki. Tietysti alkoholia ei saa myydä kun 9–21, mutta kumminkin me ollaan joka päivä auki ja Alko taas on paljon päiviä myöskin kiinni, niin kyllä sen huomaa sitten semmoisina päivinä kun on vaikka joku juhlapyhä ja Alko on kiinni, niin ja me ollaan auki, niin kyllä silloin selvästi käsi käy enemmän sitten meidän hyllyllä. – H7 –

6.2.4 Poliitiikka ja verotus kehityksen esteenä

Suomen alkoholipoliitiikka ja alkoholiin liittyvä verotus nousivat haastatteluissa esiin hyvin voimakkaasti ja monessa eri yhteydessä. Yhteistä näille esiin nostetuille asioille oli se, että sekä verotus, että poliitiikka vaikeuttavat alkoholin myyntiä tämän hetken Suomessa. Pelkona oli, että sama jatkuu myös tulevaisuudessa. Vuoden 2024 alussa tehdyssä hallituksen esityksessä (jonka myötä alle 8-prosenttisten viinien myynti vapautettiin kesäkuussa 2024) kuitenkin todetaan, että sen tarkoituksena on reilun ja avoimen kilpailun edistäminen (ks. HE 7/2024). Poliittiset päätökset vievät kuitenkin aikaa ja se lienee selittää osan haastateltavista tämänhetkistä tunnelmaa:

Tärkein tekijä, kun puhutaan alkoholipoliitikasta, niin jos ei se ole reilassa, niin tää Suomi tulee olemaan edelleen karvahattujen ja sarvikuonojen maa niinku sillä puolella... Olisi kiva puuhata näitä asioita sillä lailla terveellä pohjalla ja tehdä kivoja juttuja enemmän, mutta tällä hetkellä se tienaaminen on kiven takana ja ei just semmoisiin isoihin juttuihin ole varaa. – H5 –

Vuonna 2004 matkustajatuonnin rajoitukset poistettiin ja Suomessa haarukoitiin alkoholiveroa urakalla. Stakesin tutkijaryhmä Karlssonin (2003, 79–80) johdolla selvitti, mitä vaikutusta olisi sillä, että alkoholiverolle ei tehdä mitään tai sillä, jos sitä lasketaan 50 prosenttia. Molemmissa tapauksissa lopputuloksien ennakoitiin olevan samankaltainen, eli kokonaiskulutus kasvaisi joka tapauksessa saman verran. Erona olisi vain se, mistä alkoholi olisi ostettu ja mihin siitä maksettaisiin verot. Ensimmäisessä tapauksessa matkustajatuonnin kasvaessa Viroon, ja toisessa tapauksessa

Suomeen (Karlsson 2003, 79–80). Päätettiin valita alkoholin osto sekä siitä saatavat tulot Suomeen ja veroja alennettiin isolla kädellä. Väkevien alkoholijuomien verotus laski 44 % ja viinin verotus 10 % (Österberg 2005, 283).

Vuonna 2024 ulkomailta tuotiin noin 43 miljoonaa litraa alkoholia. Tuonti väheni melkein 12 prosenttia edelliseen vuoteen verrattuna. Vain väkevän alkoholin tuonti lisääntyi, kaikkien muiden juomien tuonti laski. Verkosta alkoholia ostettiin vain 4 % enemmän kuin edellisenä vuonna, suurin osa tästä oli olutta. (Alkoholijuomien matkustajatuonti... 2025.) Asiaa pohdittiin myös haastatteluissa:

Tää on niinku tää meininki sikäli pelottavaa tässä Suomessa. Me katsotaan tätä päivän politiikkaa, niin oon ihan varma siitä, että kun Alkokin puhuu, että myynnit laskee koko ajan, niin eihän se myynti oo siirtynyt mihinkään, vaan se oikeasti laskee tää myynti. Ja yksi isoin syy siihen on edelleen se, että tuolta tuodaan alkoholi tuolta ulkomailta. Ei tarvitse kuin kuunnella lähipiiriä, niin herkkuja ja yksittäisiä pulloja hankitaan tietenkin Alkosta ja näin päin pois. On jotkut juhlat tai bileet niin kyllä sieltä (ulkomailta) haetaan, sieltä hakee kaikki, ihan kaikki. – H5 –

Ja mä haluaisin nähdä sen, että meidän alkoholiverot ja Alvit (ALV) tulisi Euroopan tasolle. Että me kaikki oltaisiin oikeasti siellä Euroopassa, missä me ei nyt olla. – H5 –

Viiniä verotetaan alkoholi- ja alkoholijuomaveroilla. Nämä verot pitää maksaa, kun tuotteet tuodaan Suomeen tai viimeistään silloin, kun ne luovutetaan kulutukseen väliaikaisesta varastosta. Tämän takia uusien, mahdollisesti pienempien viinikauppojen perustamista tulevaisuudessa lakien sen salliessa ei pidetty hyvänä tai edes mahdollisena ajatuksena alkoholiverotuksen takia (Alkoholi- ja... 2025.) Omin sanoin haastateltavat keskustelivat veroista seuraavilla tavoilla:

Kun alkoholivero pitää maksaa silloin, kun mä siirrän sen pullon meidän varastosta sinne mun kuvitteellisen viinimyymälään, ja kun ajatellaan kuinka paljon siellä pitää olla sitä tavaraa, jotta se on uskottava viinimyymälä, niin sulla on ihan jumalaton pääoma jo kiinni siinä ennen kun sä oot yhtään siunaaman pulloa myynyt. Ei olla vielä löydetty sellaista laskukaavaa, missä tää olisi millään tavalla kannattavaa. Mutta se kaatuu monella tähän, koska se alkoholivero pitää maksaa jo ennen kun sä oot myynyt yhtään mitään. – H6 –

Tällä hetkellä Suomessa ei saa perustaa myymälää, jossa myydään pelkästään viinejä, sillä alkoholilaissa todetaan, että alle 8-prosenttisen alkoholiluvan myyntiluvan saa vain sellainen myymälä,

jonka liikevaihdosta suurin osa tulee elintarvikkeiden myynnistä. Tästä voidaan käyttää nimitystä oligopoli eli epätäydellisen kilpailun tilanne. (Mykkänen 2024.) Viinien ulosmyynti kyllä onnistuu, mutta vain anniskeluluvan omaavilta ravintoloilta, jotka ovat erikseen hakeneet myös alkoholin vähittäismyyntiluvat ja noudattavat alkoholin vähittäismyyntiaikoja välillä 9–21 (Alkoholijuomien anniskelu 2024).

Kun me maksetaan alkoholiveroa, niin meillä on 3 päivää aikaa aina maksaa se alkoholivero. Jos menee 5 päivää, niin nyt multa lähtee luvat pois... Hidastaa meidän ostamista, hidastaa meidän sijoittamista, ja lisää sitä hidasta kehittymistä sitten. Jos valtiolta saisi vähän isompaa luottamusta tulevaisuudessa, ja vähän enemmän tukea siihen, että tänne mahtuu enemmän erilaista toimintaa, niin mä uskon että se voi nopeuttaa sitä meidän kulttuurikehitystä sitten. – H1 –

Suomessa on kirjattu kaksi keskeistä alkoholipoliittista tavoitetta, joita ovat alkoholin kokonaiskulutuksen vähentäminen ja alkoholikuolleisuuden vähentäminen 400 kuoleamalla vuoteen 2030 mennessä sekä saatavuuden rajoittaminen, verotus ja mainonnan rajoitukset (Mäkelä, Warpenius & Karlsson 2022, 1). Viime vuosina alkoholi ja politiikka on näkyvästi yhdistetty toisiinsa istuvan hallituksen toimesta, jonka tekemän esityksen perusteella alkoholilakia muutettaisiin niin, että Alkon lisäksi alkoholijuomien vähittäisluvanvaraisille toimijoille mahdollistettaisiin alkoholijuomien jakelu, toimitus ja verkkokauppa (ks. HE 173/2024 vp). Haastateltavat käyttivät politiikka-sanaa kukin omasta näkökulmastaan:

Kytkeytyy myös tää alkoholipolitiikka tähän kaikkeen politiikkaan just sen takia, että annettaisiin tää pois niinku kahdelle päätoimijalle, niin eihän siitä tule mitään. – H5 –

Edelleenkin puhutaan, että alkoholi on tabu, ja se näkyy kaikessa. Että vaikka halutaan vapauttaa sitä alkoholikauppaa, mutta ei haluta vapauttaa sitä mistään muusta kuin poliittisista syistä. – H1 –

6.2.5 Viinikulttuurin muutos ja sen vaikutukset

Monille vastaajista viinikulttuuri, ja sen ennakoitu muutos, olivat toivottuja asioita tulevaisuudelta. Agnolin ja Outrevillen (2019) mukaan alkoholin käyttöön vaikuttaa huomattavasti sen maan kulttuuri, jossa sitä kulutetaan. Viiniä kulutetaan eniten niissä maissa, jotka ovat moderneja, kehittyneitä, tehokkaita ja demokraattisia. Toisin sanoen viiniä kulutetaan eniten vauraissa maissa sekä niissä maissa, joissa viiniä myös tuotetaan. (Agnoli & Outreville 2019, 1118.) Useissa maissa viinillä

on tärkeä asema verotulojen ja turismin tuojana, toisaalta viiniä myös kunnioitetaan, koska se tarjoaa työpaikkoja ja vaurautta (Farzaliyev 2024, 233). Suomen pohjoinen sijainti tekee meistä poikkeuksellisen viinin myyntimaan, koska viini on meille marjaviinejä ja erittäin harvoja rypäleviinejä lukuun ottamatta tuontituote.

Kaikesta suomalaisesta alkoholinkulutuksesta miedot viinit edustivat vuonna 2023 vain 20 prosenttia alkoholin kokonaiskulutuksesta oluen ollessa selkeästi kulutetuina alkoholijuoma 46 prosentin osuudella, ja siksi olemme kansakuntana vasta rakentamassa viinikulttuuriamme (Nahkuri 2021). Kauppalehti (2023) haastatteli suomalaisen viininviljelyn uranuurtajaa Ville Salmea syksyllä 2023. Salmi ennakoi, että suomalainen viinikulttuuri tulee muuttumaan mahdollisen viinimaan aseman myötä, ja huomautti myös, että viinimaana viinikulttuuri kannattaa rakentaa maan omien vahvuuksien varaan, ei kopioimalla muita viinimaita (Vehkaoja 2023). Näin yksi haastateltavista analysoi kotimaamme viinikulttuuria:

Meillä on ollut erittäin kehno alkoholikulttuuri 100 vuotta sitten, mikä on ollut, että kaikki keittää kotona pontikkaa ja sitä juodaan siihen asti, että tullaan sokeaksi. Niinkuin sata vuotta sitten. Ja se, että me muka tänä päivänä tarvitaan edelleenkin holhousta, sata vuotta myöhemmin, on vähän, että "oikeestiko, ettekö usko, että me ollaan kehitytty sadan vuoden aikana yhtään?" Että onko se edelleenkin tarpeellista? – H1 –

Koska meiltä puuttuu ne omat viinitilat, koska meidän on tarvinnut opetella enemmän, koska meillä ei ole sitä juurta... Ja jos tämän saman filosofian saisi kaikille kansalaisille opetettua. – H1 –

(Alkoholin suurkulutuksesta ja viinikulttuurista) Pitäisi pystyä erottamaan toisistaan, niin me voidaan saada sitten sen jälkeen positiivisempi mielikuva alkoholista, ja käyttää sitä niin kuin talouden kehittämiseksi, kulttuurin kehittämiseksi ja oman arjen muuttamiseksi, ja ennen kaikkea kouluttaa meidän tulevaa sukupolvea siihen, ettei pelkää, vaan kantaa vastuun ja ymmärtää asioiden merkityksen sen suhteen. – H1 –

Viini nostettiin haastatteluissa lukemattomia kertoja esille nimenomaan ruoan kumppanina. Onkin varmasti totta, että monissa yhteyksissä viini erotetaan omaksi itsekseen ja siitä puhutaan ilman ruokaan liittyvää kontekstia. Tutkimuksien mukaan ruoka ja viini maistuvat hyvältä yhdessä silloin, kun niillä on yhteinen kemiallinen yhdiste. Mikään ei kuitenkaan ole niin suoraviivaista ruoasta ja viinistä puhuttaessa. Ruoka on yleensä kulttuurisidonnaista, ja samalla kulttuuri vaikuttaa myös

siihen, miten ja mihin juomaan ruoka yhdistetään. Toisessa kulttuurissa hyväksi havaittu yhdistelmä ei viehätä toisessa kulttuurissa ollenkaan. (Arellano-Covarrubias, Varela, Escalona-Buendía, Gómez-Corona & Galmarini 2024, 1–2.) Haastateltavat näkivät kuitenkin, että viinin ja ruoan yhdistäminen suomalaisessa kulttuurissa on tulevaisuudessa vielä olennaisempaa kuin tänä päivänä ja sen nähtiin osaltaan vaikuttavan viinikulttuuriin positiivisesti. Tämä antaa alalla toimiville hyvää osviittaa siitä, että viinin markkinoinnissa ruoan osuutta voi lisätä ja siten ohjata omalta osaltaan alaa ja kuluttajia kohti laadukkaampaa ja sivistyneempää viinikulttuuria. Haastateltavat näkivät viinin osana arkea ja juhlaa:

Kyllä mä uskon, että silloin 2035, niin viini on luontainen osa sitä asiakkaan ruokapöytää, ja sitten se kuuluu sitten osalla sitten tiiviimmin siihen ruokapöytään ja osalle sitten juhlahetkinä, mutta että se on tietysti taas sitten asiakkaan valinta, että millä tavalla kukanenkin sitä nauttii, mutta itse uskon että edelleen tää trendi, että alkoholin kulutus laskee, niin mä uskon, että se jatkuu siitä huolimatta, että se saatavuus paranee. Että ihmiset käyttää alkoholia fiksummin ja ovat tietoisia siitä, että miten käy, jos sitä käyttää sopimattoman paljon. – H7 –

Olisi ihanaa kun, ja mä todella toivon ja uskon siihen, että se suomalainen viinikulttuuri, alkoholikulttuuri, menee enemmän sinne eurooppalaiseen suuntaan, että se on tosi avointa ja sitä että enemmän niissä lounaspöydissäkin tarjotaan sitä viini-vaihtoehtoa siellä. Että sitä on tarjolla ja se on täysin ok ja soveliaista. – H4 –

6.2.6 Jos monopoli ei murrukaan?

Ensimmäisessä haastattelussa heräsi kysymys siitä, mitä viinialalle tapahtuu seuraavan kymmenen vuoden sisään, jos Alkon monopoli viinien suhteen ei murrukaan ja sama kysymys esitettiin kaikissa haastatteluissa siitä eteenpäin. Tässä tapauksessa näkemykset erosivat toisistaan niin, että joidenkin mielestä monopoli on jo nyt murtunut. Nähtiin myös mahdollisena, että monopoli ei tulisi sikaan murtumaan, tai sen ei ainakaan pitäisi murtua:

No mä heitän nopean semmoisen välimallin, mikä joskus kävi mielessä. Eli että olisi tavallaan semmoinen niin kun Alkon shop-in-shop, että niinku tavallaan se Cittarin juomaosasto onkin tavallaan yhteistyössä Alkon kanssa... Sitten siellä vois olla tavallaan pienemmässä kaupassa se Alko-hylly, missä on ne muutamat perustuotteet... Silloin se monopoli säilyy, että ne kaikki on Alkon hallinnoimia ja Alko pyörittää sitä koko hommaa. – H3 –

Julkisessa keskustelussa alkoholimonopoli ja sen tulevaisuus puhuttaa puolesta ja vastaan. Ylen artikkelissa *Kun viinaa ei haluta enää holhota* (2024), haastateltiin monia alaa läheltä seuraavia tahtoja. Esille nousi ajatuksia esimerkiksi siitä, että kun kilpailua lähdetään vapauttamaan, monopolin luonne muuttuu, toisaalta sen taas toivotaankin elävän ajassa. Artikkelin mukaan alkoholin kulutus on laskenut edelliset 15 vuotta 12 litran kulutuksesta henkeä kohti 9 litraan ja samalla myös alkoholin käyttöön liittyvät kuolemat ovat vähentyneet. Toisaalta taas, jos 15-prosenttisten viinien vähittäismyynti sallittaisiin, Alkon liiketoiminta ja sen toimintaa ohjaavat kansanterveydelliset syyt luhistuisivat. (Toivonen 2024.) Tällaisille linjoille myös haastateltavien ajatukset ohjautuivat:

Mä luon meille strategiaa, erilaista visiota, että mikä on visio, ja miten me mukaudutaan siihen visioon, miten me nähdään, ja mä teen kahta skenaariota. Toinen on, että Alko jatkaa, toinen, että Alko ei jatka. Mä uskon että Alko ei jatka... Nyt se juna on lähtenyt kääntymään. Ja mä en voi sanoa, että mä oon niin tämmöisenä intohimoisena viininharrastajana, niin en mä oo välittömän iloinen sinä päivänä, kun Alko murtuu... – H2 –

Eurooppaoikeuden asiantuntija Kuusela (Toivonen 2024) ei pidä mitenkään mahdottomana Alkon aseman säilymistä, vaikka miedot viinit vapautettaisiinkin ruokakauppaan ja kotiinkuljetus sekä vapaa tilaaminen ulkomailta sallittaisiin. Samantyylinen ajatus löytyi myös haastateltavalta sillä erotuksella, että myös viinien monopoli jäisi Alkolle:

Mä en näe tuossa itse asiassa edes sidosta siihen, että vaikka Alkon monopoliasema jäisikin, että ne viinit ei menisikään sinne ruokakauppoihin, mitä tässä nyt on selkeästi maalattu koko ajan. Jos ne ei menisikään sinne, niin mä en näe siinä mitään ongelmaa... Niin ne ei ole sidoksissa siihen, että murtuuko Alkon monopoli vai ei. Kehitys kehittyy ihan ehdottomasti, ja yhä enemmän mennään siihen palveluun ja sen asiakastarpeiden vastaamiseen ja se on pääasiassa silloin kymmenenkin vuoden päästä. Oli se sitten niin, että monopoli on, tai monopoli ei ole. – H4 –

6.2.7 Monopolista duopoliksi?

Duopolistinen kilpailutilanne nousi esiin merkittävästi haastatteluissa. Sillä siis tarkoitettiin haastatteluissa sitä, että jos viinin vähittäismyyntimonopoli murtuu, niin sen tilalle tulee vain jo olemassa oleva vähittäiskaupan duopoli eli monopolin sijaan viininmyynti siirtyy duopoliin, toisin sanoen K- ja S-ryhmien vähittäismyymälöihin. Hukarin 2024 joulukuussa tarkastettu väitöskirja (2024, 1–2) tukee tätä olettamaa. K- ja S-ryhmä kattaa Suomen vähittäismyyntin markkinoista

82,7 % ja tällä lukemalla Suomen vähittäismarkkinoiden kapeikko on useita prosenttiyksiköitä esimerkiksi muita Pohjoismaita edellä. Lopusta hieman alle 20 % markkinasta Lidl edustaa lähes 10 prosenttia, jättäen kaikki muut vähittäismyymälät 7,7 prosentin osuuteen. (Hukari 2024, 1–2.)

Vähittäismyyntialalle on kuitenkin tulossa kiinnostava ja mahdollisesti huomattavan merkittävä muutos, kun Tokmanni-kauppaketju aloittaa vuonna 2025 yhteistyön Suomesta jo kerran hävinneen hollantilaisen Spar-kauppaketjun kanssa (Toivonen 2025). Samalla Tokmanni laajentaa tuoretuotteiden myyntiä ja saa yksinoikeuden myydä Spar-tavaramerkin alaisia tuotteita (Toivonen 2025). Tokmannin uusi aluevaltaus saattaa tarkoittaa uutta varteenotettavaa kilpailijaa vähittäismyyntimarkkinoille ja uutta asiakasta viinialan yrityksille. Kilpailun vapauden kannalta haastaja on varmasti viinialalle tervetullut. Tässä haastateltavien näkemyksiä nykyisestä duopolistisesta tilanteesta:

Sitten kun Kespro ja Ässä alkaa myymään viiniä, koska se monopoli murtuu, mutta valitettavasti se muuttuu vain duopoliksi ja sitten merkittävässä kaavassa se vapautuu joo kaikille, mutta kuitenkin puhutaan duopolista... Alkon tarkoitus on myöskin mahdollistaa työpaikkoja, mahdollistaa kilpailua. Ei se ole sen duopolin tarkoitus, ei heidän tarvitse mahdollistaa kilpailua. Heidän tarvitsee mahdollistaa omaa domiinantiaan markkinoilla, ja se intressi on tosi erilainen. Eli jos maahantuojat on nyt myynyt Alkole viiniä, miksi ihmeessä K-Kauppa ostaisi maahantuojalta viiniä, kun ne voi ostaa suoraan tuottajalta. Mihin ne tarvitsee enää sen maahantuojan välissä? – H1 –

Joo no kyllä mäkin toivoisin juuri, että jos tästä nyt ajatellaan, että meillä ei ole alkoholimonopolia ja muuta, niin että se kilpailu jakautuisi vähän useammalle toimijalle, että meillä ei olisi niinku vaan nää kaksi, jotka määrää... Tavallaan nyt meillä on yksi monopoli. Sitten meillä on vähän niinku kaksi monopolia. Että tuota, että aika erikoista. – H6 –

7 Pohdinta

Tämän opinnäytetyön keskeisten tulosten joukosta voidaan nostaa esiin muutamia havaintoja. Tutkimuskysymyksistä ensimmäinen kuului: Miten suomalainen viiniala tulee muuttumaan vuoteen 2035 mennessä? Vastausten perusteella on selvää, että muutoksia tulee, murtui monopoli tai ei. Viiniala kehittyy uusien innovaatioiden ja kilpailun muokatessa sitä. Koska suomalaiseen viinialaan liittyy lukuisia lakeja, asetuksia ja poliittisia omaleimaisuuksia, kehitys ei kuitenkaan välttämättä kohdistu tasapuolisesti kaikkiin sidosryhmiin.

Yksi tärkeimmistä havainnoista aineiston perusteella oli se, että näennäisesti yksinkertaiselta vaikuttava asia, eli viinin vähittäismyynnin monopolin murtuminen, ei olekaan niin yksinkertaista itse viinialalle. Vaikka myynti vapautuisi, se jäisi silti harvojen käsiin. Vähittäismyynnin jättiläisillä on mahdollisuus hankkia viinit suoraan tilalta ja kilpailuttaa tuottajia sellaisilla tavoilla, joita Alkon ei ole mahdollista käyttää. Viiniala on ehkä aiheesta huolissaan siitä, millainen jalansija sillä tulee olemaan monopolin jälkeisessä Suomessa ja voiko se olla jopa nykyistä heikompi.

Asiantuntijahaastatteluiden perusteella suomalainen viiniala tulee kohtaamaan lukuisia muutoksia tulevaisuudessa. Niistä on jo nyt erilaisia trendejä näköpiirissä. Tuleviin käännteisiin kuuluvat mahdollinen alkoholimonopolin murtuminen, vähittäiskaupan duopolin vallan kasvu, kuluttajatottumusten muutokset sekä alkoholipolitiikka ja siihen liittyvät lait. Muutoksen ohjaajina toimivat digitalisaation kehittyminen, kilpailun kiristyminen, valikoiman laajuus ja suomalaisen viinikulttuurin kehittyminen. Alan yritykset voivat hyödyntää tämän tutkimuksen tuloksia tulevaisuustyöhön - rakentamalla skenaarioita, etsimällä megatrendejä tai heikkoja signaaleja ja tutustuttamalla työyhteisön tulevaisuuden ennakkointiin.

Suomalainen viini- ja alkoholikulttuuri nousi voimakkaasti esiin jokaisessa haastattelussa. Alalla työskentelevillä asiantuntijoilla on näköalapaikka tulevaan viinikulttuurin muutokseen ja mahdollisuus vaikuttaa tulevien sukupolvien viinikäyttäytymiseen. Yhteinen konsensus haastatteluissa vaikutti olevan se, että jos suomalaiselle kuluttajalle antaa hieman nykyistä enemmän vapauksia, kuluttaja osaa niitä myös kunnioittavasti käyttää. Vaikka haastateltavani edustivat montaa erilaista tahoja, yhteinen tahtotila oli selvä: enemmän laatua ja laadukkaita illallisia tai lounaita hyvin paritetun viinilasin kera, hyvää palvelua, lisääntyvää kiinnostusta ja harrastuneisuutta. Mikään tästä ei kuitenkaan sulje sitä pois, että viininmyynti jatkuisi edelleen monopolin alla.

Kun haastateltavilta kysyttiin millaisena he näkevät suomalaisen viinialan todellisen tilanteen kymmenen vuoden päästä, vastauksista löytyi monia yhteneväisyyksiä. Kuluttajan odotetaan muuttavan käyttäjätottumuksia tietoisemmin tehdyillä valinnoilla, ja sama trendi oli löydettävissä lähdemateriaalista. Suomalaisen ruokakulttuurin muuttuessa kasvispainotteisemmaksi, myös viinit muuttuvat kevyemmiksi (punaviinin sijaan valitaankin valko- tai roseeviiniä) ja kuluttajat tulevat valitsemaan kevyempiä ja vähemmän alkoholia sisältäviä vaihtoja. Viininkuluttaja käyttää enemmän aikaa ja rahaa laadukkaampiin viineihin ja viiniharrastuneisuus lisääntyy. Samalla viinin kulutuksen ennakoidaan pysyvän edelleen laskusuunnassa.

Haastatteluissa annettiin asiantuntijoille myös mahdollisuus unelmointiin kysymällä millainen viinialan tulevaisuus olisi sellaisessa unelmatilanteessa, jossa ei tarvitsisi välittää esimerkiksi alaa voimakkaasti ohjaavista veroista ja laeista. Tällöin tulevaisuudelta toivottiin pieniä viiniin erikoistuneita viini- tai viini- ja herkkumyymälöitä, viinin ja elämyksien yhdistämistä, suomalaisten viinien pääsyä myymälöiden hyllyille, pientuottajien valikoimien tarjonnan lisääntymistä ja avaimet käteen-tyylisiä palveluita (esim. ruoan ja viinin tilaaminen kotiin mahdollisine ruokaohjeineen ja viinisuosituksineen).

Haastateltavista osa toivoi, että haastatteluihin olisi otettu mukaan myös poliitikko, joka olisi voinut vastata varsinkin alkoholipolitiikkaan, veroihin ja lakeihin liittyviin asioihin ja kysymyksiin, jotka selkeästi olivat merkittäviä asioita haastateltavien jokapäiväisessä työssä. Tutkimuskysymysten liittyttyä kuitenkin niin voimakkaasti viinialaan ja sen tulevaisuuteen, politiikka olisi poikennut liikaa opinnäytetyön aiheesta. Poliitikkoa ei siis tällä kertaa pyydetty mukaan haastatteluihin. Aihe nousi kuitenkin esiin moneen otteeseen ja siksi viinialan ja valtiollisten toimijoiden keskusteluyhteyksiä voisi pyrkiä lisäämään esimerkiksi vastaavan tutkimuksen toteuttamisen merkeissä.

Kestävä kehitys ja sen huomioiminen vaikuttaa laajasti viinin tuotantoketjussa alkutuotannosta kuluttajan ostopäätöksiin asti. Haastatteluissa kestävä kehitys ei noussut esiin puhuttaessa suomalaisen viinialan muutoksesta tulevien vuosien aikana. Täten voidaan ajatella, että viinin myynnissä ja markkinoinnissa se ei välttämättä nouse kaikista ajankohtaisimmaksi teemaksi niin, että se ylittäisi muiden myyntiin ja markkinointiin vaikuttavien faktoreiden yläpuolelle.

7.1 Luotettavuuden tarkastelu

Vaikka tutkimustulosten analyysi vie aikaa, ei tutkimus kuitenkaan ole valmis pelkän analyysin avulla. Tutkimuksen tuloksia pitää pohtia, selittää ja tulkita. Kun analyysi on tulkittu, se on valmis tutkijan tekemille johtopäätöksille. Tärkeintä on pyrkiä vastaamaan tutkimuskysymyksiin, joka jää usein liian pienelle huomiolle. Tulosten laajemman merkityksen tulkitseminen on myös kannustettavaa. (Hirsjärvi ym. 1997, 229–230.) Luotettavalta tutkimukselta odotetaan myös uskottavuutta. Voidaan ajatella, että uskottava tutkimus tuottaa samankaltaisia tuloksia uudelleenkin toteutettuna eli tutkimustulos ei saa olla sattumanvarainen. (Tutkimuksen toteuttaminen 2010.)

Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta voidaan arvioida monilla eri tavoilla. Jos tutkimuksen tulokset ovat yleistettävissä tai siirrettävissä muihin tutkimuskohteisiin, luotettavuus kasvaa. Samoin, kun tutkimuksessa on sovellettu aiheeseen soveltuvia menetelmiä ja käytetty tutkimusongelmaan ja aineiston sisältöihin sopivia käsitteitä, luotettavuuden taso nousee. (Tutkimuksen toteuttaminen 2010.) Kaikissa tutkimuksissa pyritään siihen, että tulokset olisivat mahdollisimman virheettömiä, mutta siitä huolimatta tuloksien luotettavuus voi varioida. Siksi luotettavuuden tarkastelu on tärkeä osa opinnäytetyön aineiston analyysia. Yksi tapa käsitellä laadullisen tutkimuksen luotettavuutta on se, että lukijalle kerrotaan, miten, missä ja keneltä aineisto on kerätty. Mahdollisuuksien mukaan tutkimuksessa on hyvä esittää suoria haastatteluotteita, jotta haastateltavien oma ääni pääsee esille. (Hirsjärvi ym. 1997, 231.)

Tutkimuksen luotettavuutta voidaan pyrkiä parantamaan sillä, että tutkijalla on ollut tarpeeksi aikaa tutkimuksen tekoon (Tuomi & Sarajärvi 2018, 165). Tämän opinnäytetyön tekoon käytettiin yhteensä lähes 18 kuukautta, joten työ on ollut jatkuvan analyysin alaisena riittävän kauan. Tutkimuksen aiheen oltua koko tutkimuksen kirjoitusajan ajankohtainen, siitä kirjoitetaan lehdistötiedote, joka lähetetään suurimmille päivälehdille luettavaksi. Koska opinnäytetyölle toivotaan julkisuutta, se on kirjoitettu suurta harkintaa käyttäen. Sanoma- tai aikakauslehtien sivuille halutaan tarjota vain eettisesti laadittua, laadukasta, luotettavaa ja ajantasaista tietoa suomalaisen viinialan tulevaisuuden mahdollisuuksista ja ammattilaisten näkemyksistä sen suhteen.

7.1.1 Tiedonhaku

Tiedonhaku toteutettiin käyttämällä hyödyksi mm. alan kirjallisuutta, hakupalvelu Googlea, Google Scholaria sekä Jyväskylän ammattikorkeakoulun tarjoamaa tietopankki JanetFinnaa. Hakusanoina toimivat mm. viini, suomalainen viiniala, globaali viiniala, viiniala Euroopassa, viiniala Suomessa, viinin tulevaisuus, viinialan trendit, viini ja megatrendit ja viinin maahantuonti. Suurinta osaa hakusanoista käytettiin sekä suomeksi että englanniksi. Tulevaisuuden tutkimuksesta on olemassa monia kiinnostavia tutkimuskirjoja, jotka löytyivät oppilaitoksen kirjastosta esimerkiksi hakusanoilla tulevaisuus, tulevaisuustutkimus tai skenaarit.

Vertaisarvioidut kansainväliset lähteet ovat ensisijaisia tiedonlähteitä varsinkin YAMK-tasoisessa tutkimuksessa (Perttula 2018). Näitä lähteitä on kuitenkin varsin rajallinen määrä tarjolla silloin, kun opinnäytetyön aihe liittyy vahvasti suomalaiseen toimialaan. Siksi tässä opinnäytetyössä on käytetty lähteinä myös muun kaltaisia mahdollisimman luotettavista lähteistä löytyneitä tietoja. Monet kirjoista löytyvät tiedot olisi ollut mahdollista löytää myös sähköisesti vertaisarvioituissa artikkelimuodossa, mutta tähän opinnäytetyöhön useat kirjat valikoituivat lähteiksi niiden kokonaisvaltaisuuden ja monikäyttöisyyden takia.

Opinnäytetyön kirjoittamisesta, ja haastatteluiden sekä aineiston analyysistä on myös kirjoitettu paljon teoksia. Osaa niistä suositeltiin opinnäytetyön suunnitteluun liittyvien ohjeiden ohessa tai opinnäytetyön ohjaajan toimesta. Opinnäytetyön loppupuolella joitain asioita sekä äidinkielellisiä yksityiskohtia tarkastettiin ChatGPT:n avulla. Tiedonhaun apuna toimi Jyväskylän ammattikorkeakoulun mahdollistamat laajat tiedonhaun palvelut, kuten henkilökohtainen opastus JanetFinnan käyttöön koulun kirjastotoimen puolesta.

Tähän opinnäytetyöhön on käytetty myös paljon suomalaisessa lehdistössä vuosien 2024–2025 aikana ilmestyneitä artikkeleja, koska niistä löytyy usein tieto tällä hetkellä monista ajankohtaisista aiheista, joista ei vielä löydy juurikaan vertaisarvioitua materiaalia. Jonkin verran suomalaisia lähteitä käytettiin myös siksi, että kansainvälistä tietoa Suomen viinialan tilanteesta ei ollut käytetyistä hakulähteistä löydettävissä.

Tutkimus- tai tilastotiedon löytäminen viinin maahantuonnista tai maahantuojista osoittautui haastavaksi. Samantasoisia tutkimuksia eli opinnäytetöitä ja pro gradu-töitä löytyi jonkun verran,

mutta väitöskirjoja tai statistiikkaa ei käytetyillä hakusanoilla ollut löydettävissä. Tähän opinnäytetyöhön on pyritty löytämään kuitenkin mahdollisimman paljon ajankohtaista tietoa alaan liittyvistä meneillään olevista aiheista ja muutoksista sekä käytetty myös paljon haastatteluista saatua tietoa hyödyksi, esimerkiksi lainattujen sitaattien muodossa.

7.2 Eettisyyden tarkastelu

Opinnäytetyön, samoin kuin muiden tieteellisten tutkimusten tekoon, liittyy paljon eettisiä seikkoja. Edellä mainittujen teoksien vaatima tutkimus- tai kehittämistyö on johdonmukaista toimintaa, joka tavoittelee uuden tiedon tuottamista tai esimerkiksi palveluiden tai prosessien kehittämistä. Tällaisessa työssä on tärkeää noudattaa tutkimuseettisiä periaatteita ja hyvää tieteellistä käytäntöä. Näihin sitoutuu opiskelijan/tutkijan lisäksi myös opinnäytetyön ohjaaja ja oppilaitos. (Aro & Koivisto 2019, 1.)

Ensimmäisenä ennen opinnäytetyön aloittamista, opiskelija joutuu pohtimaan, onko hänellä esteitä opinnäytetyön tekoon. Esteistä suurin on se, ettei tutkijana toimiva opiskelija taustansa tai asemansa takia pysty olemaan puolueeton. Opinnäytetyö pitää pystyä toteuttamaan objektiivisesti ja jos se ei onnistu, silloin voidaan ajatella tutkijan olevan puolueellinen. Eettisiin oheisiin kuuluu myös se, että opiskelijan pitää olla riittävästi perehtynyt aiheeseensa. Täten aihe kannattaa valita niiltä aihealueilta, joille opinnot ovat painottuneet. Monesti tähän löytyy apua sekä opinnäytetyön ohjaajalta, että tutoropettajalta. Opiskelija valitsee helposti itsekin aiheen, jota on aikaisemmin opiskellut tai sellaisen aiheen, joka liittyy läheisesti tämän työelämään. (Opinnäytetöiden eettiset suositukset 2022.)

Opinnäytetyön ohjaaja vastaa siitä, että opinnäytetyö on tehty tutkimuseettisiä ohjeita noudattaen. Tämän lisäksi opiskelijan itsensä pitää olla tutkimuseettiseen perehtynyt ja pyrkiä tekemään opinnäytetyö noudattaen eettisiä periaatteita. Jollain tieteenaloilla, kuten lääketieteessä, on vielä omat erilliset eettiset periaatteensa noudatettaviksi. Eettisiin pelisääntöihin kuuluu myös aiheen, vastuiden, luottamuksellisuuden, käyttöoikeuksien ja aikataulun suunnittelu, varsinkin jos opinnäytetyö tehdään jollekin yritykselle ja/tai yhteistyössä sellaisen kanssa. (Opinnäytetöiden eettiset suositukset 2022.)

Henkilötietojen käsittelyn eettiset periaatteet on Suomessa määritellyt Tutkimuseettinen neuvottelukunta ja näiden periaatteiden noudattamatta jättäminen rikkoo hyvää tieteellistä käytäntöä (Korhonen, Kuula-Luumi & Spoofo 2019). Tutkijan on otettava kaikessa tekemisessään huomioon haastateltavien ihmisarvo ja itsemääräämisoikeus, antaa vapaaehtoinen mahdollisuus osallistumiseen, mutta myös oikeus siitä kieltäytyä. Tutkittavalle ei saa jäädä pelkoa kielteisistä seuraamuksista. Haastateltaville on annettava tiedoksi kaikki tarvittava tieto henkilötietojen käsittelystä ja tutkimuksen käytännön toteutuksesta. (Korhonen ym. 2019, 7–8.) Kaikki opinnäytetyötä varten kerätyt henkilötiedot tullaan poistamaan tutkijan tietokoneelta tai tiedostoista 2 vuoden kuluttua tutkimuksen valmistumisesta. Haastateltavat henkilöt ovat tietoisia siitä, mitä tietoja heistä tulee löytymään opinnäytetyön julkaistussa toteutuksessa. (Opinnäytetöiden eettiset suositukset 2022.)

Haastateltavilta on pyydetty lupa haastattelun nauhoitukseen sekä siihen, että haastateltavien nimet ja statukset saa tallentaa tutkijan koneelle salasanan taakse. Nämä tiedot eivät tule näkymään valmiissa opinnäytetyössä. Haastateltaville on kerrottu tutkimuksen taustat ja päämäärät. Haastateltavat ovat täyttäneet suostumusasiakirjan (liite 2) ennen haastattelua ja sen lisäksi heille on lähetetty saatekirje (liite 1), jossa käy ilmi kaikki tietosuojaan liittyvät olennaiset asiat. Samat asiat on kerrattu jokaiselle haastateltavalle suullisesti ja kirjallisesti ennen haastattelua. Haastateltavat osallistuivat haastatteluihin omasta halustaan, mutta heillä on mahdollisuus kieltäytyä haastattelun julkisesta käyttämisestä milloin vain ja tällöin mitään haastattelussa esiin tullutta asiaa ei julkaista.

Oikeudet aineiston käyttöön on vain opinnäytetyön kirjoittajalla. Tutkimustulokset eivät ole salassa pidettäviä, koska niiden antia käsitellään tutkijan valitsemalla tavalla opinnäytetyössä, joka julkaistaan mm. Theseus.fi-tietokannassa. Tutkimustuloksia voidaan lainata Theseuksessa olevasta opinnäytetyöstä milloin vain ja missä vain. Ne tiedot, joita ei julkaista opinnäytetyössä, eivät tule julkisesti mihinkään käyttöön ja pysyvät vain tutkijan tietokoneella, kunnes ne hävitetään asianmukaisesti.

Jouni Tuomi ja Anneli Sarajärvi (2018, 147) peräänkuuluttavat laadullisen tutkimuksen opetusmateriaaleilta sitä, että niissä painotettaisiin nykyistä enemmän tutkimuksen eettisyyttä ja tutkijan moraalia. Tutkimuksien etiikkaa voidaan tarkastella kahdelta eri taholta: toisaalta tutkimuksesta saadut tulokset ovat suoraan yhteydessä niihin eettisiin ratkaisuihin, joita tutkija tutkimuksen edessä tekee, toisaalta myös etiikka vaikuttaa jo etukäteen tutkijan työssään tekemiin ratkaisuihin.

Tällainen tutkimuksen ja etiikan välinen yhteys on nimeltään tieteen etiikka. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 147.)

Opiskelija noudattaa opinnäytetyötä tehdessään hyvää tieteellistä käytäntöä, jonka mukaisesti tekstissä ei saa ilmetä plagiointia. Jokainen lähde on merkittävä, ja jokaiseen lähteeseen on viitattava vähintään kerran. Aikaisempia tutkimustuloksia ei saa vähätellä tai jättää viittaamatta, tutkimustulokset on esitettävä huolellisesti, samoin käytetyt menetelmät. Yleisöä tai haastateltavia ei saa johtaa harhaan ja tulokset pitää säilyttää sovitulla tavalla. (Hakala 2004, 138–139.)

Lopuksi: *opinnäytetyö on teos, jonka tekijänoikeudet kuuluvat opiskelijalle* (Opinnäytetöiden eettiset suositukset 2020). Opinnäytetyö on tutkimus muiden tutkimusten joukossa ja varsinkin ylemmän ammattikorkeakoulun tasolla siihen pitääkin suhtautua juuri niin eli eettisellä vakavuudella ja kunnioituksella. Tämä tutkimus on tehty em. eettisiä ohjeita noudattaen ja hyvä tieteellinen käytäntö mielessä pitäen.

8 Kehittämisen- ja jatkotutkimusehdotuksia

Tämän tutkimuksen hyöty on toimia suomalaisen viinialan suunnannäyttäjänä ja materiaalina silloin, kun viinimaailma etsii aineistoa skenaarioita luodakseen, megatrendejä etsiäkseen tai heikkoja signaaleja haistellakseen. Toivottavasti viljejä kortteja ei ole lähimaastossa, niistä ala lienee saanut jo tarpeekseen koronapandemian ja Ukrainan sodan aiheuttaman hintojen nousun ja raaka-ainepulan takia. Skenaariotyöskentely tulee kyseeseen esimerkiksi isommissa alan maahan tuontiyrityksissä tai tukuissa, joissa halutaan kehittyä ja löytää kilpailuetua pitkällä tähtäimellä. Hieman pienempien tai aloittelevien yritysten on megatrendien tuntemisen kautta helpompi lähteä etsimään tulevaisuuden trendejä tai heikkoja signaaleja ja sitä kautta sellaisia rajattuja tai kapeita markkinoita, joilla oma yritys voi menestyä entistä paremmin tai löytää oman markkinarakonsa kilpaillulla alalla.

Alkoholin myyntiin ja käyttöön liittyy monia sääntelyyn ja valvontaan liittyviä tekijöitä, jotka eivät kohdistu samalla tavalla muiden elintarvikkeiden myyntiin. Näitä ovat sellaiset verotukseen, lakeihin ja politiikkaan liittyvät asiat, jotka ovat nimenomaan tarkoitettu alkoholin aiheuttamien haittojen ehkäisemiseksi. Jokaisesta näistä voisi tehdä oman tutkimuksensa ja auttaa siten alaa toimimaan mahdollisimman voitokkaasti, mutta alkoholihaitat huomioon ottaen ja niiden vähentämiseen pyrkien.

K- ja S-kaupan hallitseva asema vähittäiskaupan kentällä vaikuttaa tällä hetkellä kohtalaisen kiistattomalta ja siksi senkin kehityssuuntia olisi mielenkiintoista tarkastella. Alalle on tulossa uusi potentiaalinen kilpailija, jonka aikeista kannattaa ottaa selvää. Vaikka vähittäiskauppa-ala ei välttämättä kaipaakaan alalle uusia kilpailijoita, niin kuluttajille ja viinialan yrityksille kilpailu voisi tarjota laajemman valikoiman vaihtoehtoja ja edistää markkinoiden monitahoisuutta.

Suomessa on luotettu pitkään Alkon alkoholimonopoliin ja siihen, että se pitää omalta osaltaan huolta kansanterveydestä. Jos alkoholia myydään vähemmän, niin ihmiset eivät sairastu sen aiheuttamiin sairauksiin ja terveydenhuoltoon tarvitaan vähemmän verorahoja. Alkoholin hinta on merkityksellinen sen käyttöä vähentävä tekijä ja tätä hintaa on Suomessa korotettu vuoden 2008 jälkeen yhteensä 8 kertaa. (Toivonen 2024.)

Muitakin tapoja alkoholin käytön vähentämiseen on, osoittivat Iso-Britannialaiset tutkijat (2024) selvittäessään, vaikuttaako pienempi lasi viinin kulutukseen. Tutkimukseen osallistuneet ravintolat poistivat suurimman lasillisen viiniä (yleensä 25 cl) saatavilta ja myivät vain sitä pienempiä lasillisia 4 viikon ajan. Tänä aikana viinin myynti väheni 7,6 % (Mantzari, Ventsel, Pechey, Lee, Pilling, Hollands & Marteau 2024.). Sama tutkimus tehtiin myöhemmin oluella ja sen tuloksena myynti väheni 9,7 % (Mantzari, Hollands, Law, Couturier & Marteau 2024). Vastaavia uusia tapoja alkoholin käytön ja sitä kautta haittojen vähentämiseen on varmasti löydettävissä, ja nämä em. tutkimukset antavat hyvän pohjan uusille tutkimuksille.

Myös alueellisuus on Suomen kokoisessa maassa huomioon otettava asia. Jos Alko ei ole tarjoamassa omaa laajaa valikoimaansa myymälöidensä, verkkokauppansa ja noutopisteidensä kautta, saako viininystävä tilattua kesämökille tai Pohjois-Suomen pitkien välimatkojen alueelle mistään muita viinejä kuin lähikaupan tarjoamaa mahdollisesti suppeaa valikoimaa. Tässä avuksi saattaa tulla alkoholin myynnin vapauttaminen netistä ja ruokasovellusten kautta tilattavaksi (ks. HE 173/2024). Tämä asia onkin ollut ajankohtainen jo jonkin aikaa ja olisi varmasti sopiva tulevan opinnäytetyön aiheeksi.

Viinialan tulevaisuus tulee olemaan vähintään yhtä mielenkiintoinen kuin sen menneisyys. Murtui Alkon vähittäismyyntimonopoli tai ei, tämä opinnäytetyö toimii hyvänä ponnahduslustedana niille,

jotka päättävät tehdä viiniin tai suomalaiseen viinialaan liittyvästä aiheesta tutkimuksia lähitulevaisuudessa. Alalla on vankkaa osaamista ja oman toimialan omaleimaisuuden tunnistamista sekä mielenkiintoa ja halua muuttua ja kehittyä.

Merkittävänä asiana viinialan tulevaisuuden kannalta voidaan ajatella maahantuojien ja tukkuliikkeiden urauurtavaa vuoropuhelua vähittäiskaupan kanssa. Monet suuret ruokakaupat ovat kauppiasvetoisia ja innostuvat varmasti uusista yhteistyömahdollisuuksista. Viinialan tilanne monopolin ja osittaisesti jo duopolinkin välissä ei välttämättä ole alan asiantuntijahaastatteluiden mukaan optimaalinen, mutta se herättää ottamaan tulevaisuudentutkimuksen työkalut käyttöön ja luomaan ennennäkemättömiä uudenlaisia tapoja yhdentyä ja tehdä työtä yhdessä uudenlaisen, eettisen ja edistyksellisen suomalaisen viinikulttuurin nimissä. Tällaista yhteistyötä on ollut jo havaittavissa alkukesällä 2024, jolloin alkoholialan ammattilaiset saivat tuotua kaappoihin täysin uuden ja maailmanlaajuisesti uniikin 8-prosenttisten viinien viinikategorian ennätysajassa (Sirén 2025, 43). Sirénin (2025, 43) mukaan tämä osoittaa viinialan olevan jo nyt joustava ja innovatiivinen.

Eräs haastateltavista ilmaisi alan tahtotilaa niin kattavasti, että siihen sopii lopettaa tämä opinnäytetyö sen toivossa, että uusia mielenkiintoisia alaan liittyviä tutkimuksia on syntymässä lisää näitäkin sanoja kirjoitettaessa:

Me voitaisiin keskittyä enemmän meidän kulttuuriin suomalaisina, meidän elintapoihin, ja millaisia elintapoja halutaan niinku varjella. Millainen on vastuullinen alkoholin käyttö? Mitä eroa on eri alkoholilla ja eri tarkoituksissa? Alkoholi on nyt osa meitä... Niin opettamalla, kouluttamalla, tarjoamalla erilaista sivistysmahdollisuutta sen suhteen, me pystyttäisiin tekemään tietoisempia ratkaisuja, vastuullisempaa käyttöä ja me oltaisiin enemmän kiinnostuttu useammista eri vaihtoehdoista. Ja mä uskon, että ihan 10 vuodessa sillä voisi saada tosi massiivisen muutoksen siihen, että mitä ihmiset ostaa, kuinka paljon ne ostaa, mitä ne juo, kuinka paljon ne juo, missä ne juo. – H1 –

Lähteet

Aalto, H-K. 2022. Ennakointi -tulevaisuuksiin varautumisen ja virittäytymisen näkökulma. Julkaisussa Tulevaisuuden tutkimus tutuksi – perusteita ja menetelmiä. Tulevaisuudentutkimuksen verkkoakatemia julkaisu 1/2022. Tulevaisuuden tutkimuskeskus, Turun yliopisto. Viitattu 17.4.2025. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-249-563-1>

Aalto, H-K., Heikkilä, K., Keski-Pukkila, P., Mäki, M. & Pöllänen, M. 2022. Tulevaisuuden tutkimus tutuksi – perusteita ja menetelmiä. Tulevaisuudentutkimuksen verkkoakatemia julkaisu 1/2022. Tulevaisuuden tutkimuskeskus, Turun yliopisto. Viitattu 17.4.2025. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-249-563-1>

Agenda 2030 – kestävä kehityksen tavoitteet. N.d. Artikkelin Suomen Ulkoministeriön www-sivuilla. Viitattu 14.3.2025. <https://um.fi/agenda-2030-kestavan-kehityksen-tavoitteet>

Agnoli, L. & Outreville, J.F. 2019. Wine Consumption and Culture: A Cross-Country Analysis. Applied Economic Perspectives and Policy, 43, 3, 1101-1124. Viitattu 24.3.2025. <https://research-eb-sco-com.ezproxy.jamk.fi:2443/c/xfqt5t/viewer/pdf/n7apouvr5?route=details>

Aittokoski, H. 2024. Viini ei maistu kuin ennen – ja ranskalaisille se on lähes kansallinen hätätila. Viitattu 31.1.2024. <https://www.hs.fi/kirjeenvaihtajat/art-2000010549823.html>

Alasuutari, P. 2011. Laadullinen tutkimus 2.0. Uudistettu 4. p. Tampere: Vastapaino.

Alko – vuosikertomus ja vastuullisuusraportti. 2023. Alkon vuosikertomus Alko.fi:n sivuilla. Viitattu 5.6.2024. https://www.alko.fi/INTERSHOP/static/WFS/Alko-Site/OnlineShop/Alko-OnlineShop/fi_FI/pdf_t/Muut%20pdf_t/Alko_Vuosikertomus_2023_FI_FINAL.pdf

Alkoholi- ja alkoholijuomaverot – verolliset tuotteet ja veron määrä. 2025. Artikkelin vero.fi www-sivuilla. Viitattu 24.3.2025. <https://www.vero.fi/yriytykset-ja-yhteisot/verot-ja-maksut/valmisteve-rokus/alkoholijuomaverot/>

Alkoholijuomien anniskelu. 2024. Dnro V/32022/2024. Ohje Valviran www-sivuilla. Viitattu 2.4.2025. <https://valvira.fi/documents/152634019/163770440/Alkoholijuomien-anniskelu.pdf/ede89222-3a6e-1bf4-7508-375345286a0a/Alkoholijuomien-anniskelu.pdf?t=1725604535790>

Alkoholijuomien matkustajatuonti- ja verkko-ostaminen 2024. Terveystieteiden tutkimuskeskus (THL). 2024. Tilastoraportti 17/2025. Suomen virallinen tilasto (SVT). Viitattu 2.4.2025. https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/151191/Tilastoraportti_17_2025.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Alkoholijuomien vähittäismyyntiohje. 2024. Dnro V/36023/2024. Ohje Valviran www-sivuilla. Viitattu 24.3.2025. <https://valvira.fi/documents/152634019/163770440/Alkoholijuomien-vahittaismyynti.pdf/91fa39fe-4484-6d4b-1791-0ca8d31645e6/Alkoholijuomien-vahittaismyynti.pdf?t=1725604587648>

Alkoholilain uudistus siirsi myyntiä merkittävästi Alkosta ruokakauppiihin. 2024. Tiedote KKV:n www.sivuilla. Viitattu 2.3.2025. <https://www.kkv.fi/ajankohtaista/tiedotteet/alkoholilain-uudistus-siirsi-myyntia-merkittavasti-alkosta-ruokakauppiihin>

Alkon perustehtävä. N.d. Artikkelin Alkon www.sivuilla. Viitattu 31.1.2025. <https://www.alko.fi/alko-oy/yritys/yhteiskunnallinen-rooli/perustehtava>

Alko ottaa uudenlaiset tuotteiden vastuullisuusmerkinnät käyttöön – vastuullisemman valinnan tekeminen helpottuu. 2025. Tiedote Alkon www.sivuilla. Viitattu 21.4.2025. <https://www.alko.fi/alko-oy/uutishuone/mediatiedotteet/sertifioitu-vaihtoehto>

Anniskelulupa. 2025. Artikkelin Aluehallintoviraston www.sivuilla. Viitattu 2.3.2025. <https://avi.fi/asioi/yritys-tai-yhteiso/luvat-ilmoitukset-ja-hakemukset/alkoholin-myynti-ja-anniskelu/anniskelulupa>

Anttinen, M., Buri, R., Heinonen, M., Karjalainen, J., Nyholm, S. & Sieppi, A. 2024. Vuoden 2018 alkoholilakiuudistuksen jälkiarviointi. Kilpailu- ja kuluttajaviraston tutkimus-raportti. Viitattu 10.1.2025. <https://www.kkv.fi/uploads/sites/2/2024-04-tutkimusraportteja-vuoden-2018-alkoholilakiuudistuksen-jalkiarviointi-versio-3-2025.pdf>

Arellano-Covarrubias, A., Varela, P., Escalona-Buendía, H.B., Gómez-Corona, C. & Galmarini, M. 2024. Exploring food and beverage pairing from cross-cultural projective map. *Food Research International*, 189, 1-8. JanetFinna, Elsevier.

Aro, P., Koivisto, K. 2019. Ammattikorkeakoulun opinnäytetöiden eettiset kysymykset. ePooki. Oulun ammattikorkeakoulun tutkimus- ja kehitystyön julkaisut 72. Viitattu 22.5.2024. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/262081/ePooki%2072_2019.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Bash, C., Faraboschi, P., Frachtenberg, E., Laplante, P., Milojevic, D. & Saracco, R. 2023. Megatrends. *Computer*, 56, 7, 93–100. Viitattu 1.3.2025. JanetFinna, IEEE Electronic Library. <https://iee-explore-ieee-org.ezproxy.jamk.fi:2443/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=10154203>

Bengston, D.N. 2019. Bengston, D.N. 2019. *Futures Research Methods and Applications in Natural Resources*. *Society & natural resources*, 32, 10, 1099-1113. Viitattu 25.2.2023. https://www.fs.usda.gov/nrs/pubs/jrnl/2019/nrs_2019_bengston_001.pdf

Bilas, V., Franc, S. & Vukoja, M. 2022. The Impact of Global Megatrends on Tourism Industry. Viitattu 28.2.2025. JanetFinna, ProQuest. www.proquest.com/scholarly-journals/impact-global-megatrends-on-tourism-industry/docview/2700799428/se-2

Bisson, L., Waterhouse A., Ebeler, S., Walker A. & Lapsley J. 2002. The present and future of the international wine industry. *Department of Viticulture and Enology, University of California*. *Nature*, 418, 8, 696–699. Viitattu 28.5.2024. <https://www.researchgate.net/publication/232757403> The present and future of the international wine industry

Burman Wallace, A. 2016. Classification at the Swedish alcohol monopoly – A study of the classification system of beverages at Systembolaget. independent thesis Advanced level. Uppsala University, Disciplinary of Humanities and Social Sciences. Viitattu 24.3.2025. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:935496/FULLTEXT01.pdf>

Camillo, A.A. 2012. A strategic investigation of the determinants of wine consumption in China. International Journal of Wine Business Research, 24, 1, 68-92. JanetFinna, ProQuest.

Cecchetto, M. 2024. Ethical Marketing and Education in the Wine Industry. Artikkel Medium.com www-sivuilla. Viitattu 2.4.2025. <https://medium.com/@matteocecchetto/ethical-marketing-and-education-in-the-wine-industry-753efb3db459>

Chaillet, A. & Bastard, A. 2023. Consumer expectations and values: The role of digitalization in understanding and meeting consumer needs in the wine industry. World Congress of Vine and Wine, 68, 44, 3012. Viitattu 21.3.2025. https://www.bio-conferences.org/articles/bioconf/pdf/2023/13/bioconf_oiv2023_03012.pdf

Czakon, W., Hajdas, M. & Radomska, J. 2022. Playing the wild cards: Antecedents of family firm resilience. Journal of Family Business Strategy, 14, 1. JanetFinna, Elsevier.

Dudic, B., Mittelman, A., Gubiniova, K., Bartakova, G., Kader, S., Zejak, D. & Spalevic, V. 2024. Wine industry and wine markets: Dynamics, challenges, and implications of globalization. Agrofor International Journal, 9, 1, 27–39. Viitattu 12.3.2025. https://agrofor.ues.rs.ba/data/20240305-03_Dudic_et_al.pdf

Duinker, P. & Greig, L. 2006. Scenario analysis in environmental impact assessment: Improving explorations of the future. Environmental Impact Assessment Review, 27, 3, 206–219. Viitattu 21.3.2025. JanetFinna, ScienceDirect.

Eduskunta äänesti alkoholilaista: osa muutoksista tulee voimaan jo 1.1.2018. 2017. Uutinen Sosi- aali- ja terveystieteiden ministeriön www-sivuilla. Viitattu 10.1.2025. <https://stm.fi/-/eduskunta-aanesti-alkoholilaista-osa-muutoksista-tulee-voimaan-jo-1-1-2018>

Eskola, J. & Suoranta, J. 2022. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.

Ethical Wine: A Conscientious Choice for Discerning Consumers. 2023. Blogiteksti Vinissimuksen www-sivuilla. Viitattu 2.4.2025. https://www.vinissimus.co.uk/en/content/ethical-wine/?srsId=AfmBOooi9LYcqJPF01eHazaD0PmTqJDml1Qdw-cTL0FQw-woV_4UH7Gn

Farzaliyev, S. 2024. The Impact of Wine Industry to Economics. 16, 61, 232–237. Viitattu 16.1.2025. Janet.Finna, ProQuest.com.

Flint, D., Golicic, S. & Signori, P. 2011. Sustainability through Resilience: The Very Essence of the Wine Industry. Julkaisu Università di Veronan www-sivuilla. Viitattu 28.2.2025. <https://hdl.handle.net/11562/357199>

Flores, S.S. 2017. What is sustainability in the wine world? A cross-country analysis of wine sustainability frameworks. *Journal of cleaner production*, 172, 2301-2312. Viitattu 1.3.2025. JanetFinna, ScienceDirect. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.11.181>

Gonen, L., Tavor, T. & Spiegel, U. 2024. Adapting and Thriving: Global Warming and the Wine Industry. *SAGE Open*, 14, 1, 1–17. Viitattu 13.3.2025. <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/21582440241227750>

Hakala, J. 2004. *Opinnäytetyöopas ammattikorkeakouluille*. Helsinki: Gaudeamus.

Harma, O. 2024. Alko-johtaja pelkää, että viinien mukana kauppoihin uivat väkevät: Se tarkoittaisi loppua. Artikkelit *Talouselämä*-lehden *www*-sivuilla. Viitattu 21.3.2025. <https://www.talouselama.fi/uutiset/alko-johtaja-pelkaa-etta-viinien-mukana-kauppoihin-uivat-vakevat-se-tarkoit-taisi-loppua/6ab79714-b7a3-42aa-a0b4-4c81e2032a08>

HE 173/2024 vp. 2024. Hallituksen esitys eduskunnalle alkoholilain muuttamisesta. Esitys Eduskunnan *www*-sivuilla. Viitattu 24.3.2025. https://www.eduskunta.fi/FI/vaski/KasittelytiedotValtiopaivaasia/Sivut/HE_173+2024.aspx

HE 7/2024. Hallituksen esitys eduskunnalle laiksi alkoholilain 17 ja 26 §:n muuttamisesta. Esitys *Finlex.fi*:n *www*-sivuilla. Viitattu 2.4.2025. <https://www.finlex.fi/fi/hallituksen-esitykset/2024/7>

Heinonen, S., Karjalainen, J., Kurki, S. & Ruotsalainen, J. 2022. Edelläkävijäanalyysi – sovelluksia aurinkoenergiastartupien, journalismin ja vastuullisten yritysten aloilta. Julkaisussa *Tulevaisuuden tutkimus tutuksi – perusteita ja menetelmiä*. Tulevaisuudentutkimuksen verkkoakatemia julkaisu 1/2022. Tulevaisuuden tutkimuskeskus, Turun yliopisto. Viitattu 17.4.2025. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-249-563-1>

Herman, A. 2018. Asymmetries and opportunities: Power and inequality in Fairtrade wine global production networks. *Royal Geographical Society*, 51, 2, 332-339. Viitattu 2.4.2025.

Hill, M. 2023. What is phylloxera and why was phylloxera history so significant? Artikkelit *WSET Global*in *www*-sivuilla. Viitattu 21.4.2025. <https://www.wsetglobal.com/knowledge-centre/blog/2023/february/09/what-is-phylloxera-and-why-was-it-so-significant/>

Hiltunen, E. 2010. *Weak Signals in Organizational Futures*. Väitöskirja, Aalto University School of Economics. Viitattu 30.8.2024. <https://epub.lib.aalto.fi/pdf/diss/a365.pdf>

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 1997. *Tutki ja kirjoita*. 15–16. p. Helsinki: Tammi.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. *Tutki ja kirjoita*. 15. uudistettu p. Helsinki: Tammi.

How does Alko choose products? N.d. Artikkelit *Alkon* *www*-sivuilla. Viitattu 17.4.2025. <https://www.alko.fi/en/alko-inc/about-alko/operating-principles/how-does-alko-choose-products>

Hukari, V. 2024. *Kahden kauppa – Vähittäiskaupan keskittynyt kilpailutilanne Suomessa*. Väitöskirja. Vaasan yliopisto, laskentatoimen ja rahoituksen akateeminen yksikkö, Talous-oikeus. Viitattu

13.12.2024. <https://osuva.uwasa.fi/bitstream/handle/10024/18266/978-952-395-174-7.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Hyvärinen, M., Nikander P. & Ruusuvoori, J. 2017. Tutkimushaastattelun käsikirja. Tampere: Vastapaino.

Kallio, A. 2021. Litterointi. Teoksessa Jaana Vuori (toim.) Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Viitattu 17.1.2025. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/laadullisen-tutkimuksen-prosessi/litterointi/>

Kallio, V., Kettunen, T. & Kalmari, A. 2024. Kirjallinen kysymys KK 427/2024 vp. Kirjallinen kysymys eduskunnan puhemiehelle Suomen hakeutumisesta EU:n viinintuottajamaiden luetteloon eduskunnan www-sivuilla. Viitattu 12.3.2025. https://www.eduskunta.fi/FI/vaski/Kysymys/Sivut/KK_427+2024.aspx

Kamppinen, M., Kuusi, O. & Söderlund, S. 2002. Tulevaisuudentutkimus – perusteet ja sovellukset. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura.

Kananen J. 2010. Opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2017. Laadullinen tutkimus pro graduna ja opinnäytetyönä. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2019. Opinnäytetyön ja pro gradun pikaopas – Avain opinnäytetyön ja pro gradun kirjoittamiseen. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Viitattu 5.3.2024. JanetFinna, Elibrary.

Karlsson, T., Mäkelä, P., Tigerstedt, C. & Österberg, E. 2003. Alkoholipolitiikka tuontirajoitusten poistuessa. Yhteiskuntapolitiikka 68, 1, 77–82.

Karvonen, J. 2015. The annual growth cycle of grapevines in Southern Finland. Journal of Grapevine Research. Viitattu 21.3.2025. <https://core.ac.uk/download/pdf/235690994.pdf>

Kavander, A. 2023. Suomesta voi tulla viinimaa vuonna 2028 – status edistäisi viininviljelyä, mutta EU:n byrokratiaan kaikki viranomaiset eivät ole valmiita. Yle.fi 9.8.2023. Viitattu 7.3.2024. <https://yle.fi/a/74-20041449>

Klasa, A. 2025. French red wine in sharp decline as tastes change among young drinkers. Viitattu 29.1.2025. <https://on.ft.com/42i5z3R>

Korhonen, I., Kuula-Luumi, A. & Spoof, K. 2019. Ihmiseen kohdistuvan tutkimuksen eettiset periaatteet ja ihmistieteiden eettinen ennakoarviointi Suomessa. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan ohje 2019. Viitattu 9.4.2025. https://tenk.fi/sites/default/files/2021-01/Ihmistieteiden_eettisen_ennakoarvioinnin_ohje_2020.pdf

Koskelo, M. 2021. Tehtävänä tulevaisuus – Tulevaisuusmuotoilu päätöksenteossa. Helsinki: Alma Talent.

Kosonen, T., Jysmä, S., Stefánsson, A. & Worku, L. 2024. Vuoden 2018 alkoholilain uudistuksen vaikutuksista. Valtion taloudellisen tutkimuskeskuksen tutkimukset 196. Viitattu 10.1.2025. <https://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/190563/vatt-tutkimukset-196-vuoden-2018-alkoholilain-uudistuksen-vaikutuksista.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Kuivaniemi, O. 2025. Viinit laajasti ruokakauppoihin? – Uusi prosenttiriita lävättää nyt pöytään. Artikkelin Uuden Suomen www-sivuilla. Viitattu 13.3.2025. <https://www.uusisuomi.fi/uutiset/viinit-laajasti-ruokakauppoihin-uusi-prosenttiriita-lavahtaa-nyt-poytaan/8b845608-aafa-4502-a4e6-0c0374f8bbe1>

Kustos, M., Heymann, H., Jeffery, D.W., Goodman, S. & Bastian, S.E.P. 2020. Interwined: What makes food and wine pairings appropriate? Food Research International, 136, 109463. Viitattu 24.3.2025. JanetFinna, ScienceDirect.

Kuusijärvi, M. 2017. Viinitrendit – Ennakointia tulevaisuuden viinikuluttajasta. Opinnäytetyö, YAMK. Jyväskylän ammattikorkeakoulu, palveluliiketoiminnan koulutusohjelma, matkailu-, ravitsemis- ja talousala. Viitattu 22.2.2024. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/122918/Kuusijarvi_Minna.pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y

L 305/2024. Laki alkoholilain 17 ja 26 §:n muuttamisesta. Viitattu 16.1.2025. <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2024/20240305>

L1102/2017. Alkoholilaki. Viitattu 1.3.2025. <https://www.finlex.fi/fi/lainsaadanto/saaduskoelma/2017/1102>

Lappeteläinen, H. 2022. Kotimaisten rypäleiden kuohuviiniä olisi valmiina myyntiin, mutta ongelma on sanassa ”viini” – EU valvoo tarkkaan viininvalmistusta. Artikkelin Ylen www-sivuilla. Viitattu 1.3.2025. <https://yle.fi/a/3-12591004>

van Leeuwen, C., Sgubin, G., Bois, B., Ollat, N., Swingedouw, D., Zito, S. & Gambetta, G.A. 2024. Climate change impacts and adaptations of wine production. Nature Reviews Earth & Environment, 5, 258–275. Viitattu 12.3.2025. https://codypope.com/wp-content/uploads/2024/06/Nature_wine.pdf

Lilja, P. 2025. Blogi: 100 vuotta kasvien terveydeksi: Vuonna 2025 tuli voimaan Suomen ensimmäinen kasvinsuojelulaki. Artikkelin Ruokaviraston www-sivuilla. Viitattu 21.4.2025. <https://www.ruokavirasto.fi/tietoa-meista/ajankohtaista/ruokaviraston-blogi/blogitekstit/blogi-100-vuotta-kasvien-terveydeksi-vuonna-1925-tuli-voimaan-suomen-ensimmainen-kasvinsuojelulaki/>

Lyhyt opas eettisten ja ekologisten viinien maailmaan. N.d. Artikkelin Viinimaan www-sivuilla. Viitattu 2.4.2025. <https://viinimaa.fi/artikkelit/lyhyt-opas-eettisten-ja-ekologisten-viinien-maailmaan>

- Lätti, R., Malho, M., Rowley, C. & Frilander, O. 2022. Skenaarioiden rakentaminen tulevaisuustalukkomenetelmällä. Julkaisussa Tulevaisuuden tutkimus tutuksi – perusteita ja menetelmiä. Tulevaisuudentutkimuksen verkkoakatemia julkaisuja 1/2022. Tulevaisuuden tutkimuskeskus, Turun yliopisto. Viitattu 17.4.2025. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-249-563-1>
- Maahantuonti anniskelua tai vähittäismyyntiä varten. Artikkelin Valviran www-sivuilla. Viitattu 5.6.2024. <https://valvira.fi/alkoholi/maahantuonti>
- Maicas, S. & Mateo, J.J. 2019. Sustainability of Wine Production. Julkaistu Fermentation and Wine Production-julkaisussa. Viitattu 14.3.2025. <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/2/559>
- Mantzari, E., Hollands, G.J., Law, M., Couturier, D-L. & Marteau, T.M. 2024. Impact on beer sales of removing the pint serving size: An A-B-A reversal trial in pubs, bars, and restaurants in England. Tutkimusartikkeli PLOS Medicinen www-sivuilla. Viitattu 2.4.2025. <https://journals.plos.org/plosmedicine/article?id=10.1371/journal.pmed.1004442>
- Mantzari, E., Ventsel, M., Pechey, E., Lee, I., Pilling, M.A., Hollands, G.J. & Marteau, T.M. 2024. Impact on wine sales of removing the largest serving size by the glass: An A-B-A reversal trial in 21 pubs, bars, and restaurants in England. Tutkimusartikkeli PLOS Medicinen www-sivuilla. Viitattu 2.4.2025. <https://journals.plos.org/plosmedicine/article?id=10.1371/journal.pmed.1004313>
- Martinez-Navarro, J. & Sellers-Rubio, R. 2024. Three decades of research on wine marketing. Artikkelin Heliyonin www-sivuilla. Viitattu 21.3.2025. [https://www.cell.com/heliyon/fulltext/S2405-8440\(24\)06969-X](https://www.cell.com/heliyon/fulltext/S2405-8440(24)06969-X)
- Metsämuuronen, J. 2006. Tutkimuksen tekemisen perusteet ihmistieteissä. 4.p. Helsinki: International Methelp.
- Mikkonen, J. Halkopinon takaa terassille – kossusta kuohuviiniin. 2015. Artikkelin Savon Sanomien www-sivuilla. Viitattu 16.1.2025. <https://www.savonsanomien.fi/paikalliset/3110923>
- Miller, R., Rossel, P. & Jorgensen, Ulrik. 2012. Future studies and weak signals: A critical survey. Futures, 44, 3, 195-197. Viitattu 28.2.2025. JanetFinna, ProQuest.
- Morgan, G. & Tresidder, R. 2016. Contemporary Wine Studies – Dancing With Bacchus. New York: Routledge.
- Mykkänen, J. 2005. Kunniakkaita perinteitä ja modernia otetta. Artikkelin HS.fi-sivustolla. Viitattu 5.6.2024. <https://www.hs.fi/ruoka/art-2000004347818.html>
- Mäkelä, M., Karjalainen, J. & Parkkinen, M. 2022. Tulevaisuuskuvat: Merkitykset, roolit ja käyttötavat tulevaisuudentutkimuksessa. Teoksessa Aalto, H-K., Heikkilä, K., Keski-Pulkkinen, P. Mäki, M. & Pöllänen, M (toim.). 2022. Tulevaisuudentutkimus tutuksi – Perusteita ja menetelmiä. Tulevaisuudentutkimuksen verkkoakatemia julkaisuja. Turku: Tulevaisuuden tutkimuskeskus, Turun yliopisto.

Mäkelä, P., Warpenius, K. & Karlsson, T. 2022. Alkoholin yksinoikeusjärjestelmä on tehokas keino ehkäistä alkoholihaittoja. Tutkimuksesta tiiviisti 17/2022. Helsinki: Terveystieteiden tutkimuskeskus. Viitattu 24.3.2025. https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/144269/URN_ISBN_978-952-343-842-2.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Mäkinen, J-V. 2018. Rakentajan viinikäsikirja. Helsinki: Rakennustieto.

Nesbitt, A., Dorling, S., Jones, R., Smith, D.K.E., Krums, M., Gannon, K., Dorling, L., Johnston, Z. & Conway, D. 2022. Climate change projections for UK viticulture to 2040: a focus on improving suitability for Pinot noir. OENO One, 56, 3, 69–87. Viitattu 13.3.2025. https://ueaeprints.uea.ac.uk/id/eprint/85610/7/Nesbitt_etal_2022_OENO_One.pdf

Ohana-Levi, N. & Netzer, Y. 2023. Long-term trends of global wine market. Agriculture, 13, 1, 224. Viitattu 5.6.2024. Janet.Finna, ProQuest.com.

Opinnäytetöiden eettiset suositukset. 2020. Raportti Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvosto Arene ry:n sivuilla. Viitattu 22.5.2024. <https://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/Opinn%C3%A4ytety%C3%B6prosessin%20eettiset%20suositukset%20muistilistat%20opiskelijalle%20ja%20ohjaajalle.pdf>

Pamplona, F. 2022. Types of research design: an overview. Artikkelin Mindthegraphin www-sivuilla. Viitattu 2.3.2025. <https://mindthegraph.com/blog/types-of-research-design/>

Pellinen P. 2018. Pohjoismaiset alkoholimonopolit vertailussa – Alko on kallis ja tehoton. Artikkelin viisitaitea.com-lehden verkkosivuilla. Viitattu 30.8.2024. <https://viisitaitea.com/kolumnit/alkoholipolitiikka/pohjoismaiset-alkoholimonopolit-vertailussa-alko-on-kallis-ja-tehoton/>

Pellinen, P. 2022. Finland: Understanding the Finnish Wine Market. Artikkelin Meininger's.com:in sivustolla. Viitattu 3.6.2024.

Peltonen, L. 2019. Vastuullista alkoholinmyyntiä: Alkossa liikkuu mysteerishoppaajia, jotka raportoivat Alkon johdolle. Artikkelin aaltoee.fi-sivuilla. Viitattu 9.4.2025. <https://www.aaltoee.fi/aalto-leaders-insight/2019/vastuullista-alkoholinmyyntia-alkossa-liikkuu-mysteerishoppaajia-jotka-raportoivat-alkon-johdolle>

Perttula, S., 2018. Luotettavat lähteet – hyvä opinnäytetyön tietoperusta. Artikkelin Kreodi-verkko-lehden www-sivuilla. Viitattu 24.3.2025. <https://www.kreodi.fi/arkisto/artikkelit/luotettavat-lah-teet-hyva-opinnaytetyon-tietoperusta.html>

Pesonen, M. & Tuomainen, E. 2019. Alkoholin monopoliaseman tarpeellisuus uuden alkoholilainsäädännön myötä. Opinnäytetyö. Saimaan ammattikorkeakoulu, liiketalouden koulutusohjelma, yritysten ja taloushallinnon juridiikka. Viitattu 10.5.2024. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/166276/pesonen_mervi.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Petersson, S. 2021. A Guide To The Grape Airen. Blogikirjoitus Medium.comin www-sivuilla. Viitattu 29.5.2024. <https://medium.com/@samuel.petersson01/a-guide-to-the-grape-airen-6e5c9762e1f6>

Petit, S., Castel, T., Henrion, G., Richard, Y., Traore, M., Vergote, M-H. & Young, J. 2022. Changing local climate patterns through hail suppression systems: conflict and inequalities between farmers and wine producers in the Burgundy Region (France). *Regional Environmental Change* 23, 89, 1–13. Viitattu 14.3.2025. <https://link.springer.com/article/10.1007/s10113-023-02076-5>

Piipari, R., Puttonen, M. & Terho, T. 2021. Kaupan toimialan tilannekuva, muutos ja tulevaisuuskuva. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu 2021:28. Viitattu 24.3.2025. https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/163188/TEM_2021_28.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ponstein, H. Ghinoi, S. & Steiner, B. 2019. How to increase sustainability in the Finnish wine supply chain? Insights from a country of origin-based greenhouse gas emissions analysis. *Journal of Cleaner Production*, 226, 768-780. Viitattu 3.6. 2024. Janet.Finna: ScienceDirect.com.

Reducing alcohol consumption, the Nordic way: alcohol monopolies, marketing bans and higher taxation. 2023. Artikkelin www-sivuilla. Viitattu 22.5.2024. <https://www.who.int/europe/news/item/30-06-2023-reducing-alcohol-consumption--the-nordic-way--alcohol-monopolies--marketing-bans-and-higher-taxation>

Roberto, M. 2002. The Changing Structure Of The Global Wine Industry. *International Business & Economics Research Journal*, 2, 9, 1-14. Viitattu 14.3.2025. <https://metersolution.com/wp-content/uploads/2013/02/3835-15324-1-PB-1.pdf>

Rossow, I., Karlsson, T. & Raitasalo, K. 2008. Old enough for a beer? Compliance with minimum legal age for alcohol purchases in monopoly and other off-premise outlets in Finland and Norway. *Addiction* 103, 9, 1468–1473. Viitattu 1.3.2025. JanetFinna, EBSCOhost.

Rubin, A. N.d. Tulevaisuudentutkimus tiedonalana. Artikkelin tulevaisuus.fi-sivustolla. Viitattu 7.3.2024. <https://tulevaisuus.fi/perusteet/tulevaisuudentutkimus-tiedonalana>

Ruusuvuori, J., Nikander, P. & Hyvärinen, M. 2010. Haastattelun analyysi. 3. p. Tampere: Vastapaino.

Šajn, N. 2023. The EU Wine Sector. PDF-artikkeli European Parliamentary Research Servicen sivuilla. Viitattu 28.5.2024. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2023/751399/EPRS_BRI\(2023\)751399_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2023/751399/EPRS_BRI(2023)751399_EN.pdf)

Schäufele, I. & Hamm, U. 2017. Consumers' perceptions, preferences and willingness-to-pay for wine sustainability characteristics: A review. *Journal of Cleaner Production*, 147, 3, 379–394. Viitattu 21.4.2025. JanetFinna, ScienceDirect.

Sgubin, G., Swingedouw, D., Mignot, J., Gambetta, G.A., Bois, B., Loukos, H., Noël, T., Pieri, P., García de Cortázar-Atauri, I., Ollat, N. & van Leeuwen, C. 2022. Non-linear loss of suitable wine regions over Europe in response to increasing global warming. *Global Change Biology*, 29, 808-826. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/gcb.16493>

Silva, P. 2019. Science & wine: The wine of the future. *Journal of Innovation Management*, 7, 1, 21-25. Viitattu 5.6.2024. JanetFinna, ProQuest.com.

Sirén, I. 2025. Viini, viinimpi, viinijuoma. Glorian Ruoka & Viini, 26, 1, 43. Viitattu 17.4.2025.

Sytnik, V.M. & Proskuryakova, L.N. 2024. Expanding foresight methodology to better understand the unknown future and identify hard-to-predict events. European Journal of Futures Research, 12, 21, 1-17. Viitattu 21.4.2025. <https://eujournaloffuturesresearch.springeropen.com/articles/10.1186/s40309-024-00244-2>

Tammilehto, P. 2023. Näinkin voi käydä, jos viinien myynti vapautuu ruokakauppaan. Analyysi Kauppalehden www-sivuilla. Viitattu 21.3.2025. <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/nainkin-voikayda-jos-viinien-myynti-vapautuu-ruokakauppaan/5ddc42f9-69cf-4eee-a0f1-70f902fab928>

Toivonen, J. 2025. Tokmannista tulee Suomen neljäs ruokakaupan ketju – julkisti yhteistyön Sparin kanssa, myymälät muuttuvat. Artikkelit Ylen verkkosivuilla. Viitattu 29.1.2025. <https://yle.fi/a/74-20136762>

Toivonen, T. 2024. Kun viinaa ei haluta enää holhota. Artikkelit Ylen verkkosivuilla. Viitattu 2.4.2025. <https://yle.fi/a/74-20077157>

Tscholl, S. & Candiago, S. & Marsoner, T. & Fraga, H. & Giupponi, C. & Egarter Vigl, L. 2024. Climate resilience of European wine regions. Nature Communications, 15, 1, 6254. Viitattu 5.2.2025. JanetFinna, ProQuest.com.

Tutkimuksen toteuttaminen. 2010. Artikkelit Jyväskylän yliopiston www-sivuilla. Viitattu 17.4.2025. <https://sites.app.jyu.fi/mehu/fi/tutkimusprosessi/tutkimuksen-toteuttaminen>

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2002. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.

Töttö, P. 2000. Pirullisen positivismin paluu. Laadullisen ja määrällisen tarkastelua. Tampere: Vastapaino.

Vergamini, D., Bartolini, F. & Brunori, G. 2021. Wine after the pandemic? All the doubts in a glass. Bio-Based and Applied Economics, 10, 1, 51-71. Viitattu 17.4.2025. <https://arpi.unipi.it/bitstream/11568/1116940/1/9017-Article%20Text-29807-1-10-20210728%20%281%29.pdf>

Viini. N.d. Tiedote Euroopan komission www-sivuilla. Viitattu 10.5.2024. https://agriculture.ec.europa.eu/farming/crop-productions-and-plant-based-products/wine_fi

Viinin tulevaisuus. 2022. Artikkelit Alkon www-sivuilla. Viitattu 10.5.2024. <https://www.alko.fi/juoma-ruoka/trendit/trendikatsaus-2022/viinin-tulevaisuus>

Viinit, tervetuloa ruokakauppaan! 2024. Artikkelit Päivittäistavarakauppa ry:n www-sivuilla. Viitattu 21.4.2025. <https://www.ptv.fi/viinitruokakauppaan/>

Viinityyppien määritelmiä. Artikkelit Alko.fi:n sivuilla. Viitattu 5.6.2024. <https://www.alko.fi/juoma-ruoka/juomatietous/viinit/viinityypit>

Vuento, M. 2022. Virus, joka pysäytti maailman – Koronapandemian syyt, seuraukset ja opetukset. Helsinki: Gaudeamus

Vuori, J. 2021. Johdanto: Tutkimusasetelman rakentaminen. Teoksessa Jaana Vuori (toim.) Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto. Viitattu 2.4.2025. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/tutkimusasetelma/tutkimusasetelman-rakentaminen/>

Wagner, M., Stanbury, P., Dietrich, T., Döring, J., Ewert, J., Foerster, C., Freund, M., Friedel, M., Kammann, C., Koch, M., Owtram, T., Schultz, H.S., Voss-Fels, K. & Hanf, J. 2023. Developing a Sustainability Vision for the Global Wine Industry. Sustainability, 15, 13, 1-29. Viitattu 12.3.2025. <https://www.mdpi.com/2071-1050/15/13/10487>

Warsell, L. 2005. Perikato vai uuden alku? Alkon purku 1990-luvulla. Stakes, tutkimuksia 153. Helsinki: Stakes.

Wilenius, M. 2015. Tulevaisuuskirja – Metodi seuraavan aikakauden ymmärtämiseen. Helsinki: Otava.

Wilenius, M. & Halonen, T. 2017. Patterns of the Future – Understanding the Next Wave of Global Change. Viitattu 28.2.2025. JanetFinna, ProQuest. <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.jamk.fi:2443/lib/jypoly-ebooks/reader.action?docID=5267335&ppg=4>

YK:n kestävä kehityksen tavoitteet Alkossa. N.d. Artikkelialkon www-sivuilla. Viitattu 21.3.2025. <https://www.alko.fi/vastuullisesti/yritysvastuu-alkossa/ykn-kestavan-kehityksen-tavoitteet-alkossa>

Österberg, E. 2005. Alkoholin kulutuksen kasvu Suomessa vuonna 2004. Yhteiskuntapolitiikka 70, 3, 283–294. Viitattu 12.3.2025. <https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/100264/053osterberg.pdf?sequence=1>

Liitteet

Liite 1. Saatekirje

SAATEKIRJE

Jyväskylä 16.5.2024

Tervehdys,

Opiskelen Jyväskylän ammattikorkeakoulussa matkailu- ja palveluliiketoiminnan johtamisen, Restonomi, ylempi AMK-tutkinto-ohjelmassa.

Teen opinnäytetyötä viinialan tulevaisuudesta Suomessa. Opinnäytetyö toteutetaan haastattelu-tutkimuksena, johon kutsun sinut mukaan osallistumaan. Liitteenä on myös tietoturvalomake ja suostumusasiakirja.

Haastattelu toteutetaan kahtena ryhmähaastatteluna, jonka ajankohdat sovitaan yhdessä ja jonka oman haastattelunne muut osallistujat saatte tietoonne ennen haastattelun ajankohtaa. Haastattelu tallennetaan Teamsin välityksellä ja sen lisäksi varalta puhelimella tehdyllä videonauhoituksella. Haastatteluun tukeutuva opinnäytetyö tullaan julkaisemaan Theseus.fi-alustalla. Kirjoitan valmiista opinnäytetyöstä myös tiedotteen, joka mahdollisesti tullaan julkaisemaan mediassa. Käsittelemme kaikkea saamaani informaatiota tietoturvallisesti.

Toivon, että haastattelusta tulee meille kaikille mukava hetki, jonka aikana voimme miettiä viinin ja viinialan tulevaisuutta Suomessa monelta eri kannalta. Tarkoituksena on selvittää seuraavien 10 vuoden aikana tapahtuvia muutoksia viinialalla. Johdan opinnäytetyön tekijänä haastattelua, mutta annan enemmän kuin mielelläni teille asiantuntijoille mahdollisimman paljon aikaa puhua ja kertoa aiheesta omalta kannaltanne. Aikaa tähän teemahaastatteluun kannattaa varata noin 70–90 minuuttia.

Vietetään antoisa iltapäivä miettien tätä meille kaikille tärkeää ja ajankohtaista asiaa.

Terveisin,
Nina Vuolio

Liite 2. Suostumusasiakirja

[1. versio 16.5.2024]

Tutkittavan suostumus osallistumisesta opinnäytetyöhän nimeltä Viinialan tulevaisuus Suomessa

Viinin tulevaisuus Suomessa

Jyväskylän ammattikorkeakoulu, YAMK-tutkintoon kuuluva opinnäytetyö

Nina Vuolio

Minua [tutkittavan nimi] on pyydetty osallistumaan yllä mainittuun tieteelliseen tutkimukseen, jonka tarkoituksena on selvittää viinialan tulevaisuutta Suomessa.

Olen lukenut ja ymmärtänyt saamani tutkimustiedotteen ja annan suostumukseni sen mukaiseen tutkimukseen. Olen saanut tiedotteesta riittävästi tietoa tutkimuksesta ja sen yhteydessä suoritettavasta tietojen keräämisestä, käsittelystä ja luovuttamisesta. Tiedotteen sisältö on kerrottu minulle myös suullisesti ja olen saanut riittävän vastauksen kaikkiin tutkimusta koskeviin kysymyksiini. Tiedot olen saanut opinnäytetyön tekijä Nina Vuoliolta.

Minulla on ollut riittävästi aikaa harkita tutkimukseen osallistumista. Olen saanut riittävät tiedot tutkimuksen tarkoituksesta ja sen toteutuksesta, tutkimuksen hyödyistä ja riskeistä sekä oikeuksistani. Minua ei ole painostettu eikä houkuteltu osallistumaan tutkimukseen.

Tiedän, että tietojani käsitellään luottamuksellisesti eikä niitä luovuteta sivullisille. Nimeni, asemani ja se yritys, jossa toimin, tullaan mainitsemaan kyseisessä opinnäytetyössä. Muita tietoja minulta ei vaadita antamani haastattelun lisäksi eikä mitään muita tietoja tulla luovuttamaan kenellekään ulkopuoliselle tutkijaa lukuun ottamatta.

Ymmärrän, että tähän tutkimukseen osallistuminen on vapaaehtoista. Olen selvillä siitä, että minulla on oikeus kieltäytyä tutkimukseen osallistumisesta. Voin myöhemmin halutesani myös keskeyttää tutkimuksen tai peruuttaa suostumukseni milloin tahansa syytä ilmoittamatta.

Olen tietoinen siitä, että mikäli keskeytän tutkimuksen tai peruutan suostumukseni, minusta keskeyttämiseen ja suostumuksen peruuttamiseen mennessä kerättyjä tietoja ja näytteitä voidaan käyttää osana tutkimusaineistoa.

Tiedän, että tutkimukseen osallistumisesta aiheutuneista kuluista ei makseta korvausta.

Allekirjoituksellani vahvistan osallistumiseni tähän tutkimukseen ja suostun vapaaehtoisesti tutkimushenkilöksi.

Tutkittavan allekirjoitus

Päiväys

Tutkittavan nimenselvennys

Suostumus vastaanotettu

Tutkijan allekirjoitus

Päiväys

Nimenselvennys

Alkuperäinen allekirjoitettu asiakirja jää tutkijan arkistoon ja sitä säilytetään asianmukaisesti, kunnes se hävitetään 2 vuoden kuluttua opinnäytetyön julkaisusta.

Liite 3. Tietosuojaseloste

Opinnäytetyön tietosuojaseloste

Tietosuojaselosteen laatimispäivä: 16.5.2024

1. Rekisterinpitäjä

Nina Vuolio

2. Tietosuojavastaavan yhteystiedot

Jyväskylän ammattikorkeakoulun tietosuojavastaava tietosuoja@jamk.fi

3. Yhteyshenkilö rekisteriä koskevissa asioissa (opinnäytetyön ohjaaja)

Jamk, Liiketoiminnan ala, Anne Törn-Laapio

4. Rekisterin nimi, luonne ja tutkimuksen kesto aika

Opinnäytetyön nimi: Suomalaisen viinialan tulevaisuus ja kehitysnäkymät

Rekisterin nimi: Opinnäytetyö Viiniala Suomessa liittyvä henkilötietorekisteri

Tutkimuksen suorittaja: Nina Vuolio

Tutkimuksen luonne: Kertatutkimus

Tutkimuksen kesto aika: Aineiston keruu 09 - 12/2024, opinnäytetyön valmistuminen viim. 4/2025

Henkilötietojen käsittely tutkimuksen päättymisen jälkeen:

Henkilötietoja sisältävä tutkimusaineisto hävitetään 2 vuoden kuluttua

Henkilötietoja sisältävä tutkimusaineisto arkistoidaan 2 vuodeksi tunnistetiedoin, jotka ovat nimi, asema ja yritys.

Mihin aineisto arkistoidaan ja miten pitkäksi aikaa: Tutkijan tietokoneelle ja ulkoiselle kovalevyllä 2 vuoden ajaksi opinnäytetyön julkaisemisen jälkeen.

5. Henkilötietojen käsittelyn tarkoitus ja oikeusperuste

Henkilötietojen käsittelyn tarkoitus on opinnäytetyötutkimus.

Opinnäytetyössä selvitetään seuraavia asioita: Viinialan ja -maahantuonnin tulevaisuus Suomessa
Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, millaisia näkemyksiä asiantuntijoilla on viinialan tulevaisuudesta Suomessa.

Opinnäytetyöhön liittyvä henkilötietojen käsittely perustuu EU:n yleiseen tietosuoja-asetukseen (2016/679, artikla 6), Ammattikorkeakoululakiin (932/2014), Valtioneuvoston asetukseen ammattikorkeakouluista (1129/2014), opiskelijoiden oikeutettuun etuun suorittaa opintojaan sekä rekisteröidyn suostumukseen. Rekisterillä mahdollistetaan opetuksen tavoitteisiin pääsy.

6. Mitä henkilötietoja tutkimusaineisto sisältää?

Tutkittavan suostumuksesta käy ilmi seuraavat henkilötiedot: Nimi, asema ja yritys, jossa tutkittava työskentelee.

Tutkimusaineistossa kerätään seuraavia henkilötietoja ja tunnisteita: Nimi, asema ja yritys.

7. Mistä lähteistä henkilötietoja kerätään?

Henkilötietoja kerätään tutkimukseen seuraavista lähteistä:

Suoraan tutkimukseen osallistuvilta: Kyllä

Haastattelu: Kyllä

Videointi: Kyllä

Sähköinen kyselylomake (Webropol tai vastaava): Ei

Postissa lähetettävä kyselylomake: Ei

Tutkittavalla ei ole velvollisuutta toimittaa tarvittavia henkilötietoja, osallistuminen on vapaaehtoista.

8. Tietojen siirto tai luovuttaminen tutkimusryhmän ulkopuolelle

Tietoja ei siirretä tai luovuteta tutkimusryhmän ulkopuolelle.

Tietoja ei siirretä ja luovuteta tutkimusryhmän ulkopuolelle. Muita ulkopuolisia tahoja ei käytetä eikä tietoja siirretä tai luovuteta opinnäytetyön tekijän lisäksi kenellekään muulle.

9. Tietojen siirto tai luovuttaminen EU:n tai Euroopan talousalueen ulkopuolelle

Tietoja ei siirretä EU:n tai ETA:n ulkopuolelle: Ei siirretä

Tietoja siirretään EU:n tai ETA:n ulkopuolelle: Ei siirretä

10. Automatisoitu päätöksenteko

Automatisoidulla päätöksenteolla tarkoitetaan henkilön tiettyjen ominaisuuksien arviointiin tarkoitettua päätöstä, joka tehdään ainoastaan automaattisen tietojenkäsittelyn avulla ja josta aiheutuu rekisteröidylle (=henkilö, jonka henkilötietoja kerätään, säilytetään tai käsitellään) oikeudellisia vaikutuksia tai joka muuten vaikuttaa häneen merkittäväällä tavalla. Esimerkkejä automatisoidusta päätöksenteosta ovat mm. luottokelpoisuuspäätökset ja profilointi. Rekisteröidyllä on oikeus olla joutumatta automatisoidun päätöksenteon kohteeksi. Ei tehdä.

Tieteellisessä tutkimuksessa ja opinnäytetyössä henkilötietojen käsittelyä ei käytetä osallistujia koskevaan päätöksentekoon.

11. Henkilötietojen suojauksen periaatteet

Opinnäytetyön osalta on tehty eettinen ennakoarviointi (*koskee vain YAMK-opinnäytetöitä*): Ei Tietojärjestelmissä käsiteltävät tiedot on suojattu seuraavasti: käyttäjätunnuksella, tietokone on vain yksityisessä käytössä ja yksityisessä omistuksessa, samoin ulkoinen kovalevy.

Tiedot ovat julkisia salassa pidettäviä (Laki viranomaisen toiminnan julkisuudesta 621/1999, § 24)

Pseudonymisointi ja anonymisointi:

Tutkimusaineistot anonymisoidaan tai pseudonymisoidaan aina, kun se on mahdollista. Tutkimustulokset julkaistaan siinä muodossa, ettei yksittäinen henkilö ole yleisesti tunnistettavissa. Erityistapauksissa esim., kun haastatellaan kuvataiteilijoita heidän teoksistaan, voi olla perusteltua ilmaista tekijät.

Tässä tutkimuksessa:

Aineisto anonymisoidaan aineiston perustamisvaiheessa (kaikki tunnistetiedot poistetaan täydellisesti, jotta paluuta tunnisteteelliseen tietoon ei ole eikä aineistoon voida yhdistää uusia tietoja): Ei Suorat tunnistetiedot poistetaan aineiston perustamisvaiheessa (pseudonymisoitu aineisto, jolloin tunnistettavuuteen voidaan palata koodin tai vastaavan tiedon avulla ja aineistoon voidaan yhdistää uusia tietoja): Ei

Aineisto poistetaan kaikkine tietoineen 2 vuoden kuluttua opinnäytetyön julkaisusta ja sitä ennen muilla kuin tutkijalla ei ole pääsyä henkilötietoihin.

12. Rekisteröidyn oikeudet

Rekisteröidyllä (=henkilö, jonka henkilötietoja kerätään, säilytetään tai käsitellään) on oikeus saada tarkistaa itseään koskevat tiedot, oikeus vaatia virheellisen tiedon oikaisua, oikeus kieltää antamiensa tietojen käyttö suoramarkkinointi- tms. tarkoitukseen sekä muutoinkin turvautua tietosuojalainsäädännössä turvattuihin oikeuksiinsa.

Rekisteröidyllä on oikeus peruuttaa antamansa suostumus, mikäli henkilötietojen käsittely perustuu suostumukseen.

Rekisteröidyllä on oikeus tehdä valitus Tietosuojavaltuutetun toimistoon, mikäli rekisteröity katsoo, että häntä koskevien henkilötietojen käsittelyssä on rikottu voimassa olevaa tietosuojalainsäädäntöä.

Yhteyshenkilö tutkittavan oikeuksiin liittyvissä asioissa on tässä tietosuojaselosteessa ilmoitettu opinnäytetyötä ohjaava opettaja.

Liite 4. Tutkimuskysymykset

Tutkimuskysymyksiksi muodostuivat seuraavat lauseet:

1. Miten suomalainen viiniala tulee muuttumaan vuoteen 2035 mennessä?
2. Mitä näkemyksiä viinialalla toimivilla ammattilaisilla on tulevista muutoksista?

Teemahaastattelurunko

Pääteema: Tämänhetkinen varautuminen viinialan muutokseen (FAKTA/ OLEMASSA OLEVA)

Kysymys: Mitä edustamassasi yrityksessä tapahtuu (miten olette varautuneet/valmistautuneet), jos/kun viinien vähittäismyyntimonopoli murtuu?

Apukysymykset/avainsanat:

- uhat
- mahdollisuudet
- vahvuudet
- varautuminen
- suunnitelmat
- tulevaisuusajattelu – skenaariot ym.
- kilpailu

Pääteema: Unelmien viinialan tilanne 10 vuoden kuluttua (HALUT/ UNELMAT)

Kysymys: Odotuksesi viinialan tulevaisuudelle seuraavien 10 vuoden sisään?

Apukysymykset/avainsanat:

- ennusmerkit
- heikot signaalit
- megatrendit
- suuntaukset
- media
- ulkomaiden esimerkki
- unelmat
- mahdollisuudet
- uhat

Pääteema: Viinialan tulevaisuus (LOPPUTULOS/ TODENNÄKÖISIN TULEVAISUUS)

Kysymys: Millaisena näet Suomen/suomalaisen viinialan todellisen tilanteen vuonna 2035?

Apukysymykset/avainsanat:

- em. kysymysten synteesi
- vaikutukset maahantuontiin
- vaikutukset vähittäiskauppaan
- vaikutukset kuluttajiin
- monipuolisuus?
- hinta/laatusuhde?
- kilpailu?

Liite 5: Haastateltavat

H1 = Viinin maahantuonnin edustaja

H2 = Viinin tukkumyynnin edustaja

H3 = Viini- ja ruokajournalismin edustaja

H4 = Viinin vähittäismyynnin edustaja

H5 = Viinin maahantuonnin edustaja

H6 = Viinin maahantuonnin edustaja

H7 = Vähittäismyynnin edustaja