



SAVONIA

■ OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
MATKAILU-, RAVITSEMIS- JA TALOUSALA

VIINITASTINGIN TUOTTEIS- TAMINEN JA TOTEUTUS

TEKIJÄ: Olli Hirvi

Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala			
Koulutusohjelma Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma			
Työn tekijä(t) Olli Hirvi			
Työn nimi Viinitastingin tuotteistaminen ja toteutus			
Päiväys	30.05.2018	Sivumäärä/Liitteet	38 sivua + 1 liitesivu
Ohjaaja(t) Markku Haapakoski			
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t)			
<p>Tiivistelmä</p> <p>Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli rakentaa kokonaisuus viinitastingin toteuttamisesta ja tuotteistamisesta. Palvelun tuotteistaminen sisälsi suunnittelun, toteuttamisen, hinnoittelun ja arvioinnin. Opinnäytetyö toteutettiin toiminnallisena opinnäytetyönä ja sen tavoitteena oli rakentaa valmis mallipaketti viinitastingin toteuttamiseksi.</p> <p>Viinitastingin suunnitteluvaiheeseen kuului tärkeimpänä osana viinien teoriatietoon tutustuminen. Suunnitteluvaiheen myötä voitiin muodostaa kattava paketti viinitastingin pitämiseen vaadittavasta viinien perustiedosta. Tätä teoriapakettia voidaan jatkossa hyödyntää esimerkiksi viinitastingiin osallistuvan henkilökunnan kouluttamisessa. Lisäksi se tarjoaa monipuolista tietoa kuluttajille, jotka haluavat oppia uutta viinien maailmasta.</p> <p>Toiminnallinen osuus toteutettiin valkoviinitastingin avulla, johon osallistui 6 henkilöä. Osallistujat olivat aloittelijoita viinien maailmassa ja tasting räätälöitiin heidän tarpeisiinsa. Viinitastingissa pidettiin osallistujille luento-osuus viinin perustiedoista ja tuotannosta. Sen jälkeen pidettiin itse tasting-osuus, jossa tutustuttiin viiteen erilaiseen valkoviiniin tastingin järjestäjän johdolla. Tasting-tilaisuuden lopuksi kerättiin palaute, joka on koostettu tässä opinnäytetyössä.</p> <p>Opinnäytetyön tuloksena on toteutettu viinitastingin mallipaketti, joka on tuotteistettu markkinointia varten. Paketteja voidaan tuottaa lisää eri asiakkaiden erilaisiin tarpeisiin. Lisäksi opinnäytetyön avulla on voitu arvioida tasting-paketin suunnittelua ja toteutusta sen jatkokehittämistä varten.</p>			
Avainsanat			
Tasting, maistelu, viinit, tuotteistaminen, toiminnallinen opinnäytetyö			

Field of Study Tourism, Catering and Domestic Services			
Degree Programme Degree Programme in Hotel and Restaurant Management			
Author(s) Olli Hirvi			
Title of Thesis Productization and realization of wine tasting			
Date	30.05.2018	Pages/Appendices	38 + 1
Supervisor(s) Markku Haapakoski			
Client Organisation /Partners			
<p>Abstract</p> <p>The aim of this thesis was to build a entity of productization and realization of wine tasting. The productization of a service contained planning, realization, pricing and evaluation. This thesis was put into practice as a functional thesis and the aim of the thesis was to build a complete model package of a wine tasting.</p> <p>The main part of the planning phase contained of the theory of wine. Along the planning phase was conducted a comprehensive package of the theory of wine that was needed in order to set up a wine tasting. This thesis can also be used as a theory training for the possible staff in wine tastings. Also, it provides useful and versatile information for consumers who want to learn about wines.</p> <p>The functional part of the thesis was put into practice with a wine tasting for 6 people. The participants were novices in the wine world and the tasting was customised for their needs. At the beginning of the wine tasting there was an lecture of the basic wine knowledge and production of wine. After the lecture was the actual wine tasting where the participants tasted altogether 5 different white wines. After the tasting a feedback was collected from all of the participants. The feedback is compiled in this thesis.</p> <p>The result of the thesis is a model package of a wine tasting. The wine tasting is productized for the marketing. It is possible to add more wine tasting packages for the needs of the customers. Also, the planning and the realization of the wine tasting package is evaluated in this thesis.</p>			
Keywords			
Tasting, wine, productization, functional thesis			

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	5
2	MENETELMÄ	7
3	VIINITASTING-TILAISUUDEN JÄRJESTÄMINEN	9
3.1	Viinitasting-tilaisuuden suunnittelu	9
3.1.1	Tilaisuuden teema	10
3.1.2	Kohderyhmä	11
3.2	Viinitasting-tilaisuuden valmistelu	11
3.3	Viinitasting-tilaisuuden toteutus	14
4	TASTINGIN TUOTTEISTAMINEN JA HINNOITTELU	26
4.1	Tastingin tuotteistaminen	26
4.2	Tastingin hinnoittelu	28
5	OMAN TASTING-TILAISUUDEN JÄRJESTÄMINEN	30
6	POHDINTA	34
6.1	Validiteetti ja reliabiliteetti	35
	LÄHTEET	37
	LIITTEET (1 KPL)	

1 JOHDANTO

Viini on eniten kulutetuimpia alkoholijuomia useissa eri maailman maissa. Yhdysvalloissa viinin kulutus ja arvo ovat korkeimpia kaikista maista. (Pickering, Jain, Bezawada 2014.) Viinin historia juontaa juurensa noin 8000 vuoden taakse. Juoman tuhansien vuosien historia merkitsee myös viininmaistelun eli viinitastingin pitkää historiaa. (Grainger 2011, 1.) Thachin (2013) mukaan viini nähdään yhä enemmän juomana, jota nautitaan sosiaalisissa tilanteissa ja yhä vähemmän formaaleissa tilaisuuksissa. Viiniä nautitaan sekä ruoan kanssa että ilman.

Ihmisten alkoholin juomiskäyttäytymiseen vaikuttaa monenlaiset asiat, mutta esimerkiksi Moranin ja Saliban (2012) tutkimuksessa yleisin motiivi suosikkijuomalle oli maku. Jopa 86 % tutkimukseen osallistuneista oli vahvasti samaa mieltä tai samaa mieltä siitä, että maku oli tärkein syy alkoholijuoman nauttimiselle. Alle 25 % tutkimukseen osallistuneista (n=705) mainitsi positiiviseksi syyksi viinin nauttimiselle terveyssyyt. Viinin terveysvaikutuksista on tutkittu erityisesti antioksidanttien myönteistä vaikutusta ihmisen terveyteen. Tutkimuksessa todettiin myös, että terveyssyyt olivat harvoin yhteydessä ongelmajuomiseen. Hyvin usein alkoholin nauttimisen vähentämisen syynä olivat myös terveydelliset syyt. Muita syitä alkoholin, kuten viinin, nauttimiselle olivat hyvinvoinnin lisääminen eli parempi olo, selviytyminen kuten ahdistuksen vähentäminen, sosiaaliset syyt ja mukautuminen joukkoon.

Hienot viinit mielletään yhä osaksi ylempää sosiaaliluokkaa, mutta nykyaikana tämä käsitys on vanhentunut. Aiemmin hienot viinit ovat olleet usein kalliita, koska niiden tuottaminen on kallista muun muassa arvokkaan maan ja käsinpoiminnan vuoksi. Lisäksi viiniviljelmien hoito on ollut aikaa vievää ja vaatinut huolellisuutta. Nykyään viininkulutus on kuitenkin lisääntynyt merkittävästi uusissa maissa ja kuluttajaryhmissä. Kulutuksen nousun myötä myös viinitietoudelle on yhä enemmän kysyntää. Viinitietous kiinnostaa yhä suurempia joukkoja. Viinikerhoihin ei välttämättä vaadita kriteerejä jäsenyydelle, ja niiden suosio on noussut. Lisäksi viinien hinta on nykyään alhaisempi laajemman jakelun ja tehokkaamman tuotannon vuoksi. Myös kansainvälinen kilpailu on alentanut hintoja. Alhaisempien hintojen lisäksi viiniä on myös saatavilla yhä enenevässä määrin. (Burnham & Skilleås 2012, 2.) Nykypäivänä tarjolla on myös hyvin arvokkaita viinejä, joita kaikki kuluttajat eivät osta. Niitä kuitenkin ostetaan enemmänkin sijoituksena kuin käyttökohteena. (Burnham & Skilleås 2012, 2-3.)

Viinejä voidaan arvioida laboratoriotutkimuksilla sekä viinitastingeilla. Näistä ensimmäinen tarjoaa tarkkaa tietoa viinin kemiallisista ominaisuuksista, kun taas viinitastingit perustuvat enemmän subjektiivisiin kokemuksiin. (Grainger 2011, 1.) Viinitastingien taustalla on ajatus viinin arvostamisesta sosiaalisena tapahtumana. Viinien estetiikan arvostaminen pitää sisällään arviointia. Se ei vaadi asiantuntijuutta, vaan estetiikan arviointi kuuluu kaikille. Arvioinnin tarkoituksena on tarkastella viinin esteettisiä meriittejä tai puutteita. Näitä arvioita voidaan sitten vertailla tai niistä voidaan kiistellä. Arvioinnin tuottama keskustelu onkin olennainen osa viinin arvostamista. (Burnham & Skilleås 2012, 3.) Tätä ajatusta voidaan pitää tämän opinnäytetyön esittelemän viinitastingien perustana.

Viinien arvioinnin taustalla ovat vahvasti ihmisten yksilölliset mielipiteet ja usein sanotaankin, että mielipideasioista ei voi kiistellä. Viinien arvioinnissa arvioista voidaan kuitenkin keskustella, ja niitä voidaan opetella perustelevaan. Viinien maistelussa pitääkin arvostaa dialogia, jonka pohjalta omat arviot pääsevät vuorovaikutukseen muiden viininarvostajien mielipiteiden kanssa. (Burnham & Skilleås 2012, 4.)

Kiinnostukseni viinejä kohtaan on alkanut ammattikorkeakouluopintojen viinikursseilta. Innostavan opetuksen myötä tapahtuneet oivallukset ruokkivat kiinnostustani viinimaailmaan. Erityisen kiinnostavaksi koin viinin ja ruoan yhdistämisen, sillä sen opiskelu avasi minulle kokonaan uudenlaisen maailman viinien parissa. Viinien opiskelussa voi kehittyä jatkuvasti eikä taitoa voi koskaan täysin hallita. Minua on innostanut lisäksi itseni haastaminen ja jatkuva kehittäminen, jota nykyään pääsen tekemään työssäni viinien myynnin parissa.

Tämän työn tarkoituksena on luoda katsaus viinitastingien maailmaan. Viinin kulutuksen kasvaessa Suomessa (Tilastokeskus 2017). Maun ollessa tärkein syy alkoholijuomien nauttimiselle (Moran & Saliban 2012), voidaan viinien kasvava kulutus nähdä mahdollisena kiinnostuksen kasvamisena myös viinitastingeja kohtaan. Viinitastingien avulla voidaan asiantuntijan johdolla tehdä makumatka viinien maailmaan. Viinitastingien järjestäminen voidaan tuotteistaa kaupalliseksi palveluksi esimerkiksi yksityisille kuluttajille. Tämän työn tarkoituksena on luoda kehys viinitietouden teoriaosaamiselle ja viinitastingin tuotteistamiselle muodostaen kokonaisuus, jota voidaan pitää perustana esimerkiksi oman toiminimen perustamiselle. Viinitietous vaatii kuitenkin laajan asiantuntijuuden, jotta asiakkaille voidaan tarjota mahdollisimman kattavaa ja laadukasta tietoa viineistä ja niiden maistelusta. Tämä työ kattaakin ne perustiedot, jotka viinitastingien parissa työskentelevillä henkilöillä tulisi vähintään olla. Lisäksi se tarjoaa tietoa myös sellaisille henkilöille, joilla on yleistä kiinnostusta viinien maisteluun ja arviointiin.

2 MENETELMÄ

Toiminnallinen opinnäytetyö

Työn menetelmäksi on valittu toiminnallinen opinnäytetyö. Toiminnallinen opinnäytetyö tarkoittaa kehittämistyötä, jossa järjestetään esimerkiksi tapahtuma tai suunnitellaan liiketoimintasuunnitelma tai tuote. Toiminnallinen opinnäytetyö muodostuu yleensä kahdesta osasta: (1) kehitettävästä tuotteesta tai tapahtumasta ja (2) prosessia kuvailevasta kirjallisesta raportista. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on kehittää viinitasting-tilaisuus siihen liittyvän teorian pohjalta. Viinitasting-tilaisuuden suunnittelu- ja toteutusprosessin teoriaa on kuvailtu tämän kirjallisen raportin avulla. Teoriaosuuden lisäksi opinnäytetyön kirjallinen osuus rakentuu teorian pohjalta kehittelystä ja toteutetusta viinitasting-tilaisuudesta. (Liukko 2008; Hakala 2004.)

Toiminnallisen opinnäytetuotteen lopputuloksena on jokin konkreettinen tuote. Tässä opinnäytetyössä lopputuotteeksi muodostuu viinitasting-paketti. Viinitastingin tuotteistamista käsitellään myöhemmässä luvussa. Toiminnallisessa opinnäytetyössä tulee luoda tuotteesta kokonaisilme, josta ilmenee tavoitellut päämäärät. Tavoitteena on esimerkiksi muodostaa viinitastingin tietopaketit kohderyhmälle sopivaksi, kuten tarjota aloitteleville viininmaistajille sopivaa perustietoa viineistä ja niiden ominaisuuksista. (Vilka & Airaksinen 2003, 51.) Toiminnallisen opinnäytetyön avulla rakentuvaa lopullista tuotetta voidaan arvioida monipuolisesti sen kehittämiseksi edelleen. Tässä tapauksessa viinitasting kehittyy opinnäytetyön edetessä, mutta opinnäytetyön valmistuttua tuotteen kehittämistä voidaan edelleen jatkaa. Osana opinnäytetyötä onkin lopputuotteen ja sen kehittelyn kriittinen arviointi, joka mahdollistaa tuotteen jatkokehittämisen.

Toiminnallisilla opinnäytetöillä voi olla toimeksiantaja, esimerkiksi yritys. Tällä työllä ei ole yritystä toimeksiantajana, mutta opinnäytetyön tarkoituksena on laatia yleispätevä tuote, jota voidaan markkinoida erilaisille yrityksille. Näin ollen opinnäytetyölle ei ole annettu erityisiä, yrityksen vaatimuksiin perustuvia tavoitteita tai ohjeita.

Toiminnallisten opinnäytetöiden taustalla on usein tietopakettien rakentaminen, joissa on huomioitava lähdekritiikki (Vilka & Airaksinen 2003, 53). Tässä työssä on pyritty käyttämään mahdollisimman luotettavia lähteitä esimerkiksi viinien ominaisuuksien kuvauksista ja tastingien järjestämisestä. Luotettavuutta on lisätty esimerkiksi arvioimalla työhön valittujen viiniin liittyvän kirjallisuuden tekijöiden ammattitaidosta. Työssä on käytetty kansainvälisesti akkreditoitun viinikoulutuksen ja Wine & Spirits Trustin viinitietouden kirjaa. Nykyaikana tieto päivittyy hyvin nopeasti erityisesti internetissä. On siis tärkeää pyrkiä valitsemaan mahdollisimman ajankohtaista tietoa. Tähän opinnäytetyöhön on pyritty valitsemaan mahdollisimman ajankohtaista kirjallisuutta viineihin ja viinitastingeihin sekä tuotteistamiseen liittyen. On kuitenkin huomattava, että jotkin viineihin ja tastingeihin liittyvät säilyvät muuttumattomina huolimatta teknologioiden ja toimintatapojen kehittymisestä. (Vilka & Airaksinen 2003, 53.)

Toiminnallinen opinnäytetyö ei nojaudu juurikaan teoreettiseen tutkimukseen. Toiminnallisessa opinnäytetyössä ei ole siis välttämätöntä käyttää tutkimuksellisia menetelmiä, joskin tiedonkeruuta tehdään tutkimuskäytänteiden mukaisesti. Perustasoista tutkimusta voidaankin siis pitää selvityksen tekemisen ja tiedonhankinnan apuvälineenä. Tutkimuksen aineistoa ei tarvitse analysoida kuten tutkimuksellisissa opinnäytetyöissä. Opinnäytetyön luotettavuutta voidaan kuitenkin lisätä esimerkiksi hyödyntämällä asiantuntijoita tiedon arvioinnissa. Myös opinnäytetyön lähdeluettelo tulee tehdä huolellisesti tutkimuksen luotettavuuden lisäämiseksi. (Vilka & Airaksinen 2003, 56-58.)

Toiminnallisen opinnäytetyön tarkoituksena on kielellistää oma tuotteenkehitysprosessi raportiksi. Tämä opinnäytetyö rakentuu viinitastingin teoriaosion perusteella rakennetaan oma pilottina toimiva viinitasting. Sen lisäksi opinnäytetyössä tarkastellaan palvelun tuotteistamista ja hinnoittelua viinitasting-pilotin kautta. (Vilka & Airaksinen 2003, 65.)

3 VIINITASTING-TILAISUUDEN JÄRJESTÄMINEN

Viinitastingiin ei ole kehittynyt universaalia menetelmää, jonka kaikki hyväksyisivät. Kokeneimmat viininmaistajat ovat kehittäneet omia menetelmiään, joita he seuraavat tastingeissaan. Tällaiset viinitastingit voivat kuitenkin olla liian yksityiskohtaisia vähemmän kokeneille viininmaistajille. Kriittisessä tastingissa vertaillaan yhtä tai useampaa viiniä tiettyyn teoreettiseen standardiin. Sen sijaan esimerkiksi illalliskutsuilla viiniä on tarkoitus nauttia ruuan kanssa virvokkeena. Kokeneiden viininmaistajien kriittinen viinin arviointi ei sovellu illallispöytään, sillä illalliseen kuuluvat ruoan maut ja keskustelut häiritsevät viinin analysointiin vaadittavaa keskittymistä. (Jackson 2002, 1.)

Erityisen tärkeää viinitastingeissa ja viinien arvioinnissa on muiden mielipiteet. Kokemusten jakamisen avulla viinitastingista muotoutuu myös sosiaalinen tapahtuma osallistujille. (Burnham & Skilleås 2012) Tilaisuuden sosiaalinen luonne asettaa vaatimuksensa myös viinitastingin pitäjälle. Hänellä tulisi olla taitoa luoda tilaisuudesta rento ja hauska tilaisuus, jossa jokaisen mielipidettä arvostetaan yhtäläisesti kokeneisuuteen katsomatta.

Mikään viininmaistelun tekniikka ei ole ideaali kaikille. Viinitastingien määrätyllä rakenteella on kuitenkin merkitystä viinin maistajille. Tietyllä tavalla toteutettu tasting tuo maksimaalisesti esiin viinin aromit, jotka levittäytyvät suuhun ja nenäonteloihin. (Burnham & Skilleås 2012, 19.) Tässä opinnäytetyössä hyödynnetään Jacksonin (2002) esittelemää viininmaistelun tekniikkaa, joka esitellään työssä myöhemmin. Jacksonin (2002, 1) mukaan viininmaistajan tärkeimpiä piirteitä ovat halu, kiinnostus ja kyky keskittää huomio viinin ominaisuuksiin.

3.1 Viinitasting-tilaisuuden suunnittelu

Ennen viinitastingin järjestämistä tulee suunnitella tilaisuuden järjestämistä vaativat hankinnat ja valmistelu. Näitä ovat esimerkiksi henkilökunnan palkkaaminen, tilan hankinta, tarvikkeiden ja viinien hankinta, tilan valmistelu ja viinin valmistelu.

Tilan hankinta voi tapahtua esimerkiksi palvelun ostajan kautta, mikäli esimerkiksi työyhteisö haluaa järjestää työpaikkansa tiloissa viinitasting-tilaisuuden. Tilojen hankinta voidaan tarjota myös palvelun ostajalle, jolloin tastingin järjestäjällä tulisi olla tiedossa tilaisuuteen sopivia tiloja, joita voidaan vuokrata käyttötarkoitukseen. Näitä voivat olla esimerkiksi ravintolan tilat, jolloin ravintolan kanssa voidaan tehdä yhteistyötä viinitastingin järjestämisessä.

Tilaisuutta varten voidaan palkata ulkopuolisia työntekijöitä esimerkiksi tarjoilutyöhön. Ulkopuolisen henkilökunnan palkkaaminen riippuu tilaisuuden henkilömäärästä. Tilaisuuden sujumuuden vuoksi tulisi kuitenkin arvioida henkilökunnan tarve, jotta voidaan välttää tarpeeton odottelu viinejä tarjoillessa. Ulkopuolista henkilökuntaa voidaan tarvittaessa palkata esimerkiksi henkilöstövuokrausyrityksiltä.

Tärkeimpänä tekijänä viinin valinnalle ja hankinnalle on sen maku (Pickering, Jain, Bezawada 2014). Viinien valinnan apuna voi käyttää esimerkiksi viininarvostelukirjoja, kuten Viinistä viiniin (Berglund & Rinta-Huomo 2016) ja Alkon nettisivuja.

Tastingiin valitaan viinejä erilaisten ominaisuuksien perusteella. Tastingit rakennetaan usein jonkun teeman ympärille. Näitä ovat esimerkiksi tietyn maan viinit, maailmanympärimatka viinien maailmassa tai tietyn rypäleen ympärille. Jos keskitytään pelkästään puna- tai valkoviineihin, tutustutaan yleismaallisesti niiden erilaisiin ominaisuuksiin. Ei ole mielekäästä vertailla satunnaisia viinejä keskenään. Vertailun tulisi perustua havaittaviin eroihin. Esimerksi jälkiruokaviinien kohdalla voidaan keskittyä tarkastelemaan millaisia erilaisia makeita viinejä löytyy. Viineistä voidaan vertailla myös esimerkiksi maaperän vaikutusta viinin makuun. Myös vuosikertoja voidaan vertailla.

Tilaisuutta suunniteltaessa tulee huomioida myös jälkityöt. Viinitasting-tilaisuuden järjestäjän tulisi hoitaa tilaisuuden jälkeen omien tavaroiden poisvienti. Tastingiin tarkoitetun tilan siivoustyöt tulee sopia erikseen, mikäli kyseessä on esimerkiksi ravintola tai palvelun ostajan oma tila.

3.1.1 Tilaisuuden teema

Viinitasting voidaan rakentaa myös teeman ympärille. Esimerkiksi asiakas voi toivoa tietynlaista teemaa, mutta myös valmiita paketteja voidaan tarjota teemoiteltuina. Teemoja voi olla esimerkiksi tietynlaisen ruoan, kuten juuston tai suklaan, yhdistäminen viiniin. Lisäksi voidaan tehdä maakohtaisia teematilaisuuksia, joissa tutustutaan esimerkiksi italialaisiin viineihin tai espanjalaiseen keittiöön, eli viinin ja ruoan, yhdistelmiin.

Pelkästään viinin ympärille rakentuvia teematastingeja voivat olla rypäleen maailmanympärimatka, vertical tasting, sokkotastingit tai klassinen uuden maailman ja vanhan maailman vertailutasting. Rypäleen maailmanympärimatkassa tutustutaan viineihin ja niiden tuotantomenetelmiin eri puolilla maailmaa. Vertical tastingissa tarkastellaan saman viinin tai saman alueen eri vuosikertoja. Sokkotastingeja voidaan järjestää täysin sokkona, jolloin viinejä maistellaan pelkästään hajun ja maun perusteella täysin tummista lasseista, kun taas semisokkona maistelussa voidaan huomioida myös viinin väri. Uutta ja vanhaa maailmaa vertailtaessa päästään tarkastelemaan eroja perinteisten viinivalmistusmaiden ja sekä uusien viinivalmistusmaiden välillä.

Teemoiteltujen tastingien järjestäminen on luonnollisesti työteliäämpää kuin vain viiniin keskittyvät tastingit, sillä viinien lisäksi tilaisuuteen tulee järjestää esimerkiksi ruokatarjoilu. Tastingeja voidaan kuitenkin tehdä yhteistyössä esimerkiksi ravintolan kanssa, jolloin ravintola voi tarjoilla ruoan ja viinin, mutta viinitastingin pitäjä tulee asiantuntijana pitämään tasting-osuuden.

3.1.2 Kohderyhmä

Viinitastingeja voidaan järjestää aloitteleville tai edistyneemmille viininmaistelijoille. Aiemmallalla kokemuksella ei ole väliä, sillä tasting-tilaisuudet voidaan aina räätälöidä osallistujien toiveiden mukaiseksi. Jos joukossa on sekä aloittelijoita että edistyneempiä, tulisi tilaisuuden edetä aloittelevien viininmaistajien ehdoilla, jotta maistelusta saadaan mahdollisimman paljon irti. Edistyneempiä maistelijoita voidaan pyrkiä huomioimaan tilaisuudessa muuten, esimerkiksi tarjoamalla pisteytyslomakkeita tai huomioimalla heidän kokeneisuuttaan viineistä. Lisäksi suomalaisen lainsäädännön mukaisesti osallistujien tulee aina olla 18 vuotta täyttäneitä.

Viinitastingit vaativat osallistujaltaan jonkinlaista tietämystä ja kompetenssia viineistä. Kompetenssi kuitenkin riippuu pitkälti siitä, mitä viinitastingilta tavoitellaan. Jos osallistujien on tarkoitus tutustua viineihin aloittelijoina, on vaadittava kompetenssi huomattavasti alhaisempi kuin edistyneemmillä viininmaistelijoilla.

Burnhamin ja Skilleåsin (2012, 13) mukaan viineistä tulisi tietää jonkinlaista perustietoa. Tietyille viineille on olemassa spesifit, halutut laatuominaisuudet, jotka olisi hyvä tietää. Ilman perustietoja voi viininmaistajan arviot olla pinnallisia ja naiiveja. Perustietämyksellä viineistä voidaan syventää viinitastingin osallistujan arvioita viineistä. Näin ollen myös osallistuja saa enemmän irti tastingista. Osa viineihin liittyvästä tiedosta voidaan lukea kirjallisuudesta, mutta toinen puoli kompetenssia on käytännön osaaminen. Käytännön osaaminen tarkoittaa taitoa tunnistaa ja erotella viinien eri elementtejä. Viinien maistelu ei kuitenkaan vaadi erityisen tarkkaa tai poikkeuksellista haju- tai maku-aistia (Jackson 2012).

Viinien maistelun tietämyksen pohjaa voidaan verrata esimerkiksi taidemaalauksen arviointiin. Ilman mitään pohjatietoja taidemaalauksen aikakauden ominaisuuksista ja vaatimuksista, on hyvin vaikeaa arvioida muuta kuin maalauksen esteettistä ulkonäköä omaan silmään. (Burnham & Skilleå 2012, 14.)

3.2 Viinitasting-tilaisuuden valmistelu

Viinitasting-tilaisuutta varten tulisi valmistella tilan lisäksi tarvikkeet. Tarvikkeita ovat esimerkiksi viinilasit, vesilasit ja -kannut, sylkykupit sekä mahdolliset syötävät makupaletin neutralisointiin. Neutralisointiin voidaan käyttää esimerkiksi vaaleaa leipää, varsiselleriä tai tuorekurkkua. Tilan valmistelu riippuu erityisesti tasting-tilaisuuden luonteesta ja valitusta tilasta.

Tarvikkeiden ja viinien hankinta

Suurinta osaa viineistä suositellaan maistettavaksi kirkkaissa, tulppaanin muotoisissa jalallisissa lasseissa. Suurin poikkeus tähän ovat kuohuviinit, joita tulisi maistella kuohuviinilaseissa. Kuohuviinilaseissa voidaan havainnoida paremmin viinin kuplivuutta. (Jackson 2002, 1.)

Kaikki viinitastingissa käytetyt viinilasit tulisi olla identtisesti samanlaisia. Useimmiten käytetään ISO-viinilaseja (kuva 1), jotka ovat erityisen kirkkaita ja kestäviä. Niiden korkeus on 155 millimetriä, lasin leveys 65 millimetriä ja reunuksen läpimitta 46 millimetriä. Lasin tilavuus on 21,5 senttilitraa. (WSET 2011; Wineware 2017.) Lasien täyttöaste tulisi olla noin yhdestä neljäsosasta yhteen kolmasosaan. Näin kaikkia viinejä voidaan arvioida samanlaisissa olosuhteissa. Noin 30-50 millilitraa on riittävä määrä suurimpaan osaan arvioista. Nestettä tulee olla riittävän vähän, jotta viiniä voidaan tarkastella tarpeeksi jyrkästä kulmasta tai sekoittaa reippaasti. Jyrkän kulman avulla voidaan tarkastella viinin väriä ja kirkkautta. (Jackson 2002, 1-3.)



Kuva 1. Tyypillinen ISO-viinitastinglasi, jota pidetään standardoituna viinitastingien viinilasina (Wineware 2017).

Viinit voidaan hankkia Alkon myymälöistä tai verkkotilauksena. Ennen viinien hankintaa tulee kuitenkin huolella arvioida viinien menekki, jotta voidaan välttää hukkaa viinitastingin. Viinien menekki voidaan laskea hyvin tarkasti, kun tiedossa on viinitastingiin osallistuvien henkilöiden määrä. Tilausmäärissä huomioitava on kuitenkin mahdolliset viinivirheet ja mittavirheet. Jokaista maistettavaa viiniä voidaan mitata osallistujaa kohden esimerkiksi 4 senttilitraa. Näin ollen esimerkiksi kymmenelle hengelle suunniteltu viinitasting vaatii yhtä viiniä 40 senttilitraa. Viiniä tulisi kuitenkin varata hiukan enemmän mikäli esimerkiksi tarjoilussa sattuu mittavirheitä tai viiniä läikytetään. Lisäksi osallistujat voivat haluta maistaa viiniä vielä uudestaan esimerkiksi toiseen viiniin verratessaan.

Viinin valmistelu

Yleensä valkoviini ja roséviini tarjoillaan viileinä ja punaviinit huoneenlämpöisinä. Tastingissa on kuitenkin syytä noudattaa tarkempaa lämpötilataulukkoa kuten alempana taulukossa (1) esitellään.

Taulukko 1. Viinien tarjoilulämpötiloja Berglundia & Rinta-Huumoa (2016) mukaillen.

Lämpötila	Viini
18 °C	Laadukkaat punaiset Bordeaux't, pohjoinen Rhône, Barolo, Toscana, vuosikertaportviinit
17 °C	Riojan reservat, laadukkaat Bourgognen viinit
16 °C	Australian ja Kalifornian laadukkaat punaviinit, tavalliset Bordeaux't
15 °C	Punainen Côtes-du-Rhône, Châteauneuf-du-Pape, Chianti
14 °C	Beaujolais, Etelä-Ranskan punaviinit, Valpolicella, Chinon
13 °C	Hienoimmat valkoiset Bourgognen viinit, makeat sherryt, madeirat, tawny- ja ruby-portviinit
12 °C	Amontillado-sherryt
11 °C	Valkoiset Bourgognen viinit, Bordeaux't, kuivat saksalaiset, kuiva rosee
10 °C	Sancerre, Pouilly Fumé, saksalainen Kabinett, Alsacen kuivat viinit, sauvignon blancit, chardonnayt
9 °C	Soave, Orvieto, Frascati, Gavi, Muscadet, puolimakea rosee
8 °C	Samppanja, fino-sherry, Spätleset, Ausleset
7 °C	Vinho verde
6 °C	Sauternes, muut kuohuviinit kuin samppanjat

Viinistä irtoaa sitä enemmän aromeita, mitä lämpimämpää se on – tiettyyn rajaan asti. Liian lämpimänä punaviini alkaa muuttua etikaksi. Esimerkiksi valko- ja roséviinejä halutaan kuitenkin usein nauttia viileinä. Viinin vartalo vaikuttaa siihen, kuinka sitä voidaan jäähdyttää. Mitä kevyempi viini on kyseessä, sitä paremmin se kestää jäähdyttämistä. Osa viineistä, valkoviineistäkin, saattaa kuitenkin mennä jopa pilalle liiasta jäähdyttämisestä. Toisaalta jos viini on huono, se kannattaa jäähdyttää kylmäksi epämiellyttävän maun peittämiseksi. (Robinson 2000, 65-67.)

Tilan valmistelu

Viinitastingiin tarkoitettu tila voidaan somistaa tilaisuuden teeman tai hengen mukaisesti. Koristeluja ei kuitenkaan välttämättä tarvita, sillä tilaisuuden keskipisteenä ovat viinit ja niiden ominaisuudet. Tilasta olisi hyvä löytyä kuitenkin valkeita pintoja, joita vasten viinien värejä voidaan tarkastella. Ihanteellisessa tasting-ympäristössä on luonnollinen valaistus eikä siellä saisi olla ylimääräisiä tuoksuja. Luonnollinen valaistus auttaa tarkastelemaan viinin värivivahteita mahdollisimman tarkasti. (WSET 2011.)

Pöydät tulisi asetella siten, että osallistujat voivat luontevasti seurata tapahtuman järjestäjää sekä keskustella toistensa kanssa. Vapaa keskustelu voi auttaa rentouttamaan tilaisuutta ja mahdollistaa erilaisten kokemusten jakamisen. Lisäksi pöytien järjestelyssä voidaan huomioida tarjoilun sujuvuus. Viinilasit voidaan asetella pöytiin valmiiksi tai sitten uudet lasit tuodaan uuden viinin myötä. Myös samoja viinilaseja on mahdollista käyttää koko tilaisuuden ajan, mutta niiden huuhtelemiselle tulisi varata mahdollisuus. Pöydissä tulisi olla osallistujille sylkykupit viinin poissylyksemistä varten (WSET 2011).

Osallistujille tulisi varata mahdollisuus muistiinpanojen tekemiselle. Muistiinpanoja varten voidaan antaa esimerkiksi valmiit tasting-taulukot, joihin voidaan pisteyttää viinien tiettyjä ominaisuuksia. Muistiinpanoja varten voi olla myös tyhjää paperia, jolloin osallistujat voivat tehdä muistiinpanoja hyvin vapaasti. Myös viineistä voi olla teoreettista tietoa paperisena, ja se voidaan jakaa osallistujille tilaisuuden aikana.

Viinitastingin tila tulisi järjestää siten, ettei siellä ole voimakkaita tuoksuja, jotka häiritsevät viinin maistamista. Tastingiin osallistuvien ihmisten tulisi myös välttää voimakkaiden hajusteiden, kuten hajuvesien, käyttöä tilaisuudessa. Myös tupakointia tulisi välttää tasting-tilaisuudessa. Voimakkaita tuoksuja tai makuja sekä tupakointia tulisi välttää noin kaksi tuntia ennen tilaisuutta. Vaikka tuoksuja pyritään välttämään, tiloissa voi esiintyä silti erilaisia tuoksuja. Ihmisen nenä kuitenkin adaptoituu tuoksuihin nopeasti, eivätkä ne estä onnistunutta viinitastingia. (Robinson 2000, 59-60.)

Ennen viinitastingia ei kannata syödä voimakkaan makuisia pastilleja, purkkaa tai pestä hampaita. Ei myöskään kannata syödä sellaista ruokaa, jossa on voimakkaasti samaa perusmakua (mm. makeus, hapokkuus, tanniinisuus) kuin maisteltavissa viineissä. Näitä ovat esimerkiksi tee ja suklaa. (Robinson 2000, 62.) Viinin maistelun lomassa voidaan tarjoilla kuivia alkupalakeksejä, jotka auttavat maisteluprosessissa. Näiden keksien tarkoituksena on neutraloida makua esimerkiksi siirryttäessä seuraavaan maisteltavaan viiniin. (Robinson 2000, 60, 62.)

3.3 Viinitasting-tilaisuuden toteutus

Viinitastingin tärkein sisältö on luonnollisesti viinin arviointi. Tässä alaluvussa esitellään viinin arvioitavia ominaisuuksia, joita viinitastingeissa tulisi tarkastella. Arvioinnin tukena tulisi olla ammattitaitoinen viinitastingin pitäjä, joka osaa auttaa erityisesti aloittelijoita tunnistamaan ja tarkastelemaan arvioitavia ominaisuuksia. Tärkeää on kuitenkin olla antamatta ns. valmiita vastauksia, sillä viinien arviointi on aina loppujen lopuksi subjektiivinen kokemus.

Tilaisuuden kulku tulisi olla hyvän suunnittelun myötä sujuva vailla turhaa odottelua. Tastingin ilmapöydän tulisi olla rauhallinen ja miellyttävä kaikille osallistujille, jotta arviointia voidaan tehdä rauhassa. Myös tässä viinitastingin pitäjällä on merkittävä rooli, jotta keskustelua saadaan ylläpidettyä tastingin

aikana. Tärkeä osa tastingia on kokemusten ja ajatusten jakaminen sekä niiden keskusteluttaminen. Avainroolissa keskustelun synnyttämiseksi on tastingin pitäjä.

Viinitastingin kulku

Viinitasting-tilaisuus voidaan aloittaa teoriaosuudella, jossa keskityään maistelussa oleviin viineihin tai viineihin ylipäätään. Teoriaosuus voidaan toteuttaa esimerkiksi luentona, jolloin tastingin pitäjä kertoo perusteoriaa viinin historiasta, valmistuksesta ja tuottamisesta. Teoriaosuus tulisi aina suunnitella asiakkaalle soveltuvaksi. Esimerkiksi edistyneelle ryhmälle perustietojen kertaaminen ei välttämättä ole tarpeen. Sen sijaan aloittelijat voivat kaivata hyvinkin perustavanlaatuaista tietoa viineistä. Teoriaosuus voidaan pitää tai jatkaa luontevasti myös viininmaistelun ohella, kun odotellaan esimerkiksi seuraavaa maisteltavaa viiniä tai neutraloidaan makuaistia.

Viiniä maisteltaessa kiinnitetään huomiota viinin ulkonäköön, tuoksuun sekä makuun. Edellä mainituissa ominaisuuksissa on huomattavia eroja esimerkiksi viinin iän perusteella. Jo pelkästään tuoksua kutsutaan eri termein, sillä ero niissä on huomattava. Nuoren viinin yksinkertaista tuoksua kutsutaan aromiksi, kun taas kehittyneen viinin monenkirjavaa tuoksua kutsutaan bukeeksi. (Robinson 2000, 35.)

Tässä työssä esitellyn viinitastingin kulku perustuu Jaksonin (2002, kuvio 1) kulkukaavioon viinin maistelusta. Viinejä arvioitaessa on suositeltavaa kirjata muistiinpanoja mahdollisimman kattavasti maistelun eri vaiheista. Jokaiselle osallistujalle tulisi jakaa asianmukaiset muistiinpanovälineet ja mahdollinen pisteytyslomake. Näin viinien välinen vertailu onnistuu parhaiten, kun tiedot on kirjattu ylös.

ULKONÄKÖ

1. Tarkastele jokaista näytettä 30 ja 45 asteen kulmassa vaaleaa taustaa vasten
2. Kiinnitä huomiota erikseen viinin läpinäkyvyyteen tai sakkaisuuteen/kirkkauteen, väriin ja sen intensiivisyyteen ja syvyyteen, viskositeettiin ja kuohuviinien kuplivuuteen

TUOKSU LASISSA

1. Haista jokaista viiniä ennen pyöritystä
2. Arvioi tuoksun luonnetta ja intensiteettiä
3. Pyöräytä lasia voimistaaksesi aromien irtoamista viinistä
4. Haista viiniä, ensin lasin reunalta ja sitten keskemältä lasia
5. Arvioi ja merkitse jälleen tuoksun luonnetta ja intensiteettiä

TUNTEMUKSET SUUSSA**Maku ja suutuntuma:**

1. Ota pieni annos viiniä suuhun
2. Kuljeta viiniä suussa, jotta se peittää kaikki kielen, poskien ja suulaen pinnat
3. Tarkastele, missä osissa suuta eri maut tulevat esiin, milloin havaitset ne ensimmäisen kerran, kuan ne kestävät ja kuinka niiden intensiteetti muuttuu
4. Keskity suutuntumaan karvouden, pistelevyyden, viinin vartalon, lämpötilan ja "lämmön" osalta
5. Merkitse havaintosi ja se, kuinka ne yhdistyvät toisiinsa

**Tuoksu:**

1. Huomioi viinin tuoksu suun lämpimämmässä lämpötilassa
2. Aspiroi eli ime viiniä ottamalla ilmaa viinin läpi, jotta siitä irtoaa aromeja
3. Keskity tuoksun luonteeseen, kehitykseen ja keston ja merkitse ylös erot suutuntuman sekä lasista tehdyn arvion välillä

Jälkituoksu:

1. Vedä viinin läpi aspiroitua ilmaa keuhkoiksi noin 15-30 sekunniksi
2. Nielaise viini tai sylje se astiaan
3. Uloshengitä höyry nenän kautta
4. Näin havaittuja tuoksuja kutsutaan jälkituoksuksi, ne kuitenkin havaitaan yleensä vain hienoimmista ja aromaattisimmista viineistä

LOPETUS

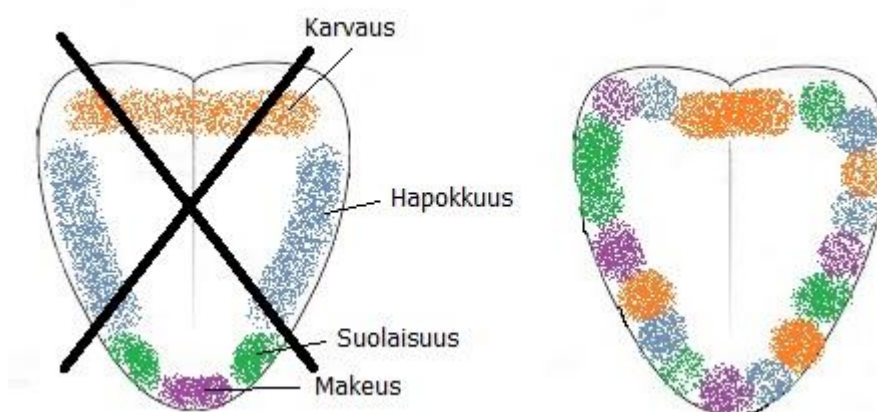
1. Keskity hajuaistin ja makuaistin tuntemuksiin, jotka viipyvät suussa
2. Vertaa näitä tuntemuksia aiemmin havaittuihin
3. Huomioi niiden luonne ja kesto
4. Toista sama seuraavalle viiniäytteelle

LOPULLINEN KOKONAI SARVIO VIINEISTÄ

1. Arvioi uudelleen viinien aromaattiset tuntemukset, ihanteellisesti useamman kerran yli puolen tunnin ajan
2. Tarkastele jokaisen viininäytteen kesto ja intensiteetin sekä laadun kehitystä

Kuvion 1 mukaisesti viinitastingissa tarkastellaan ensimmäisenä valitun viininäytteen ulkonäköä. Ulkonäköä tarkasteltaessa vaaleaksi taustaksi sopii esimerkiksi valkoinen seinä tai erillinen valkoinen paperi, jota voidaan pitää viinilasin takana. Seuraavaksi siirrytään viinin tuoksun tarkasteluun viinilassissa. Lasin muoto mahdollistaa viinin aromin ihanteellisen haistamisen ensin lasin reunalta ja sitten keskiosista. Aromien irrottamiseksi lasia tulisi pyöräyttää. Pyöräyttämisen tekniikka tulisi opastaa viinitastingissa, jotta se tehdään oikeaoppisesti.

Kun viinin tuoksua on arvioitu tarpeeksi, siirrytään maistamaan viiniä. Viinin maistamiseksi otetaan riittävä määrä viiniä suuhun, jotta nestettä riittää suun eri pinnoille. Aiemman käsityksen mukaan eri makuaistimukset syntyvät eri osissa kieltä. Nykytietämyksen mukaan makureseptoreita sijaitsee ympäri kieltä (Haapakoski 2018, kuvio 2). Suussa maistamisen lisäksi tapahtuu yhä myös tuoksun arviointia. Myös tässä vaiheessa muistiinpanojen merkitseminen on oleellista. Huomattavaa on se, että viinien maistelussa ei ole tarpeellista niellä viiniä, vaan se voidaan sylkäistä sylkyastiaan. Jokaiselle osallistujalle tulisivin varata sylkyastia. Viininmaistelu ei kärsi viinin poissylykemisestä, sillä maku ja tuoksu koetaan pelkästään suussa ja nenässä.



Kuvio 2. Kielen eri makualueet vanhan ja uuden käsityksen mukaisesti (mukaillen Haapakoski 2018).

Viiniä tulisi arvioida vielä senkin jälkeen, kun se on nieltä tai sylkäisty pois. Suun tuntemukset voivat viipyillä vielä pitkään, ja niiden kestoa ja luonnetta tulisi myös arvioida osana maistelua. Kun arviointia ja muistiinpanoja on tehty riittävästi, voidaan siirtyä seuraavaan viininäytteeseen ja toistaa edellä esitelty maistelun kulkukaavio.

Maistelussa on tärkeää kiinnittää huomio siihen, että maku aistitaan sekä nenällä että suulla. Aivoille makuviesti voi aiheutua joko aineen koskettaessa kieltä tai suun sisäpintaa tai haihtumalla, jolloin ainetta haihtuu tyypillisesti nenään. Näin ollen maistaminen ja haistaminen ovat hyvin kiinteästi yhteydessä toisiinsa. Esimerkiksi viiniä nauttiessa siitä haihtuu helposti kaasuja, joten sitä tulisi aina myös haistaa makunautinnon lisäämiseksi. (Robinson 2000, 13-14.)

Tasting-osuuden loppuessa voidaan jatkaa vapaata seurustelua ja keskustelua viineistä. Usein ajatuksia voi herätä myös tastingin loputtua ja osallistujia tulisivin kannustaa vapaaseen keskusteluun. Lisäksi tasting on voinut herättää kysymyksiä, joiden vastaamiseen tastingin pitäjän tulisi varata riit-

tävästi aikaa. Tilaisuudesta kannattaa pyytää myös palautetta. Osallistujilta voidaan pyytää palautetta tilaisuuden päätteeksi esimerkiksi suullisesti tai kirjallisesti, mutta palautetta voidaan antaa esimerkiksi järjestäjän internet-sivujen kautta jälkikäteen. Palautteen avulla pyritään kehittämään viinistangeja paremmiksi ja toimivimmiksi kokonaisuuksiksi. Lisäksi ne antavat järjestäjälle arvokasta tietoa hänen omasta ammattitaidostaan.

Osallistujien poistumisen jälkeen varattu tila tulee siivota. Mikäli tapahtuma on järjestetty ravintolassa, voi lopputyöt kuulua ravintolan vastuulle. Vastuu lopputöistä tulee kuitenkin aina sopia erikseen, jotta vältetään ikäviltä yllätyksiltä.

Viinin arviointi

Viininmaistelussa ei tarvita erityisiä maistamisen taitoja tai ominaisuuksia, sillä keskimäärin aikuinen ihminen maistaa noin 1000 eri makua (Robinson 2000, 9). Makusilmuja kielessä on keskimäärin noin 1600. Makuasteissa voi kuitenkin olla eroja, syynä voi olla erityinen herkkyys tai harjoittelu. (Tuorila, Parkkinen & Tolonen 2008, 43.) Viineistä voidaan tunnistaa perusmakuja.

Hajuaistimus syntyy hengitysilman kautta ortonasaalina hajuna ja suun kautta pureskeltaessa ja nieltäessä retronasaalina hajuna. Arkisesti näistä ortonasaalinen haju koetaan hajuna ja retronasaalinen haju makuna. Kun ruokaa tai juomaa pureskellaan ja niellään, siitä irtoaa haihtuvia yhdisteitä, jotka nousevat nielemisen aikana nenänielun kautta nenän hajuepiteelille. Samassa paikassa aistitaan myös ortonasaalinen haju. (Tuorila, Parkkinen & Tolonen 2008, 29-30.)

Perusmakuja ovat makea, suolainen, hapan, karvas ja umami. Makeus on ominainen erityisesti sokereille ja sokerialkoholeille, kuten sakkaroosille, fruktoosille, sorbitolille ja ksylitolille. Eri sokerien suhteellinen makeus suhteutettuna sakkaroosiin vaihtelee. (Tuorila, Parkkinen & Tolonen 2008, 46.) Makeuden alkuperä voi olla sokerin lisäksi myös muun muassa juureksista, hillukkeista, hyytelöistä, kermasta tai hunajasta. Ruoassa oleva makeus saa viinin maistumaan hapokkaammalta kuivattamalla sen makua. Usein makean ruoan pariin valitaan hedelmäinen viini. (Karmavuo & Lihtonen 2005, 55.)

Suolaisuus on natriumkloridin eli ruokasuolan tyypillinen maku. Suolaisuutta esiintyy myös muissa natriumsuoloissa, kaliumkloridissa ja ammoniumkloridissa. Ruoassa suolattomuutta kuvaillaan usein ”pahviseksi” ja suolaa käytetään usein osana ruokaa. Maun lisäksi suola vaikuttaa myös ruoan rakenteeseen ja säilyvyyteen. (Tuorila, Parkkinen & Tolonen 2008, 47-48.) Suolaisuutta voidaan pehmittää makeudella ja viiniksi voidaankin valita runsaan hedelmäinen, kuiva puna-, valko- tai roseviini tai makea jälkiruokaviini. Toisaalta voidaan valita myös hapokkaita, kuivia valkoviinejä tai hapokkaita, kevyitä punaviinejä. Viinin tanniinit auttavat keventämään ruoan suolaisuutta. (Karmavuo & Lihtonen 2005, 55-56.)

Happamuus johtuu vetyionista orgaanisissa hapoissa. Luonnon hapoilla on myös omat flavorinsa. Elintarvikkeet ovat usein happamia, mutta niiden hapanta makua voi peittää sokerin aikaansaama

makeus. Hedelmissä ja marjoissa on luonnostaan erilaisia happoja, kuten sitruunahappoa ja omenahappoa. (Tuorila, Parkkinen & Tolonen 2008, 49.) Happamien ruokien kanssa voidaan suositella tarjottavaksi hapokasta viiniä, jotta ruoan happamuus tai hapokkuus ei latistaisi viinin hapokkuutta liiaksi. Happamuutta aiheuttavat marjat ja sitrushedelmät. (Karmavuo & Lihtonen 2005, 56.)

Karvaus on maku, jota löytyy paljon kasvikunnan tuotteista. Näitä ovat esimerkiksi greipin naringiini, vihreiden tomaattien tomatiini ja perunan solaniini. Karvaus johtuu kasvien puolustusjärjestelmästä. Karvaus on monien juomien ominainen maku. Karvautta voidaankin löytää esimerkiksi kahvista, kaakaosta, oluesta ja yrtiliikööristä. (Tuorila, Parkkinen & Tolonen 2008, 49-50.) Lisäksi sitä on vihreässä paprikassa, retiisissä, sellerissä ja kaaleissa. Karvautta voidaan pehmentää hapokkuudella ja suolaisella. (Karmavuo & Lihtonen 2005, 57.)

Umami tunnetaan usein aasialaisesta keittiöstä. Suomeksi umami voidaan kääntää tarkoittavaksi ”ruokaisaa”, ”lihaliemimäinen” ja ”ruokahalua herättävää”. Umamin maun saavat aikaan glutamaatit ja ribonukeotidit. Glutamaatteja löytyy erityisesti lihasta, juustosta ja kalasta. Glutamaatteja voidaan käyttää arominvahventeina natriumglutamaatin tapaan. (Tuorila, Parkkinen & Tolonen 2008, 50.) Umami on haasteellinen maku viinien kanssa, sillä se korostaa viinin voimakkuutta ja punaviinien tanniineja. Umamia kannattaa ruoassa pehmentää rasvaisuudella, suolaisuudella ja hapokkuudella, jotta se punaviinin voimakkuus ei korostu liiaksi vaan tuntuu pehmeämmältä. (Karmavuo & Lihtonen 2005, 58.)

Viinin makuun vaikuttavat useat eri tekijät. Perusmakujen lisäksi viineistä voidaan tunnistaa erilaisia aromeja eli flavoreita. Karmavuon ja Lihtosen (2005) mukaan ne ovat makuaistin ja hajuaistin muodostamia aistimuksia. Aromit ovatkin tuoksuja eivätkä makuja. Eri aromeja on tarkemmin esitelty aromiympyrässä (liite 1). Viinin makuun vaikuttaa erityisen paljon rypälelajike. Rypälelajikkeita, joita voidaan käyttää viinin viljelyyn, on noin kolmetuhatta. Näistä kuluttajille suunnattuja klassisia lajikkeita on noin kuusikymmentä. Jokaisella rypälelajikkeella on yksilölliset ominaisuutensa, jotka tuovat viiniin omanlaisensa maun.

Makuun vaikuttaa myös viinin varastointi. Usein kuullaankin sanottavan, että viini paranee vanhetessaan. Vaikka se ei pidä paikkansa kaikkien viinien kohdalla, on sanonnassa totuuden siemen. Kypsyttämällä viiniä sen makua saadaan parannettua ihanteellisemmaksi nautittavaksi. Kypsytetty viini tarjoaa monipuolisen kirjon aromeja ja makuja omanlaisena kokonaisuutenaan. (Karmavuo & Lihtonen 2005, 101.)

Kuten Karmavuo ja Lihtonen (2005, 101-102) toteavatkin, on jokaisella viinillä oma elinkaarensa. Viinin elinkaareen vaikuttaa rypälelajike, vuosikerta, valmistusmenetelmä, köynnöksen ikä ja kypsytyksen menetelmä. Erityisesti tanniinit ja hapokkuus voivat peittää viinin hedelmäisyyden, jonka vuoksi sitä kannattaa kypsyttää eli varastoida. Varastoinnin aikana tanniinit pehmenevät ja hapokkuus muodostuu optimaalisemmaksi, jolloin viinin maku on tasapainoinen. Silloin myös aromit ovat helpompi aistia. Kypsytysprosessi mahdollistaa kemiallisten ainesosien yhdistymisen ja hajoamisen, joka tuottaa viinin aromikokonaisuuden. Tätä aromikokonaisuutta voidaan kutsua bouquet'ksi eli

bukeeksi. Viiniä ei tulisi koskaan varastoida liian pitkään, sillä se saattaa menettää parhaan makunsa ja lopulta etikoitua juomakelvottomaksi.

Viinin makuun vaikuttaa myös alkoholi, joka tuo makuun pyöreyttä ja makeutta, sekä pidentää viinin jälkimakua. Lisäksi alkoholin avulla muodostuu yhdisteitä, jotka tuovat viiniin erilaisia aromeja. On otettava myös huomioon, että viinin tarjoilulämpötila vaikuttaa sen hapokkuuteen, hedelmäisyyteen ja alkoholin aistimiseen. Esimerkiksi viileämpi tarjoilulämpötila saa viinin tuntumaan hapokkaammalta, kun taas lämpimämpi tarjoilulämpötila tuo esille hedelmäisyyttä ja korostaa alkoholia. (Karmavuo & Lihtonen 2005, 12.)

Aromiympyrää (liite 1) voidaan pitää maistelun tukena. Vaikka on olemassa ammattilaisia viininmaistajia, on maistaminen lopulta aina subjektiivinen kokemus. Esimerkiksi aromiympyrä antaa kuitenkin osviittaa siitä, millaisia aromeja viineistä voidaan löytää. Jokaiselle viinin juojalle, aloittelijasta ammattilaiseen, on tärkeintä arvioida miellyttäväkö arvioitavan viinin makua omaa itseä. (Robinson 2000, 9; Grainger 2011, 2-3.) Viinien arviointia voidaan tehdä suullisesti tai kirjallisesti hyvinkin vapaamuotoisesti riippuen viinitastingin osallistujista. Viinejä voidaan myös pisteyttää valmiiden kriteeristöjen perusteella. Esimerkiksi Lehrer (2009, 56) esittelee Roseworthyn pisteytystaulukon (taulukko 2), jossa voidaan nähdä erilaisia viinin arvioitavia ominaisuuksia. Näitä ominaisuuksia esitellään tarkemmin alaluvussa jäljempänä.

Taulukko 2. Viinien arvionti Roseworthyn pisteytystaulukon mukaisesti (mukaillen Lehrer 2009, 56).

Ulkonäkö	Maksimipisteet 3
Väri	(Maksimipisteet 2)
Vastaa tuotteen ominaisuuksia	2
Joitain virheellisiä sävyjä	0.5-1.5
Ei vastaa tuotteen ominaisuuksia	0
Kirkkaus	(Maksimipisteet 1)
Kirkas	1
Selkeä	0.5
Haalea	0
Aromi	Maksimipisteet 7
Intensiteetti	(Maksimipisteet 4)
Rypäleen aromi	2-4
Ominaisuuksien mukainen	0.5-1.5
Neutraali	0-0.5
Virheet	(Maksimipisteet 3)
Ei lainkaan	3
Huomattava	1-2.5
Vakava (esim. korkkivika, rikki, hiivaisuus)	0-0.5
Maku suussa	Maksimipisteet 10
Intensiteetti	(Maksimipisteet 3)
Täysi aromi	2-3
Kohtalainen aromi	1-1.5
Neutraali tai kevyt aromi	0-0.5
Hapokkuus	(Maksimipisteet 2)
Vähennä pisteitä liiallisesta tai liian vähäisestä hapokkuudesta	
Virheet	(Maksimipisteet 3)

Ei lainkaan	3
Huomattava	1-2.25
Vakava (katkeruus, karvas jne.)	0-0.5
Kokonaislaatu ja tasapainoisuus	Maksimipisteet 2
Ensiluokkainen viini	2
Keskivertoviini	1
Neutraali tai virheellinen viini	0
Pisteet yhteensä	

Viinin kokonaislaatua arvioitaessa tulisi arvioida viinin ensiluokkaisuutta. Graingerin (2011) mukaan viinin ensiluokkaisuutta voidaan perustella esimerkiksi seuraavilla kriteereillä: (1) miellyttää sekä makuaistia että älyä, (2) pitää yllä maistajan mielenkiintoa, (3) esittelee yksittäisen luonteen, ja (4) heijastaa alkuperäänsä. Muita pisteytystaulukkoon kuuluvia ominaisuuksia on esitelty tarkemmin alla.

Viinin ulkonäkö

Viinitastingissa arvioidaan ensimmäisenä viinin ulkonäkö. Viinin ulkonäkötä, kuten väriä, tarkasteltaessa tulee huomioida tarpeeksi hyvä valaistus tilassa. Lasia tulee kallistaa noin 35-45 asteen kulmassa kirkkaanvalkoista taustaa vasten. Kallistamisen tarkoitus on luoda kaarellinen reuna eri syvyyksistä, joista viinin ulkonäkötä voidaan tarkastella. (Jackson 2002, 3.)

Visuaalinen ärsyke pohjustaa usein nautintoa ja ennakko-odotuksia siitä, mitä on edessä. Viinin ulkonäkö voi antaa vihjeitä makuominaisuuksista, mutta toisaalta myös viinin mahdollisista puutteista. On havaittu, että esimerkiksi syvä tummanpunainen väri lisää miellettyä laadukkuutta. Maistelussa tuleekin siis kiinnittää huomiota myös siihen, että viiniä ei tulisi arvostella ennakkoon pelkästään ulkonäön perusteella. (Jackson 2002, 3.)

Viinin kirkkaus

Kaiken viinin tulisi olla selkeästi kirkasta. On kuitenkin huomioitava, että viinitynnyreistä otetuissa näytteissä voi esiintyä vielä sameutta, joka poistetaan ennen pullotusta. Sen sijaan pullotetussa viinissä sameus on selkeä haitta, vaikka se harvoin vaikuttaakin viinin makuun tai aromaattisiin ominaisuuksiin. Sameus pullotetuissa, kaupallisissa viineissä on kuitenkin harvinaista. Ainoan poikkeuksen muodostavat jotkin hyvin ikääntyneet punaviinit. Jos sameutta esiintyy, se voidaan erotella viinistä huolellisella kaadolla tai dekantoinnilla. (Jackson 2002, 3.)

Viinin väri

Kaksi tärkeintä ominaisuutta viinin värissä ovat sävy ja voimakkuus. Värisävy tarkoittaa erilaisia vivahteita ja voimakkuus värin suhteellista kirkkautta. Molemmat ominaisuudet voivat tarjota vihjeitä esimerkiksi rypäleen kypsyydestä, ihokontaktin pituudesta, käymisestä ja viinin iästä. Kypsymättömät vaaleat rypäleet tuottavat lähes värittömiä viinejä, kun taas täysin kypsyneet ja ylikypsät rypä-

leet tuottavat kellertäviä viinejä. Rypäleiden kypsyys usein tehostaa punaviinin mahdollista värin intensiteettiä. Myös ikääntuminen voi vaikuttaa viinin värisävyyteen. Esimerkiksi valkoviinien kultainen vivahte lisääntyy ikääntymisen myötä, kun taas punaviinissä punaisen värin voimakkuus vähenee. Monet asiat kuitenkin vaikuttavat viinin värisävyyteen, joten ei ole mahdollista antaa selkeää merkitystä tietyille värille. Jos viinin alkuperä, tyyli ja ikä ovat tiedossa, voi väri indikoida viinin ”oikeanlaisuutta” (correctness). Epätavallinen väri voi merkitä useita erilaisia vikoja. On kuitenkin hyvä huomioida, että mitä vähemmän viinistä tiedetään, sitä pienempi merkitys viinin värillä on laadun arvioinnissa. Jos viinin väriä ei haluta ottaa huomioon maistelussa, voidaan tasting tehdä mustista laseista. (Jackson 2002, 3-4.)

Viinin makeus

Viinin makeus tarkoittaa viiniin jäävän jäännössokerin määrää. Viini voi olla jäännössokerin määrästä riippuen erittäin kuivaa, kuivaa, puolikuivaa, puolimakeaa, makeaa tai erittäin makeaa. Jäännössokerin määrä viineissä vaihtelee noin 1 grammasta yli 200 grammaan litraa kohti. Esimerkiksi kuivat viinit sisältävät alle 10 grammaa sokeria. Jos viini on liian makea, sitä kutsutaan *äiteläksi* tai *liian makeaksi*. (Robinson 2000, 17, 24.)

Viinin hedelmäisyys

Viinin hedelmäisyydellä ei tarkoiteta makeutta, vaan se tuo viinin mehevyyttä. Ilman hedelmäisyyttä viini maistuu puisevalta ja happamalta. Jos tanniinit ja hapot peittävät viinin hedelmäisyyden, voi viinin ikääntyminen nostaa hedelmäisyyttä esille. Viinin hedelmäisyys riippuu erityisesti satokauden laadusta ja kasvuoloista. Esimerkiksi liika sade ja vähäinen aurinkoisuus heikentävät rypäleen kasvua. (Karmavuo & Lihtonen 2005, 16.)

Viinin hapokkuus

Sopivanlainen hapokkuus viinissä tekee siitä raikkaan kirpeän. Viineissä pyritään yleensä sopivaan tasapainoon makeuden ja hapokkuuden välillä. Mitä makeampi viini on, sitä enemmän siinä tulisi olla myös hapokkuutta, jotta viini ei olisi liian äitelää. Hapokkuus rypäleissä vähenee, mikäli ne jätetään köynnökseen liian pitkäksi aikaa. Viineissä käytetään myös erilaisia happoja, kuten viinihappoja. Korkea hapokkuus voi johtua siitä, että viini on kypsytetty kaukana päiväntasaajalta, jossa on vähäinen auringonpaiste. Syynä voi myös olla rypäleiden aikainen sadonkorjuu tai hapon lisääminen viiniin. Valkoviinejä, joiden happamuus on liian suuri, kutsutaan *vihreiksi* tai *kirpeiksi*. Selkeä, muttei liiallinen, hapokkuus mielletään *raikkaaksi*. Puuttuvaa hapokkuutta kutsutaan *velttoudeksi* tai *latteudeksi*. (Robinson 2000, 20-22.)

Viinin karvaus

Viinin karvaus ei ole makuaistimuksista yhtä tärkeä kuin makeus ja hapokkuus. Kuitenkin jotkut punaviinit voivat jättää karvaan maun kielen takaosaan. Karvaus sekoitetaan usein tanniinisuuteen, mutta ne maistetaan eri kohdissa kieltä. (Robinson 2000, 25.)

Viinin tanniinisuus

Viinin tanniinisuus aiheuttaa melko karkean aistimuksen ihmisen suussa. Tanniinisuus havaitaan siten, että suun sisäosat ja ikenet koetaan ikään kuin vetäytyvän tanniinin seurauksena tai viinin koetaan "pureksivan" ikeniä. Tanniineja tarvitaan punaviineihin niiden säilöntäajan lisäämiseksi. Tanniineja tarvitaan myös muiden makujen tasapainottamiseen, sillä tanniinit hajoavat viinissä sen ikääntyessä ja yhdistävät erilaisia makuelementtejä. Tanniinit kiinnittyvät erityisesti valkuaisaineisiin, jonka vuoksi esimerkiksi vähän kypsennetyn lihan kanssa tanniininen viini maistuu pehmeältä. Tanniinisuutta voidaan pehmentää myös suolaisuudella, kuten suolaisella juustolla. (Karmavuo & Lihtonen 2005, 14-15; Robinson 2000, 27-30.)

Tanniinien vähentyessä viinin maku tuntuu pehmeämmältä ja aromit tulevat paremmin esiin. Nuorisissa punaviineissä tanniinia voi olla hyvinkin paljon, ja niiden maisteleminen voi tuntua raskaalta. Liian tanniinisia viinejä kutsutaan *koviiksi*. Liian vähäinen tanniinisuus ei haittaa viinin makua, mutta viini ei ole pitkäikäistä eikä sen maku kehity ajan kuluessa. Tanniinisuutta ei juurikaan esiinny valkoviineissä, sillä niiden tekemiseen ei ole käytetty rypäleiden kuoria, kantoja ja siemeniä. (Robinson 2000, 27-30.)

Viinin täyteläisyys

Viinin täyteläisyydestä kertoo sen alkoholiprosentti. Täyteläisessä viinissä alkoholiprosentti on vähintään 13. Kevyen viinin kohdalla alkoholia on alle 10 prosenttia. Viinin alkoholipitoisuutta voidaan arvioida sen painosta. Viinin painoa voidaan arvioida viinin ollessa suussa: tuntuuko se intensiiviseltä vai vetiseltä. Väkevät viinit sisältävät paljon alkoholia, joten ne ovat hyvin täyteläisiä. Viinit voivat olla täyteläisiä ja kuivia, eli jäännössokerin määrä ei vaikuta viinin täyteläisyyteen. (Robinson 2000, 31.)

Perinteisesti tammisuus saadaan aikaan kypsyttämällä viini tammitynnyrissä. Tammitynnyrissä kypsyttäminen antaa viinille tammisuuden lisäksi hitaasti happea ja parantaa viinin kypsymisominaisuuksia. Uuden maailman viinintuottajamaat voivat käyttää kypsytykseen tammilastuja, sillä tammitynnyreiden saanti on vaikeaa ja ne ovat kalliita. Euroopassa tammilastujen käyttö on kuitenkin kiellettyä viinintuotannossa, sillä imago halutaan säilyttää perinteisenä. (Lahdenkauppi & Rinta-Huumo 2004, 50.)

Viinin maistamiselle ei ole olemassa mitään universaalia mitta-asteikkoa tai sanastoa. Yhteisiä sanoja on pyritty luomaan, mutta on vaikeaa objektiivisesti kuvata tiettyä aistimusta siten, että kaikki hyväksyisivät saman määritelmän. Ihmisten herkkyyks makuelämyksille on erilainen. Esimerkiksi eri

kansallisuudet määrittelevät makuja hyvinkin eri tavoin. Robinsonin mukaan viinisanastoa voi kehittää itselleen sopivaksi siten, että itselleen tyypilliset tuoksut voidaan kuvailla itselleen sopivalla tavalla. Tästä esimerkkinä hän pitää esimerkiksi viinin tuoksumista puhtailta lakanoilta tai tennispalloilta. Tärkeintä on pystyä löytämään ilmaus, jonka avulla voidaan tunnistaa tiettyjä makuja viineistä. Ei ole välttämätöntä, että oma viinisanastosi on samanlainen kuin muiden. Viinitastingeissa sanaston samanlaisuus on kuitenkin hyödyksi. (Robinson 2000, 34-35.)

Viinin haitat ja virheet

Viiniä voidaan kuvailla puhtaaksi, jos siinä ei ole virheitä. Monet viinien virheet muodostuvat tuotantovaiheessa, jolloin ne voidaan korjata riittävän ajoissa. Osa virheistä voi kuitenkin muodostua vasta pullotuksen jälkeen. Viineissä esiintyvät virheet voivat olla niin merkittäviä, että ne tekevät viinistä kokonaan juomakelvotonta. (Grainger 2011, 67.)

Viinien virheet ovat joko kemiallisia tai mikrobiologisia. Viinit voivat olla (1) viallisia, jolloin niissä on yksi tai useampi vakava haitta, (2) virheellisiä, jolloin niissä on pienempiä haittoja, tai (3) vakaa. Näitä ominaisuuksia ei voida kuitenkaan pitää yksiselitteisinä, sillä viinien ominaisuudet riippuvat myös maistajan mieltymyksistä. Esimerkiksi erittäin korkea hapokkuus voidaan nähdä sekä virheenä tai ominaisuutena. (Grainger 2011, 67.)

Viineistä löytyviä virheellisiä ominaisuuksia ovat muun muassa korkkivika, homehtuminen, etikoituminen, sakkaisuus, TCA, rikkidioksidi, divetyksulfidia, hapettumista ja brettanomycesia. Muita vikoja voivat aiheuttaa muun muassa geraniol, geosmin, etyyliasettaatti tai liiallinen aseltadehydi.

Korkkivika on yksi yleisimmistä viinivirheistä ja se johtuu haloanisoleista. Vika voidaan usein havaita pelkästään haistamalla viiniä, sillä vika on selvästi havaittavissa. Korkkivian aiheuttama haju muistuttaa ummehtunutta, tunkkaista kellaria. Jos viiniä maistetaan, se maistuu likaiselta ja multaiselta. Jos korkkivika on lievä, viini maistuu väljähtäneeltä. Viinien korkki voi kontaminoitua haloanisoleista jo luonnossa, mutta myös tuotantovaiheessa tai sen jälkeen. Myös viinit, joiden sulkumeکانismi ei ole luonnonkorkki, voivat kontaminoitua haloanisoleista. Vika ei ole siis peräisin pelkästään luonnonkorkista. (Grainger 2011, 67-69.)

Viinin homehtuminen johtuu bakteerikasvustosta, joka voi syntyä huonoista raaka-aineista, rypäleiden huolimattomasta käsittelystä tai valmistuslaitteiden epäpuhtauksista. Homehtuminen voidaan havaita viinin tuoksun ja maun tunkkaisuudesta, maakellarimaisuudesta, multaisuudesta ja homeisuudesta. Bakteerikasvustoa pyritään usein ehkäisemään rikin käytöllä, mutta kaikki valmistajat eivät halua käyttää tuotannossaan rikkiä. Myös epähygieenisuus tuotannossa voi aiheuttaa homebakteerikasvustoa. (Karmavuo & Lihtonen 2005, 63.)

Viinin etikoituminen voidaan havaita pistävästä tuoksusta ja etikkaisesta mausta. Viini on silloin kitkerä, hapoton ja juomakelvoton. Syynä etikoitumiselle on liian vähäinen rikin käyttö, korkea lämpöti-

la, happi ja tuotantovälineiden epäpuhtaudet. Tällöin valmistusvaiheessa pulloon jää etikkabakteeri, joka aiheuttaa viinin pilaantumisen. (Karmavuo & Lihtonen 2005, 64.)

Viinin käyminen on joko hiivasta johtuvaa käymistä tai malolaktista käymistä. Jos viinipullossa on yhä sokeria ja hiivaa jäljellä, voi käynnistyä uudelleenkäyminen. Se riippuu myös viinin alkoholipitoisuudesta, sillä käymistä tapahtuu noin 17-18 tilavuusprosenttiin asti. Viinin sameus voi olla merkki pullokäymisestä tai bakteerikasvusta. (Grainger 2011, 70.)

Viinin hapettuminen voidaan havaita sen ulkonäöstä. Valkoviini näyttää lattealta, ja pahimmissa tapauksissa väri tummenee jopa ruskeaksi. Myös punaviiniin ilmestyy ruskeita sävyjä. Viinin tuoksu on palanut, katkera ja karamellimainen. Viinin maku on katkera, likainen ja siitä puuttuu hedelmäisyyden maku. Hapettuminen tarkoittaa viiniin imeytyvää happea, joka liiallisena määränä tuhoaa viinin rakenteen. Se voi johtua esimerkiksi huonosta säilytyksestä tai kuljetuksesta. Jos pullossa on luonnonkorkki, se tulisi aina säilyttää vaaka-asennossa, jotta korkki pysyy kosteana ja laajentuneena. Viini on myös voinut mennä vanhaksi. On huomattava, että jokaisella viinillä on ikänsä. Erityisesti halpoja viinejä ei suositella säilytettävän kovinkaan pitkään pullottamisen jälkeen. (Grainger 2011, 70-71.)

Viinin hapokkuus perustuu haihtuviin happoihin ja kiinteisiin (fixed) happoihin. Haihtuvat hapot voidaan havaita nenässä, kun taas muut hapot voidaan havaita makuaistilla. Kaikki viinit sisältävät jonkin verran haihtuvia happoja, mutta jos määrä on vähäinen, on viinin maku monimuotoisempi. Jos määrä taas on korkea, voi viini tuoksua etikkaiselle tai kynsilakanpoistoaineelle. Makuna viini voi menettää hedelmäisyyttään ja maistua ohuelta. Viinin loppumaku on kova ja hapokas. Hapokkuus voi johtua esimerkiksi huonosta hygieniasta, jolloin haihtuvat hapot viinissä voivat lisääntyä merkittävästi. (Grainger 2011, 71-72.)

Viineissä voidaan käyttää rikkidioksidia edellä mainittujen bakteerien ehkäisemiseksi. Lisäksi rikki parantaa viinin säilyvyyttä. Liiallinen rikkidioksidin käyttö voi kuitenkin aiheuttaa myös haittaa viiniin. Se voi myös aiheuttaa allergisia reaktioita esimerkiksi astmaatikoidelle. Rikki voidaan havaita yleensä haistamalla, sillä viini voi haista esimerkiksi palaneelta tulitikulta, mädältä kananmunalta tai sipulilta. Esimeriksi EU on määritellyt rikkidioksidin käytölle tarkat määräykset viinintuotannossa. (Karmavuo & Lihtonen 2005, 63; Grainger 2011, 72.)

Brettanomyces on hiivalajike, jota on esimerkiksi rypäleiden kuoreissa. Se voidaan havaita viinin haistusta, joka muistuttaa juustoa, märkää hevosta tai maatilaa. Brettanomyces johtuu usein huolimattomasta viinintuotannosta ja riittämättömästä hygieniasta. Koko viinikellari voi kontaminoitua Brettanomycesistä, jolloin sen poistaminen voi olla hyvin haastavaa. (Grainger 2011, 74.)

4 TASTINGIN TUOTTEISTAMINEN JA HINNOITTELU

Viinien ympärille järjestetään nykyään monia erilaisia tuotteistettuja tapahtumia, joista viinitastingit ovat yksi. Viinitapahtumia järjestetään Suomessa ympäri vuoden ja niiden kirjo on monipuolinen. Esimerkiksi viinijuhlia on yhdistetty erityisesti ruokaan, kuten Turun kauppahallin ruoka ja viinijuhli-ssa sekä La dolce vita -viinitapahtumassa. Myös juusto ja viini yhdistyvät esimerkiksi Jokioisten juus-to- ja viinijuhlissa. Vuosittain järjestetään myös esimerkiksi Viini-messut sekä Viini ja ruoka -messut. Suosittu viinijuhla on myös Kuopiossa järjestettävä Kuopio Wine Fest. Suurissa kaupungeissa jär-jestetään myös perinteisiä viinipruuveja, joissa osallistujat pääsevät maistelemaan lukuisia eri viinejä usein tietyn teeman, kuten rypälelajikkeen, perusteella. (Herkkukasari 2017.)

Suomessa järjestetään myös viiniin liittyviä koulutuksia ja kursseja. Esimerkiksi viinikursseja järjeste-tään asiakkaiden tarpeen mukaisesti, ja niissä pyritään opettamaan viinitietoutta, kuten viinien val-mistukseen, rakenteeseen ja tuottamiseen liittyvää tietoa. Niillä voi olla myös spesifi teema, jonka ympärille kurssi järjestetään. (Viini 2017.)

Viinitastingeja järjestetään suurempien tapahtumien lisäksi myös pienimuotoisempina tapahtumina ympäri Suomen. Viinitastingeja järjestetään erityisesti ravintoloissa, ja tällaisia tapahtumia markki-noidaan esimerkiksi työporukoille. Markkinoinnissa huomioidaan myös usein osallistujien osaamisen taso aloittelijoista edistyneempiin.

4.1 Tastingin tuotteistaminen

Palvelujen tuotteistamisella tarkoitetaan asiakkaan ongelman ratkaisemista tai tarpeen tyydyttämistä (Tonder, 2013, 14). Viinitastingin tuotteistamisella voidaankin tarkoittaa tarpeen tyydyttämistä. Täl-laisessa palvelussa viinitastingin järjestäjä tarjoaa asiakkaalle osaamistaan, työaikaansa ja huomiota asiakkaalle. Palvelujen tuotteistaminen on usein aineetonta, kuten myös viinitastingin osalta. Se kui-tenkin muodostaa selkeän hinnoiteltavissa olevan tapahtuman. Tuotteistamisen taustalla on aina kaupallisuuden viitekehys ja se on osa liikeideaa. Palvelun tuotteistamisessa tulisi pitää tavoitteena muun muassa selkeää kohderyhmää ja markkinoita. Lisäksi sen tulisi tuottaa katetta palvelun tarjo-ajalle ja olla monistettavissa. (Tonder 2013, 14-16.)

Sipilän (2003, 154-155) mukaan palvelutuote muodostuu aineettomista, sähköisistä ja aineellisista osista, työsuorituksista, tiedoista ja taidoista sekä tunteista, tunnelmasta ja maineesta. Palvelutuote sisältää siis useita kerroksia. Palvelutuotteen ytimeä löytyy kuitenkin hyöty, jonka asiakas saavut-taa. Viinitastingin tuotteistamisessa ydinhyöty on viinitietämys, sosiaalisuus ja yhdessä olo. Palvelu-tuotteen perusrakenteesta löytyy toisena tasona perusosio, joka sisältää valinnaisia esivalmisteluja, lisäosia ja räätälöintiä. Viinitastingeja on mahdollista räätälöidä asiakkaan tarpeiden ja kiinnostuksen mukaiseksi, jolloin se vastaa yhä paremmin asiakkaan tarpeeseen. Räätälöintiä ovat esimerkiksi eri-laiset teemat ja joustavat tilajärjestelyt. Kolmantena palvelutuotteesta löytyy brandi eli tuotteen mie-

likuva. Palvelutuotteen tunnettavuus ja maine ovat osa tuotteen brandia. Viinitastingin osalta mielikuvaksi pyritään rakentamaan asiantuntevuutta, palvelun sujuvuutta ja hyvää asiakaskontaktia.

Palvelun tuotteistaminen perustuu palvelukokonaisuudelle, jota halutaan myydä. Palvelujen tuotteistus tapahtuu asteittain suunnittelemattomasta palveluprosessista kohti trimmattua palveluprosessia, kehittyen siitä valmiiksi palvelupaketiksi ja lopulta asiakasräätelöidyksi palvelutuotteeksi. Viinitasting-tuotteen tavoitteena olisikin rakentua asiakasräätelöidyksi palvelutuotteeksi. Näin ollen se palvelisi parhaiten sekä asiakasta että myyjää, sillä tuotteen täsmällinen lopputulos nopeuttaa ja helpottaa myyntiä. (Sipilä 2003, 204-205.)

Viinitastingin tuotteistamisen etuna on konseptin yksinkertainen idea. Palvelun tarjoaminen ei ole si-doksissa vain yhteen osajaan, vaan konseptia voi toteuttaa myös muut työntekijät, joilla on tarvittava tietämys viineistä ja asiakaspalvelusta. Voidaan sanoa, että hyvin tuotteistettua palvelua voidaan siirtää ammattilaiselta toiselle. Tuotteistettuja palveluja voidaan pitää formaatteina, joiden avulla myyntiä ja tuottamista voidaan tehostaa. (Tonder 2013, 16-17.)

Idean siirtäminen ammattilaiselta toiselle vaatii huolellista palvelun dokumentointia. Viinitastingin konsepti tulee kuitenkin dokumentoida huolellisesti, jotta sen tuottaminen olisi mahdollisimman yksinkertaista. Esimerkiksi viinitasting-tilaisuuksilla voi olla yhteinen perusrunko, jonka ympärille voidaan varioida erilaisia teemoja tai sisältöjä. Nämä variaatiot tulee myös dokumentoida huolellisesti, jotta niitä voidaan käyttää aina uudelleen.

Parantaisen (2012, 9) mukaan hyvin tuotteistettu palvelu on ominaisuuksiltaan ylivertainen sekä helppo ostaa, myydä ja tuottaa. Lisäksi palvelun kohderyhmä tulisi pitää melko samanlaisena, jotta palvelua ei jouduta jatkuvasti muuntelemaan erilaisiin tarpeisiin. Viinitastingeissa voidaan keskittyä esimerkiksi aloittelijoiden viinitastingeihin.

Liikeidealle tulisi aina löytää markkinarako. Tilastokeskuksen (2017, taulukko 3) mukaan mietojen viinien kulutus on noussut tasaisesti 90-luvulta lähtien. Viinien kulutuksen ollessa kasvussa, voidaan perustella kasvavaa tarvetta myös viinitastingeille. Kulutuksen kasvun myötä ihmisten kiinnostus viineihin voidaan olettaa kasvavan.

Taulukko 3. Alkoholijuomien tilastoidun kulutuksen rakenne juomaryhmittäin 100-prosenttisena alkoholina 1995-2016 (Tilastokeskus 2017).

	Väkevät juomat	Väkevät viinit	<u>Miedot viinit</u>	Siideri	Long drink	Mallasjuomat
1995	27,1	3,7	10,9	2,5	2,0	53,9
2000	25,9	2,1	12,5	6,9	3,0	49,7
2005	28,3	2,0	14,8	5,8	3,1	46,1
2010	24,0	1,7	17,4	5,4	5,5	46,1
2011	23,0	1,5	17,8	5,1	5,7	47,0
2012	23,2	1,6	18,8	4,7	5,6	46,0
2013	22,4	1,5	18,9	4,6	5,5	47,2
2014	21,9	1,4	19,2	4,4	5,5	47,7
2015	21,6	1,3	19,2	4,2	5,2	48,5
2016	21,5	1,2	19,4	4,1	5,1	48,7

Pickering, Jain ja Bezawada (2014) ovat tutkineet taustatekijöitä viinistä nauttimiselle ja kulutukselle Yhdysvalloissa. Erityisesti asiantuntijuus vaikutti viinistä pitämiselle ja sen kulutukseen. Esimerkiksi iällä ei havaittu erityisen suurta merkitystä viinistä pitämiselle tai sen kulutukselle. Näin ollen miedon viinin kulutuksen kasvaminen Suomessa voi lisätä tarvetta myös oman asiantuntijuuden lisäämiselle, jolloin kysyntä viinitastingeille voi kasvaa.

Viinitastingin tuotteistamisen etuna on se, ettei tarvita pysyvää liiketilaa. Viinitasting voidaan toteuttaa aina tilauksesta asiakkaan tiloissa ja viinitastingin pitäjä voi toimia tilaisuudessa kouluttujana ja asiantuntijana. Viinitastingin tuotteistaminen onnistuu esimerkiksi toiminimellä, jos kouluttajana toimii yksittäinen henkilö. Tilaisuudet voidaan toteuttaa aina tilauksesta.

Viinitastingien markkinointi voidaan painottaa Internet-mainontaan ja sosiaaliseen mediaan. Laadukkaat Internet-sivut luovat asiantuntevan kuvan ja mahdollistavat helpon yhteydenoton. Internet-sivujen kautta voidaan esittää myös tarjouspyyntöjä, joiden kautta potentiaalisen asiakkaan kanssa voidaan räätälöidä yksilöllinen paketti hänen tarpeidensa mukaisesti. Internet-sivuilla voidaan myös esitellä valmiiksi hinnoiteltuja paketteja, jolloin potentiaalinen asiakas voi tarkastella tarjontaa. Sosiaalisessa mediassa voidaan helposti tavoittaa laajalti ihmisiä, jotka ovat kiinnostuneet viinien maistelusta. Sosiaalisen median käyttö on kustannustehokas tapa mainostaa omaa palvelua.

4.2 Tastingin hinnoittelu

Tasting-tuote rakentuu hinnoittelun näkökulmasta aineosiosta, joka sisältää maisteltavan viinin, henkilöpalveluosiosta, joka sisältää järjestäjän asiantuntemuksen ja palvelun sekä järjestelmäosio, joka sisältää puitteiden ja henkilökunnan kustannukset. Suurin osuus on henkilöpalveluosio, sillä tasting perustuu asiantuntijan tietoon viineistä. Lisäksi hinnoitteluun kuuluvat järjestelmäosio ja aineosio, joidet osuudet tuotteesta on pienempiä. (Sipilä 2003, 138.)

Viinitasting on luettavissa kertaluontoiseksi palveluksi tai harvoin toistuvaksi palveluksi. Ainakin suurin osa asiakkaista on kertaluontoisia, mutta osa voi kiinnostua viineistä ja haluta lisää eri teemaisia

tastingeja. Esimerkiksi ravintolat voivat tarjota samaa tastingia useampia kertoja, mikäli kiinnostuneita osallistujia riittää. Kertaluonteisuus tai harva toistuvuus tarkoittaa kuitenkin sitä, että palvelutapahtuman tulisi olla jo ensimmäisellä kerralla hyvin kannattava. Katteen tulisi siis olla riittävä eikä alennuksia kannata välttämättä antaa. (Sipilä 2003, 139.)

Jotta voidaan arvioida palvelun hintaa, tulisi pohtia muun muassa seuraavia asioita: kysyntä, kilpailijat, kustannukset, hintataso ja hinnoittelumalli. Tuotteen hinnoittelussa tulisi ensiksikin arvioida palvelun markkinat ja kysynnän ennuste. Markkinoilla oleva kilpailutilanne sekä palvelun kustannukset vaikuttavat myös hinnoitteluun. Lisäksi pitää arvioida millainen hintataso halutaan määrittää eli pyritäänkö hinnoittelemaan halvasti, keskihintaisesti vai premium-tasoisesti. Hinnoitteluun vaikuttaa myös hinnoittelumalli eli kuinka asiakasta veloitetaan palvelusta. Veloitus voi tapahtua esimerkiksi pakettihintana. (Sipilä 2003, 156.)

Viinitastingin osalta kysyntä on arvioitu kasvavaksi sekä viinin kulutuksen että kasvavan kiinnostuksen myötä. Kilpailijoita alalla on jonkin verran, mutta se vaihtelee alueellisesti. Kiinnostusta viinitastingeille on enemmän suuremmissa kaupungeissa, joissa elintaso on korkeampi ja asukkaita sekä yrityksiä on enemmän. Yritykset voivat ostaa viinitasting-paketteja henkilöstölleen tai asiakkailleen.

Palvelun kustannukset ovat melko tasaiset, sillä viinejä myydään Suomessa lähinnä Alkossa, jonka hinnoittelu pysyy monopoliaseman vuoksi tasaisena. Mikäli käytetään ylimääräistä henkilökuntaa, voi palkkakustannusten nousu vaikuttaa kustannuksiin. Viinitastingin hintatasoksi valitaan keskihintaisuus ja veloitus tehdään pakettihintana.

Tasting-tilaisuuden hinnoittelu perustuu kustannusten suhteeseen palvelun myyntihintaan nähden. Palvelun hinnoittelussa voidaan hyödyntää Sipilän (2003, 166-167) esittelemää palvelutuotteen hinnoittelualuetta. Hinnoittelualue on liikkuma-alue, joka palvelun tuottajalla on käytettävissä palvelun hinnoittelussa. Ala-rajana on minimihinta, joka perustuu myyntituoton kokonaistuotantokustannusten ylittämiseen ja ylärajana on asiakkaiden hyväksymä hinta. Käytännössä viinitastingin osalta paketti hinnoitellaan siten, että pysytään hinnoittelualan sisäpuolella. Viinitasting-pakettien hinnoittelun perustaksi otetaan kustannukset hinnoittelun perustana. Niiden päälle lisätään oma tuottotavoite. Omakustannuslaskentaperusteisesti viinitastingin hinta lasketaan seuraavalla kaavalla:

Tuotteen välittömät yksikkökustannukset
+ tuotteen välilliset yksikkökustannukset

= Tuotteen omakustannusarvio
+ kohtuullinen kate/voittolisä

= Tuotteen myyntihinta

Tuotteen myyntihinta lasketaan paketille, joka viinitastingista rakennetaan. Yhdelle paketille lasketaan edellä esitellyn kaavan mukaisesti hinta. Paketteihin voidaan kuitenkin lisätä erillisiä palveluja, jolloin asiakas voi vaikuttaa itse palvelun räätälöintiin. Erilliset palvelut hinnoitellaan erikseen saman kaavan avulla.

5 OMAN TASTING-TILAISUUDEN JÄRJESTÄMINEN

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön osana järjestettiin oppimistapahtumana melko vapaamuotoinen viinitasting kirjoittajan ystäväpiirissä. Viinitastingin tarkoituksena oli harjoitella tilaisuuden järjestämistä ja kulkua. Viinitastingin suunnittelu ja kulku perustuivat tämän opinnäytetyön teoriaosuuteen.

Viinitasting-tilaisuuden suunnittelu

Viinitastingin suunnittelun tukena pidettiin tämän opinnäytetyön teoriaosiossa esiteltyä viinitasting-tilaisuuden suunnittelua. Erityistä huomiota on kiinnitetty teeman mukaiseen viinien valintaan, tarvikkeisiin ja viinitastingin kulkuun. Koska kaveriporukalle järjestetty tilaisuus oli melko pieni ja rento, ei tilaisuuteen tarvinnut palkata henkilökuntaa tai tehdä suuria hankintoja. Tässä alaluvussa on esitelty tarkemmin viinitastingin suunnittelun vaiheet.

Viinien valinta

Tämä opinnäytetyö rakennettiin aloittajille suunnatun valkoviinitastingin ympärille. Tastingin tavoitteena oli luoda yleiskatsaus valkoviineistä. Tämän vuoksi tastingiin voitiin valita eri makeusasteita ja rypäleitä. Viinien valinnan apuna käytin viininarvostelukirjaa Viinistä viiniin (Berglund & Rinta-Huumo 2016) sekä Alkon nettisivuja.

Viinien valinnassa tuli huomioida vertailun mielekkäys, eli että viinit eivät ole liian eri tyyppisiä keskenään vertailtavaksi. Tilaisuuden teema, joka määrittää minkä tyyppisiä viinejä tastingiin otetaan, oli tässä tapauksessa erilaiset valkoviinit. Lisäksi tuli huomioida se se, että viineissä on eroavaisuuksia havaittaviksi eivätkä ne olisi liian samankaltaisia. Halusin käyttää aloittelijoille suunnattuun tastingiin selkeästi erottuvia viinien piirteitä, jotta esiin saataisiin viinien erilaisuus, kuten makeusasteet ja rypälelajikkeiden erot.

Maisteltavat viinit jaettiin makeusasteisiin, joista kuiviin viineihin valitsin saksalaisen Graf von Schönborn Riesling Trocken. Sen hapokkuus ja Rieslingin ominaisuudet erottivat viinin helposti chileläisestä Castillo de Molinan Sauvignon Blancista. Molempien viinien makeusaste oli kuiva, mutta muut ominaisuudet erottautuivat selkeästi toisistaan. Loput tastingiin valitut viinit valitsin makeusasteen ja hinnan perusteella, ja tavoitteena oli, että viinit olisivat hyviä edustajia luokissaan. Puolikuivaksi viiniksi valitsin Pfaffin Pinot Gris, puolimakeaksi Gisselbrechtin Gewürztraminer ja makeaksi Emiliana Late Harvest Organic Sauvignon Blanc.

Tilaisuuden teema

Tilaisuudessa käytiin läpi erilaisia valkoviinityyppejä eri makeusasteilta, ominaisuuksilta, rypälelajikkeilta ja tuotantomaista. Lisäksi käytiin läpi erilaisia tyyppisiä valkoviineissä olevia ominaisuuksia ja yhdisteltiin niitä eri ruoka-aineisiin. Osallistujat olivat aloittelijoita viinituntemuksessa, joten tilaisuudessa käytiin melko tarkasti läpi mihin asioihin tastingissa kiinnitetään huomiota. Tähän käytin apunani WSET (2012) advanced tason ohjeita sekä tässä opinnäytetyössä esiteltyä teoriaosiota.

Kohderyhmä

Kohderymänä järjestetyssä tastingissä oli kuuden hengen kaveriporukka, joilla on kiinnostusta ja halua tutustua erityisesti valkoviineihin, mutta ei juuri tietoa niistä. Tapahtuman osallistajat kartoitettiin kyselemällä kirjoittajan kaveripiiristä kiinnostuneita henkilöitä, jotka olivat aloittelijoita viininmaistelussa. Tapahtumaa ei markkinoitu lainkaan ulkopuolisille.

Tastingiin osallistuneet kuusi henkilöä olivat noin 25-30 vuotiaita. Sukupuolijakauma oli tasainen, puolet osallistujista olivat naisia ja puolet miehiä. Koska kaikki osallistujat olivat aloittelijoita, suunniteltiin tilaisuus vastaamaan erityisesti heidän tarpeitaan. Aloittelijoille suunnatussa tastingissä käytiin perusasiat viinin valmistamisesta ja sen määrittelyn vaatimuksista perusteellisemmin. Viiniä arvioitaessa tutustuttiin peruskäsitteisiin ja asioihin, joihin tulee kiinnittää huomiota. Tastingissä käytiin yhdessä läpi siihen valittuja viinejä ja niiden ominaisuuksia. Edistyneemmille osallistujille esimerkiksi perusteiden ja maistelutapojen kertaaminen ei välttämättä ole tarpeellista.

Viinitasting-tilaisuuden valmistelu

Hyvässä ajoin ennen tilaisuutta valitsin tilaisuudessa maisteltavat valkoviinit. Lisäksi suunnittelin osallistujamäärän perusteella niiden kulutuksen ja tein kustannusarvion viinien hankintaa varten. Lisäksi arvioin muut kulut tilaisuuden järjestämistä varten. Tässä tapauksessa tilaisuus järjestettiin pienimuotoisena ja rentona tapahtumana kaveriporukan kesken, joten tarvetta ei ollut erillisen tilan vuokraamiseen. Myös viinitastingin muut tarvikkeet löytyivät jo ennestään, joten todellisiksi kustannuksiksi voitiin laskea vain maisteltavat viinit ja vaalea leipä makuaistin neutralisointia varten. Käytettyjä muita tarpeita olivat viinilasit, muistiinpanovälineet sekä vaaleat paperit viinin värin tarkastelua varten.

Tila valmisteltiin siivoamalla ja tarkastamalla, ettei tilassa olisi voimakkaita tuoksua, kuten kukkia. Viinitasting järjestettiin yhdessä pöydässä, jonka ympärillä osallistujat olivat. Jokaiselle oli varattu viinilaseja maisteltavia viinejä varten, omat muistiinpanovälineet sekä valkoinen paperi viinin värin tarkastelua varten. Viinit oli hankittu hyvässä ajoin Alkosta järjestäjän toimesta ja jäädytetty asianmukaisesti ennen tilaisuuden alkamista.

Viilensin viinit +4 asteisessa jääkaapissa ja otin noin puolituntia ennen tarjoilua pöydälle auki. Viinit olivat selvästi viilentyneitä vielä ennen tilaisuutta.

Viinitasting-tilaisuuden toteutus

Tilaisuus toteutettiin paikassa kotioloissa ja siihen osallistui 6 ihmistä. Koska tilaisuus oli pienimuotoinen tapahtuma, jossa kokeilin tastingin järjestämistä, järjestin tapahtuman yksin. Suurempia tasting-tilaisuuksia varten henkilökuntaa on hyvä varata useampi henkilö, jotta esimerkiksi viinien tarjoilu voidaan hoitaa jouhevasti. Lisäksi tilaisuuden valmisteluun ja jälkitöihin voi tarvita useita henkilöitä.

Tilaisuus alkoi keskustelulla siitä, mitä osallistujat tiesivät viineistä ja erityisesti valkoviineistä. Koska osallistujien tietämys oli melko vähäistä, kävimme yhdessä läpi perustietoa viinien valmistuksesta, rypälelajikkeista ja erilaisista viinimaista ja niiden viinialueista. Koska aiheena oli valkoviinit, keskityin erityisesti valkoviinien valmistamiseen, joskin keskustelimme myös vertailun vuoksi myös punaviinien valmistuksesta. Ennen maistelun aloittamista esittelin viinitastingin kulun ja perustietoa maistamistekniikasta.

Viinien maistamisjärjestys rakentui seuraavasti: ensimmäisenä maistelussa oli Graf von Schönborn Riesling Trocken, jonka aromit oli helppo erottaa seuraavasta, hyvin aromaattisesta Castillo de Molinan Sauvignon Blancista. Seuraavaksi tarjoiitiin Pfaffin Pinot Gris, Gisselbrechtin Gewürztraminer ja Emiliana Late Harvest Organic Sauvignon Blanc. Viinien tarjoilujärjestys eteni makeuden mukaan. Tasting sujui sujuvasti pienen ryhmän kanssa yhden hengen voimin. Tarjoilin osallistujille mittalasin avulla noin 4 senttilitran maisteluannokset, joita tarkastelimme Jacksonin tasting-kaaviota (taulukko 1) mukaillen. Tarkastelimme ensin viinin väriä vaaleaa pintaa varten. Tämän jälkeen haistoimme viiniä ja keskustelimme sen tuoksusta. Erilaisten tuoksujen nimeäminen oli osallistujille aluksi vaikeaa, jonka vuoksi kävimme läpi erilaisia tuoksuja, joita viineistä voisi löytää. Yhteisen keskustelun myötä tuoksuja löytyi tastingin edetessä helpommin. Myös viinien makujen nimeäminen oli aluksi haastavaa, mutta keskustelun myötä myös makujen nimeäminen helpottui ryhmässä.

Ensimmäisenä maistelussa olleesta Graf von Schönborn Riesling Trockenista osallistujat löysivät kypsää hedelmäisyyttä ja hieman makean hedelmän vivahdetta.

"Onpas tuntuvat hapot tässä" nainen 1

Osallistujat huomasivat välittömästi eron seuraavana maistelussa olleeseen Castillo de Molinan Sauvignon Blanciin.

"Tässä maistuu ihan selvästi herukanlehtisyys" mies 1

"Mutta hapokkuus ei tule läheskään yhtä voimakkaasti kuin rieslingissä" mies 2

Osalle oli kuitenkin haasteellista kuvata eroa konkreettisesti. Toisaalta kun yksi sanoitti esimerkiksi herukkaisuuden maun, tunnisti osa maistelijoista sen. Makujen nimeäminen oli siten ryhmässä helpompaa. Jonkin verran mauissa löytyi eroja.

Pfaffin Pinot Gris jäi maullisesti hieman edellisen viinin varjoon.

"Tässä ei maku tule yhtä selvästi esiin kuin äskeisessä viinissä" mies 2

"Mutta tuntuu paksummalta suussa" nainen 1

Gisselbrechtin Gewürztraminerin aromaattisuus oli myöskin hyvin erilainen verrattuna aikaisempiin viineihin.

*”Tässä on ihan selvästi hunajaista makua”*nainen 2

Emilianan Late Harvest Organic Sauvignon Blanc oli monelle uusi kokemus, sillä makeista jälkiruokaviineistä ei ollut kokemusta.

*”Onpa tosi makeeta”*mies 3

Viinien maistelun loputtua jatkoimme yhdessä vapaata keskustelua viineistä ja tasting-tilaisuudesta. Osallistujat kokivat tastingin opettavaiseksi ja kiinnostavaksi tilaisuudeksi. Suunnitelmiin jäi samanlaisen tilaisuuden järjestäminen punaviini-teemalla.

Viinitasting-tilaisuuden palaute

Viinitastingiin osallistuneet henkilöt jättivät palautetta tilaisuudesta sekä suullisesti tilaisuuden loppuvaiheessa että vapaamuotoisesti kirjallisesti. Vaikka palaute oli mahdollista antaa varsin vapaamuotoisesti, annettiin siihen esimerkkikysymyksiä ja suuntaviivoja. Ryhmässä keskusteltiin ensin siitä, miksi kukin halusi osallistua tilaisuuteen. Seuraavana kysymyksenä esitettiin mitä osallistujat olivat oppineet tilaisuudessa. Kolmantena kysymyksenä pyydettiin kertomaan mikä tastingissa koettiin hyödyllisimmäksi. Lopuksi jokaiselta pyydettiin arvio tasting-tilaisuudesta kokonaisuutena kouluarvosanana. Opinnäytetyöhön suullinen ja kirjallinen palaute koottiin yhteenvedoksi, joka on kuvattu alla.

Viinitasting-tilaisuus koettiin poikkeuksetta myönteisenä tapahtumana. Osallistujat valikoituivat kaveriporukasta siten, että jokaisella oli kiinnostusta oppia lisää viineistä. Kaikki pitivät itseään aloittelijoina viinien saralla. Kaikilla oli kuitenkin kokemuksia viineistä, mutta kokemusta pidettiin pintapuolisena. Pintapuolisuudella tarkoitettiin sitä, että viinejä ostettiin melko satunnaisesti ilman tarkkoja kriteerejä ja taitoa yhdistää viiniä omaan makumieltymykseen tai ajateltuun tilaisuuteen. Kaikki osallistujat kokivat oppineensa uutta sekä viineistä yleensä että erityisesti valkoviineistä. Erityisesti tuoksun ja maun kuvaileminen koettiin kiinnostavaksi ja hyödylliseksi. Lisäksi osa osallistujasta kertoi oppineensa paljon uutta teoreettista tietoa, kun tastingin alussa käytiin läpi esimerkiksi viinien valmistukseen ja tuotantoon liittyvää tietoa. Osalle se oli suurimmalta osin tuttua. Myös maisteluteknikka oli uutta osallistujille. Osallistujat olivatkin tyytyväisiä siihen, että maisteluteknikkaa sai harjoitella rennossa ilmapiirissä. Kokonaisuutena tasting-tilaisuudelle annettiin keskimäärin kouluarvosana 9.

6 POHDINTA

Tässä toiminnallisessa opinnäytetyössä rakennettiin viinitasting-paketti, joka sisältää kattavasti teoriatietoa viineistä sekä viinitastingin toteuttamisesta. Toiminnallisen opinnäytetyön tarkoituksen mukaisesti kehitettiin tuote (viinitasting) ja sitä kuvaileva kirjallinen raportti. Lisäksi työssä käydään läpi tastingin hinnoittelua ja markkinointia. Tämän opinnäytetyön avulla kehitettiin siten palvelutuote, joka voidaan ottaa käyttöön esimerkiksi yritystoiminnan kautta. Viinitastingeja voidaankin järjestää esimerkiksi toiminimellä, sillä tämä palvelutuote on mahdollista toteuttaa jopa yksin. Koska opinnäytetyöllä ei ollut toimeksiantajaa, sen toteutusta ei ole rajannut ennalta annetut tavoitteet tai ohjeet.

Viinitastingin tuotteistamisen tarkoituksena on tarjota asiakkaalle osaamista, työaikaa ja huomiota. Tämän viinitastingin avulla voitiin rakentaa alusta asti sellainen viinitasting, joka toteuttaa nämä tavoitteet. Viinitasting on palvelu, joka vastaa asiakkaan tarpeeseen. Tässä toiminnallisessa opinnäytetyössä käytännön tarve oli osallistujien halu oppia perustietoa valkoviineistä ja viinien maisteluteknikasta. Viinitastingiin kuului oleellisena osana tila, jossa maistelu tapahtui ja tarvikkeet, joita tarvittiin maistelun toteuttamiseksi. Viinitastingin järjestäjä toteutti tilajärjestelyt ja itse tastingin luoden siten selkeän paketin, josta osallistujat maksoivat. Maksua vastaan he saivat tuotteen, joka vastasi palautteen mukaan heidän odotuksiaan.

Osallistujien palautteen mukaan tasting onnistui hyvin ja vastasi osallistujien tarpeeseen. Tastingia voitiin siten pitää onnistuneena. Opinnäytetyön esimerkkitasting toimi hyvänä mallikappaleena, jota järjestäjä voi lähteä kehittämään tarjotessaan tulevia tasting-paketteja. Tastingin rakenteen selkeys ja yksinkertainen toteutus mahdollistaa jatkossa tuotteen monistamisen ja laajentamisen myös muille mahdollisille työntekijöille.

Tastingin markkinointia tulisi jatkossa suunnitella tarkemmin ja laajemmin. Koska opinnäytetyössä tastingin osallistujat löytyivät kaveripiiristä, ei markkinointia päästy kokeilemaan käytännössä. Mikäli markkinointiin jatkossa käytettäisiin rahaa, tulisi markkinointisuunnitelma tehdä kustannustehokkaaksi. Tärkeää olisi miettiä esimerkiksi kohderyhmää, jotta markkinointia tehtäisiin sellaiselle joukolla, joka olisi potentiaalisesti kiinnostunut viinitastingeista. Kun tiedetään kohderyhmä, voidaan miettiä heille sopivaa markkinointikanavaa. Esimerkiksi nuorille aikuisille sosiaalinen media voi osoittautua kustannustehokkaaksi markkinointiratkaisuksi. Toisaalta taas vanhempia henkilöitä sosiaalinen media ei välttämättä tavoita yhtä tehokkaasti, jolloin pitäisi miettiä erilaisia markkinointiratkaisuja.

Tastingia varten olisi järkevää kartoittaa jo valmiiksi sellaisia tiloja, joita voitaisiin tarvittaessa vuokrata tilaisuuksia varten. Kontaktien rakentaminen voi jatkossa auttaa esimerkiksi tilanteissa, joissa tarvitaan joustoa muutosten tai peruutusten varalta. Toisaalta myös eri ravintoloiden kanssa voisi alkaa rakentamaan yhteistyötä yhteisiä tasting-tilaisuuksia varten. Näitä voitaisiin markkinoida yhdessä esimerkiksi pikkujoulukaudella. Yhteistyö ravintoloiden kanssa voi määrittää valmiiksi myös markkinointikanavat, jolloin mainostaminen voi jäädä ravintolan tehtäväksi. Työnjako tulee kuitenkin määrittää yhteistyökumppanin kanssa tarkasti ennakkoon.

Kaiken kaikkiaan toiminnallisen opinnäytetyön tekeminen oli hyvin opettavaista ja mielenkiintoista. Se antoi kipinän järjestää tulevaisuudessa lisää tasting-tilaisuuksia. Oman osaamisen lisääntyminen on antanut itsevarmuutta ja innostusta aihetta kohtaan. Opinnäytetyön kirjoittaminen on lisännyt viinitietämystäni ja olen voinut hyödyntää sitä työssäni viinien myynnissä.

6.1 Validiteetti ja reliabiliteetti

Tutkimuksessa tulisi aina määritellä sen pätevyys eli validiteetti ja luotettavuus eli reliabiliteetti. Tutkimuksen validiteetilla tarkoitetaan sitä, kuinka hyvin tutkimuksessa mitataan sitä, mitä siinä on tarkoituskin mitata. Validiteettiin vaikuttavia seikkoja ovat esimerkiksi se, ovatko tutkimuksen osallistujat ymmärtäneet heille asetetut kysymykset. Validiteettiin voidaan siis vaikuttaa asettamalla mahdollisimman tarkkoja ja yksiselitteisesti ymmärrettäviä kysymyksiä. (Vilka 2005, 161)

Tässä opinnäytetyössä validiteettia on toisaalta lisännyt ja heikentänyt se, että tasting on järjestetty ryhmätilaisuutena. Se, että opinnäytetyön tekijä on järjestänyt tastingin ja voinut tarkentaa ja selventää kaikkia kysymyksiään, on lisännyt luotettavuutta. Toisaalta ryhmätilanteissa kaikki osallistujat eivät välttämättä halua tai uskalla pyytää tarkennusta, jos he eivät ymmärrä jotain. Toisaalta validiteetti ei myöskään ole työssä erityisen merkittävässä roolissa, koska tasting perustuu hyvin vahvasti mielipiteisiin ja henkilökohtaisiin kokemuksiin. Tärkeintä on ollut antaa totuudenmukaista palautetta tastingin toteutuksesta, jotta palautetta voidaan hyödyntää tastingin raportoinnissa. Palautetta sai antaa paikan päällä paperille tai jälkikäteen sähköpostiviestinä. Nimetön paperipalautemahdollistaa osallistujan anonymiteetin ja lisää siten palautteen luotettavuutta. Toisaalta oli hyvä tarjota myös mahdollisuus antaa myöhemmin palautetta, jos jotain muistui mieleen vasta myöhemmin. Myös sille olisi kuitenkin pitänyt varata myös nimetön palautemahdollisuus tutkimuksen luotettavuuden lisäämiseksi.

Reliabiliteetilla tarkoitetaan tulosten toistettavuutta. Käytännössä reliabiliteetti on sitä parempi, mitä tarkemmin saadaan toistojen jälkeen tutkimuksesta samat tulokset. Tulokset eivät saisi riippua esimerkiksi tutkijasta. On kuitenkin tärkeää huomata, että tutkimuksen luotettavuus on sidonnainen aina aikaan ja paikkaan. Tutkimustulokset eivät siten ole päteviä esimerkiksi eri konteksteissa eri aikakausina. (Vilka 2005, 161)

Tässä työssä reliabiliteettia on haastavaa arvioida erityisesti siksi, että tasting oli hyvin tiukasti sidottu aikaan ja paikkaan. Aistielämyksiin vaikuttaa vahvasti erilaiset aikaan ja paikkaan liittyvät tekijät, kuten työn teoriaosuudessa on nostettu esille. Näin ollen tastingia on lähes mahdoton toteuttaa täysin samanlaisena. Se voidaan kuitenkin toteuttaa lähes samanlaisena hyödyntämällä tämän opinnäytetyön kuvauksia tastingin etenemisestä. Vaikka puitteet pysyisivät hyvin samanlaisina, voi kuitenkin osallistujien kohdalla tilanne olla erilainen. Heidän aistielämyksiin voivat vaikuttaa esimerkiksi tupakointi, aiemmin syöty ruoka ja hajusteiden käyttö. Näin ollen reliabiliteettiin vaikuttaa tässä työssä vahvasti sekä tastingin puitteet että osallistujien toiminta.

Vilkan (2005, 162-163) mukaan luotettavuuteen vaikuttavat esimerkiksi vastaajien erilainen tapaan ymmärtää asioita tai mahdollisesti asian muistaminen väärin. Tällaisten virheiden vaikuttavuutta tutkimuksen luotettavuuteen ei kuitenkaan pidetä merkittävänä. Tämän tutkimuksen luotettavuutta on pyritty lisäämään sen asianmukaisella raportoinnilla ja tutkimuksen toteutuksen mahdollisimman todenmukaisella kuvailulla. Koska tämä tutkimus on tehty itsenäisesti ilman toimeksiantoa, voidaan luotettavasti todeta, ettei toimeksiantajalla ole ollut vaikutusta tutkimuksen toteutukseen tai raportointiin.

LÄHTEET

- BERGLUND, Juha & RINTA-HUUMO, Antti. 2016. Viinistä viiniin. Helsinki: Otava.
- BURNHAM, Douglas & SKILLEÅS, Ole M. 2012. The aesthetics of wine. Chichester, West Sussex; Hoboken: Wiley-Blackwell.
- GRAINGER, Keith. 2011. Wine Quality – Tasting and Selection. Malaysia: Wiley-Blackwell.
- HAAPAKOSKI, Markku. 2018. Viinin maistaminen -luentomateriaali. Savonia Ammattikorkeakoulu.
- HAKALA, Juha T. 2004. Opinnäyteopas ammattikorkeakouluille. Helsinki: Gaudeamus.
- HERKKUKASARI. 2017. Viinitapahtumat 2017. [Viitattu 2017-07-03.] Saatavissa: <https://www.herkkukasari.fi/viinitapahtumat/>
- JACKSON, Ron S. 2002. Wine tasting: A professional handbook. San Diego: Academic Press.
- KANANEN, Jorma 2010. Opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu, liiketoiminta ja palvelut -yksikkö. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 111.
- KARMAVUO, R. & LIHTONEN, J. 2005. Viinin ystävän kirja. Helsinki: Teos.
- LEHRER, Adrienne. 2009. Wine & conversation (2nd ed.). Oxford; New York: Oxford Univ. Press.
- LIUKKO, Satu. 2008. Opinnäytetyön raportointi. [Viitattu 2017-03-16.] Saatavissa: <https://oppimateriaalit.jamk.fi/raportointiohje/tag/toiminnallinen-opinnaytetyo/>
- MORAN, Carmen C. & SALIBA, Anthony J. 2012. Reasons for drinking wine and other beverages – comparison across motives in older adults. International Journal of Wine Research 2012:4 25–32.
- PARANTAINEN, Jari. 2007. Tuotteistaminen: rakenna palvelusta tuote 10 päivässä. Helsinki: Talentum Media Oy.
- PARANTAINEN, Jari. 2012. Tuotteistamisen perusteet: Tuotteista palvelusi, tuplaa katteesi. Helsinki: Ediste Oy.
- PICKERING, Gary J., JAIN, Arun K. & BEZAWADA Ram. 2014. Segmentation and drivers of wine liking and consumption in US wine consumers. International Journal of Wine Research 2014:6 9–19.
- ROBINSON, Jancis. 2000. Viininmaistajan kirja. Hongkong: Otava.
- SIPIILÄ, Jorma. 1996. Asiantuntijapalvelujen tuotteistaminen. Helsinki: WSOY.
- THATCH L. 2013. Trends in the US Wine Industry in 2013. Cautiously Zoptimistic; 2013.
- TILASTOKESKUS. 2017. Alkoholijuomien kulutus 2016. [Viitattu 2017-03-16.] Saatavissa: https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/132364/Tr11_17.pdf?sequence=4
- TONDER, Mika. 2013. Ideasta kaupalliseksi palveluksi: Matkailupalvelujen tuotteistaminen. Vantaa: Hansaprint Direct Oy.
- TUORILA, Hely, PARKKINEN, Kirsi & TOLONEN, Katri. 2008. Aistit ammattikäyttöön. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy.
- VIINI. 2017. Viinikoulu. [Viitattu 2017-07-03.] Saatavissa: <https://viinilehti.fi/aihealueet/viinikoulu/>
- VILKKA, Hanna & AIRAKSINEN, Tiina. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- VILKKA, Hanna. 2005. Tutki ja kehitä. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.
- WILLIAMS, David. 2013. Viinit: opi tunnistamaan viinejä. Helsinki: Bonnier.
- WINE & SPIRIT EDUCATION TRUST. 2011. Wines and Spirits - Understanding Style and Quality. Singapore: Markono Print Media.
- WINE & SPIRIT EDUCATION TRUST. 2012. Level 3 Systematic Approach to Tasting Wine®.

WINEWARE. 2017. Wine Tasting Glasses. [Viitattu 2017-12-26] Saatavissa:
<https://www.wineware.co.uk/glassware/wine-tasting-glasses/>



LIITE 1. Aromiympyrä Lahdenkauppia & Rinta-Huumoa (2004) mukailleen.