

**JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO  
KAUPPAKORKEAKOULU**

**SUOMEN VIINITILOJEN  
TALOUDELLINEN MERKITYS  
TILALIKÖÖRIN MYYNNIN VAPAUTTAMISEN VAIKUTUS**

Kansantaloustiede  
Pro gradu-tutkielma  
2011  
Eveliina Kaitala







## JYVÄSKYLÄN YLIOPISTON KAUPPAKORKEAKOULU

Tekijä Eveliina Kaitala	
Työn nimi Suomen viinitilojen taloudellinen merkitys - Tilalikäörin myynnin vapauttamisen vaikutus	
Oppiaine Kansantaloustiede	Työn laji Pro gradu-tutkielma
Aika Joulukuu 2011	Sivumäärä 54+3
<p>Tiivistelmä - Abstract</p> <p>Suomessa on vuonna 2011 ollut toiminnassa noin kolmekymmentä viinitilaa. Viinitilatoiminnan mahdollisti vuonna 1995 voimaan tullut lakimuutos, joka antoi viinitiloille mahdollisuuden myydä tuottamaansa viiniä kuluttajille suoraan tilalta. Viinitilat sijaitsevat pääasiassa maaseudulla ja ne ovat sijoittuneet ympäri Suomea. Viinitilatoiminta elävöittää maaseutua tarjoamalla työpaikkoja ja houkuttelemalla alueelle matkailijoita. Viinitilat valmistavat monesti mietojen juomien lisäksi myös liköörejä, mutta ne saavat myydä tilalta vain alle 13 tilavuusprosentin vahvuisia juomia. Kysymys liköörin myynnin vapauttamisesta on ollut esillä jo vuosia, mutta siihen ei ole vielä saatu vastausta. Viinitilojen määrä on vuodesta 2004 jatkuvasti ollut laskussa ja liköörin myynnin vapauttamisella voisi olla positiivinen vaikutus viinitilatoiminnan kehitykseen.</p> <p>Pro gradu-tutkielman tavoitteena oli selvittää suomalaisten viinitilojen taloudellista vaikutusta ja liköörin myynnin vapauttamisen vaikutusta tähän. Suomalaisista viinitiloista on kirjoitettu opinnäytetöitä aiemminkin, mutta taloudellisia vaikutuksia ei tiettävästi ole aikaisemmin tutkittu. Tutkimuksen aineisto kerättiin viinitiloilta kyselytutkimuksella ja taloudellisia vaikutuksia arvioitiin panos-tuotosanalyysin avulla. Kyselyllä kerättiin tietoa muun muassa viinitilojen kävijämääristä, tuotteiden tuotannosta ja myynnistä, liikevaihdosta, kulurakenteesta ja mahdollisen liköörin myynnin vapauttamisen vaikutuksista toimintaan.</p> <p>Tutkimustulosten mukaan viinitilat ovat merkittäviä matkailukohteita ja taloudellisia toimijoita maaseudulla. Liköörin myynnin vapauttaminen nostaisi viinitilojen liikevaihtoa arvion mukaan 25 prosenttia ja siten voidaan todeta, että lakimuutoksella olisi merkittävä positiivinen vaikutus viinitilatoimintaan ja sitä kautta talouteen. Vaikutus myös kohdistuisi pääasiassa syrjäseuduille. Viinitilat vaikuttavat talouteen myös matkailun kautta, sillä viinitiloilla vierailevat matkailijat tuovat tuloja alueen muillekin toimijoille. Tässä tutkimuksessa viinitilamatkailun taloudellista vaikutusta ei arvioitu, mutta Yhdysvalloissa asiaa on tutkittu. Tutkimuksissa on todettu, että viinitilamatkailun vaikutus talouteen on merkittävä ja se voi olla jopa yhtä suuri kuin tuotantotoiminnan vaikutus.</p>	
Asiasanat Viinitilat, Panos-tuotosanalyysi, Taloudellinen vaikutus	
Säilytyspaikka Jyväskylän yliopiston kauppa korkeakoulu	

## KUVAT

KUVA 1 Viinitilojen sijainti kartalla .....	8
---	---

## KUVIOT

KUVIO 1 Viinitilojen kokonaismyynti, litraa .....	35
KUVIO 2 Viinitilan tuotteiden myyntikanavat .....	36

## TAULUKOT

TAULUKKO 1 Viinitilan kävijämäärä suhteessa kunnan asukaslukuun .....	33
TAULUKKO 2 Viinitilojen myyntimäärät .....	35
TAULUKKO 3 Viinitilojen liikevaihdon jakautuminen .....	37
TAULUKKO 4 Juomien valmistuksen kustannukset, panokset muilta toimialoilta .....	38
TAULUKKO 5 Viinitilojen taloudellinen vaikutus .....	40
TAULUKKO 6 Peruspanosten käyttö .....	41
TAULUKKO 7 Palkkatulon jakautuminen .....	42
TAULUKKO 8 Viinitilojen työllisyysvaikutus .....	43
TAULUKKO 9 Viinitilatutkimusten vertailu .....	44
TAULUKKO 10 Liköörin myynnin vapauttamisen kokonaisvaikutus talouteen .....	47
TAULUKKO 11 Liköörin myynnin vapauttamisen vaikutus palkkatuloihin....	48
TAULUKKO 12 Liköörin myynnin vapauttamisen työllisyysvaikutukset .....	48
TAULUKKO 13 Viinitilojen taloudellinen vaikutus liköörin myynnin sallimisen jälkeen.....	49

# SISÄLLYS

## TIIVISTELMÄ

## KUVAT, KUVIOT JA TAULUKOT

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	7
2	TALOUDELLISTEN VAIKUTUSTEN MITTAAMINEN.....	9
	2.1 Panos-tuotosanalyysi .....	9
	2.2 Vaikutustutkimus .....	12
3	AIEMPI KIRJALLISUUS .....	14
	3.1 Taloudellinen vaikutus, panos-tuotosanalyysi .....	14
	3.2 Vaikutustutkimukset.....	17
	3.3 Viinitilojen taloudellinen vaikutus.....	18
	3.4 Viinitilatutkimukset Suomessa .....	27
4	VIINITILATUTKIMUS.....	31
	4.1 Aineisto .....	31
	4.2 Kävijämäärät viinitiloilla .....	32
	4.3 Tuotteiden valmistus ja myynti.....	34
	4.4 Viinitilojen liikevaihto, liikevaihdon jakautuminen ja juomien valmistuksen kustannukset.....	37
	4.5 Viinitilatoiminnan tuotantovaikutukset, tulovaikutukset ja työllisyysvaikutukset .....	40
	4.6 Liköörin myynti viinitiloilla.....	45
	4.7 Liköörin myynnin kokonaistaloudelliset vaikutukset .....	47
5	YHTEENVETO .....	50
	LÄHTEET .....	52
	LIITTEET.....	55





# 1 JOHDANTO

Suomessa toimii Valviran<sup>1</sup> 2011 tammikuun tietojen mukaan 31 viinitilayrittäjää. Viinitilatoiminnan mahdollisti lainsäädännön muutos vuonna 1995, joka antoi viinitiloille mahdollisuuden myydä viiniä kuluttajille suoraan tilalta. Suomessa toimivat viinitilat sijaitsevat pääosin maaseudulla ja ne ovat sijoittuneet ympäri Suomea Ahvenanmaalta Kittilään asti. Viinitilat ovat tuoneet maaseudulle työpaikkoja ja lisänneet sen vetovoimaisuutta. Viinitilatoiminta on myös taannut kotimaisia marjoja- ja hedelmiä hyödyntävän alkoholijuomatuotannon jatkuvuuden. (Suomen viinitilat.) Tällä hetkellä lainsäädäntö sallii 13 tilavuusprosentin vahvuisten viinitilalla tuotettujen alkoholijuomien myynnin valmistuspaikan läheisyydessä. Väkevempiä tuotteita ei saa myydä viinitilalla.

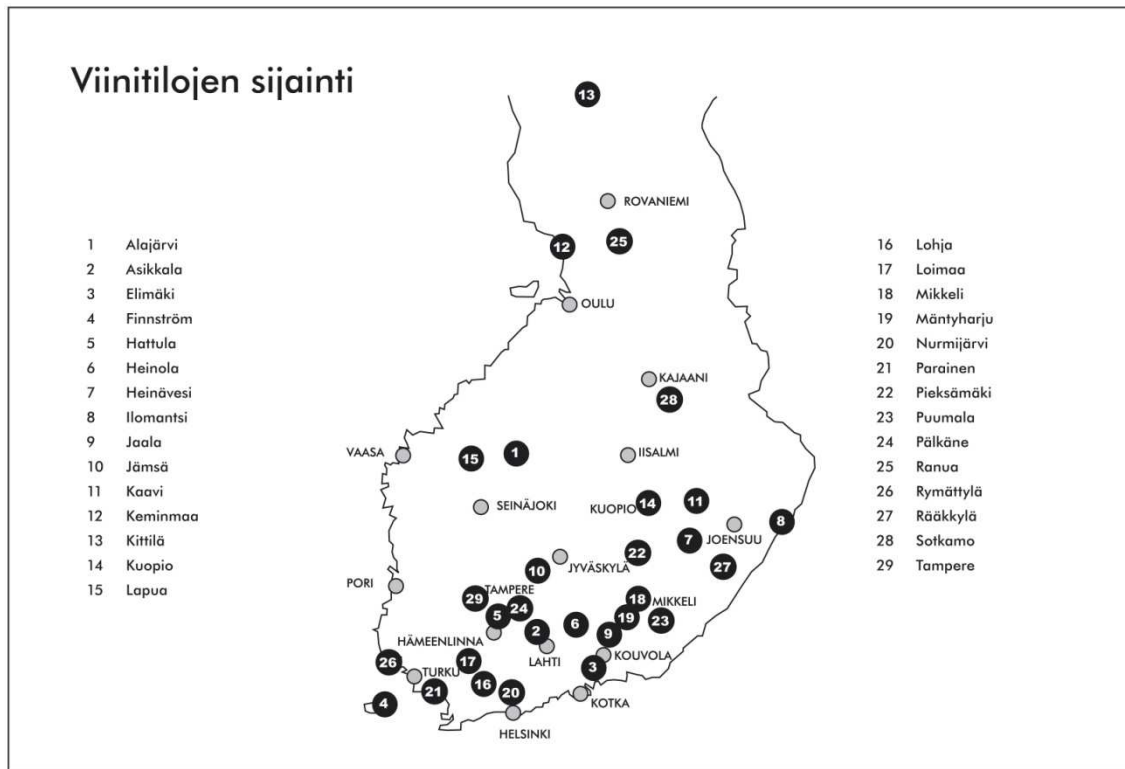
Lähes kaikki viinitilat valmistavat viinin ja mietojen alkoholijuomien lisäksi myös liköörejä. Kysymys liköörinmyynnin sallimisesta viinitiloilla on ollut esillä jo vuosia. Helsingin Sanomien (2008) mukaan hallitus haluaisi sallia liköörin myynnin viinitiloilla. Samalla todetaan, että erityisesti viinitilayrittäjät ovat toivoneet muutosta. Asiasta ei ole kuitenkaan yksimielisyyttä, sillä artikkelin mukaan Sirpa Paatero soimasi hallituksen toimintaa, vedoten siihen, että samanaikaisesti ollaan huolissaan päihdehaittojen vaikutuksista ja silti halutaan lisätä kulutusta. Samassa artikkelissa lainataan myös erikoistutkija Kari Niilolaa, joka toteaa viinitilatoiminnan olevan ”askartelua, jolla ei ole aluepoliittista merkitystä”. Likööriksymykseen ei edelleenkään ole saatu vastausta, ja esimerkiksi Aamulehti (2010) uutisoi viinitilojen määrän vähentyneen noin 35:een aiemmasta 49:stä. Syyksi mainitaan tilojen kannattamattomuus, ja erityisesti se, ettei likööriä edelleenkään saa myydä viinitiloilta suoraan. Vuodesta 2010 viinitilojen määrä on edelleen ollut laskussa.

Tämän pro gradu-tutkielman tarkoituksena on kartoittaa Suomessa toimivien viinitilojen taloudellista vaikutusta ja mahdollisen liköörinmyynnin vapauttamisen vaikutusta tähän. Viinitilat ovat tutkimuskohteena kiinnostavia ensinnäkin sijaintinsa vuoksi. Kuvassa 1 on sijoitettu tutkimuksessa mukana olevat 29 viinitilaa Suomen kartalle. Kartasta nähdään, että viinitilat ovat sijoittuneet laajalle alueelle ja pääasiassa maaseudulle. Viinintuotannon lisäksi viinitilat ovat vetovoimaisia matkailukohteita ja tuovat siten elävyyttä muuten taloudelliselta rakenteeltaan monesti yksipuoliselle maaseudulle. Matkailu ja syrjäseutujen kehitys on aihe, jota on tutkittu viime aikoina paljon. Muutamia tutkimuksia käsitellään tässäkin työssä.

Työn rakenne on seuraava. Toisessa luvussa esitellään menetelmiä, joilla taloudellisia vaikutuksia voidaan mitata. Panos-tuotosanalyysi liittyy yritysten tuotannon välisten suhteiden kuvaamiseen ja tietyn toimialan kysynnän kasvun aiheuttamiin kerrannaisvaikutuksiin. Vaikutustutkimuksissa taas yleensä

---

<sup>1</sup> Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto, tilaviinin valmistuslupien myöntäjä



KUVA 1 Viinitilojen sijainti kartalla

pyritään arvioimaan taloudellisia vaikutuksia erilaisten kyselytutkimusten kautta. Kolmannessa luvussa käydään läpi toisen luvun menetelmiä hyödyntäviä tutkimuksia ja Yhdysvalloissa toteutettuja tutkimuksia viinitilojen vaikutuksista talouteen. Luvun lopussa esitellään myös kaksi suomalaisista viinitiloista tehtyä opinnäyteyötä. Luvussa neljä käsitellään tämän tutkimuksen empiirinen osio. Tutkimuksen aineisto on saatu omalla viinitiloille suunnatulla kyselytutkimuksella ja käytettävä menetelmä taloudellisten vaikutusten arviointiin on panos-tuotosanalyysi. Luvussa käydään läpi kyselyn vastauksia ja saatuja tuloksia viinitilatoiminnan kokonaisvaikutuksesta talouteen. Tuloksia verrataan kolmannessa luvussa käsiteltyjen Yhdysvalloissa toteutettujen viinitilatutkimusten tuloksiin. Luvun lopussa esitetään arvio liköörinmyynnin vapauttamisen vaikutuksista viinitilatoimintaan ja sen myötä koko talouteen. Lopuksi luvussa viisi tehdään yhteenveto tutkielman keskeisistä tuloksista.

## 2 TALOUDELLISTEN VAIKUTUSTEN MITTAAMINEN

Tässä luvussa käydään läpi kaksi menetelmää taloudellisten vaikutusten mittaamiseen. Ensimmäinen näistä on panos-tuotos analyysi, jota voidaan käyttää koko maan tai tietyn alueen taloudellisten vaikutusten mittaamiseen. Toisena esitellään vaikutustutkimuksen menetelmiä ja erityisesti niin sanottu pohjoismainen malli, jota on käytetty ainakin osittain monissa kotimaisissa matkailututkimuksissa.

### 2.1 Panos-tuotosanalyysi

Tilastokeskus tuottaa Suomen taloudesta tarjonta- ja käyttötaulukkoita, sekä niiden tietoihin perustuvia panos-tuotostaulukoita. Tarjonta- ja käyttötaulukkoista nähdään kotimaisten ja tuontituotteiden tarjonta sekä käyttö muiden tuotteiden valmistuksessa ja lopputuotteina. Panos-tuotostaulukot kuvaavat kansantalouden tuotevirtoja, ja niiden avulla voidaan analysoida tuotantotoiminnan rakennetta sekä eri toimialojen välisiä riippuvuuksia. Koska symmetriset panos-tuotostaulukot kuvaavat toimialojen välisiä riippuvuuksia, niiden avulla voidaan arvioida eri toimialojen tuotannon vaikutusta koko talouden tuotantoon ja työllisyyteen. (Tilastokeskus.)

Armstrongin ja Taylorin (2000) mukaan panos-tuotosanalyysin avulla voidaan ennustaa minkä tahansa kysynnän kasvun vaikutuksia tietyn alueen tuotantoon. Panos-tuotosanalyysin lähtökohta on se, että mikä tahansa tuotanto vaatii myös panoksia. Nämä panokset eivät tarkoita vain raaka-aineita, vaan myös kotitalouksien työn tarjontaa ja valtion tarjoamia palveluja, kuten tieverkoston järjestämistä. Kaikki tuotokset myydään eteenpäin joko muille tuotannon aloille panoksiksi tai loppukäyttöön. Täten käytettyjen panosten määrän tulisi vastata tuotoksen määrää.

Panosten ja tuotosten väliset yhteydet on kirjattu panos-tuotostaulukkoon, josta näkyvät kaikki eri toimialojen väliset hyödykevirrat tarkasteluajankohtana. Panos-tuotostaulukon rivit osoittavat toimialan myynnit eri toimialoille ja sarakkeet taas osoittavat toimialan ostot eri toimialoilta. Rivien ja sarakkeiden loppusummat täsmäävät aina. Panos-tuotostaulukko antaa tietoa talouden eri toimijoiden välisistä suhteista ja talouden rakenteesta. Se osoittaa myös toimialojen riippuvuuden esimerkiksi tuonnista sekä tulovirran kotitalouksille. Alueelliset panos-tuotostaulukot osoittavat myös alueellisen rakenteen maan sisällä ja alueiden väliset hyödykevirrat. Panos-tuotostaulukoiden muodostamisen tarkoitus ei ole ainoastaan kuvata toimialojen välisiä hyödykevirtoja. Taulukoiden avulla voidaan muodostaa ennusteita loppukysynnän muutoksen vaikutuksista koko järjestelmään.

Mallin muodostaminen vaatii joitakin oletuksia. Mallissa oletetaan esimerkiksi, että jokainen tuotannon lisäys vaatii saman määrän panoksia. Tuotannon kaksinkertaistaminen siis vaatii myös panosten määrän kaksinkertaistamisen. Hyödykevirta toimialalta  $i$  toimialalle  $j$  on seuraavanlainen.

$$x_{ij} = a_{ij}X_j \quad (1)$$

Yhtälössä (1)  $x_{ij}$  viittaa hyödykevirtaan toimialalta  $i$  toimialalle  $j$ ,  $X_j$  on toimialan  $j$  kokonaistuotanto ja  $a_{ij}$  on hyödykevirran ja kokonaistuotannon määrän välinen tekninen kerroin. Mallissa oletetaan, että hyödykevirta  $i$ :stä  $j$ :hin on aina jokin kiinteä osa toimialan  $j$  tuotannosta. Mallissa oletetaan myös, että tarvittavat panokset ovat aina saatavilla, jolloin tuotantokapasiteettiin ei kohdistu minkäänlaisia rajoituksia.

Kysynnän kasvun vaikutusten laskeminen vaatii toimialakohtaisten kertoimien muodostamista. Panos-tuotostauluista voidaan muodostaa käänteismatriisi, joka sisältää nämä kertoimet. Käänteismatriisin kertoimet osoittavat kuinka paljon kaikkien toimialojen tuotanto muuttuu kun kysyntä yhdellä toimialalla kasvaa yhdellä rahamääräisellä yksiköllä, esimerkiksi eurolla. Kysynnän kasvun aiheuttamat vaikutukset voidaan laskea ensin suoraan eri toimialoille ja tämän jälkeen toistaa analyysia laskemalla välilliset vaikutukset. Lopulta vaikutukset lopulta konvergoituvat nolnaan. Kertoimet voidaan laskea myös kotitalouksien tuloille. Silloin kertoimella viitataan yhden euron kysynnän lisäyksen vaikutukseen kotitalouksien tuloihin. Vaikutuksessa otetaan huomioon työpanoksen määrän lisäys kaikilla aloilla. Siten kertoimessa ovat mukana sekä välittömät että välilliset tulovaikutukset. Kasvanee kotitalouksien tulot lisäävät myös kysyntää. Työllisyyskerroin taas kuvaa kysynnän kasvun vaikutusta työpaikkojen määrään. Panos-tuotos analyysi ei ole kuitenkaan ongelmaton. Kerroinmatriisit eivät välttämättä ole täysin luotettavia ja aineiston keräämiseen liittyy lukuisia ongelmia. Kertoimet myös vanhentuvat nopeasti. (Armstrong ja Taylor 2000.)

Yhden toimialan tuotanto muodostuu mallissa seuraavasti.

$$x_i = \sum_{j=1}^n x_{ij} + y_j \quad (i=1, \dots, n) \quad (2)$$

Yhtälössä (2)  $x_i$  on toimialan  $i$  tuotanto, joka koostuu tuotoksien panoskäytöstä toimialoilla  $j$  ja loppukäytöstä  $y_j$ . Sijoitetaan yhtälöön (2) yhtälö (1), jossa  $x_{ij}$  muodostuu teknisestä kertoimesta  $a_{ij}$  ja toimialan  $j$  kokonaistuotoksesta  $X_j$ . Käyttämällä matriisimerkintöjä saadaan kaikki toimialat samaan yhtälöön.

$$x = Ax + y, \quad (3)$$

missä

$$\begin{bmatrix} x_1 \\ x_2 \\ \vdots \\ x_n \end{bmatrix} = x, \quad \begin{bmatrix} y_1 \\ y_2 \\ \vdots \\ y_n \end{bmatrix} = y, \quad \begin{bmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdot & \cdot & \cdot & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \cdot & \cdot & \cdot & a_{2n} \\ \cdot & \cdot & \cdot & \cdot & \cdot & \cdot \\ \cdot & \cdot & \cdot & \cdot & \cdot & \cdot \\ a_{n1} & a_{n2} & \cdot & \cdot & \cdot & a_{nn} \end{bmatrix} = A.$$

Toimialojen tuotanto saadaan ratkaisemalla yhtälöstä (3) johdettu yhtälö (4)

$$(I - A)x = y, \quad (4)$$

jonka yleinen ratkaisu on

$$x = (I - A)^{-1}y. \quad (5)$$

Käänteismatriisia  $(I-A)^{-1}$  kutsutaan myös Leontiefin matriisiksi, ja sen alkio  $b_{ij}$  ilmaisee kuinka paljon toimiala  $j$  tarvitsee panoksia toimialalta  $i$  tuottaakseen yhden yksikön lopputuotetta  $j$ . Matriisin rivi osoittaa kuinka paljon toimialalta tarvitaan tuotantoa, jotta muut toimialat voivat tuottaa yhden yksikön lopputuotetta. Sarakkeesta taas nähdään kuinka paljon tietty toimiala tarvitsee tuotantoa muilta toimialoilta, jotta voi tuottaa yhden lopputuotteen. Käänteismatriisin sarakesumma osoittaa millainen on kyseisen toimialan kysynnän aiheuttama kerrannaisvaikutus tuotantotoimintaan. (Forssell 1985.) Tohmo (2002) toteaa, että käänteismatriisia käyttämällä voidaan siis laskea tuotantoon kohdistuvat kokonaisvaikutukset kun kysyntä nousee yhden yksikön.

Hintamalli on edellä esitellyn tuotantomallin kaksoismalli. Hintamallin yhtälöt muodostetaan panos-tuotostaulukoiden sarakkeiden mukaan, jolloin yhtälöt kuvaavat tuotantokustannusten koostumusta. Selitettävänä muuttujana hintamallissa on valmiin tuotoksen hinta ja selittävinä muuttujina peruspanosten yksikköhinnat. (Forssell 1985.) Peruspanoksilla tarkoitetaan niitä tuotannossa tarvittavia panoksia, joita ei osteta muilta toimialoilta. Tällaisia ovat tuonti, välilliset verot, palkat ja pääoman käyttö ja toimintaylijäämä. Eurostatin (2008, 492) mukaan hintamalli muodostetaan siten, että toimialojen tuotannostaan ansaitsemat tulot vastaavat niiden kustannuksia eri tuotannon vaiheissa. Malli määritellään seuraavasti.

$$A'p + Qv = p \quad (7)$$

$$p - A'p = Qv \quad (8)$$

$$(I - A')p = Qv \quad (9)$$

$$p = (I - A')^{-1}Qv \quad (10)$$

Yhtälöissä  $A'$  on transponoitu panoskerroimien matriisi,  $(I-A')^{-1}$  on transponoitu käänteismatriisi,  $v$  kuvaa peruspanosten panoskerroimia,  $Q$  sisältää peruspanosten yksikköhinnat ja  $p$  on tuotteiden hintavektori. Hintamallilla voidaan esimerkiksi arvioida peruspanosten hintojen muutoksen vaikutuksia tuotteiden hintoihin.

Eurostatin (2008, 499–502) mukaan panos-tuotosanalyysissä käytetään usein kertoimia, jotka kuvaavat ulkoisen kysynnän muutoksen vaikutuksia. Kolmen yleisimmin käytetyn kerrointyyppin avulla lasketaan ulkoisen kysynnän muutoksen vaikutusta talouden toimialojen tuotantoon, kotitalouksien ansaitsemaan tuloon ja uusien työpaikkojen määrään. Tuotantokerroin toimialalle  $j$  on sen kokonaistuotannon arvo, joka vaaditaan kaikilta muilta toimialoilta kaikissa tuotannon vaiheissa, jotta toimialalla  $j$  voidaan tuottaa yksi tuote loppukysyntää varten. Tuotantokerroin vastaa toimialan käänteismatriisin sarakesummaa. Kertoimessa yhdistyy yksi lopputuote sekä välitön ja välillinen tuotantopanosten käyttö. Tulokerroimet arvioivat kysynnän muutosten vaikutusta kotitalouksien ansaitsemaan tuloon. Kertoimet saadaan hintamallista, jonka avulla voidaan arvioida, kuinka paljon yhteen lopputuotteeseen sisältyy välillisesti ja välittömästi palkkakustannuksia. Työllisyyskerroimilla saadaan laskettua, kuinka paljon tietyn suuruinen kysynnän lisäys vaatii lisää työpanosta. (Eurostat 2008.)

## 2.2 Vaikutustutkimus

Toinen menetelmä taloudellisten vaikutusten arvioimiseen on vaikutustutkimus, jossa lasketaan välittömät, välilliset ja johdetut vaikutukset. Analyysi ei kuitenkaan ota huomioon sitä, että osa ostoista valuu alueen ulkopuolelle (Tohmo 2002). Vaikutustutkimuksen voi toteuttaa monilla eri menetelmillä ja yksi näistä on pohjoismainen menetelmä. Saarisen (2003) mukaan matkailun alueellisten vaikutusten arviointiin on monesti käytetty juuri pohjoismaista menetelmää. Malli on kehitetty 1970-luvulla ja sitä on testattu Pohjoismaissa 1980-luvulla. Mallissa arvioidaan matkailun taloudellisia vaikutuksia ja työllisyysvaikutuksia tietyillä alueilla. Tutkimus voidaan toteuttaa kahdella eri tavalla, joita voidaan käyttää joko yhdessä tai erikseen. Tulomenetelmällä tutkitaan kyselytutkimuksella matkailun taloudellista vaikutusta yrityksille. Menomenetelmällä taas arvioidaan matkailijoiden käyttämää rahamäärää tietyllä alueella suoralla kyselytutkimuksella. Molempien lähestymistapojen tarkoituksena on kartoittaa alueella toimivien yritysten vuotuinen liikevaihto, matkailun osuus tästä liikevaihdosta, työntekijöiden määrä yrityksissä, palkkakulujen määrä ja yritysten ostot. Yritykset myös arvioivat paikallisen kysynnän määrän liikevaihdosta, joka poistetaan, jotta saadaan arvio ainoastaan matkailun vaikutuksista.

Välilliset vaikutukset arvioidaan yritysten ostojen perusteella. Suorat vaikutukset työllisyyteen perustuvat yritysten arviointiin matkailusta aiheutuvan työllisyyden määrästä. Matkailun vaikutus työntekijöiden ansioihin arvioidaan

erikseen paikkakunnalla asuville ja ulkopuolelta tuleville. Näin saadaan arvioitua verotulojen vuoto muille paikkakunnille. Työllisyyteen liittyvä matkailun aiheuttama verotulojen kasvu lasketaan paikkakunnan verotason mukaan. Kerrannaisvaikutukset voidaan arvioida tutkimalla toisella tai kolmannella yritysten ostokierroksella mukana olevia yrityksiä ja aiheutuvaa verotulojen kasvua. Nämä kerrannaisvaikutukset jäävät pieniksi, jos jo ensimmäisellä kierroksella yritykset ostavat hyödykkeensä muilta alueilta. Tämä tilanne on tyypillinen pienillä syrjäisillä matkailualueilla, joissa muu talouden rakenne on kapea. (Saarinen 2003).

### 3 AIEMPI KIRJALLISUUS

Tässä luvussa käydään läpi viinitiloihin ja matkailuun liittyviä tutkimuksia, joissa on hyödynnetty edellisessä luvussa esiteltyjä menetelmiä joko sellaisenaan, tai eri tavoilla muokattuna. Ensimmäisenä esitellään panos-tuotosanalyysia hyödyntäviä matkailun taloudellisiin vaikutuksiin liittyviä tutkimuksia, seuraavana vaikutustutkimusta hyödyntäviä tutkimuksia matkailun vaikutuksista ja viimeisenä tutkimuksia viinitilojen taloudellisista vaikutuksista Yhdysvalloissa. Kappaleen loppuksi esitellään myös kaksi suomalaisia viinitiloja käsittelevää opinnäytetyötä, jotka tarkastelevat viinitilatoimintaa hieman eri näkökulmista.

#### 3.1 Taloudellinen vaikutus, panos-tuotosanalyysi

Vatanen ym. (2006) selvittävät tutkimuksessaan Inarin kunnan metsään ja luontoon perustuvien toimialojen tulo- ja työllisyysvaikutuksia. Nämä toimialat ovat porotalous, Metsähallituksen metsätalous, yksityinen metsätalous, Metsähallituksen luontopalvelut, puutuotteiden jalostus ja matkailu. Toimialojen vaikutuksia kunnan talouteen arvioidaan paikallistalouteen sovitettuna panos-tuotosanalyysin avulla. Tutkimuksen tarkoituksena on hahmottaa toimialojen yhtenäistä paikallistaloudellista merkitystä, sillä aikaisemmat tutkimukset ovat keskittyneet vain yhden alan vaikutuksen arviointiin ja tulokset ovat keskenään vaikeasti vertailtavia. Tavoitteena on arvioida sekä välittömiä että välillisiä vaikutuksia kunnan talouteen.

Tutkimuksessa muodostetaan Inarin kunnalle tilinpitomatriisi, jossa tilastokeskuksen panos-tuotostauluja täydennetään tiedoilla keskeisten toimialojen, kotitalouksien ja julkisyhteisöjen tuloista ja työllisyydestä. Tiedot saadaan yhdistelemällä virallisten tilastojen ja muiden lähteiden tietoja. Tilinpitomatriisissa tiedot ovat vuosien 2000–2002 keskiarvoja talouden satunnaisten vaihtelujen eliminoimiseksi. Myös tilinpitomatriisiin toimialat muokataan vastaamaan kunnan päätoimialoja. Muille kuin luontoon perustuville toimialoille tämä tehdään yhdistelemällä Lapin panos-tuotostaulujen toimialat. Välituotekäytöt muodostetuille toimialoille määritellään tuotostietojen, ristikkäissijaintiosamäärämenetelmän ja valmiiden panos-tuotostaulujen avulla. Välituotekäyttöä muokataan vastaamaan todellisuutta myös paikallisten yritysten edustajien haastattelujen kautta. Luontoon perustuville toimialoille muodostetaan erilliset toimialat, ja näiden panoskäyttö ja tuotosten käyttö välituotteina selvitetään erikseen edellisiin tutkimuksiin perustuen.

Vatanen ym. (2006) uskovat, että perinteinen lopputuotekesyntään perustuva panos-tuotosanalyysi ei ota ollenkaan huomioon toimialoja, jotka valmistavat vain välituotteita. He toteavat myös, että lopputuotekesyntään



perustuva analyysi yliarvioi toimialan tuotosvaikutuksen. Tästä syystä tutkimuksessa käytettävä malli on kokonaistuotomalli. Kokonaistuotomallin estimointi on helpompaa myös siitä syystä, että yritysten liikevaihtotiedot ovat saatavilla helpommin kuin tiedot lopputuotekysynnästä. Kokonaistuotomalli on perinteisen panos-tuotomallin sovellus, jonka avulla voidaan määrittää kuinka toimialojen tuotokset vaikuttavat toisten toimialojen tuotoksiin. Mallissa käytetään total flow-matriisia, joka on panos-tuotosanalyysin käänteismatriisin muunnos. Kerrannaisvaikutusten analysoinnissa matriisia käytetään kuten käänteismatriisia, mutta siinä on kyse toimialojen tuotosten riippuvuudesta muiden toimialojen tuotoksista eikä lopputuotekysynnöistä.

Vatanen ym. (2006) havaitsivat, että tulovirtaa eniten kasvattava toimiala on matkailu. Tulo- ja työllisyysluvut osoittavat, että luonnon käyttöön perustuvat toimialat ovat merkittäviä Inarin kunnan taloudelle. Toimialojen kerrannaisvaikutukset taloudessa ovat merkittäviä. Keskimääräinen kerroinvaikutus on 1,82 eli tuotoksen aiheuttama välitön tulo kertautuu miltei kaksinkertaiseksi. Luonnon käyttöön perustuvilla toimialoilla kerroin on vielä suurempi. Toisaalta taas matkailun, porotalouden, luontopalveluiden ja yksityisen metsätalouden yhteydet muihin alueen toimialoihin ovat vähäisiä. Vähäiset tuotannolliset kerrannaisvaikutukset voivat johtua siitä, että ostot kohdistuvat pääasiassa alueen ulkopuolelle. Matkailun merkitys on tutkimuksessa hyvin merkittävä, sillä matkailun suhteelliset ja absoluuttiset nettovaikutukset ovat suurimmat. Tutkimuksessa arvioidaan myös tuotosten muutoksen vaikutusta eri toimialoilla. Muut toimialat kuin metsätalous ovat hyvin riippuvaisia kunnan ulkopuolisesta kysynnästä. Esimerkiksi matkailun tuottamista palveluista 95 % kulutetaan ulkopaikkakuntalaisten toimesta. Matkailun merkitystä kuvaa se, että jo 15 % muutos kysynnässä aiheuttaa yhtä suuren tulovaikutuksen kuin muun luonnon käyttöön perustuvan toimialan kokonaistulot yhteensä.

Vatanen ym. (2006) mainitsevat, että käytettävään aineistoon tulee suhtautua varauksella. Pohjalla käytetyt panos-tuotostaulukot ovat jo vuodelta 1995, ja matriisin tiedot on muodostettu useita lähteitä yhdistelemällä. Tarkoituksena on kuitenkin muodostaa mahdollisimman hyvä kuvaus tutkimuskohteesta. Analyysi itsessään on yhtä vuotta koskeva jälkikäteistarkastelu, jonka avulla voidaan arvioida toimialojen välisiä suhteita tarkasteluaikana. Tutkimuksen merkittävin tulos on matkailun merkitys kunnan taloudelle. Lisäksi edellisten tutkimusten pohjalta on mahdollista todeta että tämä vaikutus on jatkuvasti kasvanut. Matkailu on toimialana herkkä ulkopuolisen kysynnän muutoksille, mutta vaikutus voi yhtäläisellä olla positiivinen tai negatiivinen. Vatanen ym. (2006) toteavat, että tutkimuksessa mukana olleet toimialat monipuolistavat Inarin kunnan elinkeinorakennetta ja ovat merkittäviä ja tärkeitä. Tästä näkökulmasta eri toimialojen samanaikainen olemassaolo on suotava tavoite.

Huhtala (2007) selvittää tutkimuksessaan Pallas-Ounastunturin kansallispuiston taloudellisia vaikutuksia. Tutkimuksessa todetaan, ettei matkailun taloudellisten vaikutusten ja työllisyysvaikutusten selvittämiseen ole

vakiintunut yhtä tiettyä mallia. Pohjoismaista mallia on käytetty muutamien matkailukohteiden taloudellisten vaikutusten arviointiin Suomessa. Näissä tutkimuksissa on yleensä arvioitu vaikutuksia joko yritys- tai vierailijakyselyn, tai molempien avulla. Huhtala toteaa, että malli ei ole täysin standardoitu ja sen toteuttamisessa on eroja. Tästä syystä tutkimustulokset eivät monesti ole vertailukelpoisia. Muissa Pohjoismaissa malli on miltei unohdettu, ja kansainvälisissä tutkimuksissa panos-tuotosanalyysit ja puhtaat kerroinanalyysit ovat olleet suositumpia. Tutkimuksen menetelmä seuraa Yhdysvalloissa toteutettua tutkimusta kansallispuistojen vaikutuksesta, jossa yhdistetään kyselytutkimus alueelliseen panos-tuotosanalyysiin. Ongelmana on se, että Suomessa on saatavilla ainoastaan valtakunnalliset ja alueelliset panos-tuotostaulukot, mutta ei jokaiselle kunnalle erikseen. Käytettäväksi metodiksi ei valittu pohjoismaista mallia, koska yritysaineiston kerääminen on liian työlästä. Tutkimuksessa koetetaan löytää malli, joka olisi mahdollista toteuttaa missä tahansa alueella ja tietyin väliajoin, jotta tietoa taloudellisista vaikutuksista saataisiin jatkuvasti. Myös tähän tarkoitukseen pohjoismaalainen malli on liian työläs.

Matkailijoiden käyttämälle rahasummalle saadaan arvio kyselytutkimuksilla, jotka toteutetaan kahdella eri tavalla mahdollisimman tarkan arvion aikaansaamiseksi. Saatavilla oleva alueellinen panos-tuotostaulukko on Huhtalan (2007) mukaan liian epätarkka mittari alueen todelliselle taloudelliselle rakenteelle. Tarkemmat panos-tuotoskertoimet saadaan muokkaamalla alueellisen taulukon kertoimia location quotient -menetelmällä, jossa tietyn toimialan osuus kyseessä olevan paikkakunnan taloudellisesta toiminnasta jaetaan sen valtakunnallisella osuudella. Osuuden indikaattorina voi olla esimerkiksi tuotanto tai työllisyyden määrä. Jos kertoimen määrä on suurempi kuin yksi, kyseinen toimiala on keskittyneempi alueelle kuin valtakunnallisesti tai alueellisesti keskimäärin. Jos kerroin on pienempi kuin yksi, tilanne on päinvastainen. Saaduista kertoimista muodostetaan Leontiefin käänteismatriisi.

Kyselytutkimuksella selvitetystä alueellisen tulon kasvusta vähennetään arvonlisävero, jotta saadaan todellinen tulojen kasvu selville. Tutkimuksessa selvitetään myös matkailun vaikutus työllisyyteen, palkkoihin ja veroihin. Välttääkseen taloudellisen vaikutuksen yliarviointia Huhtala (2007) olettaa, että kaikki paikallisten yritysten käyttämät materiaalit ostetaan alueen ulkopuolelta. Näiden ostojen arvioitu määrä vähennetään kyselyllä selvitetyn tulojen kasvun määrästä, ja jäljelle jäävän summan kerrannaisvaikutukset arvioidaan käänteismatriisin avulla. Tuloksena saadaan arvio välittömistä ja välillisistä vaikutuksista. Tutkimuksessa lasketaan myös palkkatulojen kasvun aiheuttaman kysynnän lisäyksen suuruus. Välittömät ja välilliset vaikutukset yhdistämällä saadaan kertoimen arvoksi 1,27 eli jokainen matkailijan alueella käyttämä euro tuottaa 1,27 euron tulon lisäyksen. Pallas-Ounastunturin kansallispuiston matkailijoiden arvioitiin saavan aikaan alueen taloudessa noin 12 miljoonan euron vaikutuksen. Palkkatulojen myötä kasvaneen kysynnän

vaikutusten arvoksi saadaan 342 000 euroa. Tuloksista havaitaan, että matkailun vaikutukset sekä alueen tuloihin että työllisyyteen ovat merkittäviä.

### 3.2 Vaikutustutkimukset

Kangas, Ovaskainen ja Pajuoja (1998) tutkivat virkistyspalvelujen merkitystä aluetaloudelle ja erityisesti Teijon retkeilyalueen tulo- ja työllisyysvaikutuksia. He toteavat, että matkailua kehittämällä voidaan monipuolistaa alueiden talouselämän rakennetta. Matkailun merkitys myös korostuu juuri syrjäisillä alueilla, joissa monet luontoon liittyvät matkailukohteet sijaitsevat. Matkailukohteessa vierailevien kulutus aiheuttaa paikkakunnalla tulovirran, joka kertautuu aluetaloudellisten kytkösten ansiosta. Tutkimuksessa arvioidaan kyselytutkimuksella retkeilyalueen kävijöiden rahankäyttöä ja edelleen sen synnyttämiä tulo- ja työllisyysvaikutuksia. Tutkimuksessa määritellään, mille toimialoille kulutus kohdistuu ja kuinka suuret tulo- ja työllisyysvaikutukset se aiheuttaa alueen yrityksille. Kangas ym. (1998) havaitsivat, samoin kuin aiemmassa kirjallisuudessa, että virkistysalueilla on positiivinen taloudellinen vaikutus erityisesti alueilla, jossa taloudellinen toiminta on kapeaa ja vähäistä. Teijon retkeilyalue aiheutti tutkimuksen mukaan 8,37 miljoonan markan tulovaikutuksen, josta 5,12 miljoonalla markalla ostettiin yritysten tarvitsemia välituotteita. Vaikutus palkkatuloihin oli 1,36 miljoonaa markkaa ja työllisyysvaikutus 13 henkilötyövuotta. Heidän mukaansa tuloksia ei kuitenkaan voida yleistää, sillä retkeilyalueiden alueellinen vaikutus vaihtelee suuresti. Tutkimus toisaalta antaa tukea väitteelle matkailun alueellisesta tärkeydestä.

Saarinen (2003) pohtii matkailun alueellisia vaikutuksia Pohjois-Suomessa. Tutkimuksessa arvioidaan pohjoismaisella mallilla matkailun välittömiä tulovaikutuksia ja työllisyysvaikutuksia. Välillisiä tulo- tai työllisyysvaikutuksia ei arvioida. Tutkimuksessa hyödynnetään aiemmissa tutkimuksissa selvitettyjä välillisiä vaikutuksia ja todetaan, että erot välillisissä vaikutuksissa ovat suurempia kuin suorien vaikutusten erot. Tämä liittyy juuri tutkittavien alueiden talouden rakenteeseen. Hyvin yksipuolinen alueellinen talouden rakenne johtaa siihen, että kerroinvaikutukset jäävät pieniksi. Suuria eroja löytyy myös alueen ulkopuolisten työntekijöiden määristä. Kuusamossa vain 8 % työntekijöistä asui vakituisesti jossakin muussa kunnassa, kun taas vastaava luku Pelkosenniemiellä oli 41 %. Matkailun vaikutus alueen verotuloihin on sitä suurempi, mitä useampi työntekijä asuu vakituisesti kyseisellä paikkakunnalla. Saarinen (2003) toteaa, että matkailusta saadaan suurin alueellinen hyöty silloin, kun matkailusektori toimii yhteistyössä alueen muiden talouden toimijoiden kanssa. Haasteena on matkailun yhdistäminen paikalliseen toimintaan ja sen kehittäminen siten, että voidaan hyödyntää paikallista tietoa ja lisätä yhteistyötä paikallisten yritysten kanssa. Matkailusektorilla on hyvä mahdollisuus työllistää oman alueen asukkaita,

koska monesti matkailuun liittyvät työt eivät vaadi pitkää koulutusta ja erikoistumista verrattuna muiden alojen tarpeisiin.

Mayer ym. (2010) tarkastelevat kuuden Saksalaisen kansallispuiston taloudellista merkitystä. Kansallispuistot yleensä sijaitsevat syrjäseuduilla ja voivat edistää taloudellista kehitystä sekä lisätä kulutusta näillä muuten taloudellisesti heikoilla alueilla. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää kansallispuistosta aiheutuvan taloudellisen aktiviteetin määrä ja sen muutos. He toteavat, että panos-tuotosanalyysin tai niin sanotun hybridipanos-tuotosanalyysin toteuttaminen on liian monimutkaista kyseisen tutkimusongelman kannalta, joten käytettävä menetelmä on Keynesiläinen kerroinmalli. Kerroinmalleja on useita ja tässä he arvioivat kansallispuistoille tulokertoimen, jossa mitataan tulon määrää joka muodostuu taloudessa yhden kulutusyksikön lisäyksestä. Tutkimuksessa otetaan huomioon ainoastaan matkailijoiden kulutus ja se, kuinka moni heistä vierailee alueella kansallispuiston vuoksi. Arvioidut taloudelliset vaikutukset ovat linjassa muualla Euroopassa tehtyjen tutkimusten kanssa. Yhdysvalloissa toteutetuissa tutkimuksissa vaikutukset ovat suurempia. Myös Mayer ym. (2010) toteavat, että alueellisten vaikutusten lisäämiseksi yritysten välistä yhteistyötä alueella kannattaisi parantaa. Tämä auttaisi pitämään ylimääräisen tulon alueella ja tulokerroin kasvaisi. Heidän mukaansa taloudellisten vaikutusanalyysien suorittaminen on tärkeää myös siksi, että poliittiset toimijat tekevät päätöksiä olemassa olevan tiedon perusteella. Jos tietoja ei ole olemassa, on olemassa riski, että esimerkiksi kansallispuistojen merkitys aliarvioidaan päätöksiä ja suunnitelmia tehdessä.

### 3.3 Viinitilojen taloudellinen vaikutus

Suomen viinitilojen taloudellisesta vaikutuksesta ei tiettävästi ole tutkimuksia, mutta esimerkiksi Yhdysvalloissa aihetta on tutkittu. Tulokset eivät välttämättä ole täysin verrattavissa Suomeen, mutta viinitilatoiminnan luonne ja taloudellinen vaikutus ovat samankaltaisia. Woodall ym. (2002) tutkivat viinirypäleiden kasvattamisen ja viinituotannon merkitystä Idahon osavaltion taloudelle. He toteavat, että Idahon rypäle- ja viinituotanto on suhteellisen pientä, mutta toimiala on kasvava. Idahon viinitilat ovat pieniä verrattuna Kaliforniaan, jossa tutkimuksen toteuttamisvuonna tuotettiin 91 % Yhdysvaltalaisista viineistä. Monet viinitilat ovat perheyriityksiä ja useimmat tuottavat alle 10 000 laatikkoa viiniä vuodessa. Viinitilat vaikuttavat talouteen kahdella tavalla; ensiksi viinintuotannon kautta, ja toiseksi matkailun kautta, sillä viinimatkailu on kasvattanut suosiotaan. Tästä syystä koko viinitoimialan taloudellinen vaikutus arvioidaan erikseen tuotannolle ja matkailulle. Matkailunäkökulma on alueellisesti tärkeä siksi, että viinitiloilla vierailevat matkailijat käyttävät rahaa myös alueen muissa yrityksissä, kuten huoltoasemilla ja ravintoloissa.

Woodall ym. (2002) arvioivat viinitoimialan vaikutusta työllisyyteen, tuotantoon ja vientiin eli siihen, kuinka paljon tuotteita ja palveluja myydään

Idahon ulkopuolelta tuleville kuluttajille. Matkailun vaikutuksia arvioidaan kyselytutkimuksella, jossa kartoitetaan vierailijoiden taustoja, makuja ja preferenssejä, viinin ostopäätöstä ja matkakustannuksia. Aiemmin viinitilojen vaikutusten arviointi on keskittynyt vain viinintuotannon vaikutusten arviointiin. Viinitilojen arviointi matkailukohteena on suhteellisen uusi näkökulma, mutta hyvin lupaava taloudellisten vaikutusten suhteen. Tutkimuksessa arvioidaan sekä viinirypäleiden kasvatuksen että viinintuotannon vaikutukset talouteen. Tässä käydään läpi tutkimuksen tulokset vain viinintuotannon osalta. Menetelmä on muokattu panos-tuotosanalyysi, jossa arvioidaan, kuten yleensä, välittömät ja välilliset vaikutukset. Yhdysvalloissa panos-tuotostaulukot ovat saatavissa osavaltioille ja lääneille, joten alueelliset vaikutukset voidaan arvioida suhteellisen luotettavasti. Panos-tuotostaulukon tehdään kuitenkin muutoksia. Viinirypäle-sektori erotetaan omakseen muiden hedelmien tuotannosta käyttämällä tietoja toimialan myynneistä, ostoista ja panoskäytöstä. Myös viinirypäle-sektorin ja viinintuotantosektorin väliset kauppavirrat, viinin tuotanto ja viinin myynti alueen ulkopuolelle arvioidaan uudestaan.

Woodall ym. (2002) mukaan Idahon osavaltiossa toimi 15 viinitilaa vuonna 2002, mutta neljä näistä olivat juuri aloittaneet toimintansa, joten vaikutusten arvioinnissa huomioidaan vain 11 viinitilaa. Välittömien vaikutusten kertoimen arvoksi saadaan 1,68 ja kokonaisvaikutuksen kertoimeksi 2,10. Tutkimuksessa halutaan arvioida vain uuden rahan eli viinin myynnistä alueen ulkopuolisille kuluttajille saatujen tulojen vaikutuksia talouteen. Idahon viinitilojen kokonaismyyntimäärä viinitilan ja vähittäismyynnin kautta oli 15 miljoonaa dollaria. Tästä tutkijoiden arvion mukaan viiniä myytiin ulkopuolisille kuluttajille 7 miljoonan dollarin arvosta. Tämän 7 miljoonan dollarin kokonaisvaikutus osavaltion talouteen oli 14,8 miljoonaa dollaria. Myös viinintuotannon kokonaistyöllisyysvaikutukset olivat merkittäviä. Jokainen miljoonan dollarin vienti loi 18 työpaikkaa eli 7 miljoonan dollarin vienti loi välittömästi ja välillisesti 120 työpaikkaa Idahon alueelle.

Viinitilan tuotannon vaikutusten arviointi on jokseenkin suoraviivaista. Viinitilamatkailun taloudellisen vaikutuksen laskemiseen taas liittyy useita ongelmia. Matkailu ei sinänsä ole oma toimialansa, vaan se on osa loppukysyntää. Siten suoraviivaista kerrointa matkailulle ei ole olemassa. Woodall ym. (2002) muodostavat kertoimen matkailijoiden kulutuskäyttäytymisen mukaan painotettuna keskiarvona eri toimialojen kertoimista. Idahon viinitilamatkailulle laskettu kerroin on 2,12. Tämä siis tarkoittaa, että jokainen Idahon ulkopuolelta tulevan viinitilamatkailijan kuluttama dollari aiheuttaa 2,12 dollarin vaikutuksen talouteen. Huomattavaa on, että matkailun kerroin on jopa hieman suurempi kuin viinintuotannon kerroin. Tämä antaa viitteitä siitä, että matkailunäkökulma viinitilojen vaikutuksen arvioinnissa on merkittävä. Woodall ym. (2002) toteavat, että juuri tämä tuotannon ja matkailun yhdistäminen antaa viinitiloille merkittävän edun verrattuna muuhun maataloustuotantoon.

Gartnerin ja Tuckin (2008) tekemä tutkimus arvioi viinirypäleiden kasvatuksen ja viinintuotannon taloudellisia vaikutuksia Minnesotan osavaltiossa. Tutkimuksessa todetaan, että myös Minnesotan osavaltiossa koko viiniteollisuus on nuori toimiala, jossa on tapahtumassa nopeaa muutosta. Vuonna 1975 viinitiloja oli Minnesotassa kaksi, vuonna 1995 seitsemän, ja 2007 viinitiloja oli jo 26. Viinitilat tuottivat vuonna 2007 296 795 litraa viiniä. Samaa kasvua on tapahtunut viinirypäleiden kasvatuksessa. Toimialan nuoruudesta johtuen taloudellisia vaikutuksia ei vielä aiemmin ole mitattu. Tutkimuksessa arvioidaan rypäleiden kasvatuksen ja viinitilatoiminnan vaikutukset erikseen. Koska viinirypäleiden kasvatusta ei ole oleellista suomalaisessa viinintuotannossa, käsitellään tässä tutkimus vain viinitilatoiminnan osalta.

Garterin ja Tuckin (2008) tutkimus toteutetaan kyselytutkimuksena Minnesotan osavaltiossa toimiville viinitiloille. Tutkimus tehdään internet-kyselynä, sekä paperisena kyselynä niille viinitiloille, joilla ei ole toimivaa sähköpostiosoitetta. Kysely lähetetään 25 viinitilalle, ja 11 vastausta saadaan takaisin, joista kaikki ovat käyttökelpoisia. Vastauksista arvioidaan viinitilojen keskimääräinen kulujen määrä ja niiden jakautuminen vuonna 2007. Tämä luku kerrotaan viinitilojen kokonaismäärällä, jotta saadaan arvio toimialan kokonaiskulutuksesta. Suurin osa, 66 %, viinitilojen kulutuksesta koostuu tuotannon kuluista, kuten viinirypäleistä, muista hedelmistä, pullotusmateriaaleista, käyttämiseen liittyvistä kuluista ja muista kuluista. Työvoima ja voitot muodostavat 25 % viinitilojen kuluista ja 9 % koostuu veromenoista. Nämä suorat taloudelliset vaikutukset ovat kuitenkin vain osa viinitilojen vaikutusta. Viinintuotanto aiheuttaa myös kerrannaisvaikutuksia muilla toimialoilla. Nämä vaikutukset saadaan tutkimuksessa selville käyttämällä panos-tuotosanalyysia.

Gartnerin ja Tuckin (2008) mukaan Minnesotan viinitilojen välitön vaikutus talouteen vuonna 2007 oli noin 5 miljoonaa dollaria ja kokonaisvaikutus välillisten vaikutusten kanssa 8,5 miljoonaa dollaria. Välitön vaikutus työllisyyteen oli 39 työpaikkaa ja välillinen vaikutus 29 työpaikkaa lisää. Viinitilojen tuotannon kokonaisvaikutus myös nosti työntekijöiden tuloja 2,9 miljoonalla dollarilla. Kyselytutkimuksesta selviää, että jokainen viinitila työllistää keskimäärin yhden työntekijän ja noin neljä osa-aikaista työntekijää. Tutkimuksessa raportoidut lukemat viinitilojen kulutuksesta koskevat kulutusta Minnesotan alueella. Viinitilojen liikevaihto oli kokonaisuudessaan 7,1 miljoonaa dollaria, mutta tästä osa kohdistui ostoihin alueen ulkopuolelta. Viinitilojen ostot muilta alueilta eivät ole yhtä hyödyllisiä alueen taloudelle, ja niiden katsotaan olevan vuotoja alueen taloudesta.

Myös Gartner ja Tuck (2008) toteavat, että viinintuotanto on vain yksi tapa, jolla viinitilat lisäävät alueen taloudellista toimintaa. Viinitilat ovat myös merkittäviä matkailukohteita alueellisesti. Tutkimuksessa kiinnitetään huomiota myös matkailun kerrannaisvaikutuksiin, jotka koskevat koko aluetta. Matkailun vaikutusta tutkitaan toteuttamalla haastattelukyselyn 11 viinitilalle, jossa kartoitetaan viinitilojen järjestämiä tapahtumia, vierailijoiden määriä tapahtumissa ja tapahtumien kestoja. Tapahtumiin kuului esimerkiksi

viininmaistajaisia ja pidempikestoisia tapahtumia suurille ryhmille, kuten häitä. Kyselyn perusteella lasketaan taas arvio koko toimialalle. Tapahtumien todettiin olevan hyvin suosittuja. Vuonna 2007 188 994 ihmistä vieraili viinitiloilla järjestetyissä tapahtumissa. Viinitilamatkailu saa aikaan tuloja alueen muillakin toimialoilla, mutta on vaikea määrittää, oliko juuri viinitilamatkailijoiden syynä tulla alueelle. Viinimatkailun vaikutukset lasketaan alueelle käyttäen edellisten tutkimusten tuloksia aiheesta. Gartner ja Tuck (2008) arvioivat, että päivämatkalla oleva viinitilavierailija käyttää alueella keskimäärin 59 dollaria matkansa aikana muihin kuin ostoksiin viinitilalta. Tämä kulutuksen määrä kerrotaan vierailijoiden määrällä kokonaisvaikutuksen arvioimiseksi. Viinimatkailun välittömäksi vaikutukseksi saadaan 8 miljoonaa dollaria, joka johtaa 5,6 miljoonan dollarin välillisiin vaikutuksiin. Työllisyysvaikutukset ovat 155 työpaikkaa ja vaikutukset työntekijöiden tuloihin 3,5 miljoonaa dollaria. Kuten Woodall ym. (2002) havaitsivat tutkimuksessaan, myös Gartnerin ja Tuckin (2008) tulokset näyttäisivät osoittavan, että viinitilamatkailun vaikutus on alueelle suurempi kuin itse viinintuotannon vaikutus.

Viinitoimialan taloudellista vaikutusta on tutkittu myös Coloradossa. Thilmany, Watson ja Kress (2006) selvittävät viiniteollisuuden taloudellista merkitystä Coloradon osavaltiolle. He toteavat, että viinintuotanto taloudellisen kehityksen aikaansaajana on mielenkiintoinen tutkimuskohde monille osavaltioille Yhdysvalloissa. Tutkimuksessa arvioidaan viinintuotannon ja rypäleiden kasvattamisen kustannukset kohdistetulla kyselytutkimuksella. Viinitilamatkailun merkitystä arvioidaan kuluttajatutkimuksella. Yhdysvallat tuottaa Thilmany ym. (2006) mukaan neljänneksi eniten viiniä maailmassa. Kuitenkin Kalifornia, New York ja Washington tuottavat tästä lähes kaiken. Loput 47 osavaltiota tuottavat noin 3 % Yhdysvalloissa valmistetusta viinistä. Tutkimus on Coloradon osavaltiossa ensimmäinen ja se toteutettiin keräämällä aineisto suoraan viinitoimialalta. Tutkimuksessa arvioidaan myös viinirypäleiden tuotantoa, mutta tämä osa tutkimuksesta jätetään tässä käsittelemättä.

Maaliskuussa 2006 Coloradossa oli 66 toiminnassa olevaa viinitilaa. Määrä on kasvanut merkittävästi vauhtia sillä vuonna 2000 lukumäärä oli 30 ja 1995 vain 13. Kaudella 2004/2005 Coloradossa tuotettiin 689 000 litraa viiniä. Tutkimuksessa todetaan, että Coloradossa tuotettu viini vastasi vain noin 1,5 prosenttia kaikesta Coloradossa myytävästä viinistä, mutta on tärkeää ottaa huomioon, että alalla on myös merkittävä alueellinen matkailuvaikutus. Thilmany ym. (2006) arvioivat viinitoimialan tuloiksi 11 miljoonaa dollaria, ja kulujen määräksi 7,85 miljoonaa dollaria. Tutkimuksessa arvioidaan kustannusten jakautumista eri tuotannontekijöiden välille, jotta vaikutukset koko talouteen ja muille toimialoille voidaan arvioida kattavasti. Tuloista 48 % arvioidaan käytettävän viinintuotannon panoksiin, ja loput 52 % koostuvat palkoista, veroista, pääoman tuotosta ja omistajan tuloista. Viinintuotannon arvioidaan luovan alueelle 70 suoraa työpaikkaa. Viinitilatoiminnalla on myös välillisiä vaikutuksia talouteen. Välittömät, välilliset ja tulovaikutukset

yhteenlaskettuna, viinintuotannon kertoimeksi saadaan 1,922. 11 miljoonan dollarin liikevaihto kertautuu siis n. 21,1 miljoonan dollarin vaikutukseksi osavaltion talouteen.

Thilmany ym. (2006) mukaan suorien myyntiin ja valmistukseen liittyvien vaikutusten lisäksi viinitiloilla on myös matkailuvaikutus. Tutkimuksen arvion mukaan vuonna 2005 viinitiloilla oli noin 120 000 kävijää ja 37 000 osallistujaa eri koulutuksissa ja viinin maistamiskursseilla. Keskimäärin viinitilalla oli siis 2250 kävijää vuodessa, ja 698 osallistui erilaisiin tapahtumiin. Tutkimuksessa arvioidaan kävijöille tehdyn kulutuskyselyn perusteella, että viinitilamatkailu kerrannaisvaikutuksineen saa Coloradon osavaltiossa aikaan vielä ylimääräisen 20,6 miljoonan dollarin tulot. Kyselyn perusteella matkailijoiden suoran kulutuksen arvioidaan olevan 11,8 miljoonaa dollaria viinitilalla käytetyn rahan lisäksi. Thilmany ym. (2006) myös huomauttavat, että viinintuotannon tapauksessa sekä paikallisten että ulkopaikkakuntalaisten ostama viini voidaan ottaa huomioon taloudellisessa vaikutuksessa. Jos Coloradossa ei tuotettaisi viiniä, kuluttajat ostaisivat jossain muualla tuotettua viiniä. Tästä syystä koko toimialan liikevaihto voidaan ottaa huomioon taloudellisia vaikutuksia laskettaessa.

Thompsonin ja Freudenburgin (2007) Nebraskan viinitoimialan taloudellista vaikutusta arvioivassa tutkimuksessa todetaan, että viinintuotanto vaikuttaa talouteen myös matkailun ja asukkaiden elämänlaadun parantamisen kautta. Heidän mukaansa väestön kasvu, ja varsinkin nuorien asukkaiden houkuttelemineen alueelle, on tärkeää osavaltion kannalta. Viinintuotanto lisää alueen vetovoimaisuutta tarjoamalla uusia viihdykkeitä ja monenlaisia tapahtumia. Viinitoimiala on erityisen tärkeä myös siksi, että se tuo taloudellista dynamiikkaa maaseudulle. Nebraskassa tuotettu viini korvaa muualta tuotua viiniä ja monipuolistaa osavaltion maatalouden rakennetta. Nebraskassa on tutkimuksen toteuttamishetkellä toiminnassa 18 viinitilaa, mutta tuotanto on viime aikoina ollut vahvassa kasvussa.

Thompsonin ja Freudenburgin (2007) tutkimuksen tarkoitus on arvioida viinintuotannon ja viinirypäleiden kasvatuksen toimialojen merkitystä Nebraskan osavaltion taloudelle. Tutkimuksessa arvioidaan taloudellista vaikutusta vuonna 2006. Tutkijat kuitenkin huomauttavat, että toimialalla on vahva nouseva trendi, joka tulisi pitää mielessä tuloksia tulkittaessa. Tutkimuksessa arvioidaan Nebraskan viinintuotannon liikevaihtoa tuotannon määrän ja keskimääräisen pullohinnan perusteella. Vuonna 2006 Nebraskassa tuotettiin 244 000 pulloa viiniä. Keskimääräiseksi pullon hinnaksi arvioidaan 10 dollaria, jolloin toimialan liikevaihdoksi saadaan 2,4 miljoonaa dollaria. Välillisten vaikutusten arvioinnissa käytetään panos-tuotosanalyysia ja viinitilojen kokonaisvaikutukseksi saadaan 4 miljoonaa dollaria. Tutkimuksen mukaan viinitilat työllistivät 60 henkilöä. Työllisten määrä saatiin selville ottamalla suoraan yhteyttä viinitiloihin joista 11 vastasi kysymyksiin. Näiden perusteella vastaukset yleistettiin vastaamaan kaikkia 18 viinitilaa. Myös viinitilamatkailijoiden määrää selvitettiin kyselyllä. Vastausten perusteella Nebraskan viinitiloilla vieraili noin 110 000 kävijää. Tutkimuksessa arvioidaan,



että viinitilojen merkitys voi lisääntyä huomattavasti, kun toimiala kasvaa. Isommilla viinitiloilla on mahdollisuus järjestää suurempia tapahtumia, jotka houkuttelevat enemmän kävijöitä.

Stonebridge research groupin (2010) Missourin viinintuotantoa käsittelevässä tutkimuksessa todetaan, että viinitilojen määrä Missourissa on lähes kaksinkertaistunut viimeisen viiden vuoden aikana. Vuonna 2009 viinitiloja oli toiminnassa 97 ja niiden liikevaihto oli 42,4 miljoonaa dollaria. Monet uudet viinitilat ovat kuitenkin pieniä ja 81 % Missourin viinitiloista tuottaa vähemmän kuin 5000 laatikkoa viiniä. Yksi laatikko sisältää 12 0,75 litran pulloa eli monet viinitilat tuottavat alle 45 000 litraa viiniä. Tutkimuksessa lasketaan viiniteollisuuden vaikutus koko Missourin talouteen, ja saadaan kokonaisvaikutuksen määräksi 1,6 miljardia dollaria. Kokonaisvaikutus on viinitilojen liikevaihtoon nähden todella suuri. Tutkimuksessa on laskettu viinintuotannon vaikuttavan monen toimijan tuloihin. Viinitilojen liikevaihdon lisäksi on otettu huomioon jakelijoiden saama marginaali 3,9 miljoonaa, vähittäismyyntin ja ravintoloiden marginaali 14 miljoonaa ja viinirypäleiden myynti 4 miljoonaa. Viinitilamatkailun arvioidaan aiheuttavan alueelle 176 miljoonan lisätulot. Vaikutuksen viinintuotannon panoksia toimittaville yrityksille arvioidaan olevan 4,5 miljoonaa ja viinintuotantoon liittyvien koulutus- ja tutkimusmenojen sekä valtion kulutuksen arvioidaan olevan 2,7 miljoonaa. Tälle tulojen kasvulle lasketaan panos-tuotosanalyysin avulla kokonaisvaikutus ja tulovaikutus. Näiden lisäksi viinitoimialan arvioidaan aiheuttavan 95 miljoonan tulonlisäyksen valtiolle ja 82 miljoonan tulot osavaltiolle. Viinintuotannon kokonaistulovaikutuksen arvioidaan siis olevan 1,2 miljardia dollaria. Tämän lisäksi vielä arvioidaan maksetut palkat ja niiden kokonais- ja tulovaikutukset. Tämä lisää vaikutusta vielä 376 miljoonalla dollarilla. Näin päästään loppuarvioon, jossa 42,4 miljoonan dollarin viinintuotannon ja 4 miljoonan viinirypäleiden kasvatuksen liikevaihto aiheuttaa 1,6 miljardin vaikutuksen talouteen.

Viinintuotanto ja viinirypäleiden kasvatusta ja niihin liittyvät toimialat, kuten matkailu, työllistävät kokonaisvaikutuksen huomioonottaen Stonebridge research groupin (2010) arvion mukaan noin 14 000 henkilöä Missourin alueella. Viinitilat ja viinirypäleiden kasvatusta työllistävät 1654 ihmistä, joten tutkimuksessa arvioidaan välillisen työllistävyyden olevan hyvin merkittävää. Tutkimuksessa todetaan, että valtion rooli on ollut hyvin tärkeä viinitilojen suotuisalle kehitykselle. Valtio on antanut tukea koulutukseen, tutkimukseen ja promootioon, tarjonnut joustavasti mahdollisuuden omaan jakeluun, sekä kehittänyt matkailua. Vastaavasti viinitoimiala on vastannut maksamalla hyvin veroja ja elvyttämällä Missourin maaseutua houkuttelemalla matkailijoita ja tarjoamalla töitä.

Viinintuotanto Missourissa on noin miljoonan gallonan luokkaa eli noin 5 miljoonaa pulloa viiniä. Viisi suurinta viinitilaa vastaa 81 %:a Missourin viinintuotannosta. Suurin osa Missourin viinitiloista on pieniä. Viinitilat houkuttelevat matkailijoita järjestämällä erilaisia tapahtumia viinitiloilla. Monet viinitilat tarjoavat ravintolapalveluita ja niissä on mahdollista järjestää omia

yksityistilaisuuksia, kuten häitä. Missourissa toimii viisi erilaista viinipolkua joiden varrella on mahdollista vierailla useammalla viinitilalla. Osallistuvia viinitiloja on 4-7 polkua kohden. Pienten viinitilojen ongelmia ovat yleensä jakelijoiden löytämisen vaikeus ja korkeat kustannukset niiden jakautuessa suhteessa pienemmälle tuotannolle. Toisaalta luomutuotteiden ja paikallisesti tuotettujen tuotteiden kasvava kysyntä on parantanut myös pienten viinitilojen asemaa.

Stonebridge research groupin (2010) mukaan viinintuotanto ja myynti työllistävät ihmisiä myös muilta toimialoilta. Tämä aiheuttaa tutkimuksen mukaan suurimman osan viinintuotannon taloudellisesta vaikutuksesta. Viinirypäleiden kasvatusta ja muut viinintuotannon panoksia toimittavat toimialat työllistävät Missourissa 90 henkilöä ja niiden liikevaihto on 4,5 miljoonaa. Missourin osavaltio arvioi, että viinimatkaajat edustavat 2,24 %:a kaikista osavaltion matkailijoista. Viinitilamatkailu työllistää tutkimuksen mukaan 6444 ihmistä ja matkailusta aiheutuvat tulot alueella ovat 175,7 miljoonaa dollaria. Toisin sanoen tutkimuksessa arvioitu matkailuvaikutus alueelle oli noin 40-kertainen rypäleiden kasvatusta ja muiden viinintuotannon panoksia toimittavien toimialojen vaikutukseen nähden. Tutkimuksessa arvioidaan viinitilamatkailijoiden määräksi 817 000 ja että jokainen matkailija käyttää noin 179 dollaria viinitilavierailunsa yhteydessä.

Mi-Kyung ja Seung Hyun (2002) kartoittavat tutkimuksessaan viinitilatoiminnan taloudellisia vaikutuksia Michiganissa. Taloudellinen vaikutus arvioidaan viinintuotannon ja viinitilamatkailun kautta. Tutkimuksen tarkoituksena on määrittää luotettavasti viinitilamatkailijoiden vierailun pituus ja jaotella vierailijat eri ryhmiin, joissa kulutus on erilaista. Tutkijat toteavat, että maatilamatkailu on kasvattanut suosiotaan Michiganissa. He toteavat myös, että varsinkin pienten viinitilojen tapauksessa, jossa jakelijoiden löytäminen on vaikeaa, viinimatkailun kautta myös myydään suurin osa tuotetusta viinistä. Lisäksi viinitilamatkailu muuttaa ihmisten asenteita viiniä ja viinitiloja kohtaan. Suusta suuhun kulkeva tieto on erittäin tärkeää viinimatkailun edistämisen kannalta. Vuonna 2000 Michiganissa oli toiminnassa 27 viinitilaa, ja kävijämäärän arvioitiin olevan 600 000 vierailijaa vuodessa.

Viinitilamatkailun osalta tutkimuksen tärkein tavoite on jakaa viinitilavierailijat kolmeen eri ryhmään, joissa kulutus on erilaista. Mi-Kyungin ja Seung Hyunin (2002) mukaan tällöin viinitilamatkailun todellinen taloudellinen vaikutus voidaan arvioida luotettavasti. Matkailun taloudellisen vaikutuksen arviointiin käytetään MITEM-mallia (The Michigan tourism spending and economic impact model), joka on kehitetty osavaltiossa matkailutoimialan taloudellisten vaikutusten arviointiin. Mallissa kulutus riippuu matkailijaprofiilista. Esimerkiksi kulutus yhden päivän vierailulla eroaa merkittävästi kolmen päivän vierailusta. Viinitilamatkailu jaetaan tutkimuksessa kolmeen eri kategoriaan, puolen päivän, koko päivän ja useamman päivän matkoihin. Arvioita kulutuksesta eri kategorioissa käytetään kokonaistaloudellisten vaikutusten arvioinnissa panos-tuotosanalyysin avulla.

Mi-Kyung ja Seung Hyun (2002) toteuttavat tutkimuksen kahdella eri menetelmällä, kyselyllä viinitiloille ja kyselyllä matkailijoille Michiganin osavaltiossa. Tarkoituksena on selvittää matkailutulot, jotka voidaan liittää suoraan viinitiloihin sekä viinitilatoiminnan välilliset vaikutukset talouteen. Viinitiloille suunnatussa kyselyssä selvitetään kävijämäärää, myyntitapahtumien määrää, keskioston suuruutta, viinitilan aukioloa, viinin maistatusta ja muiden ohjelmapalvelujen tarjontaa, työntekijöiden määrää, tuotteiden myyntiä, ravintola- ja majoitustoimintaa ja viinitilatoimintaan liittyvien säännösten vaikutusta viinitilojen kehitykseen ja markkinointiin. 27 viinitilasta 21 vastasi kyselyyn, jolloin vastausprosentiksi muodostui 78 %

Matkailijakysely toteutettiin kuudessa eri Michiganin tervetuloakeskuksessa ja 1176 kyselylomaketta kerättiin neljän kuukauden tutkimusaikana. Joka viidettä kävijää pyydettiin täyttämään kyselylomake. Kyselyssä selvitettiin vierailun pituus ja tarkoitus, seurueen koko, oliko suunnitteilla vierailu viinitilalla ja oliko tämä vierailun pääsyy, oliko kävijä vierailut viinitilalla viimeisen viiden vuoden aikana, sekä muita kuvailevia tietoja. Tutkimuksen tuloksena saadaan viinitilamatkailun kokonaisvaikutukseksi 16,6 miljoonaa dollaria, ja sen arvioidaan työllistävän 357 henkilöä Michiganin alueella. Mi-Kyungin ja Seung Hyunin (2002) mukaan viinitilojen liikevaihdon vuonna 1998 arvioitiin olevan 37,5 miljoonaa dollaria ja tutkimuksessa käytetään samaa arviota. Viinintuotannon kokonaisvaikutuksen arvioidaan olevan 58,8 miljoonaa dollaria, joten yhteisvaikutus matkailun kanssa nousee 75,4 miljoonaa dollariin. Viinintuotanto työllistää 399 henkilöä, joten ala työllistää yhteensä 756 henkilöä Michiganin alueella. Mielenkiintoista on huomata, että matkailun ja viinintuotannon työllistävyysvaikutus on melkein sama. Matkailuvaikutus halutaan pitää realistisena arvioimalla tutkimuksessa, kuinka suuri osa matkailutulosta voidaan tosiaan laskea viinitilan ansioksi. Tutkimuksessa havaitaan, että viinitilavierailu oli melko harvalla matkan päätarkoitus. Tästä syystä viinitilan matkailuvaikutukseen lasketaan mukaan vain osa niiden matkailijoiden kulutuksesta, jossa viinitila ei ollut matkan pääkohde.

Yhdellä viinitilalla vieraili keskimäärin 22 000 kävijää vuodessa. Suurimman tulon toivat useamman päivän tai päivän vierailijat, joilla viinitila ei ollut pääkohde. Näiden vierailijoiden osalta vain puolta päivää vastaava kulutus otetaan huomioon viinitilan vaikutukseen. Mi-Kyung ja Seung Hyun (2002) toteavat, että viinitiloilla on merkittävä positiivinen vaikutus muihin toimialoihin juuri matkailun kautta. Vaikka viinitila ei olisikaan matkailijan pääkohde, siellä vierailu voi tuoda matkalle lisäarvoa. Tutkijoiden mukaan tulokset vahvistavat viinitilatoiminnan tärkeyden Michiganin taloudelle. Tärkeää olisi vain lisätä tietoutta viinitilojen mahdollisuuksista houkutellessa matkailijoita ja saada heidät viipymään pidempään Michiganissa. Viinitilat, viinintuotanto ja matkailuyhteisöt voivat kaikki hyötyä viinitilojen kehityksestä.

Tarkoituksena oli löytää myös Eurooppalaisia tutkimuksia viinitilojen taloudellisista vaikutuksista, mutta tehtävä osoittautui hankalaksi. Euroopassa

viinitiloja ja viinintuotantoa on tutkittu enemmän juuri matkailunäkökulmasta ja siitä mikä tekee viinimatkailusta suosittua ja mitä elementtejä sen tulee sisältää. Vaikka näkökulma ei olekaan puhtaasti taloudellinen, käsitellään tässä myös yksi tutkimus Espanjan viinireiteistä. Lopez-Guzman, Sanches Canizares ja Garcia (2009) toteavat tutkimuksessaan, että Espanjassa on pitkät perinteet sekä viininvalmistuksessa että matkailussa. Kuitenkaan näitä kahta ei ole vielä onnistuttu yhdistämään siten, että viinimatkailusta saataisiin tuottavaa. Vuonna 2000 Espanjassa alettiin kehittää viinireittejä ja tärkeimpänä tavoitteena oli viinintuotannon maaseutualueiden kehittäminen ja vaihtoehdon tarjoaminen jo suosituille rantalomille. Tutkimuksen tarkoitus on analysoida viinimatkailua Espanjassa, joka usein on pääsyy sille miksi matkailijat tulevat viinintuotannon alueille. Tutkimus toteutetaan haastattelemalla Andalusiassa sijaitsevan viinireitin varrella sijaitsevia yrityksiä.

Lopez-Guzman ym. (2009) toteavat, että matkailun on kehityttävä vastaamaan aiempaa vaativampien kuluttajien tarpeita. Temaattinen matkailu on yksi kehitysvaihtoehto ja viinimatkailu on juuri tällainen matkailun muoto. Paikalliset juomat ja paikallinen ruoka yhdistettynä muihin kulttuuriteemoihin on tutkijoiden mukaan juuri sopiva yhdistelmä. Viinimatkailun avulla maaseutualueita voidaan kehittää myös ympäristön kannalta kestäväällä tavalla. Viinireittejä on kehitetty useissa maissa viinimatkailun tukemiseksi. Reittejä kehittämällä saattaa muodostua uusia matkailukohteita alueille, joilla ei aiemmin ole ollut minkäänlaista matkailutoimintaa. Espanjan matkailuministeriö toteutti osana matkailun kehittämisprojektia täysin integroitujen ja hyvin hallintoitujen viinireittien luomisen ja niiden sertifioimisen. Projektin tarkoituksena oli luoda lisää vaihtoehtoja matkailutuotteisiin ja vähentää matkailun kausiluontoisuutta. Tuloksena luotiin viralliset viinireitit, joilla pyrittiin varmistamaan, että koko viinireitti ja sen varrella toimivat yritykset muodostaisivat yhtenäisen temaattisen matkailukonseptin. Projektin tavoitteena oli luoda alueelle taloudellista ja sosiaalista kehitystä.

Lopez-Guzmanin ym. (2009) tutkimuksessa mukana oleva reitti Montilla-Moriles sijaitsee Cordoban provinssissa. Miltei kaikki alueen asukkaat työskentelevät maataloussektorilla ja palvelusektori on hyvin pieni. Viinin ja oliiviöljyn tuotannon lisäksi alueella ei juurikaan tuoteta mitään. Rantalomakohde Costa del Sol ja muutama muu matkailukohde sijaitsevat melko lähellä aluetta. Viinireitin muodostavat 49 yritystä, joista useimmat ovat viinitiloja tai maatilamajoitusta tarjoavia toimijoita. Viinireitin kehitys jatkuu edelleen, sillä sitä rahoitetaan useammilla ohjelmilla. Merkittävin ohjelma on matkailun kehittämisohjelma, jonka budjetti on 3,15 miljoonaa euroa. Ohjelman tavoitteena on sopeuttaa viinitilatoimintaa matkailun tarpeisiin, sekä lisätä paikallisten resurssien käyttöä.

Lopez-Guzmanin ym. (2009) varsinainen tutkimus toteutetaan kyselyllä, joka lähetetään kaikille reitin virallisille 49 jäsenelle, sekä 31 viinitilalle, jotka eivät virallisesti kuulu reittiin, mutta sijaitsevat alueelle. Tutkimuksessa havaitaan, että vastanneista 40 toimijasta suurin osa oli pieniä yrityksiä, vain

noin viidellä prosentilla yrityksistä oli yli kymmenen työntekijää. Mukana olleet viinitilat myivät hyvin pienen osan tuotannostaan suoraan viinitilalta. Tämä poikkeaa muista aiheen tutkimuksesta merkittävästi ja saattaa merkitä sitä, että myynnillä on paljon mahdollisuuksia kasvaa, kun viinitilamatkailu kasvattaa suosiotaan. Tutkimuksessa selviää myös, että viinitilat mainostavat toimintaansa hyvin vähän erilaisten matkatoimistojen kautta. Myös tämä eroaa tutkijoiden mukaan merkittävästi aiemmista tutkimuksista, joissa oli havaittu matkatoimistojen olevan usein merkittävin kanava viinitilatoiminnan mainostamiseen. Tutkijat uskovat, että yhteistyö matkatoimistojen kanssa saattaisi tuoda alueelle merkittävästi enemmän kävijöitä lähellä sijaitsevista suosituista matkakohteista. Viinireitin yritysten suhtautuminen matkailun tilaan alueella oli selkeästi pessimistinen, sillä yli 90 % vastaajista sanoi matkailutilanteen olevan keskiverto tai huono. Tilanteen parantamiseksi vastaajien mukaan alueella pitäisi kehittää vapaa-ajan tekemisen mahdollisuuksia, sekä alueen mainostamista ja promootiota. Pääsyyiksi huonoon tilanteeseen vastaajat luettelivat valtion koordinaation, suunnittelun ja kiinnostuksen puutteen. Suurin osa vastaajista kuitenkin haluaisi vaikuttaa alueen kehitykseen.

### 3.4 Viinitilatutkimukset Suomessa

Viinitiloja on tutkittu Suomessa opinnäytetöissä aiemminkin. Tässä käydään läpi kaksi hieman eri näkökulmasta tehtyä opinnäytetyötä. Incrosnatun (2004) opinnäytetyö ”Viinimatkailu ja viinitilat Suomessa -casetutkimus Pohjois-Karjalan viinitiloilta ja vertailutiloilta” käsittelee viinitilatoimintaa Suomessa matkailun näkökulmasta. Tutkimuksessa ovat mukana Pohjois-Karjalan alueella sijaitsevat seitsemän viinitilaa ja vertailutiloina Tammiluodon viinitila ja Alahovin viinitila. Kyseiset viinitilat on valittu vertailutiloiksi, koska ne ovat saaneet viinitilatoiminnan menestymään. Incrosnatu (2004) toteaa, että maailmalla aiheetta on tutkittu matkailupiireissä paljon ja viinitiloista on muodostunut monissa maissa merkittäviä matkailukohteita. Opinnäytetyössä viinitiloja tutkitaan maaseutumatkailun näkökulmasta ja viinitilojen toimintaa verrataan johtavien maiden viinitiloihin. Vertailukohteina ovat Australiassa ja Uudessa-Seelannissa tehdyt viinimatkailututkimukset. Viinimatkailu sisältää kaikkia elementtejä, joita matkailijat etsivät lomaltaan. Näitä elementtejä ovat hyvä ruoka ja viini, makujen oppimisprosessi, vieraanvaraisuus ja rentoutuminen. Euroopassa on kehitetty virallisia viinireittejä viinimatkailun edistämiseksi. Viinimatkailu liitetään Incrosnatun (2004) mukaan aina myös maankäytön ja alueellisen suunnittelun strategiaan. Aiempiin tutkimustuloksiin vedoten Incrosnatu (2004) osoittaa, että viinitilallisten kokemuksen mukaan viinimatkailijat eivät välttämättä ole viiniasiantuntijoita. Australiassa tehdyissä tutkimuksissa on todettu, että viini ja maaseutumatkailu sopivat hyvin yhteen ja viinimatkailu tulisi sisällyttää maaseutumatkailun suunnitteluun.

Matkailutuotteen käsite on ajatus tai mielikuva, joka kuluttajalle syntyy matkailupalvelun ostohetkellä. Kokonaistuotteeseen liittyy useita aineellisia ja aineettomia elementtejä, jonka asiakas kokee elämyksenä ja maksaa siitä tietyn hinnan. Imago on myös tärkeä matkailukohteelle ja imagon muodostuminen vaikuttaa esimerkiksi viinitilan vetovoimaisuuteen. Matkailutuotteen ydin on fyysinen paikka, johon matka kohdistuu. Matkailutuote taas muodostuu useammasta osasta. Incrosnatun (2004) mukaan nämä ovat palvelut, vieraanvaraisuus, valinnan mahdollisuus tai vapaus ja osallistuminen. Viinitilamatkailussa nämä kaikki elementit ovat läsnä. Matkailutuote on toimiva vain, jos yrityksen henkilöstön toiminta, yhteistyöverkosto ja toiminta-ajatus ovat kunnossa ja selkeitä. Silloin kohteen imago on helpompi rakentaa. Asiakkaan on oltava keskeisessä roolissa matkailuyrityksen toimintaa suunniteltaessa. On tiedettävä tärkeimmät asiakasryhmät, kenelle tuotteet suunnataan ja miten asiakkaiden segmentointi tehdään. Esimerkiksi viinitilalla on mietittävä, miksi tietyt asiakkaat vierailevat viinitilalla ja vastaako viinitilan tarjonta heidän tarpeitaan ja odotuksiaan. Hyvän laadun ja kokemuksen tuottamiseksi viinitilalla, viinitilan johdon on oltava hyvin tietoinen siitä, mitä asiakkaat pitävät hyvänä palveluna ja mitä he odottavat kokemukselta.

Incrosnatun (2004) mukaan viinitilamatkailu on Suomessa melko uusi ilmiö. Ensimmäiset viinitilat aloittivat toimintansa vasta vuonna 1995, jolloin viinitilojen valmistamaa viiniä sai ensimmäisen kerran myydä suoraan viinitilalta asiakkaille. Viinitilamatkailun avulla voidaan lisätä matkailullista vetovoimaa haja-asutusalueilla ja tukea maaseutumatkailun kehittämistä. Kuitenkaan vuoden 2002 maaseutumatkailun toimialaraportissa viinitiloja ei mainita erillisiksi matkailukohteiksi. Viinitilojen lyhyestä historiasta huolimatta viinitilat tarjoavat monia erilaisia palveluita. Yleensä viinitilat tarjoavat kahvila- ja ravintolapalveluja viinimyymälän lisäksi, mutta monesti myös erilaisia ohjelmopalveluita ja majoitusta. Viinitiloista on muodostunut varsinkin bussilla matkustavien ryhmien kaipaamia kohteita. Suomessakin on Incrosnatun (2004) mukaan vasta nyt otettu viinitilat mukaan maaseutumatkailun kehittämisstrategioihin. Viinitila on hyvä matkailuvetonaula, jonka ympärille voidaan kehittää muutakin matkailutoimintaa. Alan toimijat ovat huomanneet, että yhden menestys yleensä hyödyttää kaikkia.

Ulkomaille suuntautuvia viinimatkoja on Suomessa paljon tarjolla ja niissä on miltei aina pääteemana paikallinen ruoka ja juoma. Incrosnatu (2004) uskoo, että kun viinintuotanto on saatu hyvään alkuun ja kannattavaksi, muiden palvelujen tarjoaminen lisääntyy varmasti ja lisää viinitilojen vetovoimaisuutta monipuolisina matkailukohteina. Euroopassa harrastusmahdollisuudet on monesti liitetty osaksi viinimatkailua. Näistä esimerkkinä ovat golfmatkat, jotka voidaan sujuvasti yhdistää viinimatkailuun. Incrosnatun (2004) oman tutkimuksen tavoitteena on kartoittaa viinitilojen matkailullista vetovoimaisuutta, matkailijarakenteita ja vierailumotiiveja ja erityisesti keskittyä kuvaamaan Pohjois-Karjalan viinitiloja matkailukohteina. Tutkimus toteutetaan kvalitatiivisena eli laadullisena tutkimuksena. Syy menetelmän valintaan on mahdollisuus joustavaan kuvaukseen viinitilatoiminnasta ja

yrittäjien motivaatiosta. Tutkimus toteutetaan teemahaastatteluna eli puolistrukturoituna haastatteluna. Kyselytutkimuksen perusteella havaitaan, että viinitilojen panostus markkinointiin on monien tutkittavien viinitilojen kohdalla vähäistä. Kahdessa vertailukohteessa Tammiluodon viinitilalla ja Alahovin viinitilalla markkinointia on hoidettu tehokkaasti ja viinitilat ovat verkostoituneet paikallisten matkailuyrittäjien kanssa. Tutkimuksessa havaitaan myös, että ne viinitilat, jotka pitävät yritys- ja ryhmäasiakkaita tärkeimpänä asiakassegmenttinä, menestyvät myös taloudellisesti parhaiten.

Tutkimuksessa selviää, että kovin moni Pohjois-Karjalassa sijaitseva viinitila ei nähnyt yrityksen tulevaisuutta valoisana. Tammiluodon ja Alahovin viinitilojen yrittäjät taas kokivat tulevaisuuden olevan positiivisempi. Viinitilatoimintaa kuitenkin rasittaa kaikkien yrittäjien mielestä korkea alkoholivero. Kaikki myös toivoivat voivansa myydä tilaltaan myös väkevämpiä tuotteita. Incrosnatu (2004) toteaa, että verkostoituminen oman alueen yritysten kanssa on ehdottoman tärkeää esimerkiksi markkinoinnin tehostamiseksi. Tärkeää olisi myös saada viinitila osaksi alueellista matkailustrategiaa. Incrosnatu (2004) toteaa johtopäätöksissään, että suomalaisen viinitilan ei tarvitse olla samanlainen kuin ulkomaiset viinitilat. Suomessa voidaan ottaa oppia ulkomailta ja kehittää viinimatkailua täällä omaleimaisesti. Hänen mielestään viinitilat pitäisi huomioida alueellisissa matkailustrategioissa niiden vetovoimaisuuden ja laajan palvelutarjonnan vuoksi.

Toinen opinnäytetyö on enemmänkin maantieteellisestä näkökulmasta, mutta tutkimuksessa on pyritty saamaan kattava kuva viinitilojen toiminnasta ja toimintaympäristöstä. Salo (2008) kuvaa hyvin kattavasti viinitilatoimintaan liittyvää koukeroista lainsäädäntöä ja raportointikäytäntöjä. Alkoholilakiin laadittiin tilaviinisäännökset aluekehitys- ja elinkeinopoliittisin perustein. Tilaviinituotannon ajateltiin parantavan maaseutuelinkeinojen toimintaedellytyksiä ja lisäävän maaseutuyritysten työllistävyttä. Tavoitteena oli myös säilyttää kotimaista marja- ja hedelmäraaka-ainetta hyödyntävä alkoholijuomatuotanto Suomessa. Salo (2008) toteaa, että elämä maaseudulla vaatii jatkuvaa uusien toimintamuotojen etsimistä, ja monesti yritystoiminta on ainoa vaihtoehto maaseudulla. Olosuhteet ovat esimerkiksi matkailulle hyvin edulliset. Työvoimaa, rakennuksia ja vapaata luontoa on yleensä tarjolla. Maaseutumatkailun tärkein päämäärä onkin se, että suomalainen maaseutu pysyisi asuttuna. Tutkimuksessaan Salo (2008) pyrkii käsittelemään viinitiloja alueellisesta näkökulmasta. Hän myös selvittää viinitilojen sijoittumista erilaisille maaseutu- ja matkailualueille, sekä tarkastelee viinitilatoimintaa matkailun ja maaseutumatkailun teorioiden pohjalta. Tavoitteena on kokonaisvaltaisen käsityksen muodostaminen viinitilatoiminnasta. Salon (2008) mukaan viinitilalliset eivät saa elantoaan pelkästään viinintuotannosta ja tuotannon myynnistä. Tutkimuksen tavoitteena on myös selvittää toimivien viinitilojen elinkeinoja viinintuotannon lisäksi. Tutkimusjoukko on kaikki Suomessa toimivat viinitilat. Tutkimus toteutetaan sähköpostikyselyllä ja postikyselyllä, joista vastaajat voivat valita kumman tahansa vaihtoehdon.

Kyselyn toteuttamisajankohtana toimivia viinitiloja oli 36, joista 25 vastasi kyselyyn.

Salo (2008) toteaa, että viinitilojen ongelmana saattaa olla vaikea tie maanviljelijästä maaseutumatkailuyrittäjäksi. Markkinointi ja tuotekehitys saattavat muodostua ongelmiksi kokemuksen puutteen takia. Verkostoitumisen merkitys korostuu maaseutumatkailussa ja -elinkeinossa. Useimmat maaseudulla toimivat yritykset ovat pieniä, eikä resursseja esimerkiksi markkinointiin ole paljoa. Verkostoitumalla yritykset voivat hyödyntää erikoisosaamistaan ja tuotantoresurssejaan ja yhdessä parantaa yritysten toimintaa. Yhdistelemällä eri yritysten osaamista voidaan esimerkiksi muodostaa uusia matkailutuotteita ja tuotekokonaisuuksia.

Salo (2008) arvioi kyselytutkimuksen avulla muun muassa viinitilojen työllistämistä. Keskimäärin 4700 litran vuosituotanto mahdollistaa yhden ihmisen työllistymisen ympärivuotisesti. Toisaalta tutkimuksessa havaitaan, että pienimmällä viinitilalla tuotettiin 800 litraa ja suurimmalla 12 000 litraa henkilötyövuotta kohden. Viinitilojen työllistävyys sesonkiaikana oli keskimäärin 3,3 henkilötyövuotta viinitilaa kohden ja muuna aikana kaksi henkilötyövuotta. Keskiarvojen perusteella Salo (2008) arvioi, että 36 viinitilaa työllistävät sesonkiaikana 120 henkilöä ja muuna aikana noin 70 henkilöä. Viinitilojen määrän vähentymisestä huolimatta ne ovat kuitenkin jatkuvasti työllistäneet enemmän ihmisiä. Tutkimuksen mukaan kahdeksan suurinta viinitilaa vastasivat 69 %:a mietojen alkoholien tuotannosta. Pienimmän viinitilan tuotantomäärä vuonna 2007 oli 200 litraa ja suurimman 60 000 litraa. Tutkimuksesta selviää, että viinitiloilla oli tulonlähteenä 36 erilaista toimintaa. Kaikilla oli kuitenkin viinin vähittäismyymälä ja lähes kaikilla anniskeluravintola. Kolme neljäsosaa myi tuotteitaan tukkumyynnin kautta omaan ravintolaan, muihin ravintoloihin tai Alkoon. Vähittäismyymälässä myydään viinin ohella usein muita tuotteita, kuten siideriä, limonadia, käsitöitä tai matkamuuistoja.

Salon (2008) tutkimuksessa havaitaan myös, että viinitilojen lukumäärän vähentymisestä huolimatta yli 300 000 euron liikevaihdon viinitilojen lukumäärä on kasvanut. Alkoholilaki mahdollistaa viinitilatoiminnan, mutta rajoitukset tekevät siitä monella tapaa ongelmallisen. Viinitilatoiminnan ja siihen liittyvän maaseutumatkailun kannattavuus on vaakalaudalla sesonkiluonteen ja lainsäädännön vuoksi. Viinitilatoiminta on kannattavaa silloin, kun viinitilalle on helppo tulla ja tarjolla on viininmyynnin lisäksi muita palveluja matkailijoita houkuttelemassa. Pienen ja useimmiten syrjäisellä paikalla maaseudulla sijaitsevan viinitilan omistus ei välttämättä ole houkuttelevaa. Työmäärä tällaisessa yrityksessä on loputon ja omistajan on hallittava sekä viininvalmistus että matkailutoiminta, ja myös monia muita osaluoteita.



## 4 VIINITILATUTKIMUS

Suomalaisten viinitilojen taloudellisen merkityksen selvittämisen menetelmäksi valikoitui monissa Yhdysvaltalaisissa tutkimuksissa käytetty kyselytutkimuksen ja panos-tuotosanalyysin yhdistelmä. Viinitiloille suunnatulla kyselyllä kerättiin tietoja viinitilatoiminnasta ja vastausten perusteella toteutettiin panos-tuotosanalyysi viinitilatoiminnan taloudellisista vaikutuksista. Tässä luvussa esitellään aineisto ja käydään läpi kyselyn tuloksia viinitilojen kävijämäärän ja tuotteiden valmistuksen ja myynnin osalta. Luvussa esitellään tutkimustulokset viinitilojen ja liköörin myynnin vapauttamisen taloudellisesta vaikutuksesta. Viinitilojen taloudellista vaikutusta verrataan myös aiemmin esiteltyjen Yhdysvaltalaisen viinitilatutkimusten tuloksiin.

### 4.1 Aineisto

Aineiston kerääminen työn empiiristä osaa varten toteutettiin suomalaisille viinitiloille suunnatulla internet-kyselyllä. Kysely koostui 22 kysymyksestä, jotka jakautuivat kolmeen eri teemaan. Ensimmäinen osa koostui yleisistä viinitilatoimintaan liittyvistä kysymyksistä. Nämä koskivat muun muassa viinitilojen valmistamia tuotteita, palvelutarjontaa, kävijämäärää ja työllistämistä. Ensimmäisen osion tarkoituksena oli antaa yleiskuva viinitilatoiminnasta ja kartoittaa viinitilojen merkitystä matkailukohteina. Toinen osio liittyi viinitilan, ja erityisesti juomien valmistuksen, taloudelliseen vaikutukseen. Tarkoituksena oli selvittää viinitilatoiminnan välilliset vaikutukset talouteen. Tämän arvioimiseksi osiossa kysyttiin, mitä viinitila ostaa muilta toimialoilta pystyäkseen valmistamaan omat tuotteensa. Toisessa osiossa kysyttiin myös tietoja viinitilan liikevaihdosta, liikevaihdon kehityksestä ja kuinka eri palvelut muodostavat viinitilan liikevaihdon. Tarkoituksena oli saada selville, mistä tuloista viinitilan liikevaihto koostuu, jotta voitaisiin valita oikea panos-tuotostaulukko arvioimaan toiminnan välillisiä vaikutuksia talouteen.

Kyselyn vaativin kysymys oli selvästi juomien valmistuksen kustannusten arviointi. Kysymyksessä pyydettiin arvioimaan prosentteina, kuinka juomien valmistuksen liikevaihto jakautuu eri kustannusten välille. Samassa pyydettiin myös ilmoittamaan ostetaanko tuotantopanokset Suomesta vai ulkomailta. Tarkoituksena oli arvioida, kuinka hyvin Tilastokeskuksen kautta saatavilla oleva elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen toimialan panos-tuotostaulukko vastaa viininvalmistuksen kulurakennetta. Kolmas osio liittyi liköörin valmistukseen ja liköörin myynnin vapauttamisen vaikutukseen. Osion tarkoituksena oli selvittää, kuinka mahdollinen liköörin myyntiä koskeva lakimuutos vaikuttaisi viinitilatoimintaan ja sen tuloihin. Tavoitteena oli, että

toisen osion tiedoilla voidaan arvioida muutoksen vaikutusta koko talouteen. Kysely löytyy kokonaisuudessaan liitteistä.

Viinitilan taloudellisen vaikutuksen arviointi panos-tuotosanalyysilla on ongelmallista siksi, että oikeastaan kaikki viinitilat ovat monialayrityksiä. Panos-tuotuskertoimet antavat vain tietyn toimialan vaikutuksen talouteen, ja viinitilalla näitä toimialoja voi olla yhdistettynä useita. Toisen osion kysymyksellä viinitilan liikevaihdon jakautumisesta eri palvelujen välille oli tarkoitus selvittää tätä monialaisuutta ja siten saada aikaan realistisempi arvio viinitilojen vaikutuksesta eri toimialoille ja talouteen kokonaisuudessaan.

Kyselyn linkki toimitettiin viinitiloille sähköpostitse ja vastauksia toivottiin kahden viikon kuluessa. Viikon kuluttua vastauksia oli saatu kuusi, joista yhtä ei voitu käyttää ja toinen oli nimetön. Muistutussähköposti tuotti lisää vastauksia, ja lopulta kahden viikon kuluttua käyttökelpoisia vastauksia oli 12. Kyselyä vielä täydennettiin soittamalla lopuille viinitiloille ja kysymällä vain muutamia tutkimuksen kannalta oleellisimpia kysymyksiä. Kysymykset koskivat viinitilan liikevaihtoa, kävijämäärää, liköörin valmistusmäärää nyt ja mahdollisen lakimuutoksen jälkeen, sekä lakimuutoksen vaikutusta viinitilojen liikevaihtoon. Valvirasta saatiin listan toiminnassa olevista luvan saaneista viinitiloista, joita oli huhtikuun alussa yhteensä 31. Kyselyllä oli tavoitettu näistä 11, joista yksi oli nimetön. Yksi kyselyyn vastanneista viinitiloista, ei ollut enää Valviran toiminnassa olevien viinitilojen listalla ja ilmoittikin kyselyssä lopettavansa toiminnan. Kymmenen vastanneista viinitiloista oli siis Valviran listalla ja vastaukset olivat käyttökelpoisia. Puhelimitse tavoitettiin vielä 16 viinitilaa. Yhteensä internet-kyselyyn ja puhelinkyselyyn saatiin vastauksia 26 viinitilalta ja lisäksi yhdeltä lopettavalta viinitilalta. 31 viinitilasta tavoitettiin 26 eli vastausprosentiksi muodostui 80 %. Laajempaan kyselyyn vastasi 10 viinitilaa, joten vastausprosentti oli 32 %.

Kaksi puhelinkyselyssä tavoitettua viinitilaa ilmoitti lopettavansa toiminnan ja kolmas ilmoitti lopettavansa vuoden sisällä. Puhelimitse tavoitettiin myös yksi täysin uusi, toimintaansa juuri aloittava viinitila ja toinen, joka oli aloittanut toiminnan muutama vuosi sitten. Tutkimuksessa on mukana havainnot 22 viinitilasta, sillä kahta toimintansa nyt lopettavaa ei oteta huomioon ja uudet eivät osanneet vielä arvioida täysin toimintansa laajuutta. Näiden kahden uuden viinitilan, sekä niiden viinitilojen kohdalla joita ei tavoitettu, käytetään muihin havaintoihin perustuvia keskimääräisiä arvoja.

## 4.2 Kävijämäärät viinitiloilla

Viinitilat ovat keskenään hyvin erilaisia monessa suhteessa. Kävijämäärä on yksi tekijä, joka vaihtelee merkittävästi viinitilojen välillä. Vaihtelu saattaa johtua monista tekijöistä, esimerkiksi sijainnista. 21 viinitilaa antoi arvionsa vuosittaisesta kävijämäärästä. Pienin kävijämäärä oli 2000 ja suurin 150 000 kävijää vuodessa. Keskiarvo viinitilaa kohden on noin 20 000 kävijää, mutta yksi viinitila 150 000 kävijällä vääristää keskiarvoa voimakkaasti. Mediaani 21

vastaajan aineistossa oli 10 000 kävijää vuodessa. Tätä voidaan pitää parempana arviona keskimääräisen viinitilan kävijämäärästä vuosittain. Jos 150 000 kävijän havainto poistetaan aineistosta, keskiarvo putoaa noin 14 000 kävijään vuosittain. Kokonaisarvion saamiseksi viinitilavierailijoista vuosittain, käytetään 10 000 kävijää vuodessa arviona viinitiloille joita ei tavoitettu, tai jotka eivät antaneet arviotaan kävijämäärästä. Näin kokonaiskävijämääräksi 29 viinitilalle saadaan 506200 kävijää vuodessa.

TAULUKKO 1 Viinitilan kävijämäärä suhteessa kunnan asukaslukuun

Kunta	Kunnan asukasluku 2007	Viinitilan kävijämäärä 2010	Kävijämäärä suhteessa kunnan asukaslukuun**
Tampere*	207 866	10 000	5 %
Kuopio	91 320	7 000	8 %
Lohja	37 352	7 000	19 %
Nurmijärvi*	38 633	10 000	26 %
Lapua	14 178	5 000	35 %
Loimaa	13 058	5 000	38 %
Jämsä	16 005	6 200	39 %
Heinola*	20 612	10 000	49 %
Pieksämäki*	20 476	10 000	49 %
Puumala	2 723	2 000	73 %
Mikkeli	48 720	36 000	74 %
Parainen	12 160	10 000	82 %
Kittilä	5 967	5 000	84 %
Sotkamo*	10 716	10 000	93 %
Rymättylä	2 130	2 000	94 %
Keminmaa*	8 712	10 000	115 %
Mäntyharju	6 647	10 000	150 %
Alajärvi	8 801	15 000	170 %
Elimäki	8 264	16 000	194 %
Ranua	4 512	10 000	222 %
Ilomantsi	6 203	15 000	242 %
Kaavi*	3 490	10 000	287 %
Pälkäne	6 970	20 000	287 %
Asikkala	8 663	25 000	289 %
Rääkkylä*	2 735	10 000	366 %
Hattula	9 444	40 000	424 %
Finnström	2 457	20 000	814 %
Jaala	1 848	20 000	1082 %
Heinävesi	4 152	150 000	3613 %

\* Kävijämääräarvio 10 000 \*\* Viinitilan kävijämäärä/kunnan asukasluku\*100

Lähde: Väestörekisterikeskus, virallinen asukasluku vuodenvaihteessa 2007-2008, oma kyselytutkimus

Salo (2008) arvioi tutkimuksessaan viinitilojen kävijämääräksi vuonna 2007 600 000-700 000 kävijää. Viinitiloja oli tuolloin toiminnassa 36, joka selittää suuremman arvion. Salon (2008) tutkimuksessa käytetään myös suurempaa lukua 20 000 arviona yhden viinitilan kävijämäärästä vuosittain. Salo (2008)

toteaa, että vuonna 1995 viinitilat arvioivat kävijämäärän olevan 60 000, joka osoittaa että viinitilamatkailu on kasvattanut merkittävästi suosiotaan.

Mielenkiintoinen vertailukohta kävijämäärille saadaan, kun tarkastellaan viinitilojen sijaintikuntien asukaslukuja. Taulukko 1 listaa viinitilojen kävijämäärän suhteessa kunnan asukaslukuun. Asukasluvut ovat vuodelta 2007, sillä tilanne ennen kuntaliitoksia antaa paremman kuvan viinitilojen toimipaikkojen asukasluvusta. Osa viinitiloista sijaitsee kaupungeissa, mutta niissäkin aina kaukana kaupunkien keskustasta. Viinitilojen sijaintikuntien asukasluku oli yhteensä 624 814 asukasta vuonna 2007. Kun aineistosta poistetaan kolme suurinta kaupunkia, Tampere, Kuopio ja Mikkeli asukasluvuksi saadaan 276 908. Kävijämäärä viinitiloilla ilman kolmea kyseisissä kaupungeissa sijaitsevaa viinitilaa on 453 200. Odotettavasti suurissa kaupungeissa viinitilojen kävijämäärä suhteessa kunnan asukaslukuun on pieni, mutta monissa kunnissa viinitilojen kävijämäärä on moninkertainen kunnan väkilukuun nähden. Tästä voidaan päätellä, että kuntien mittakaavassa on kyse erittäin merkittävästä matkailutoiminnasta.

### 4.3 Tuotteiden valmistus ja myynti

Viinitilat myyvät suurimman osan valmistamistaan tuotteista oman myymälänsä kautta, mutta mahdollisia myyntikanavia on myös muita. Ari Laakkoselta Valvirasta saaduista tilastoista (taulukko 2) nähdään viinitilojen myyntimäärät oman myymälän kautta vuosina 1998–2010, sekä kokonaismyyntimäärät vuosina 1995–2010. Kokonaismyyntimäärässä on mukana kaikki viinitilojen valmistamat a-juomat, ja niiden myynti kaikkien eri myyntikanavien kautta. Taulukosta 2 nähdään myös toiminnassa olevien viinitilojen lukumäärä näinä vuosina.

Viinitilatoimintaa koskevan lakimuutoksen jälkeen vuonna 1995 viinitilojen lukumäärä kasvoi melko nopeasti ja oli korkeimmillaan vuosina 2003 ja 2004, kun viinitiloja oli toiminnassa 49. Vuoteen 2010 mennessä toiminnassa olevia viinitiloja oli enää 32. Kuitenkaan viinitilojen myyntimäärät eivät ole laskeneet yhtä voimakkaasti kuin viinitilojen lukumäärä. Näyttäisi siltä, että toiminnassa olevien viinitilojen myyntimäärät pysyvät suhteellisen tasaisina, tai ovat jopa nousevia. Toisaalta, jos verrataan vuosia 1998 ja 2011, voidaan sanoa, että myyntimäärät ovat laskeneet suhteessa viinitilojen lukumäärään. Vuonna 1998 toiminnassa oli 33 viinitilaa ja myynti omasta myymälästä oli 212 238 litraa vuodessa, kun taas vuonna 2010 myynti oli 153 691 litraa vuodessa.

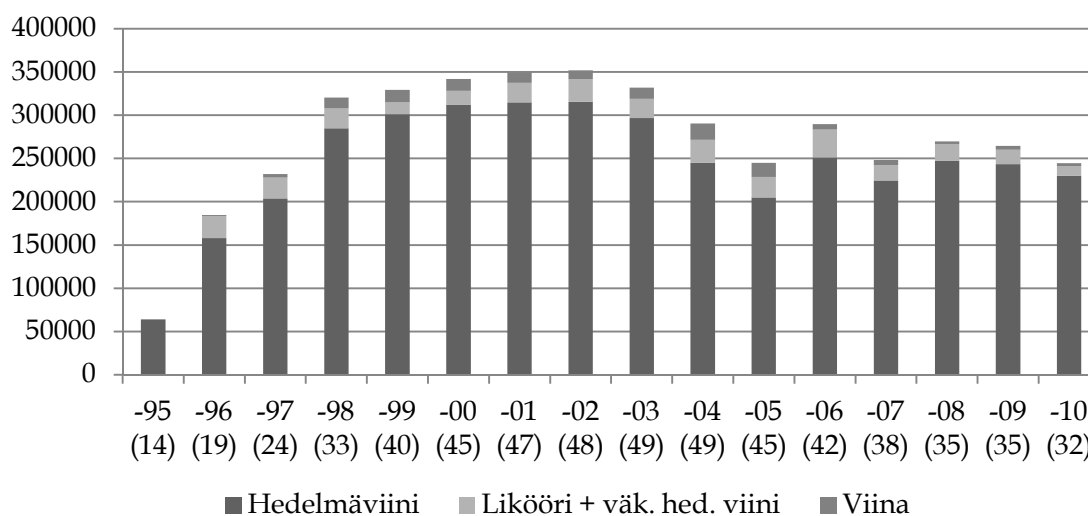
Kokonaismyyntimäärä on melko tasaisesti ollut noin 100 000 litraa vuodessa korkeampi kuin myynti omien myymälöiden kautta. Kokonaismyyntimäärässä ovat mukana oman myymälän lisäksi myynnit Alkon, oman ravintolan, muiden ravintoloiden ja viennin kautta. Myyntikanavista oma myymälä on siis selkeästi merkittävin, ja sen kautta

viinitilat voivat kuitenkin myydä ainoastaan viiniä. Muiden myyntikanavien kautta viinitilat voivat myydä myös valmistamiaan väkevämpiä tuotteita.

TAULUKKO 2 Viinitilojen myyntimäärät

Vuosi (viinitilojen lukumäärä)	Vuosimyynti tilaviinimyyntistä, litraa	Viinitilojen a-juomien kokonaismyynti, litraa
1995 (14)	-	63 866
1996 (19)	-	184 477
1997 (24)	-	232 066
1998 (33)	212 238	320 289
1999 (40)	224 027	329 295
2000 (45)	222 146	341 963
2001 (47)	259 352	349 737
2002 (48)	249 475	351 813
2003 (49)	228 601	332 094
2004 (49)	206 345	290 575
2005 (45)	172 784	244 989
2006 (42)	178 094	289 592
2007 (38)	166 402	248 128
2008 (35)	162 867	269 682
2009 (35)	159 334	264 600
2010 (32)	153 691	244 675

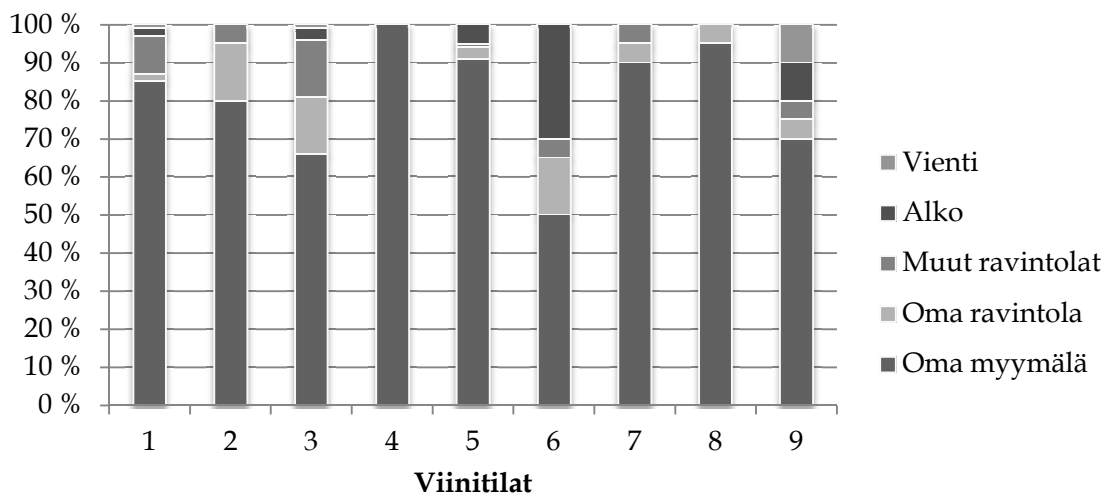
Kuviosta 1 nähdään hedelmäviinin, liköörin ja väkevän hedelmäviinin, sekä viinan osuudet kokonaismyyntimäärästä. Liköörin ja väkevän hedelmäviinin myynnistä kummankin osuus oli Valviran tilaston mukaan vuonna 2010 noin puolet. Liköörin myynnin sallimisen vaikutus viinitilojen toimintaan on yksi tämän tutkimuksen keskeisistä kysymyksistä.



KUVIO 1 Viinitilojen kokonaismyynti, litraa

Kuviosta 1 nähdään, että liköörin myyntimäärät ovat tällä hetkellä hyvin pieniä, vaikka tilastossa ovatkin mukana kaikki mahdolliset myyntikanavat. Myyntikanavien puute on merkittävä ongelma likööriä valmistaville viinitiloille, sillä tuotteita on mahdollista myydä pulloittain kuluttajille ainoastaan Alkon kautta. Myynnin vaikeuden vuoksi valmistusmäärätkin pysyvät pieninä.

Viinitiloille suunnatussa kyselyssä pyydettiin viinitiloja arviomaan eri myyntikanavien osuuksia tuotteiden kokonaisymynnistä. Kysymykseen saatiin vastaus yhdeksältä viinitilalta. Kuviosta 2 nähdään viinitilojen vastausten mukaiset myyntikanavien osuudet. Kaikkien viinitilojen vastausten perusteella selvästi suurin osa tuotteista myydään oman myymälän kautta. Arviot vaihtelivat 80 % molemmin puolin ja keskiarvo oli 81 %. Miltei kaikki viinitilat myivät tuotteitaan oman ravintolansa kautta ja keskiarvoksi muodostui 7 %. Tuotteiden myynti muihin ravintoloihin oli suurin piirtein samalla tasolla 5 % keskiarvolla. Alkon kautta tuotteitaan myi viisi viinitilaa, ja vain muutamalla osuus myynnistä oli yli 10 %. Alkon osuus myynnistä oli 6 % ja viennin 1 %.



KUVIO 2 Viinitilan tuotteiden myyntikanavat

Alko ei kyselyn tulosten perusteella ole läheskään kaikkien viinitilojen käytettävissä oleva myyntikanava. Tämä tekee viinitilan väkevempien tuotteiden myynnistä melko hankalaa. Viinitiloilla liköörit ovat monesti tarjolla viinitilamatkailijoille maistatusten kautta. Kuitenkin monien matkailijoiden liköörit jäävät luultavasti ostamatta, jos niiden osto on mahdollista ainoastaan Alkon kautta.

#### 4.4 Viinitilojen liikevaihto, liikevaihdon jakautuminen ja juomien valmistuksen kustannukset

Viinitilojen taloudellisen vaikutuksen selvittämiseksi on tärkeä tietää liiketoiminnan euromääräinen laajuus. Tätä selvitettiin kyselyn toisessa osiossa, jossa viinitiloja pyydettiin antamaan arvio viinitilan liikevaihdon suuruudesta vuonna 2010. Tämän lisäksi pyydettiin arvioimaan, miten liikevaihto jakautuu eri palvelujen välille. Valmiit vaihtoehdot olivat juomien valmistus, ravintola/kahvila/pitopalvelut, majoituspalvelut ja muu, mikä. Hankalaksi osoittautunut kysymys juomien valmistuksen kustannusten jakautumisesta on oleellinen arvioitaessa, voidaanko viinitilan juomien valmistuksen kohdalla käyttää Tilastokeskuksen valmista panos-tuotostaulua.

Liikevaihtotietoja täydennettiin puhelinkyselyllä ja kokonaisuudessaan tiedot liikevaihdosta saatiin 21 viinitilalta. Myös liikevaihdossa oli suurta vaihtelua pienimmän ja suurimman välillä. Liikevaihdon keskiarvo oli 274 619 euroa ja mediaani 220 000 euroa. Mediaaniliikevaihtoa käytetään arviona niiden viinitilojen liikevaihdosta, joilta tietoja ei saatu. Mediaaniliikevaihto vaikuttaa aineiston perusteella luotettavammalta arviolta keskimääräisen viinitilan liikevaihdosta. Yhteensä kaikkien 29 viinitilan liikevaihto oli 7 527 000 euroa vuonna 2010. Kokonaisliikevaihtoa laskettaessa kahdeksan viinitilan kohdalla käytettiin arviona mediaaniliikevaihtoa.

Kysymykseen liikevaihdon jakautumisesta eri palvelujen välille saatiin vastaukset kaikilta kymmeneltä internet-kyselyyn vastanneelta viinitilalta. Arviot vaihtelivat melko paljon viinitilojen välillä, mutta silti tärkeimmät liikevaihdon lähteet olivat kaikilla juomien valmistus ja myynti sekä kahvila/ravintola/pitopalvelut. Keskimääräiset prosenttijakaumat olivat Juomien valmistus ja myynti 64,5 %, kahvila/ravintola/pitopalvelut 31 %, majoituspalvelut 1,5 % ja muut palvelut 3 %. Osalla viinitiloista reilusti suurin osa liikevaihdosta tuli ravitsemispalveluista, kun taas osalla juomien valmistuksesta ja myynnistä. Tulokseksi saatua prosenttijakaumaa voidaan kuitenkin pitää kuvaavana koko toimialalle ainakin tämän aineiston perusteella. Panos-tuotosanalyysissä juomien valmistukseen eli elintarvikkeiden ja juomien toimialalle lasketaan kohdistuvan 65 % viinitilan tuloista ja majoitus- ja ravitsemistoiminnan toimialalle 35 % tuloista. Ravintolapalvelut ovat selvästi merkittävä osa viinitilatoimintaa, ja siksi myös sen huomioonottaminen kerrannaisvaikutuksia laskettaessa on tärkeää.

TAULUKKO 3 Viinitilojen liikevaihdon jakautuminen

Toimiala	Liikevaihdon jakautuminen %	Liikevaihdon jakautuminen €
Majoitus- ja ravitsemistoiminta	35 %	2 634 450
Elintarvikkeiden ja juomien valmistus	65 %	4 892 550
Yhteensä	100 %	7 527 000

Kysymykseen juomien valmistuksen kustannusten jakautumisesta saatiin vastaus kahdeksalta viinitilalta. Vastaukset vaihtelivat viinitilojen välillä jonkin verran, mutta kustannusten rakenne oli suurin piirtein sama. Kustannukset muodostuvat tuotannossa tarvittavista panoksista, joita viinitilat ostavat muilta toimialoilta, tuonnista, sekä peruspanoksista kuten palkoista ja toimintaylijäämästä. Kysymyksen tarkoituksena oli selvittää minkälaisia panoksia viinitilat tarvitsevat muilta toimialoilta voidakseen valmistaa tuotteitaan. Tarkoituksena oli myös selvittää, mitkä panokset aiheuttavat tuotannossa suurimmat kustannukset. Näillä tiedoilla viinitilojen kustannusrakennetta on mahdollista verrata valtakunnalliseen elintarvikkeiden ja juomien toimialan kustannusrakenteeseen, joka selviää panos-tuotostilastoista. Taulukossa 4 on lueteltu suuruusjärjestyksessä viinitilojen käyttämät kotimaiset panokset, sekä toimiala, jolta panos ostetaan. Vertailu valtakunnallisiin elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen toimialan panoskertoimiin osoittaa, että kaksi suurinta toimialaa josta panoksia ostetaan, ovat samat. Maatalous, riistatalous ja niihin liittyvät palvelut sekä elintarvikkeiden ja juomien valmistus ovat suurimmat toimialat, joihin kustannukset kohdistuvat.

TAULUKKO 4 Juomien valmistuksen kustannukset, panokset muilta toimialoilta

Toimiala	Panos
Maatalous, riistatalous ja niihin liittyvät palvelut	Marjat ja hedelmät
Elintarvikkeiden ja juomien valmistus	Elintarvikkeet
Koneiden ja laitteiden valmistus	Investoinnit, laitteiston huolto, varaosat
Muut kustannukset	Kustannukset, joita ei ollut vaihtoehtoina kyselyssä
Sähkö-, kaasu- ja lämpöhuolto	Sähkö ja lämmitys
Massan, paperin ja paperituotteiden valmistus	Etiketit
Kiinteistöalan palvelut	Tilavuokrat
Ei-metallisten mineraalituotteiden valmistus	Pullot
Veden puhdistus ja jakelu	Vesi
Julkinen hallinto ja maanpuolustus; pakollinen sosiaalivakuutus	Viranomaismaksut
Kemikaalien, kemiallisten tuotteiden ja tekokuitujen valmistus	Kemikaalit
Puutavaran, puutuotteiden sekä korkki- ja punontatuotteiden valmistus	Korkit

Viinitilat arvioivat muut kustannukset -luokan osuuden melko suureksi, joka kertoo siitä, etteivät valmiina annetut kustannusluokat täysin kattaneet juomien valmistuksen kustannuksia. Lisätietoina viinitilat kertoivat, että muut kustannukset koostuvat muun muassa auto-, polttoaine-, markkinointi-, paino-,



ja muista yleiskustannuksista. Yhdessä vastauksessa mainittiin muiden kustannusten sisältävän ”vaikka mitä”. Tästä näkökulmasta valtakunnallisen panos-tuotostaulun käyttäminen voisi antaa kattavamman kuvan kustannusten jakaumasta toimialalla.

Merkittävin ero vertailussa viinitilan tuotannon kustannusten ja elintarvikkeiden ja juomien toimialan kustannusten välillä löytyy veden puhdistuksen ja jakelun toimialalta. Hieman yllättäen elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen toimiala ei käytä lainkaan veden puhdistuksen ja jakelun toimialan panoksia tuotannossaan. Kuitenkin vesi on suuri osa esimerkiksi viininvalmistusta. Vesi ei ole vain yksi juomien pääraaka-aineista, vaan sitä kuluu paljon esimerkiksi viininvalmistuksessa käytettävien tankkien puhdistukseen. Markku Rätty Tilastokeskuksesta kertoi sähköpostikeskustelussa, että panos-tuotostaulukossa kaikilla teollisuustoimialoilla veden puhdistuksen ja jakelun käyttö on nolla. Tämä tieto tulee teollisuuden hyödyketilastosta ja tarkoittaa sitä, että teollisuustoimialat eivät osta tuotantoonsa tarvitsemaansa vettä vesilaitoksilta. Toimialat hankkivat käyttämänsä veden itse muualta, esimerkiksi lähijärvistä, lähteistä ja omista kaivoista. Tämä vesi ei näy tuotteena panos-tuotostilastossa, sillä sitä ei ole ostettu vesilaitoksilta. Viinitilojen tapauksessa monelle vesi on osa kustannuksia. Kuusi kahdeksasta kyselyyn vastanneesta viinitilasta ilmoitti veden aiheuttavan kustannuksia juomien valmistuksessa. Suurin osa viinitiloista ilmoitti veden osuuden kustannuksista olevan 1-2 prosenttia, jolloin voidaan olettaa, ettei tämä poikkeama vaikuta kovin merkittävästi panos-tuotosanalyysin keskeisiin tuloksiin.

Viinitilojen tuotannon ja elintarvikkeiden ja juomien toimialan kustannusrakennetta vertaillaessa voidaan todeta, että veden käyttö panoksena on ainoa selkeä poikkeama. Viininvalmistuksen suurimmat kustannukset ovat myös elintarvikkeiden ja juomien toimialalla suurimpia kustannuksia. Panoskerrointaulukossa on 59 toimialaa ja viinitilakyselyn mukaan viininvalmistuksen kustannukset jakautuvat 11 toimialalle ja muihin kustannuksiin. Näistä 11 toimialasta kymmenen on elintarvikkeiden ja juomien toimialan 24 suurimman panoskäyttötoimialan joukossa. Veden käyttö on ainoa poikkeava panos. Viinitilojen luettelemista muista kustannuksista monet kuuluvat myös näiden 24 toimialan joukkoon.

Viinitilat arvioivat kyselyssä myös tuonnin, palkkakustannusten ja toimintaylijäämän osuutta liikevaihdosta. Tuonti on viinitilojen arvion mukaan hieman alemmalla tasolla kuin valtakunnallisessa taulukossa. Viinitilat saavat käyttää tuotannossaan vain kotimaisia raaka-aineita, mikä hyvin selittää tuonnin alemmaa tasoa. Palkkakustannuksien arvioitiin olevan suurin piirtein samalla tasolla kuin valtakunnallisessa taulukossa. Toimintaylijäämä oli viinitilojen arvion mukaan korkeampi kuin valtakunnallisella tasolla, mutta arvio toimintaylijäämän suuruudesta vaihteli melko paljon viinitilojen välillä. Yksi vastaajista tosin huomautti toimintaylijäämän sisältävän yrittäjän tekemän viinin valmistustyön.

Tilastokeskus julkaisee myös alueellisia panos-tuotostauluja, joiden käyttö olisi mahdollista viinitilojen taloudellista merkitystä selvittäessä. Viinitilat ovat kuitenkin sijoittuneet laajalle alueelle ympäri Suomea, jolloin yhdelle alueelle on monesti sijoittunut vain muutama viinitila. Tämä tekisi analyysistä raskaamman toteuttaa. Alueelliset kertoimet vaihtelevat alueesta riippuen, mutta tässä tapauksessa voi olettaa, että viinitilojen sijainti ympäri Suomea tekee valtakunnallisen panos-tuotostaulun käytöstä realistisen. Myös Yhdysvalloissa tehdyissä viinitilatutkimuksissa taloudelliset vaikutukset arvioidaan koko osavaltion tasolla. Nämä ovat monesti sekä pinta-alaltaan että asukasluvultaan samaa kokoluokkaa Suomen kanssa.

#### 4.5 Viinitilatoiminnan tuotantovaikutukset, tulovaikutukset ja työllisyysvaikutukset

Elintarvikkeiden ja juomien toimialan panoskertoimia on siis perusteltua käyttää viinitilan kokonaistaloudellisen vaikutuksen arvioinnissa juomien valmistuksen osalta. Majoitus- ja ravitsemistoiminnan kohdalla käytetään myös valtakunnallisia kertoimia. Tohmon (2002) mukaan käänteismatriisin avulla voidaan laskea kuinka suuren kokonaisvaikutuksen yksikön suuruinen kysynnän lisäys tietyllä toimialalla aiheuttaa tuotantoon. Taulukosta 5 nähdään viinitilojen vaikutus talouteen. Välitön vaikutus muodostuu viinitilojen liikevaihdon ja viinitilojen muilta toimialoilta ostamien panosten suuruudesta vaikutuksesta. Kokonaisvaikutus taas kuvaa juuri käänteismatriisin kertoimilla laskettua kokonaisvaikutusta tuotantoon.

TAULUKKO 5 Viinitilojen taloudellinen vaikutus

Toimialat	Osuus liikevaihdosta €	Välitön vaikutus, kerroin	Kokonais vaikutus, kerroin	Välitön vaikutus €	Kokonais vaikutus €
Majoitus- ja ravitsemistoiminta	2 634 450	1,4452	1,8444	3 807 362	4 859 056
Elintarvikkeiden ja juomien valmistus	4 892 550	1,6441	2,2956	8 043 895	11 231 445
<b>Yhteensä</b>	<b>7 527 000</b>	<b>1,5745</b>	<b>2,1377</b>	<b>11 851 258</b>	<b>16 090 501</b>

Viinitilojen liikevaihto on jaettu kahdelle toimialalle taulukon 3 prosenttiosuuksien mukaisesti. Toimialojen panosrakenne on erilainen ja siten myös käänteismatriisin kertoimien mukaiset kokonaisvaikutukset ovat erilaiset. Elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen kerroin on suurempi kuin majoitus- ja ravitsemistoiminnan kerroin. Majoitus- ja ravitsemistoiminnan toimialalla käytetään selvästi vähemmän panoksia muilta toimialoilta kuin elintarvikkeiden ja juomien toimialalla. Tämä nähdään taulukon välittömän vaikutuksen kertoimen kohdalta, joka saadaan panoskertoimien matriisista.

Majoitus- ja ravitsemistoiminnan toimialalla taas yhden euron arvoiseen tuotokseen kuuluu enemmän palkkakustannuksia, kuin elintarvikkeiden ja juomien toimialalla. Viinitilojen liikevaihdosta 2 634 450 € kohdistuu majoitus- ja ravitsemistoimintaan ja kerrannaisvaikutuksen kautta saa aikaan 4 859 056 € vaikutuksen talouteen. Elintarvikkeiden ja juomien valmistukseen kohdistuu 4 892 550 € viinitilojen liikevaihdosta, ja saa aikaan 11 231 445 € vaikutuksen talouteen. Viinitilojen 7 527 000 € liikevaihto aiheuttaa siis noin 16 miljoonan euron tuotantovaikutuksen talouteen. Liikevaihtojen osuuksilla painotettu kertoimen arvo viinitilan kokonaisvaikutukselle on 2,1377. Jokaisella viinitilan liikevaihdon eurolla on siis 2,1377 euron vaikutus talouteen.

Tohmon (2002) mukaan vaikutukset tuloihin saadaan peruspanosten eli palkkojen, arvonalenemisen, toimintaylijäämän, välillisten verojen ja tuonnin avulla. Laskemalla palkkojen osuus peruspanoksista, voidaan laskea kuinka viinitilat vaikuttavat tuloihin maksamiensa palkkojen kautta. Peruspanokset lasketaan edelleen erikseen majoitus- ja ravitsemistoiminnan toimialalle ja elintarvikkeiden ja juomien toimialalle. Taulukko 6 osoittaa peruspanosten välittömän ja välillisen osuuden viinitilojen liikevaihdosta. Majoitus- ja ravitsemistoiminnan liikevaihdosta kohdistuu välittömästi ja välillisesti 47,5 % palkansaajakorvauksiin, ja vastaavasti elintarvikkeiden ja juomien liikevaihdosta 39,1 % kohdistuu palkansaajakorvauksiin.

TAULUKKO 6 Peruspanosten käyttö

Peruspanos	Majoitus- ja ravitsemistoiminta	Elintarvikkeiden ja juomien valmistus
Tuontituotteiden käyttö yhteensä	17,3 %	29,0 %
Tuoteverot miinus tuotetukipalkkiot	3,7 %	-2,7 %
Palkansaajakorvaukset	47,5 %	39,1 %
Muut tuotantoverot, netto	-2,7 %	-14,3 %
Kiinteän pääoman kuluminen	10,4 %	19,7 %
Toimintaylijäämä, netto	23,8 %	29,3 %
Yhteensä	100,0 %	100,0 %

Kokonaisvaikutus palkkatuloihin saadaan, kun kerrotaan kummallekin viinitilatoiminnan osa-alueelle kohdistuva liikevaihto näillä prosenteilla. Palkkatuloista maksetaan kuitenkin veroja ja sosiaaliturvamaksuja ja osa palkkatuloista säästetään. Vaikutus kulutukseen saadaan kun palkkatuloista vähennetään nämä erät. Suomen virallisen tilaston (2011a) kansantalouden tilinpidon mukaan säästämisaste vuonna 2010 oli 4,4 prosenttia. Suomen virallisen tilaston (2011b) uusimman veronalaisten tulojen tilaston mukaan kunnallisvero ansiotuloista vuonna 2009 oli noin 14,5 % ja valtionvero noin 5 %. Sosiaaliturvamaksujen tasona käytetään kuutta prosenttia. Taulukosta 7 nähdään kuinka suuri viinitilojen toiminnan vaikutus on palkkatuloihin ja kuinka tämä summa jakautuu veroihin, säästämiseen ja kulutukseen.

TAULUKKO 7 Palkkatulon jakautuminen

Palkkatulon jakautuminen	Majoitus- ja ravitsemistoiminta	Elintarvikkeiden ja juomien valmistus	Yhteensä
Palkkatulo	1 252 101	1 911 221	3 163 322
Sosiaaliturvamaksut 6 %	75 126	114 673	189 799
Valtionvero 5 %	62 605	95 561	158 166
Kunnallisvero 14,5 %	181 555	277 127	458 682
Nettopalkka	932 815	1 423 860	2 356 675
Säästäminen 4,4 %	55 092	84 094	139 186
Kulutukseen jäävä osuus	877 723	1 339 766	2 217 489

Välittömästi ja välillisesti viinitilatoiminta saa aikaan noin 3,16 miljoonan palkkatulot kuluttajille. Veroja ja sosiaaliturvamaksuja tästä summasta kertyy 806 647 euroa ja säästöön jää 139 186 euroa. Kulutukseen palkkasummasta jää noin 2,22 miljoonaa euroa. Tällä kulutuksella on edelleen omat kerrannaisvaikutuksensa taloudessa.

Tilastokeskuksen panos-tuotostilastot sisältävät tietoja myös työpanoskertoimista, jotka kertovat kuinka paljon työpanosta tarvitaan tietyn tuotannon määrän aikaansaamiseksi. Työpanoskertoimien avulla voidaan laskea eri toimialojen tuotannon työllisyysvaikutukset. Viinitilatoiminnan työllisyysvaikutusten arvioimiseksi lasketaan viinitilan liikevaihdon jakautuminen eri toimialoille, ja sitten kerrotaan nämä euromäärät eri toimialojen työpanoskertoimilla. Välitön vaikutus työllisyyteen saadaan jakamalla toimialoille viinitilan välitön tuotantovaikutus, ja kokonaisvaikutus saadaan käyttämällä viinitilojen euromääristä kokonaistuotantovaikutusta. Taulukossa 5 ilmoitettiin viinitilatoiminnan kokonaisvaikutukset, jotka olivat majoitus- ja ravitsemistoiminnan toimialalle 4 859 056 euroa ja elintarvikkeiden ja juomien toimialalle 11 231 445 euroa. Taulukosta 8 nähdään viinitilojen vaikutus työllisyyteen.

Viinitilat kertoivat kyselyssä myös työllistämiensä henkilöiden määrän. Työllistämistä pyydettiin arvioimaan henkilötyövuosina ja ottamaan huomioon sekä osa- että kokoaikaiset työntekijät. Kyselyyn vastanneet kymmenen viinitilaa työllistivät keskimäärin 3,2 henkeä vuodessa viinitilaa kohden. Jos tulos yleistetään kaikille 29 toiminnassa olevalle viinitilalle, ne työllistävät yhdessä noin 94 henkeä vuodessa. Viinitilojen vastausten ja liikevaihtojen perusteella kyselyyn vastanneilla viinitiloilla työpanoskerroin eli työlliset miljoonan euron tuotosta kohden oli 12,73. Kertoimen arvo kuitenkin vaihteli paljon viinitilasta riippuen. Kertoimen mukaan 7,527 miljoonan euron liikevaihdolla viinitilat työllistävät 95,80 henkilöä vuodessa. Molemmilla tavoilla laskettuna viinitilat työllistävät enemmän kuin mikä valtakunnallisen työpanoskertoimen mukaan olisi niiden vaikutus työllisyyteen.

Valtakunnallisten työpanoskertoimien arvio viinitiloille saadaan kun käytetään aiemmin määriteltyjä liikevaihdon jakauman prosentteja. Kertoimen arvoksi saadaan 7,40. Valtakunnallisen kertoimen mukaan viinitilat

työllistäisivät 55,6 henkilöä suoraan. Työpanoskertoimeltaan viinitilatoiminta on lähempänä valtakunnallista majoitus- ja ravitsemistoiminnan toimialaa kuin elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen toimialaa. Valtakunnallisesti elintarvikkeiden ja juomien toimialalle kuuluu paljon suuria yrityksiä, jotka eivät tarvitse tuotannossaan niin paljon työvoimaa. Viinitilat ovat niiden mittakaavassa pieniä tuotantoyrityksiä, jolloin tuotantoon vaaditaan myös enemmän työvoimaa. Taulukossa 8 on lueteltu myös välittömät vaikutukset ja kokonaisvaikutukset työllisyyteen. Välittömässä vaikutuksessa on viinitilan oman työllistämisen lisäksi mukana niiden toimialojen työllisyysvaikutus, joilta viinitilat ostavat panoksia tuotantoonsa. Kokonaisvaikutuksessa on mukana kerrannaisvaikutukset työllisyyteen. Viinitilojen kokonaistyöllisyysvaikutus on valtakunnallisten kertoimien mukaan 137 henkeä vuodessa, mutta vaikutus on varmasti jonkin verran suurempi, kun otetaan huomioon viinitilojen suurempi suora työllistävyys.

TAULUKKO 8 Viinitilojen työllisyysvaikutus

	Elintarvikkeiden ja juomien valmistus	Majoitus- ja ravitsemistoiminta	Yhteensä	Viinitilat (Kysely)
Työlliset miljoonan euron tuotosta kohti (vain viinitila)	4,01	13,69	7,40	12,73
Työlliset miljoonan euron tuotosta kohti (välitön vaikutus)	11,12	16,65	13,06	-
Työlliset miljoonan euron tuotosta kohti (kokonaisvaikutus)	17,20	20,10	18,21	-
Liikevaihto, miljoonaa euroa	4,89255	2,63445	7,527	7,527
Työllisyysvaikutus (vain viinitila)	19,60	36,07	55,66	95,80
Työllisyysvaikutus (välitön vaikutus)	54,42	43,87	98,29	-
Työllisyysvaikutus (kokonaisvaikutus)	84,13	52,96	137,09	-

Taulukko 9 vertaa edellä esitettyjä tuloksia Suomen viinitilojen taloudellisista vaikutuksista muutama aiemmin esitettyyn Yhdysvalloissa toteutettuun viinitilatutkimukseen. Vertailuun on valittu sellaisia tutkimuksia, joissa osavaltion asukasluku, viinitilojen liikevaihto, tai viinitilojen kävijämäärä ovat samankaltaisia kuin Suomessa. Taulukosta nähdään millä tasolla viinitilatoiminta on, ja millaisia ovat viinitilojen taloudelliset vaikutukset Suomeen verrattuna. Tutkimusten osavaltioiden asukasluvut ovat samaa luokkaa kuin Suomessa, ja viinitilojen lukumääräkin on muutamassa tutkimuksessa melkein sama kuin Suomessa. Kaikissa tutkimuksissa pidettiin

viinitilatoimintaa tärkeänä alueen taloudelle ja varsinkin maaseutualueiden tuotantorakenteiden monipuolistamiselle.

TAULUKKO 9 Viinitilatutkimusten vertailu

	Tutkimus				
	Gartner ym. (2008)	Thilmany ym. (2006)	Mi-Kyung ym. (2002)	Woodall ym. (2002)	Suomen viinitilat
Paikka	Minnesota	Colorado	Michigan	Idaho	Suomi
Asukasluku 2010	5 303 925	5 029 196	9 883 640	1 567 582	5 375 276
Viinitilojen lukumäärä	26	66	27	11	29
Liikevaihto, miljoonaa	5 \$	11 \$	37,5 \$	7 \$ <sup>a</sup>	7,5 €
Kokonaisvaikutus, kerroin	1,68	1,922 <sup>b</sup>	1,568 <sup>b</sup>	2,1 <sup>b</sup>	2,07
Kokonaisvaikutus, miljoonaa	8,5 \$	21,1 \$	58,8 \$	14,5 \$	16,1 €
Kokonaisvaikutus työllisyyteen	68	70 (suora vaikutus)	399 <sup>b</sup>	120 <sup>b</sup>	137
Kävijämäärä vuodessa	188 994	157 000	600 000	-	506 200
Matkailun välitön vaikutus, miljoonaa	8,4 \$	11,8 \$	10,7 \$	-	-
Matkailun kokonaisvaikutus, miljoonaa	14 \$	20,6 \$ <sup>b</sup>	16,6 \$ <sup>b</sup>	-	-

<sup>a</sup> Viinitilojen liikevaihto on 15 miljoonaa dollaria, mutta vain 7 miljoonan lasketaan aiheuttavan kerrannaisvaikutuksia

<sup>b</sup> Luvuissa mukana myös tulovaikutus

Lähteet: asukasluvut U.S. Census Bureau ja Suomen Virallinen Tilasto 2011c

Kokonaistaloudellisen vaikutuksen kertoimen arvot vaihtelevat tutkimuksissa jonkin verran. Kolmessa tutkimuksesta kerroin on matalampi ja yhdessä korkeampi kuin Suomessa. Kaikissa tutkimuksissa viinitilatoiminnan kerrannaisvaikutukset ja työllisyysvaikutukset ovat merkittäviä. Kolmessa tutkimuksessa arvioitiin myös viinitilamatkailun vaikutusta talouteen. On merkittävää, että Minnesotassa viinitilojen vaikutus talouteen matkailun kautta oli suurempi kuin viinintuotannon kautta ja Coloradossa vaikutus oli lähes yhtä suuri. Minnesotassa ja Coloradossa, joiden asukasluku ja viinitilojen liikevaihto ovat samaa tasoa kuin Suomessa, viinitilojen kävijämäärät olivat kuitenkin reilusti matalammat kuin Suomessa. Molemmassa arvio vuosittaisesta kävijämäärästä oli alle 200 000 vuodessa, kun suomalaisilla viinitiloilla vieraillee arvion mukaan yli 500 000 vuodessa. Kuitenkin Minnesotassa arvioidaan, että matkailijoiden kulutus alueella viinitilaostosten lisäksi aiheuttaa 14 miljoonan dollarin vaikutuksen talouteen ja Coloradossa vaikutuksen arvioidaan olevan

noin 20 miljoonaa dollaria. Michiganissa arvioidaan kävijämäärän olevan 600 000 vuodessa, joka on lähempänä Suomen viinitilojen kävijämäärää. Tutkimuksessa pyritään arvioimaan tarkasti, mikä osa matkailijoiden kulutuksesta voidaan todella laskea viinitilojen hyväksi. Tuloksena saadaan, että 600 000 kävijää alueen 27 viinitilalla aiheuttaa vielä lisäksi 16,6 miljoonan dollarin vaikutuksen talouteen.

Tässä tutkimuksessa Suomen viinitilamatkailun vaikutusta talouteen ei arvioitu, mutta muiden tutkimusten tuloksien perusteella vaikutukset voivat olla hyvin merkittäviä, jopa suurempia kuin viinitilatoiminnan vaikutukset. Kävijämäärien vertailu osoittaa, että viinitilat ovat merkittäviä matkailukohteita Suomessa, ja tämä edelleen korostaa matkailun merkitystä viinitilojen taloudellista vaikutusta ajatellen. Kyselyyn vastanneista viinitiloista lähes kaikki kertoivat tekevänsä tiivistä yhteistyötä alueen muiden toimijoiden kanssa. Yhteistyökumppaneiksi lueteltiin muun muassa raaka-aineiden tuottajat, ravintolat, matkailupalveluyritykset ja alueen muut yritykset. Yhteistyötä tehtiin markkinoinnissa, tapahtumien ja ryhmämatkojen järjestämisessä, sekä tarjoamalla erilaisia matkailupaketteja. Eräissä vastauksessa todettiin, että Suomalainen viinitila on ennen kaikkea matkailubisnes.

#### **4.6 Liköörin myynti viinitiloilla**

Viinitilat tuottavat monesti myös 13 tilavuusprosenttia vahvempia juomia. Vuonna 1995 säädetty tilaviiniasetus rajoittaa kuitenkin viinitilojen toimintaa tuotteiden vähittäismyynnin osalta. Viinitilat saavat myydä suoraan tilalta korkeintaan 13 tilavuusprosenttia etyylialkoholia sisältäviä käymisteitse valmistettuja alkoholijuomia. Salo (2008) toteaa, että vuonna 1995 likööreja tuotettiin neljännes suhteessa kaikkeen tuotantoon ja tämä suuri tuotantomäärä perustui ennako-odotukseen, että myös liköörin myynti vapautettaisiin vähittäismyyntiä varten. Odotus ei ole kuitenkaan toteutunut monista lakiuudistusehdotuksista huolimatta ja liköörin tuotanto on monilla viinitiloilla jäänyt matalalle tasolle. Salon (2008) mukaan alkoholilainsäädäntö mahdollistaa viinitilatoiminnan, mutta rajoittaa sitä monilta osin. Viinitilojen valmistamat väkevät viinit, liköörit ja tisleet jäävät kokonaan vähittäismyynnin ulkopuolelle. Asian puolesta tehdyt lakialoitteet ovat kaatuneet tulosta tuottamatta. Salo (2008) kartoitti viinitiloille suuntaamassaan kyselyssä suomalaisten ja ulkomaalaisten asiakkaiden suhtautumista viinitilojen vähittäismyynnin rajoitukseen ja viinitilallisten arvioita lakimuutoksen taloudellisista vaikutuksista. Lakimuutosehdotuksessa on ollut mukana myös viinitilojen toimitusmyynnin mahdollistaminen eli mahdollisuus toimittaa viiniä suoraan asiakkaalle esimerkiksi nettikaupan välityksellä (Salo 2008).

Puhelinkyselyssä selvisi, että monen viinitilan haaste oli se, että asiakkaat on ensiksi saatava tulemaan viinitilalle, jotta viiniä voi ylipäänsä myydä. Toimitusmyynnin mahdollistaminen olisi yksi helpotus tähän ongelmaan. Yksi

toimintaansa lopettavista viinitiloista totesi, että liköörin myynnin ja toimitusmyynnin salliminen olisi antanut mahdollisuuden jatkaa toimintaa. Salo (2008) toteaa kyselytutkimuksensa tulosten perusteella, että moni asiakas on ihmetellyt eikä ole ymmärtänyt suomaisten viinitilojen myynnin rajoituksia. Osa asiakkaista on todennut lainsäädännön olevan holhoavaa ja Alkon monopolia suojelevaa. Ulkomaalaiset asiakkaat ovat ihmetelleet miten Suomi voi olla EU:n jäsenmaa ja Alkon monopolin olemassaolo silti sallitaan. Viinitilalliset eivät usko viinitilojen tuotteiden lisäävän alkoholista johtuvia sairauksia. Tätä perustellaan viinitilojen syrjäisellä sijainnilla ja sillä, että tuotteet ovat suhteellisen arvokkaita suurkulutukseen. Ne ovat erikoistuotteita, joita yleisimmin ostetaan tuliaisiksi. (Salo 2008.)

Salon (2008) kyselyssä viinitiloja pyydettiin arvioimaan liköörien myynnin tuottamaa rahamäärää lakimuutoksen jälkeen asteikolla erittäin merkittävä, merkittävä, vähäinen ja ei vaikutusta. Noin kaksi kolmasosa viinitiloista arvioi, että rahamäärä olisi erittäin merkittävä. Yksi kolmasosa arvioi rahamäärän olevan merkittävä ja muutama arvioi vaikutuksen olevan vähäinen. Tässä tutkimuksessa lakimuutoksen taloudellista vaikutusta kartoitetaan tarkemmin. Tarkoituksena on myös selvittää, kuinka paljon viinitilat tuottavat likööriä nyt, ja kuinka suuri tuotantomäärä olisi lakimuutoksen jälkeen. Kaikki sekä puhelinkyselyyn että internet-kyselyyn vastanneet viinitilat arvioivat lakimuutoksen vaikutuksen liiketoimintaan olevan positiivinen, mutta vaikutuksen suuruudesta oli eriäviä mielipiteitä. Kaksi vastannutta viinitilaa ilmoitti panostavansa jo vientiin, sillä he eivät uskoneet lakiuudistuksen ikinä toteutuvan. Kolme vastannutta viinitilaa koki uudistuksen olevan positiivinen asia, mutta eivät uskoneet sillä olevan merkittävää vaikutusta liiketoiminnan kannalta. Suurin osa viinitiloista kuitenkin arvioi, että lakimuutoksen vaikutus liiketoimintaan on merkittävä ja yksi viinitila jopa arvioi myynnin kaksinkertaistuvan uudistuksen myötä. Uudistuksen koettiin olevan tärkeä koko toimialan kannalta. Liköörin myynnin kasvu saattaisi muutamien vastaajien mukaan vähentää jokin verran viininmyyntiä, mutta kokonaisvaikutus jäisi silti positiiviseksi. Liköörin myynnin arvioitiin myös houkuttelevan viinitiloille uusia kävijöitä, joka lisäisi myös viinitilan muita tuloja esimerkiksi matkailun ja majoituspalvelujen kautta.

Tarkka arvio lakimuutoksen vaikutuksesta liikevaihtoon saatiin 16 viinitilalta. Arviot vaihtelivat paljon kahden prosentin ja sadan prosentin välillä. Keskiarvoksi muodostui 25 prosenttia. Yli puolet vastanneista viinitiloista arvioi muutoksen olevan enemmän kuin 20 prosenttia ja vain kolme viinitilaa arvioi muutoksen olevan vähemmän kuin kymmenen prosenttia. Lakimuutoksen arvioidaan siis nostavan koko toimialan liikevaihtoa 25 prosentilla. Toimialan arvioitu liikevaihto vuonna 2010 oli 7 527 000 ja siten lakimuutos nostaisi toimialan liikevaihtoa 1 881 750 eurolla.

Entinen peruspalveluministeri Paula Risikko kertoi sähköpostikeskustelussa, että kysymys viinitilojen liköörinmyynnin mahdollistamisesta on ollut sosiaali- ja terveysministeriön valmistelussa, mutta hallituksen lakiesitys ei ollut vielä valmiina. Hän kertoi myös, että sosiaali- ja



terveysministeriö on neuvotellut vähittäismyynnin rajoitetusta sallimisesta Euroopan Unionin komission kanssa, mutta neuvotteluista ei ole saatavilla virallisia asiakirjoja. Suomen Viiniyrittäjät ry:n puheenjohtaja Jorma Keijonen kertoi haastattelussa, että komissio hyväksyisi viinitilojen liköörin myynnin jos se ei aiheuta markkinahäiriötä. Vähittäismyynnin rajaksi asetettaisiin neuvottelujen mukaan 5 000 litraa viinitilaa kohden. Valviran tilastojen mukaan vuonna 2010 Suomessa myytiin vähittäismyynnin kautta 3 199 000 litraa likööriä. Viinitilat myivät kokonaisuudessaan vuonna 2010 11 054 litraa likööriä ja väkevää hedelmäviiniä. Tällä hetkellä viinitilojen osuus liköörimarkkinoista on siis alle 0,4 %. Vaikka kaikki 29 toiminnassa olevaa viinitilaa myisivät maksimikiintiön 5 000 litraa likööriä eli yhteensä 145000 litraa, olisi tämä edelleen vain noin 4,5 prosenttia koko Suomen liköörinmyynnistä. Tässä tapauksessa tuskin voidaan puhua markkinahäiriöstä.

21 viinitilaa vastasi kysymykseen, tuottavatko he tällä hetkellä likööriä. Kuusi viinitilaa ilmoitti, että ei valmista likööriä tällä hetkellä ollenkaan. Vain viisi viinitilaa tuotti yli 1 000 litraa likööriä vuodessa. Kaikki viinitilat kuitenkin aloittaisivat liköörinvalmistuksen, jos lakimuutos toteutuisi. Lakimuutoksen jälkeen kahta viinitilaa lukuun ottamatta kaikki viinitilat tuottaisivat yli 1 000 litraa likööriä vuodessa. Suurin osa viinitiloista tuottaa jo pieniä määriä likööriä, joten tuotantomäärien nostaminen ei välttämättä vaatisi edes suuria investointeja.

#### 4.7 Liköörin myynnin kokonaistaloudelliset vaikutukset

Liköörin myynnin vapauttamisen kokonaistaloudellisia vaikutuksia voidaan arvioida samoilla menetelmillä kuin viinitilan tämänhetkisen liikevaihdon kohdalla. Liköörin myynnin sallimisesta aiheutuva liikevaihdon lisäys kohdistuu todennäköisesti pääasiassa juomien valmistuksen osuuteen liikevaihdosta. Vaikutuksia laskiessa käytetään siis valtakunnallisia vuoden 2007 elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen kertoimia. Taulukossa 10 on esitetty 1 881 750 euron liikevaihdon lisäyksen kokonaisvaikutus talouteen.

TAULUKKO 10 Liköörin myynnin vapauttamisen kokonaisvaikutus talouteen

Toimiala	Liikevaihdon lisäys €	Välitön vaikutus, kerroin	Kokonais vaikutus, kerroin	Välitön vaikutus €	Kokonais vaikutus €
Elintarvikkeiden ja juomien valmistus	1 881 750	1,6441	2,2956	3 093 785	4 319 745

Valtakunnallisen elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen kokonaisvaikutuksen kerroin on 2,2956. Liköörin myynnin vapauttamisen aiheuttama 1 881 750 euron kysynnän kasvu saisi siis aikaan 4 319 745 euron kokonaisvaikutuksen taloudessa.

Kysynnän lisäyksen aiheuttama tuotantovaikutus lisää myös palkkatuloja. Nämä aiheuttavat edelleen taloudessa kerrannaisvaikutuksia. Palkkatulojen välittömän ja välillisen muutoksen arviointiin käytetään edelleen hintamallia. Elintarvikkeiden ja juomien toimialalla palkkatulot muodostavat välittömästi ja välillisesti 39,1 % liikevaihdosta. Taulukko 11 listaa liköörin myynnin vapauttamisen vaikutukset palkkoihin, veroihin, säästämiseen ja kulutukseen.

TAULUKKO 11 Liköörin myynnin vapauttamisen vaikutus palkkatuloihin

Palkkatulon jakautuminen	Elintarvikkeiden ja juomien valmistus
Palkkatulo	735 764
Sosiaaliturvamaksut 6 %	44 146
Valtionvero 5 %	36 788
Kunnallisvero 14,5 %	106 686
Nettopalkka	548 144
Säästäminen 4,4 %	24 118
Kulutukseen jäävä osuus	524 026

Liköörin myynnin salliminen viinitiloilla nostaisi palkkatuloja 735 764 euroa. Veroja ja sosiaaliturvamaksuja kertyisi 187 620 euroa. Säästöön summasta jäisi 24 118 euroa ja kulutus kasvaisi 524 026 eurolla. Liikevaihdon kasvu vaikuttaisi myös työllisyyteen. Viinitiloilla olisi kasvaneen liikevaihdon myötä mahdollisuus palkata uusia työntekijöitä ja kerrannaisvaikutukset loisivat lisää työpaikkoja aloille, joilta viinitilat ostavat panoksia. Taulukosta 12 nähdään lakimuutoksen vaikutukset työllisyyteen.

TAULUKKO 12 Liköörin myynnin vapauttamisen työllisyysvaikutukset

	Elintarvikkeiden ja juomien valmistus	Viinitilat (Kysely)
Työlliset miljoonan euron tuotosta kohti (vain viinitila)	4,01	12,73
Työlliset miljoonan euron tuotosta kohti (välitön vaikutus)	11,12	-
Työlliset miljoonan euron tuotosta kohti (kokonaisvaikutus)	17,2	-
Liikevaihto, miljoonaa euroa	1,88175	1,88175
Työllisyysvaikutus (vain viinitilat)	7,55	23,95
Työllisyysvaikutus (välitön vaikutus)	20,93	-
Työllisyysvaikutus (kokonaisvaikutus)	32,37	-

Liköörin myynnin vapauttaminen lisäisi elintarvikkeiden ja juomien toimialan työpanoskertoimen mukaan 7,55 työpaikkaa viinitiloille. Viinitilakyselystä

saadun kertoimen mukaan uusia työpaikkoja syntyisi noin 24 kappaletta. Voi olla että viinitilojen olisi mahdollista vastata kasvaneeseen kysyntään samalla työntekijöiden määrällä, jos kapasiteettia olisi tarpeeksi jo valmiiksi. Valtakunnallisten kertoimien mukaan liköörin myynnin sallimisen kokonaisvaikutus työllisyyteen olisi noin 32 työpaikkaa.

Taulukko 13 tiivistää viinitilojen taloudellisen vaikutuksen tällä hetkellä ja mahdollisen liköörin myyntiä koskevan lakimuutoksen jälkeen. Suurin osa vaikutuksista kohdistuu syrjäseuduille, joissa useimmat viinitilat sijaitsevat. Lakimuutoksen ansiosta viinitilojen liikevaihto voisi nousta noin 9,5 miljoonaan euroon. Kokonaistuotantovaikutus talouteen olisi yli 20 miljoonaa euroa ja sen myötä vaikutus työllisyyteen olisi 169 kokoaikaista työpaikkaa. Mahdolliset vaikutukset veroihin ja kotitalouksien tuloihin ovat myös merkittävät. Liköörin myynnin salliminen saattaisi myös nostaa viinitilojen kävijämääriä, joka edelleen lisäisi alueen tuloja matkailun kautta. Lakimuutos voisi myös houkuttaa viinitilatoimialalle uusia yrittäjiä. Vaikutukset voivat olla toisenlaiset jos lakimuutosta ei koskaan tule. Osalle viinitiloista liköörin myynnin vapauttaminen voi olla edellytys toiminnan jatkamiselle.

TAULUKKO 13 Viinitilojen taloudellinen vaikutus liköörin myynnin sallimisen jälkeen

	Viinitilojen taloudellinen vaikutus	Liköörin myynnin sallimisen vaikutus	Yhteensä
Liikevaihto	7 527 000	1 881 750	9 408 750
Kokonaisvaikutus talouteen	16 090 501	4 319 745	20 410 246
Vaikutus kotitalouksien nettotuloihin	2 217 489	524 026	2 741 515
Vaikutus valtion veroihin	158 166	36 788	194 954
Vaikutus kunnallisveroon	458 682	106 686	565 368
Vaikutus työllisyyteen	137	32	169

## 5 YHTEENVETO

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli arvioida suomalaisten viinitilojen vaikutusta talouteen. Suomalaiset viinitilat ovat monesti pieniä yrityksiä, mutta toiminnan taloudellisen vaikutuksen arviointi on kiinnostavaa viinitilojen sijainnin vuoksi. Useimmat viinitilat sijaitsevat maaseudulla tai kaukana kaupunkien keskustoista. Viinitilatoiminta on melko uusi tuotannon ja matkailun yhdistävä liiketoimintamuoto maaseudulla. Woodall ym. (2002) toteaa, että tuotannon ja matkailun yhdistäminen antaa viinitiloille merkittävän edun muuhun maataloustuotantoon nähden. Viinitilatoiminnan taloudellinen vaikutus kohdistuu siis suurimmaksi osaksi syrjäseuduille ja elävöittää maaseutua. Viinitilatoiminta vaikuttaa talouteen sekä tuotannon että matkailun kautta. Matkailu tarjoaa mahdollisuuksia taantuvalla maaseudulla lisäämällä työpaikkoja ja julkisia palveluja alueella (Huhtala 2007). Matkailua kehittämällä voidaan myös monipuolistaa alueen talouselämän rakennetta ja tästä syystä matkailun merkitys korostuu juuri syrjäisillä alueilla, joissa talouden rakenne on monesti yksipuolinen (Kangas ym. 1998). Suomalaiset viinitilat ovat yleensä hyvin verkostoituneita muiden paikallisten toimijoiden kanssa. Saarisen (2003) mukaan matkailusta saadaankin suurin hyöty silloin, kun matkailusektori toimii yhteistyössä alueen muiden toimijoiden kanssa. Matkailusektorilla on myös hyvä mahdollisuus työllistää oman alueen asukkaita, sillä matkailun työt eivät yleensä vaadi pitkää koulutusta ja erikoistumista.

Suomalaiset viinitilat ovat suosittuja matkailukohteita, ja niiden merkitys korostuu varsinkin kun kävijämääriä verrataan viinitilojen sijaintikuntien asukaslukuihin. Monien viinitilojen kohdalla kävijämäärä on moninkertainen kunnan asukaslukuun nähden. Suomalaisilla viinitiloilla vierailee vuosittain noin puoli miljoonaa matkailijaa. Viinitilamatkailijoiden kulutus näkyy viinitilojen liikevaihdossa, mutta myös matkailijoiden muu kulutus hyödyttää aluetta. Incrosnatun (2004) mukaan viinitila on hyvä matkailuvedonala, jonka ympärille voidaan kehittää muutakin matkailutoimintaa. Alueella yhden menestys hyödyttää kaikkia. Tässä tutkimuksessa viinitilamatkailun taloudellista vaikutusta ei arvioitu, mutta Yhdysvalloissa tehdyissä tutkimuksissa viinitilamatkailun vaikutukset on laskettu. Kaikissa tutkimuksissa todettiin viinimatkailun vaikutuksen talouteen olevan merkittävä, ja jopa suurempi kuin viinintuotannon vaikutus. (Gartner ym. 2008; Thilmany ym. 2006). Matkailulla on useiden tutkimusten mukaan maaseutua elävöittävä ja talouden rakennetta monipuolistava vaikutus. Yhdysvalloissa on todettu, että viinitilamatkailulla on myös merkittävä taloudellinen vaikutus.

Viinitilojen tuotannon taloudellinen vaikutus syntyy viinitilan oman liikevaihdon ja viinitilan muilta toimialoilta ostamien panosten kautta. Kerrannaisvaikutukset talouteen syntyvät, kun muut toimialat ostavat edelleen panoksia omaa tuotantoaan varten. Tutkimuksessa arvioitiin viinitilojen kokonaisvaikutusta talouteen ja tulosten mukaan viinitilojen 7,5 miljoonan euron liikevaihdolla on noin 16 miljoonan euron kokonaisvaikutus talouteen.

Viinitilojen kokonaistyöllistyvyys on 137 henkeä vuodessa ja viinitilatoiminta aiheuttaa kokonaisuudessaan noin 2,2 miljoonan euron vaikutuksen kotitalouksien nettotuloihin.

Tulosten perusteella viinitilat ovat merkittäviä taloudellisia toimijoita maaseudulla. Kuitenkin viinitilojen lukumäärä on edelleen laskussa. Salo (2008) huomauttaa, että laki mahdollistaa viinitilatoiminnan, mutta rajoitukset tekevät siitä monella tapaa ongelmallisen. Incrosnatun (2004) tutkimustulosten mukaan viinitilojen mielestä toimintaa rasittaa korkea alkoholivero ja viinitilat toivoisivat voivansa myydä myös väkevämpiä tuotteita. Monet viinitilat valmistavat jo pieniä määriä likööriä, joten tuotantomäärien nostaminen ei välttämättä vaatisi suuria investointeja. Kyselyssä viinitilat arvioivat liköörin myynnin vapauttamisen nostavan liikevaihtoa 25 prosenttia. Tämä nostaisi viinitilojen kokonaisliikevaihdon lähelle kymmentä miljoonaa euroa, ja kokonaisvaikutuksen yli 20 miljoonaan euroon. Vaikutus olisi suuri yksittäisen viinitilan tapauksessa. Viinitilat uskoivat, että liikevaihdon kasvun lisäksi liköörin myynti saattaisi houkutellessa tilalle uusia matkailijoita. Kotimaisista marjoista ja hedelmistä valmistetut liköörit ovat monesti myös viinitilojen parhaita tuotteita. Lakimuutoksen myötä näillekin tuotteille olisi myyntikanava. Alko ei myyntikanavana ole kaikkien viinitilojen käytettävissä. Liköörien valmistusmäärät ovat pysyneet pieninä juuri myyntikanavan puutteen vuoksi. Kyselyn perusteella lakimuutoksen jälkeen kaikki viinitilat nostaisivat liköörin valmistusmääriä.

Suomalaiset viinitilat eivät ole yleisesti kovin hyvin tunnettuja. Kuitenkin viinitilatoiminta Suomessa on vähintään samalla tasolla kuin aiemmin esitellyissä tutkimuksissa Yhdysvalloista. Yhdysvaltalaisissa tutkimuksissa myös viinitilatoiminnan tulevaisuus nähtiin hyvin lupaavana ja viinitilojen lukumäärä oli kasvussa. Suomessa viinitilojen lukumäärällä on toinen suunta. Stonebridge research group (2010) huomauttaa raportissaan, että Missouriissa valtion rooli on ollut tärkeä viinitilojen suotuisalle kehitykselle. Valtio on antanut tukea koulutukseen ja tutkimukseen, sekä tarjonnut joustavasti mahdollisuuksia omaan jakeluun ja kehittänyt matkailua. Vastaavasti viinitilat ovat maksaneet hyvin veroja ja elvyttäneet maaseutua tarjoamalla töitä ja houkuttelemalla matkailijoita. Myös Suomessa valtiolla on mahdollisuus lainsäädännön ja matkailun kehittämisen kautta tukea viinitilatoimintaa. Maaseudun mittakaavassa viinitilat ovat merkittäviä tuotanto- ja matkailuyrityksiä, joiden olemassaolo edesauttaa maaseudun säilymistä elinvoimaisena. Liköörin myynnin vapauttamisella olisi merkittävä positiivinen vaikutuksen viinitilojen toimintaan ja sitä kautta koko talouteen. Tämä muutos voisi olla ratkaiseva viinitilatoiminnan kehityksen kannalta.

## LÄHTEET

- Aamulehti. 18.7.2010. Viinitilat vähentyneet Suomessa.  
<http://www.aamulehti.fi/uutiset/kotimaa/viinitilat-vahentyneet-suomessa/184889> (luettu 10.12.2010)
- Armstrong, H., Taylor, J. 2000. Regional economics and policy, 3<sup>rd</sup> edition. Blackwell Publishers, UK.
- Eurostat. 2008. Eurostat Manual of Supply, Use and Input-Output Tables. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities. European Commission.  
[http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY\\_OFFPUB/KS-RA-07-013/EN/KS-RA-07-013-EN.PDF](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-RA-07-013/EN/KS-RA-07-013-EN.PDF) (luettu 12.11.2011)
- Forsell, O. 1985. Panos-tuotosmallit. Elinkeinoelämän tutkimuslaitos, ETLA B:46.
- Gartner, W., Tuck, B. 2008. The economic contribution of grape growers and wineries to the State of Minnesota. Report prepared for Minnesota grape growers association. Department of Applied Economics, college of food, agricultural and natural resource sciences, University of Minnesota.  
<http://www.mngrapes.org/wp-content/uploads/2008/10/economic-contribution-of-grape-growers-and-wineries-in-minnesota.pdf>
- Helsingin Sanomat. 22.9.2008. Hallitus sallisi liköörin myynnin suoraan viinitilalta.  
<http://www.hs.fi/kotimaa/artikkeli/Hallitus+sallisi+lik%C3%B6%C3%B6rin+myynnin+suoraan+viinitilalta/1135239636314> (luettu 10.12.2010)
- Huhtala, M. 2007. Assessment of the local economic impacts of national park tourism: the case of Pallas-Ounastunturi national park. *Forrest Snow landscape Res.* 81, (1/2): 223-238.
- Incrossatu, H. 2004. Viinimatkailu ja viinitilat Suomessa casetutkimus Pohjois-Karjalan viinitiloilta ja vertailutiloilta. Opinnäytetyö. Joensuun yliopisto, Savonlinnan koulutus- ja kehittämiskeskus, matkailualan PD-koulutus.
- Kangas, K., Ovaskainen, V., Pajujoja, H. 1998. Virkistyspalvelujen merkitys aluetaloudelle: Teijon retkeilyalueen tulo- ja työllisyysvaikutukset. *Metsätieteen aikakauskirja -Folia Forestalia* 4/1998: 505-512.
- Keijonen, J. Haastattelu. 17.2.2011
- Laakkonen, A. Sähköposti. 4.4.2011
- Lopez-Guzman, T., Sanches Canizares, S., Garcia, R. 2009. Wine routes in Spain: A case study. *Tourism.* Vol 57 (4).
- Mayer, M., Müller, M., Woltering, M., Arnegger, J., Job, H. 2010. The economic impact of tourism in six German national parks. *Landscape and Urban Planning* 97 (2010), s.73-82.
- Mi-Kyung, K., Seung Hyun, K. 2002. Economic Impacts of Wine Tourism in Michigan. *Proceedings of the 2002 Northeastern Recreation Research Symposium.* s 140-147.  
[http://nrs.fs.fed.us/pubs/gtr/gtr\\_ne302/gtr\\_ne302.pdf](http://nrs.fs.fed.us/pubs/gtr/gtr_ne302/gtr_ne302.pdf) (luettu 11.4.2011)

- Risikko, P. Sähköposti. 14.3.2011
- Räty, M. Sähköposti. 10.6.2011
- Saarinen, J. 2003. The regional economics of tourism in northern Finland: The socio-economic Implications of recent tourism development and future possibilities for regional development. *Scandinavian journal of hospitality and tourism*, 3: 2.
- Salo, S. 2008. Viinitilat Suomessa. Helsingin yliopisto. Maatieteen laitos. Pro gradu-tutkielma.
- Stonebridge research group. 2010. The Economic Impact of Wine and Grapes in Missouri 2010. Stonebridge research group, St. Helena.  
<http://iccve.missouri.edu/publications/mo-winery-impact.pdf>  
(luettu 11.4.2011)
- Suomen Viinitilat.  
<http://www.viinitilat.net/> (luettu 29.4.2011)
- Suomen virallinen tilasto. 2010. Panos-tuotos 2007. Helsinki: Tilastokeskus.  
<http://tilastokeskus.fi/til/pt/index.html>. (luettu 12.11.2011)
- Suomen virallinen tilasto. 2011a. Kansantalouden tilinpito 2010. Helsinki: Tilastokeskus.  
<http://tilastokeskus.fi/til/vtp/tup.html>. (luettu 12.11.2011)
- Suomen virallinen tilasto. 2011b. Veronalaiset tulot 2009. Helsinki: Tilastokeskus.  
[http://tilastokeskus.fi/til/tvt/2009/tvt\\_2009\\_2011-02-18\\_tie\\_001\\_fi.html](http://tilastokeskus.fi/til/tvt/2009/tvt_2009_2011-02-18_tie_001_fi.html). (luettu 12.11.2011)
- Suomen virallinen tilasto. 2011c. Väestörakenne 2010. Helsinki: Tilastokeskus [http://tilastokeskus.fi/til/vaerak/2010/vaerak\\_2010\\_2011-03-18\\_tie\\_001\\_fi.html](http://tilastokeskus.fi/til/vaerak/2010/vaerak_2010_2011-03-18_tie_001_fi.html). (luettu 15.11.2011)
- Tilastokeskus. 2011. Panos-tuotostilaston kuvaus.  
<http://www.tilastokeskus.fi/meta/til/pt.html> (luettu 28.4.2011)
- Thilmany, D., Watson, P., Kress, G. 2006. The Economic Contribution of the Colorado Wine Industry. Economic development report. Department of Agricultural and Resource Economics, Colorado State University.  
<http://cospl.coalliance.org/fez/eserv/co:4172/ucsu5213edr068internet.pdf> (luettu 11.4.2011)
- Thompson, E., Freudenburg, S. 2007. The 2006 Economic Impact of Nebraska Wineries and Grape Growers. Bureau of Business Research, Department of Economics, University of Nebraska-Lincoln.  
[http://www.bbr.unl.edu/documents/FinalMemoWineries\\_041907.pdf](http://www.bbr.unl.edu/documents/FinalMemoWineries_041907.pdf)  
(luettu 11.4.2011)
- Tohmo, T. 2002. Kulttuuri ja aluetalous – vaikutukset ja käyttäjien kokema hyöty. Jyväskylän yliopisto. Kansantaloustieteen lisensiaattitutkielma n:o 131/2002.
- U.S. Census Bureau. State & County QuickFacts.  
<http://quickfacts.census.gov/qfd/index.html> (luettu 15.11.2011)
- Vatanen, E., Pirkonen, J., Ahonen, A., Hyppönen, M., Mäenpää, I. 2006.

Luonnon käyttöön perustuvien elinkeinojen paikallistaloudelliset vaikutukset Inarissa. Metsätieteen aikakauskirja 4/2006: 435-451.

Väestörekisterikeskus. Virallinen asukasluku vuodenvaihteessa 2007-2008.

[http://www.intermin.fi/vrk/files.nsf/files/C10998E033F7095EC2257408003A3AB5/\\$file/Asukasluku\\_2007\\_2008.htm](http://www.intermin.fi/vrk/files.nsf/files/C10998E033F7095EC2257408003A3AB5/$file/Asukasluku_2007_2008.htm)

Woodall, S., Foltz, J., Wandschneider, P., Taylor, R.G. 2002. Contribution of the Grape and Wine Industry to Idaho's Economy. University of Idaho, College of Agricultural and Life Sciences.

<http://www.cals.uidaho.edu/edComm/pdf/RES/RES0162.pdf>



## LIITTEET

### Viinitilakysely

1. Viinitilan nimi?

2. Viinitilan osoite ja yhteystiedot?

3. Mitä palveluja viinitila tarjoaa?

- Viinin ja muiden juomien myynti
- Kahvilapalvelut
- Ravintolapalvelut
- Pitopalvelu
- Majoituspalvelut
- Muita, Mitä

4. Mitä juomia tai muita tuotteita viinitila valmistaa?

- Valkoviini
- Punaviini
- Roséviini
- Kuohuviini
- Likööri
- Siideri
- Alkoholittomat juomat
- Muut, Mitkä

5. Minkä kanavien kautta viinitila myy tuotteensa? Arvioi prosentteina eri kanavien osuutta

- Oma myymälä
- Oma ravintola
- Muut ravintolat
- Alko
- Vienti
- Muu, mikä

6. Arvioi prosentteina kuinka suuren osan juomien valmistuksessa käytettävästä

marja- ja hedelmäraaka-aineesta viinitila tuottaa itse ja kuinka suuren osan ostaa muualta.

- Oma tuotanto
- Muualta

7. Kuinka monta koko- ja osa-aikaista työntekijää viinitila työllistää? Kuinka monta koko-aikaista työntekijää viinitila työllistäisi vuodessa, jos osa-aikaisten

työpanos lasketaan mukaan (kokonaisia henkilötyövuosia)?

8. Arvioi, kuinka paljon viinitilalla on vuodessa kävijöitä.  
Tekeekö viinitila yhteistyötä alueen muiden toimijoiden kanssa? Millaista?

9. Viinitilan liikevaihto vuonna 2010?

10. Kuinka viinitilan liikevaihto on kehittynyt ennen vuotta 2010? Millaiset ovat tulevaisuuden näkymät?

11. Mikä on eri palvelujen osuus liikevaihdosta prosentteina?

- Juomien valmistus
- Ravintola/kahvila/pitopalvelut
- Majoituspalvelut
- Muut, mitkä

12. Arvioi prosentteina, kuinka juomien valmistuksen liikevaihto jakautuu eri kustannusten välille. Merkitse myös ostetaanko tuotantopanokset Suomesta vai ulkomailta.

(Merkitse tyhjäksi jääviin kohtiin nolla, ilmoita luvut ilman prosenttimerkkiä)

<b>Kustannus</b>	<b>Suomesta</b>	<b>Ulkomailta</b>
Pullot		
Korkit		
Etiketit		
Marjat ja hedelmät, oma tuotanto		
Marjat ja hedelmät, osto suoraan tuottajalta		
Marjat ja hedelmät, osto välittäjän kautta		
Elintarvikkeet (esim. hiiva ja sokeri)		
Vesi		
Sähkö ja lämmitys		
Kemikaalit ja kemialliset tuotteet		
Laitteiston huolto		
Varaosat		
Investoinnit (uudet koneet, suuret remontit,)		
Tilavuokrat		
Muut kustannukset (erittely		

seuraavassa kysymyksessä)		
Palkansaajakorvaukset		
Verot		
Viranomaismaksut		
Voitto		

13. Mitä kustannuksia edellisen kysymyksen "Muut kustannukset" sisältävät?

14. Jos viinitila on tehnyt tilikaudella 2010 juomien valmistukseen liittyviä investointeja, mitä ne ovat olleet ja kuinka paljon ne ovat maksaneet? Mikä on investointien poistoaika (kirjanpidossa)? Investoinneilla tarkoitetaan tässä tapauksessa suuria remontteja tai investointeja kiinteään valmistuslaitteistoon.

15. Valmistaako viinitila likööriä?

- Kyllä
- Ei

16. Aloitettaisiinko liköörinvalmistus, jos liköörinmyynti viinitilalla sallittaisiin?

- Kyllä
- Ei
- Viinitila valmistaa jo likööriä

17. Kuinka paljon viinitila valmistaa likööriä nyt? (Litraa/vuosi)

18. Mikä olisi valmistusmäärä, jos liköörinmyynti viinitilalla sallittaisiin? (Litraa/vuosi)

19. Arvioi, mikä olisi liköörin myynnin sallimisen vaikutus viinitilan liikevaihtoon? (Euroa/vuosi)

20. Haluaako viinitila esiintyä tutkimuksessa omalla nimellään vai nimettömänä?

- Omalla nimellään
- Nimettömänä

21. Kommentteja kyselystä tai koko tutkimukseen liittyen?

Tähän voit kirjoittaa vapaasti ajatuksia, ideoita, kysymyksiä tai epäselvyyksiä kyselystä tai koko tutkimuksesta.