

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU  
Matkailun koulutusohjelma

Petri Sjöblom

PIENPANIMOTOIMINTA SUOMESSA

Opinnäytetyö  
Maaliskuu 2017



**Karelia**  
AMMATTIKORKEAKOULU

OPINNÄYTETYÖ  
Maaliskuu 2017  
Matkailu  
Karjalankatu 3  
80200 JOENSUU  
013 260 600

Tekijä  
Petri Sjöblom

Nimeke  
Pienpanimotoiminta Suomessa

#### Tiivistelmä

Opinnäytetyössä on tarkasteltu pienpanimoiden toimintaa ja toiminnan edellytyksiä Suomessa. Lisäksi arvioitiin, minkä kokoinen pienpanimo liiketalouden näkökulmasta olisi kannattavaa perustaa. Mitä viranomaislupia toiminnan aloittaminen vaatii ja minkälaista osaamista toiminnan harjoittaminen edellyttää?

Tiedonkeruumenetelminä olivat eri viranomaisten ohjeet panimotoiminnan harjoittamiseen. Lisäksi printti- ja sähköisessä mediassa alaa koskeva keskustelu on ollut hyvin vilkasta. Aiheeseen liittyen on lisäksi ilmestynyt viime vuosina useita kirjoja.

Työssä selvitettiin pienpanimoiden nykytilaa Suomessa sekä niiden käytössä olevia myyntikanavia. Siinä on käsitelty terveyden ja hyvinvoinnin laitoksen kantaa alkoholin terveyshaitoista ja mielipidettä tulevaan alkoholilain uudistuksesta vuonna 2017. Haastatte- luissa selvitettiin toiminnan kannattavuutta, tulevaisuuden näkymiä ja ongelmakohtia alalla. Lisäksi on tarkasteltu pienpanimotoimijoiden mielipiteitä, kokemuksia ja käsityksiä alasta ja alalla vallitsevasta kilpailutilanteesta. Selvitysmenetelmänä käytettiin teema- haastattelua.

Tuloksissa havaittiin, että alkoholilain kokonaisuudistus vuonna 2017 tai 2018 on pienpanimotoiminnan kannalta merkittävä asia kannattavuuden näkökulmasta. Lakiuudistuk- sessa korostuu mahdollisen suoramyynnioikeuden saaminen panimoille. Alkoholin aiempaa helpompi saatavuus lisää terveyshaittoja. Vain osa yrityksistä on sitä mieltä, että pienpanimotoiminta olisi merkityksellistä matkailun kannalta. Kilpailun kiristyessä myynnin ja markkinoinnin merkitys korostuu.

Kieli  
suomi

Sivuja 38  
Liitteet 1  
Liitesivumäärä 1

Asiasanat  
pienpanimo, pienpanimon perustaminen, alkoholilain uudistus.



THESIS  
March 2017  
Degree Programme in Tourism and Hospitality Management  
Karjalankatu 3  
80200 JOENSUU  
013 260 600

Author (s)  
Petri Sjöblom

### Microbrewering in Finland

The aim of this thesis was to examine craft breweries and the requirements for managing one in Finland. Furthermore, it was also estimated from the point of view of business economies how large a craft brewery is profitable. It is also explained what permissions and licences are needed from the authorities and what kind of expertise one needs when starting a craft brewery.

Various authorities' instructions for practicing a craft brewery were used in collecting data for the thesis. Moreover, there has been wide discussion related to this field of business in print and electronic media, and many books have been published relative to craft breweries.

The thesis analyzes the present state of craft breweries in Finland, and finds out the sales channels they use. The thesis elaborates the opinion of the National Institute for Health and Welfare organizations on health hazards of alcohol and their position in the upcoming reform of alcohol law in 2017. The interviews discuss profitability, future prospects and the problematics of business. Observations were made of craft breweries' opinions, experiences and views of the business and the competition in the industry. Theme interviews were used as the research method.

In conclusion, the reform of the alcohol law in 2017 or 2018 is a significant for the craft breweries from the perspective of profitability. The most important thing in the new law is the direct sales right to the craft breweries. As a downside, increased availability of alcohol increases the health hazards. Only a part of the craft breweries think that their operations are significant for the tourism. When the competition for the market shares increases sales and marketing play an important role.

Language  
Finnish

Pages 37  
Appendices 1  
Pages of Appendices 1

Keywords  
microbrewery, starting craft brewery, alcohol law

# Sisältö

Tiivistelmä

Abstract

1	Johdanto .....	5
2	Opinnäytetyön tausta ja tavoite.....	6
3	Pienpanimon määritelmä ja oluen valmistus.....	9
3.1	Pienpanimo määritelmä .....	9
3.2	Oluen valmistusprosessi .....	10
4	Pienpanimo toimintaa säätelevä lainsäädäntö .....	12
4.1	Elintarvike- ja alkoholilaki.....	12
4.2	Valmistuspaikka ja varastointi.....	13
5	Taloudelliset toimintaedellytykset .....	14
5.1	Pienpanimotoiminnan kannattavuus Suomessa .....	14
5.2	Laitteiston hankintakulut .....	15
5.3	Verotus .....	15
5.4	Jakelu, saatavuus ja hinnat .....	18
6	Opinnäytetyön tiedonhankintamenetelmät.....	19
6.1	Tiedonhankinta .....	19
6.2	Teemat, kysymykset ja haastateltavat .....	20
7	Alkoholin kokonaiskulutus.....	20
7.1	Alkoholin kulutuksen vaikutukset .....	20
7.2	Alkoholin suurkuluttajat ja rajoittava alkoholipolitiikka .....	22
8	Haastattelut.....	22
8.1	THL:n kanta pienpanimoiden suoramyynnistä .....	22
8.2	Matkailun mahdollisuudet pienpanimotoiminnassa .....	24
8.3	Panimoyrittäjien haastattelu.....	26
9	Pohdinta.....	28
9.1	Panimo Honkavuori .....	28
9.2	Alkoholilakiuudistus .....	29
9.3	Normienpurku talkoot.....	30
9.4	Alkoholin ostaminen ulkomailta nettikaupasta .....	30
9.5	Alkoholilain kokonaisuudistuksen tilanne vuonna 2017 .....	32
9.6	Johtopäätökset .....	33
	Lähteet.....	35

Liite 1

# 1 Johdanto

Pienpanimotoiminta elää uutta tulemistaan Suomessa. Oluttehtailijoiden mukaan Suomessa oli vuonna 1882 yhteensä 114 panimoa. Vuonna 2013 pienpanimoliittoon kuului reilut 20 yritystä. Vuonna 2017 pienpanimoita lasketaan olevan Suomessa noin 80, joten kasvu on merkittävää. Kansainvälisesti pienten panimoiden tuotteet, paikallisuus ja niihin liittyvät mielikuvat panimotuotteiden tarjonnassa ovat trendi etenkin Euroopassa ja USA:ssa. Meillä pienpanimotoiminta kukoisti 1800-luvun puolesta välistä aina 1900-luvun alkuun asti. Lopun olutperinteestä teki vuonna 1917 väliaikainen kieltolaki, joka vielä vahvistettiin vuonna 1919 ja jatkui aina vuoteen 1932 asti. (Panimoliitto 2015.)

Panimoiden toimintaympäristö on haasteellinen. Etenkin alkoholilainsäädäntö on muutosten edessä. Uusi ehdotus alkoholilainiksi oli eduskunnassa laajalla lausuntokierroksella 17.01.2017 asti ja on tämän jälkeen palautunut Sosiaali- ja terveysministeriön viimeisteltäväksi. Ajankohta, jolloin lakiehdotus tulee eduskuntaan ei ole tiedossa. (STM 2017.) Pienpanimoliiton puheenjohtajan Mika Tuhkasen mukaan alalla toimijat odottavat muun muassa myyntioikeutta suoraan panimoilta kuluttajille, joka lisäisi huomattavasti alan kannattavuutta. Lisäksi ala on erittäin säädelty ja tiukasti valvottu, mikä asettaa toimijoille omat haasteensa. (Holopainen 2017.)

Panimon perustamista harkitsevalla tulee olla hyvä rahoitus toiminnan aloittamiseen. Esimerkiksi Honkavuoren panimon alkuinvestoinnit olivat noin 500 000 euroa, vaikka yhtään tuotetta ei ollut vielä valmistunut. Honkavuori sijaitsee Joensuuissa ja sen tuotantotavoite on noin 150 000 litraa olutta vuodessa. (Honkanen 2016).

Käsittelen työssäni pienpanimotoimintaa Suomessa. Merkittävä asia on vuonna 2016 Sosiaali- ja terveysministeriön aloittama alkoholilain uudistus. Uuden lain arvioidaan tulevan voimaan vuoden 2017 aikana, mutta se saattaa viivästyä jopa

vuoden 2018 alkupuolelle. Selvitän asioita, joita tulisi ottaa huomioon pienpanimotoimintaa aloittaessa. Käsittelen asiaa myös lainsäädännön-, kannattavuuden- ja osaltaan myös terveysvaikutusten näkökulmasta

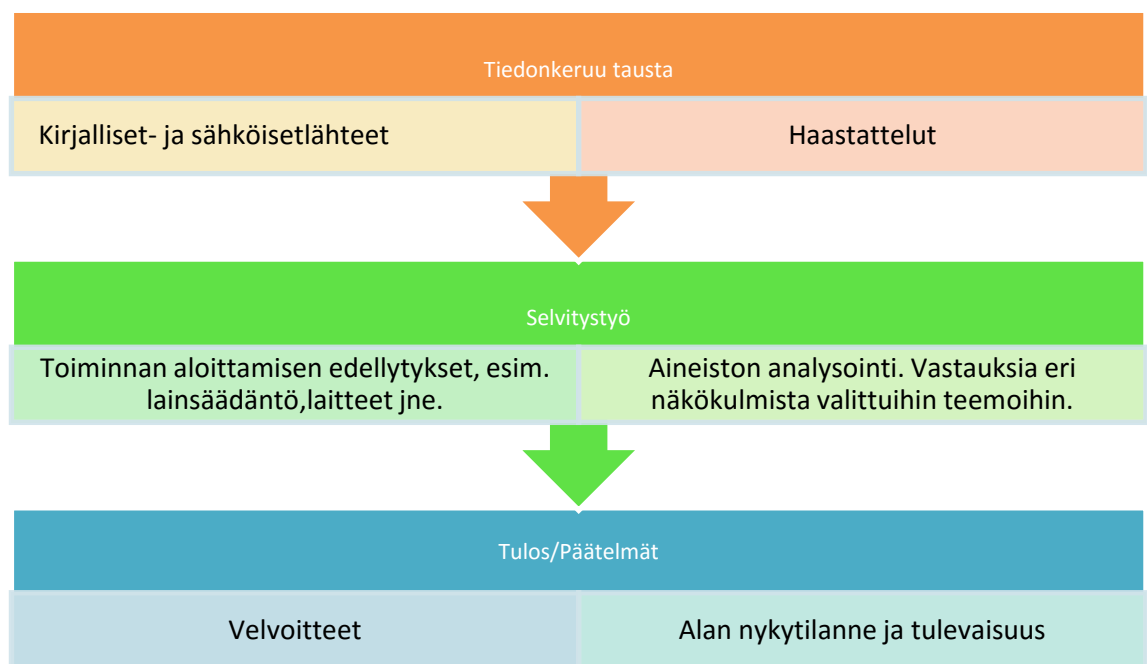
## 2 Opinnäytetyön tausta ja tavoite

Opinnäytetyön tausta on omassa käsityöläisolutharrastuksessa. Mielenkiintoni kohdistuu myös pienpanimotoiminnan taloudelliseen kannattavuuteen yleisesti ja selvitykseen siitä, olisiko mahdollista työllistää itsensä pienpanimotoiminnalla. Lisäksi motiivinani on kiinnostus kotimaanmatkailuun ja siihen, miten pienpanimot ovat ja voisivat tulevaisuudessa olla osa kotimaanmatkailua. Lisäksi lähes kolmenkymmen vuoden työskentely matkailu- ja ravintola-alalla antaa minulle perspektiiviä pienpanimotuotteiden myyntiin, markkinointiin ja erilaisiin käyttötapoihin. Opinnäytetyötä tehdessäni aloitin työskentelyn Panimo Honkavuorella. Työtehtäväni painottuivat myyntiin ja markkinointiin mutta sisälsivät myös oluenvalmistusprosessiin liittyviä tehtäviä.

Opinnäytetyössä kuvataan pienpanimoiden toimintaympäristöä Suomessa. Keskeiset asioita ovat alkoholilaki, elintarvikkeita koskevat säädökset, toiminnan kannattavuus ja tulevaisuuden näkymät. Tavoitteena on selvittää, onko taloudellisesti kannattavaa liiketoimintaa perustaa pienpanimo, vai onko se enemmänkin harrastustoimintaa. Lisäksi esitetään haastateltavien mielipiteitä suomalaisesta olutkulttuurista ja miten he näkevät pienpanimotoiminnan osana matkailuelinkeinon tulevaisuutta.

Kuva 1 havainnollistaa opinnäytetyön etenemistä. Työ etenee taustatietojen keräämisestä selvitystyöhön siitä, mitä toiminnan aloittaminen edellyttää. Lopuksi pohditaan alan kannattavuutta, kiristyvää kilpailua ja vaikutuksia alkoholipolitiikkaan Suomessa. Aihetta käsitellään paljon tällä hetkellä. Lisäksi useimmat panimot ylläpitävät omia sivuja, joissa on usein myös blogisivuja. Hyvänä esimerkkinä edellisestä käy Ruosniemen panimon sivut. (Ruosniemen panimo.) Lisäksi monet

verkkolehdet käsittelevät pienpanimo aihetta sivuillaan. Esimerkkinä mainittakoon Helsingin Sanomat ja Aamulehden verkkolehdet. Edelleen aiheesta on viime vuosina ilmestynyt lukuisia kirjoja, jotka käsittelevät suomalaista pienpanimotoimintaa. Esimerkiksi voisi nostaa Santtu Korpisen ja Hannu Nikulaisen 2014 kirjoittaman kirjan *Suomalaiset Pienpanimot*. Kirjassa he esittelevät 34 suomalaista pienpanimoa, aina niiden toimintaideasta tuotteisiin asti. Lisäksi kirjassa perehdytään muihin alan toimijoihin, muun muassa Vikingmalt mallastamon toimintaan, VTT:n koepanimoon ja niin edelleen. (Kuvio 1.)



Kuvio 1. Opinnäytetyön tausta ja tavoite.

Seuraavassa kuviossa on viitekehys. Opinnäytetyössäni pyrin saamaan vastauksen kysymykseen: ”Mitä edellytetään panimon perustamiseksi ja näkevätkö alalla toimivat henkilöt alan tulevaisuuden valoisana?” (Kuvio 2.)



Kuvio 2. Pienpanimoiden toimintaympäristö.

Toimintaympäristössä suuria epävarmuustekijöitä ovat alkoholilainsäädännön vuonna 2017 tekeillä oleva uudistus. Lisäksi epävakaa taloustilanne vaikuttaa kuluttajan käyttäytymiseen negatiivisesti. Toisaalta käsityöläisöluiden ja lähellä tuotettujen elintarvikkeiden trendikkyys ovat positiivisia asioita. Pienpanimoiden määrä onkin kaksinkertaistunut Suomessa vuosina 2000—2016. Pienpanimoita on tällä hetkellä toiminnassa tai perusteilla yli kahdeksankymmentä. (Rokka



2016.) Pienpanimoiden tuottaman oluen osuus myydystä oluen arvosta euroina Suomessa on 6–7 % (Kainulainen 2016, 9). Suomessa tuotetaan Tuhkasen mukaan noin 400 miljoonaa litraa olutta, josta pienpanimoiden osuus on 3 % eli 12 miljoonaa litraa. (Holopainen 2017).

### **3 Pienpanimon määritelmä ja oluen valmistus**

#### **3.1 Pienpanimo määritelmä**

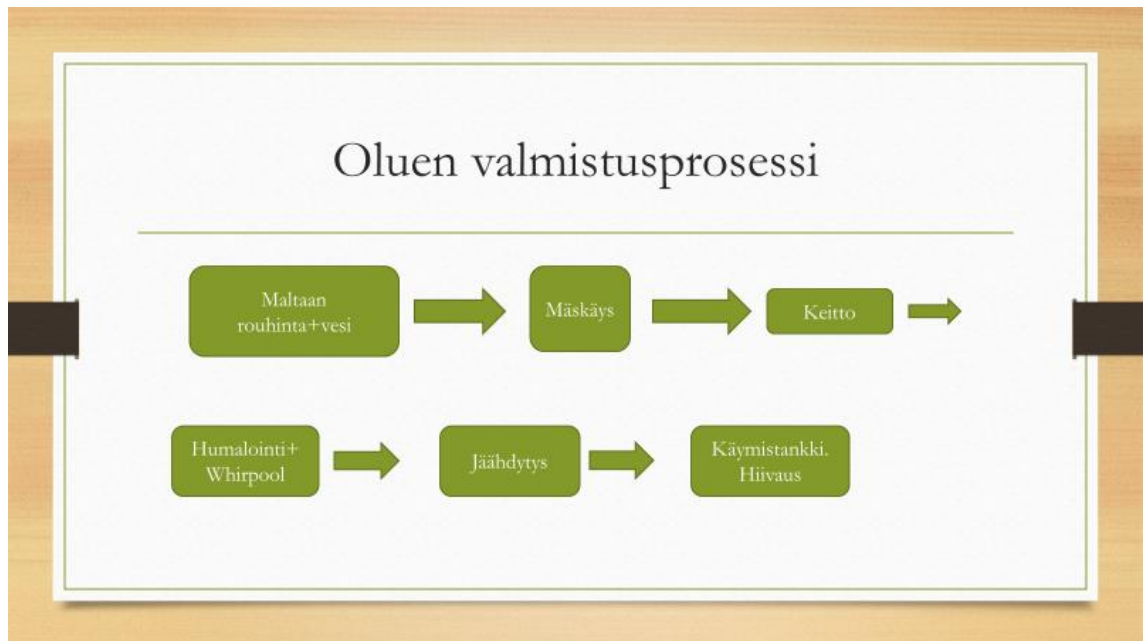
Suomen liittyessä EU:hun vuonna 1995 syntyi käytännössä uudelleen pienpanimotoimintaa. Kieltolaki vuosina 1917–1932 oli lopettanut monipuolisen panimotoiminnan. Vuoden 1997 säädöksellä pienpanimotoiminnasta tuli oma toimialansa. Säädöksessä määritellään pienpanimo tuotantoyksiköksi joka tuottaa alle 10 miljoonaa litraa olutta kalenterivuodessa. (Finlex 2017)

(L 19.6.1997/571.)

Suomalaiset pienpanimot ovat kotimaisia raaka-aineita käyttäviä pieniä yrityksiä. Työntekijöitä yrityksissä on tyypillisesti yhdestä kymmeneen. Panimot ovat paikallisia yrityksiä, joiden innovatiiviset tuotteet näkyvät usein etenkin paikallisesti, joten niillä on merkitystä myös matkailun kannalta. Panimoiden yhteydessä toimii usein myös ravintola, josta on mahdollisuus ostaa tuotteita. Panimot tekevät usein myös muita tuotteita kuten virvoitusjuomia, sahtia ja siidereitä. (Pienpanimoliitto 2013.)

### 3.2 Oluen valmistusprosessi

Valmistus on yksinkertainen, mutta suurta huolellisuutta vaativa prosessi. Valmistus vaiheessa voi olla erilaisia, hyvinkin monimutkaisia pienempiä asioita, joiden oluen tekijä haluaa vaikuttavan valmiiseen tuotteeseen. Esimerkiksi maltaiden esikäsitteily savustamalla tai vierteen maustaminen. (Kuvio 3.)



Kuvio 3. Oluen valmistusprosessin vaiheet.

Oluen perusraaka-aineet ovat vesi, ohra, hiiva ja humala. Ohran tilalla voidaan käyttää muitakin viljoja tai esimerkiksi maissia ja riisiä. Seuraavassa kuvataan yleisimmin käytössä olevaa prosessia, jossa käytetään ohraa. Suomessa viljellään mallasohraa panimoteollisuuden käyttöön. Lajikkeina käytetään esimerkiksi Harbingeriä, joka on Suomen oloihin jalostettu mallasohra. Se soveltuu Suomen viljelyoloihin, ja on isojyväinen ja siinä on oluen valmistuksen kannalta oleellinen matala valkuaispitoisuus. (Agrimarket 2016.)

Kypsä ohra käsitellään kolmessa vaiheessa:

- Jyvät liotetaan vedessä. Tämä prosessi kestää yleensä kolme päivää ja siinä syntyy lämpöä ja hiilidioksidia.

- Tämän jälkeen alkaa noin viisi päivää kestävä idätys. Jyviä viilennetään ja sekoitetaan.
- Jyvien idätys pysäytetään kuivaamalla. Tässä vaiheessa voidaan eri lämpöisellä ilmalla tai esimerkiksi savulla saada maltaaseen erilaisia makuvihteita eri käyttötarkoituksiin.

100 litran oluen valmistukseen tarvitaan noin 17 kiloa valmista mallasta, jonka tekemiseen tarvitaan noin 22 kiloa mallasohraa (Yara Suomi Oy 2016). Seuraavaksi mallas rouhitaan eli rikotaan esimerkiksi vasaramyllyllä. Tämän jälkeen mallas mäskätään eli käsitellään vaihtelevia aikoja eri lämpöisissä vesissä. Tässä vaiheessa on tarkoitus liuottaa veteen mäskistä kaikki tarvittavat aineet. Tärkeisyys pilkkoutuu sokereiksi ja maltaan entsyymitoiminta pysähtyy. Prosessista jäänyt niin sanottu mäskikakku voidaan käyttää esimerkiksi eläinrehuksi. (Pöntynen 2012.)

Näin saadaan vierre, joka siirretään keittoastiaan ja siihen lisätään oluen maku- ja säilöntäaine humala. Keitossa mahdolliset mikrobit kuolevat ja kaikki entsyymit tuhoutuvat. Keiton jälkeen vierre selkeytetään ja jäädytetään 12–15 °C:een, jonka jälkeen siihen lisätään halutun tyyppinen hiiva. (Pöntynen 2012.)

Tästä alkaa kaksivaiheinen käymisprosessi. Pääkäymisessä hiivan massa kolminkertaistuu, jonka jälkeen se hajottaa sokeria alkoholiksi ja hiilidioksidiksi. Tämä vaihe kestää 5–10 vuorokautta. Jälkikäymisvaihe alkaa, kun hiiva on kuluttanut kaikki sokerit. Olut alkaa kirkastua ja maku kypsyy. Tämä vaihe kestää kahdesta neljään viikkoon. Suomessa on kehitetty tekniikka, jota etenkin suuret panimot käyttävät, siinä jälkikäymisvaiheen kesto on vain muutamia tunteja. (Pöntynen 2012, 16.)

Tämän jälkeen, oluttyypin mukaan, olut kirkastetaan jäädyttämällä se alle nollasteiseksi, jolloin sakka jää astian pohjalle. Se voidaan myös suodattaa. Valmis olut pakataan joko pulloihin, tölkkeihin tai astioihin. Pienpanimoiden tuotteet ovat usein suodattamattomia ja niissä saattaa olla pullossa sakkaa antamassa oluelle makua. (Pöntynen 2012, 16.)

## 4 Pienpanimo toimintaa säätelevä lainsäädäntö

### 4.1 Elintarvike- ja alkoholilaki

Olut on elintarvike ja sen valmistusta, käsittelyä, varastointia ja myyntiä koskevat elintarvikkeille säädetyt säädökset ja lait. Olutta saa valmistaa vain huoneistossa, joka on elintarvikehyväksytty (Elintarvikelaki 23§) ja elintarvikelain muutos (352/2011). Lisäksi tulee laatia omavalvontasuunnitelma, joka pohjautuu edellisten lisäksi alkoholilakiin (1143/1994). Omavalvontasuunnitelman tekemisen ohjeet löytyvät Valviran (Sosiaali- ja terveysalan valvontavirasto) nettisivuilta. Omavalvontavelvoite on kirjattu elintarvikelakiin. (B, Finnlex 2006.)

Omavalvonnan keskeinen ajatus on, että sitä noudattamalla yritys varmistaa elintarvikkeen laadun kuluttajalle asti. Se on myös osa hyvää asiakaspalvelua. Suunnitelmassa on dokumentoitu keinot, joilla pyritään ehkäisemään laatupoikkeamia koko prosessin aikana. Lisäksi prosessin valvonta on määritelty tässä dokumentissa. Esimerkiksi määritellään lämpötilan mittausajankohdat kylmätiloissa.

Alkoholilain (1143/1994) mukaan alkoholin valmistaja on vastuussa alkoholin laadusta ja koostumuksesta ja siitä että pakkausmerkinnät vastaavat tuotetta. Lisäksi sosiaali- ja terveysministeriön päätöksellä (274/1997) määritellään tarvittavat edellytykset toimia alkoholin valmistajana. Valmistuslupa sisältää oikeuden myös tukkukauppaan.

Näitä edellytyksiä ovat:

- rekisteröity yritys tai yhteisö
- selvitys hakijan taloudellisesta tilanteesta
- osoitettava vaadittavat ammatilliset ja tekniset edellytykset

Valvira voi lisäksi tarvittaessa pyytää lausuntoa poliisilta tai muulta viranomaiselta. (Valvira 2015.)

Huomioitavaa on, että Valviran sivuilla ei ole kuvausta siitä mitä ovat mainitut ”ammatilliset ja tekniset edellytykset”. Epäilemättä henkilön tulee tuntea säädökset ja lait jotka koskevat alkoholin valmistusta, sekä omata teknistä osaamista oluen valmistuksesta.

Lisäksi hakemukseen liitteeksi tulee liittää ainakin seuraavat asiakirjat:

- yhtiöjärjestys tai yhtiösopimus, yhdistyksen tai säätiön säännöt
- ajan tasalla oleva osakasluettelo, osakejakauma sekä pääosakkaiden ja toimitusjohtajan henkilö- ja yhteystiedot
- viimeksi vahvistettu tuloslaskelma ja tase
- selvitykset tuotevalvonnasta, valmistuksesta, tukkumyynnistä ja varastokirjanpitojärjestelmästä (voidaan sisällyttää omavalvontasuunnitelmaan)
- liiketoimintasuunnitelma
- tarvittaessa asiamiehen valtakirja
- jäljennös Tullille tehdystä verottoman varaston hakemuksesta
- alkoholijuomien varasto/valmistuspaikka -lomake/ilmoitus elintarvikehuoneistosta liitteineen
- omavalvontasuunnitelma (Valvira 2015.)

#### **4.2 Valmistuspaikka ja varastointi**

Valmistuspaikalle ja varastolle on lisäksi määritetty vaatimuksia. Tulli myöntää luvan valtuutetulle varastonpitäjälle. Se tarkoittaa, että luvan saanut valmisteverovelvollinen voi valmistaa, jalostaa, varastoida ja vastaanottaa tuotteita väliaikaisen verottomuuden järjestelmässä. Valmistevero tulee maksettavaksi, kun tuotteet luovutetaan varastosta kulutukseen. (Tulli 2016.) Valvira tarkistaa ja hyväksyy tilat ennen valmistuksen aloittamista. Hyväksyttävän valmistuspaikan ja varaston tulee olla sellainen, että tehokas viranomaisvalvonta on mahdollista. Lisäksi tilan tulee noudattaa Maa- ja metsätalousministeriön asetusta elintarvikehuoneistojen elintarvikehygieniasta. Asetuksessa määritellään myös valmistuslaitteille tiettyjä vaatimuksia. (Valvira 2015.)

## 5 Taloudelliset toimintaedellytykset

### 5.1 Pienpanimotoiminnan kannattavuus Suomessa

Panimotoiminnan kannattavuudesta ovat tehneet vuonna 2013 opinnäytetyön Laurea-amk opiskelijat Rautiainen Vesa ja Ronkainen Kai. Opinnäytetyössä vertaillaan neljän suomalaisen pienpanimon eli Lammin Sahdin, Vakka-Suomen Panimo Oy:n, Nokian Panimo Oy:n ja Teerenpeli Yhtiöt Oy:n kannattavuutta, maksuvalmiutta ja vakavaraisuutta. Analyysit on tehty vuosien 2008–2011 tilinpäätöstietojen perusteella. Analyysissään he toteavat Lammin Sahdin olevan ”parhaiten pärjännyt”. Kannattavuus kaikilla yhtiöillä on vuonna 2008–2009 ollut heikko tai tyydyttävä. 2010–2011 Vakka–Suomen Panimo Oy ja Lammin Sahti ovat saavuttaneet hyvän kannattavuuden, mutta Nokian Panimo Oy:n ja Teerenpeli Yhtiöt Oy:n kannattavuus on jäänyt edelleen heikoksi. Lammin Sahti Oy:n liikevaihto vuonna 2011 oli 1,02 miljoonaa euroa ja liikevoittoa se saavutti noin 53 000 euroa. Vakka-Suomen Panimo Oy:lla liikevaihtoa samana vuonna kertyi noin 919 000 euroa, josta liikevoittoa 92 000 euroa. Nokian Panimo ylsi yli 2 miljoonan euron liikevaihtoon vuonna 2011, mutta erilaisella kulurakenteella jäi lähes 200 000 euroa tappiolle. Teerenpeli Yhtiöt Oy saavutti melkein 2,6 miljoonan euron liikevaihdon, mutta jäi 33 000 euroa tappiolle. (Ronkainen & Rautiainen 2013, 74.)

Seikkoja jotka vaikuttavat kannattavuuteen voivat olla esimerkiksi ravintola toiminnassa onnistuminen, henkilöstökulurakenne ja ulosmyyntioikeus suoraan panimolta, joka on Lammin Sahti Oy:llä. Suomessa pienpanimotuotteiden kysyntä jatkaa kasvuaan. Vuonna 2013 pienpanimoita oli Suomessa noin 30 ja nyt niitä toimii yli 85 (Rokka 2016.)

## 5.2 Laitteiston hankintakulut

Rekolan panimon sivustolta löytyy kokeneen panimomestarin ehdottamia yhteistyökumppaneita panimolaitteiston hankintaan. Esimerkiksi brittiläinen PBC Brewery Installions Ltd. Heillä on niin sanottu avaimet käteen -toimitusperiaate. Pienin laitteisto jolla voi keittää 2,5 tynnyrin laitteistolla 400 litraa kerralla maksaa 10 950 € + alv. Seuraava laitteisto heillä maksaa 22 956 € ja sen kapasiteetti on 650 litraa. 2 000 litran laitteiston hinta on 4 4031 €, 2 500 litran 50 362 € ja suurin heillä tarjolla oleva 3 200 litran linja 89 486 €. Lisäksi heidän sivuillaan on laskettu hinta kokonaispaketille, jossa on 2 000 litran keitto välineet, tynnyreitä 8 kpl ja muu tarvittava laitteisto. Hinta on avaimet käteen periaatteella kokonaispaketille 75 400 €. Hintatiedot ovat vuodelta 2012 ja perustuvat Rekolan Panimon tekemiin tarjouspyyntöihin. (Rekolan panimo 2012.)

Myös muiden toimittajien hinnat ovat samalla tasolla. Esimerkiksi bulgarialainen Tminox valmistaa terästankkeja ja muita laitteita panimotoimintaan. 2000 litran terästankki maksaa heillä noin 10,000 €, riippuen tietysti kokonaistilauksesta ja tarjousneuvotteluiden tuloksesta. (Tminox 2015).

Varsinaisen panimolaitteiston lisäksi tarvitaan kaupalliseen toimintaan pullotus- ja etikettilaitteisto. Molempiin tulisi varata noin 20,000 €, vaikka laitteet hankkisi käytettynäkin. Rekolan panimo käyttää kotimaista Informa Oy:tä etiketti- ja päiväysleimauslaitteiden osalta. Perusteluna kotimaiselle toimittajalle he näkevät huoltovarmuuden. Lisäksi he käyttävät osin pullotuslinjastossa saksalaista Marklia. (Rekolanpanimo 2012.)

## 5.3 Verotus

Alkoholijuomien verottaminen on merkittävä tulolähde Suomen valtiolle. Vuonna 2014 se tuotti 1,4 mrd. euroa valtion kassaan. Tilastojen mukaan alkoholiverokertymä on kasvanut vuodesta 1975 vuoteen 2012 asti lähes joka vuosi. (Tilastokeskus 2013.) Alkoholivero oluen osalta on EU-maiden korkein vuonna 2016. Vero on 4,7 % alkoholia sisältävässä oluessa 1,51 € / litra, joka on nelinkertainen

esimerkiksi Viroon nähden (Panimoliitto 2017.) Tosin Viro on tehnyt vuoden 2017 aikana merkittäviä korotuksia alkoholiveroon. Valmisteveroina oluesta maksetaan alkoholivero ja sen lisäksi juomapakkausvero. Esimerkiksi 6% alkoholia sisältävässä 0,33 l oluttölkissä alkoholiveron osuus on 0,63 € ja juomapakkausvero 0,17 €. (Vero 2017). Oluen ja etyylialkoholin verotus perustuu juoman sisältämän alkoholin määrään. Viinien kohdalla verotus perustuu tuotettaviin litramääriin. Lisäksi EU:ssa on sovittu verotuksen minimitasot EU:n alueella. Viinin erikoisasema korostuu koska vähimmäisveroa ei ole. Osa suurimmista viinimaista Euroopassa kuten Italia, Espanja, Portugali, Kreikka, Itävalta ja Saksa käyttävät 0-kantaa. (Veronmaksajat 2015).

Taulukko 1 havainnollistaa oluen hintarakennetta. Taulukossa pyritään kuvaamaan kuluttajalle muodostuvaa hintaa eri jakelukanavissa. Esimerkiksi ravintoloiden kohdalla on huomioitava korkeat työvoimakustannukset ja yleensä korkeampi kulurakenne, jotka aiheutuvat muun muassa palvelusta, sijainnista ja niin edelleen. Lisäksi taulukossa on kuvattu panimolle muodostuvaa kulurakennetta ja hintaa jolla panimo voi katteellisesti myydä tuotteensa eteenpäin. Kulurakenteet ovat arvioita ja ne perustuvat mukailen Haravan 2014 tekemään opinnäyte-työhön. (Harava 2014, 20.)



Taulukko 1. Oluen hinta eri myyntikanavissa (mukaillen Harava 2014, 20).

0,33 L 4,7% olutta , lasipullo	Alko, €	Vähittäiskauppa, €	Ravintola, €
Panimolle maksettava hinta	2,09 €	2,09 €	2,09 €
Kate jälleenmyyjälle	1,18 €	0,60 €	3,55 €
Hinta kuluttajalle (+ALV)	<b>4,06 €</b>	<b>3,34 €</b>	<b>7,00 €</b>

Raaka-aineet	0,20 €
Logistiikka ja markkinointi	0,15 €
Kiinteät kulut	0,10 €
Työ	0,15 €
Kierrätysmaksu	0,08 €
Pantti	0,08 €
Pakkaus	0,08 €
Panimon kulut	<b>0,84 €</b>
Kate panimolle	1,00 €
Alkoholivero	0,25 €
<b>Panimon myyntihinta alkoholiveroineen</b>	<b>2,09 €</b>

Oheisessa taulukossa on selvitetty paljonko yksittäisen olutpullon tekeminen maksaa panimolle. Laskelma on arvio, joka perustuu Haravan opinnäytetyöhön, jossa hän arvioi valmistuskulujen muodostumista. Lisäksi taulukossa arvioidaan eri kanavien katetta ja sen vaikutusta kuluttajahintaan. (Harava 2014, 20.)

Laskelman mukaan panimo saisi tuotteestaan euron pullolta. Tämä merkitsisi 150 000 L vuosituotannolla 450 000 €. Tulee kuitenkin huomioida, että tästä pitää maksaa vielä mahdolliset rahoituskulut ja niin edelleen. Toisaalta laskelma osoittaa, että ala on taloudellisesti houkutteleva, varsinkin jos hävikkiä ei synny ja kysyntää on. Merkittävä kulu on markkinointiin ja myyntiin tarvittavat panostukset. Tätä seikkaa Haravan laskelmissa ei ole otettu huomioon. Lisäksi on huomioitava merkittävästi kiristynyt kilpailu.

#### 5.4 Jakelu, saatavuus ja hinnat

Pienpanimon toimintalupa sisältää myös luvan varastointiin ja tukkumyyntiin. Käytännössä jakelu tapahtuu joko panimoravintolasta tai sitten jonkin tukkukauppiaan kautta. Suoramyynti panimolta ei ole sallittua, pois lukien sahdin valmistajat, joilla on oikeus suoramyyntiin. Tukkukauppiaat myyvät tuotteet anniskeluravintoloille ja kauppa tehdään sitä kautta. Lisäksi on mahdollista saada tuotteitaan myyntiin Suomessa toimiville isommille panimoille kuten Hartwallille. Hartwall pyrkii olemaan mukana suomalaisen olutkulttuurin kehittämisessä ja monipuolittamisessa ja täten tarjoaa pienpanimoille, tietyin edellytyksin, mahdollisuutta päästä mukaan valtakunnalliseen jakeluun. (Hartwall 2015.)

Pienpanimotuotteita on mahdollista saada myyntiin myös Alkoon. Alkon sivuilta löytyvät ohjeet menettelytavoista. Myyjän tulee suorittaa eettisten toimintaperiaatteiden verkkokoulutus. Vastuullisuus ja tasapuolisuus Alkon hankinnoissa on merkittävässä asemassa. Tasapuolisuus koskee tuotteiden osalta myös muita maita kuin Suomea. Mikäli samankaltaista tuotetta tarjoaa useampi eri toimittaja Alko ostaa yleensä edullisemmän tuotteen. (Alko 2016.)

Alkon sivuilta löytyy myyjälle hintalaskuri jossa myyjä syöttää laskuriin oman myyntihintansa ja toimitustavan. Laskuri laskee hintaan Alkon katekertoimen, joka pienpanimo-oluella suoraan Alkon myymälään toimitettuna oli 1,67. Lisäksi hintaan lisätään alkoholivero, mahdollinen pakkausvero, Palpan kierrätysmaksu ja pakkauksen pantti. Alkoholiveron ja pakkausveron Alko vähentää maksamastaan hinnasta myyjälle, joten myyjä saa kolmen euron tuotteestaan ”takaovella” 2,21 €. Kolmen euron myyntihinta toi näin ollen Alkossa hinnaksi 5,66 €. Hinnoittelutyökalu on käyttökelpoinen pienpanimon muuhunkin hinnoitteluun ja lisäksi sen käyttö on ilmaista. (Alko 2016.)

## 6 Opinnäytetyön tiedonhankintamenetelmät

### 6.1 Tiedonhankinta

Pienpanimotoiminta on kasvussa vuonna 2017. Tietoa ja mielipiteitä alalta on runsaasti tarjolla. Alkoholilakiuudistus on myös lisännyt keskustelua. Esimerkiksi Yleisradio, Uusi Suomi ja Helsingin Sanomat ovat hyvin aktiivisia julkaisemaan alaa koskevia artikkeleita ja uutisia. Samoin Viinilehti ja Viisi Tähteä lehti kirjoittavat aiheesta usein. Lisäksi Panimoliiton, Alkon, Verohallinnon ja Sosiaali- ja terveysministeriön sivuilta on löytynyt tietoa. Panimo Honkavuorella työskentely antoi minulle myös käytännön tietoa alalta. Tapasin alan toimijoita, valvovia viranomaisia ja hankin yrityksen tuotteille jälleenmyyjiä. Lisäksi haastatteluista sain tietoa, varsinkin Terveysten ja hyvinvoinnin laitoksen tutkimustulokset olivat hyvää tietoperustaa työssäni.

Tiedonkeruumenetelmäksi valikoitui teemahaastattelu, joka menetelmänä sijoittuu lomakehaastattelun ja avoimen haastattelun välimaastoon. Lomakehaastattelussa haastateltavat saavat kysymyslomakkeen jossa kaikille osallistujille esitetään samat kysymykset samassa järjestyksessä. Valinta perustuu siihen, että haastattelun teemoihin tai kysymyksiin ei ole oikeita vastauksia, vaan tarkoitus on kerätä alan toimijoiden mielipiteitä alan tilasta. Toisaalta avoinhaastattelu ei tule kysymykseen, koska pyrkimys on vastata kolmesta eri näkökulmasta samoista teemoista tuleviin kysymyksiin. Tarkoitus on lähestyä asiaa matkailun näkökulmasta, pienpanimoyrittäjän ja Terveysten- ja hyvinvoinninlaitoksen. Haastattelu tilanteessa keskustellaan haastateltavan kanssa ennakkosuunnitelman mukaisista teemoista. (Liite1) Haastateltavalle annetaan vapaus puhua hieman aiheen vierestäkin, mutta tuloksia arvioidessa pyritään vastaamaan teemojen mukaisiin kysymyksiin. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 47—48, 66; Eskola & Suoranta 2000, 86—87.)

## **6.2 Teemat, kysymykset ja haastateltavat**

Haastatteluilla pyrittiin selvittämään alalla toimivien mielipidettä siitä, onko pienpanimotoiminta Suomessa kannattavaa ja mielekästä? Onko panimoissa potentiaalia esimerkiksi matkailualan yrityksinä ja lisäarvoa turisteille? Miten Terveystieteiden- ja hyvinvoinninlaitoksen tutkija näkee mahdollisen alkoholilain muutoksen vaikuttavan kulutukseen ja sitä kautta suomalaisten terveyteen ja hyvinvointiin?

Haastatteluihin osallistui kolme eri tahoa. Pitkään matkailualalla työskennellyttä restonomi- opiskelijaa, uuden panimotoiminnan aloittaneita yrittäjiä ja Terveystieteiden- ja hyvinvoinninlaitoksen tutkijaa. Haastattelutilanteet olivat vapaamuotoisia keskustelutilanteita, jotka äänitettiin. Poikkeuksena Terveystieteiden- ja hyvinvoinninlaitoksen haastattelu, jonka tein sähköpostitse.

## **7 Alkoholien kokonaiskulutus**

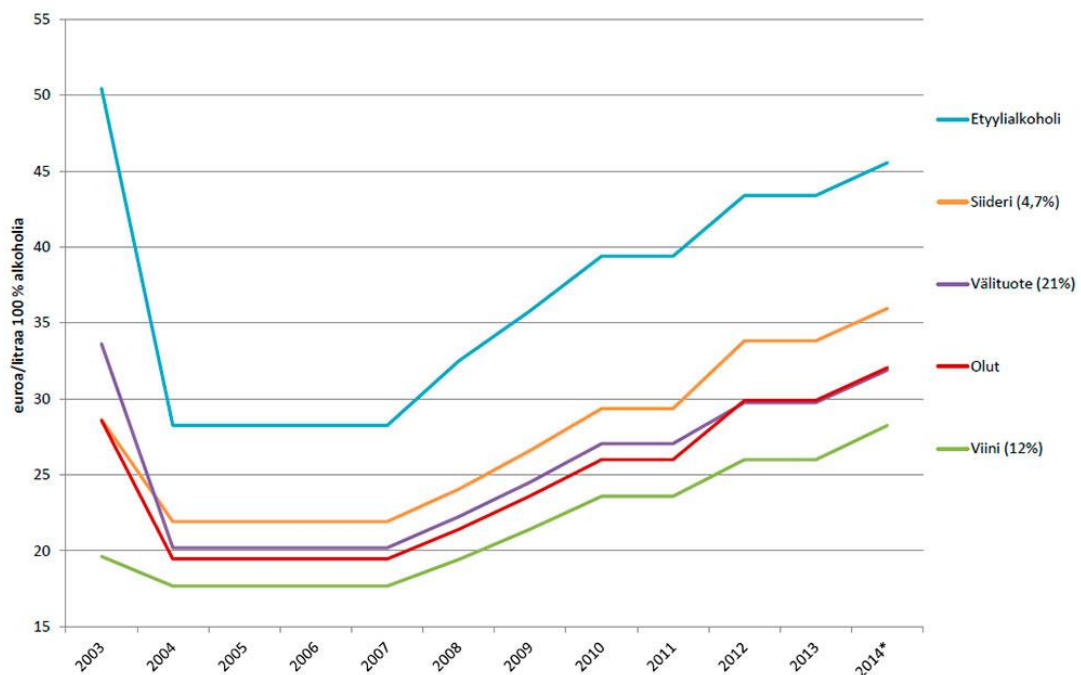
### **7.1 Alkoholien kulutuksen vaikutukset**

Eduskunta tulee käsittelemään alkoholilain kokonaisuudistusta myös alkoholihaittojen näkökulmasta ja tässä Terveystieteiden- ja hyvinvoinnin laitoksen (myöhemmin THL) rooli asiantuntijana tulee olemaan merkittävä.

THL ylläpitää Sotkanet nimistä sivustoa. Sotkanet tarjoaa tilastotietoa suomalaisten terveydentilasta ja hyvinvoinnista. Tilastotiedot perustuvat alueelliseen terveys- ja hyvinvointitutkimukseen. Vuosittain tutkitaan 10 000 henkilön otos ja joka neljäs vuosi 150 000 henkilöä. Tutkimuksen tuloksista kiinnostavat alkoholia liikaa käyttävien osuus väestöstä ja erityisesti näyttääkö pienpanimo toiminnalla olevan vaikutusta tutkimustulokseen alueellisesti. Seuraavassa THL:n asiantuntijoiden analyysistä tutkimustuloksista. (Terveystieteiden ja hyvinvoinninlaitos. 2016)

Tuontirajoituksista EU:n sisällä asiaa tulkitaan niin, että tuonti lisääntyy, kun hinta on edullisempi ja se vähentää alkoholin myyntiä kotimaassa. Lisäksi halvempi

ulkomainen alkoholi saattaa lisätä alkoholin kulutusta niillä henkilöillä, jotka juovat alkoholia runsaasti ja terveyttään vaarantaen. Suomessa alkoholiveron lasku taas lisäisi alkoholinkäyttöä ja siitä aiheutuvia haittoja. Lisäksi THL:n mukaan alkoholiveron laskeminen vähentäisi kokonaisveromäärää, joka kerätään alkoholista. Tämä tilastollinen tosiasia perustuu vuoteen 2004, jolloin Suomessa alkoholiveroa laskettiin voimakkaasti, tällöin kotimaan myynti kasvoi, mutta alkoholi-vero tuotot romahtivat. Vastaavasti vuoden 2007 jälkeisten veronkorotusten johdosta alkoholivero tulot nousivat, vaikka kotimaan myynti laskikin. Seuraava taulukko havainnollistaa asiaa. Taulukossa esitetään alkoholiverokertymää tuoteryhmittäin. (Kuvio 4.)



Kuvio 4. Alkoholiverokertymä tuoteryhmittäin. (Valtionvarainministeriö 2016).

Alkoholiveroon tehtiin vuonna 2004 noin 33 % leikkaus, jolloin verotulot alenivat jyrkästi. Kun veroa korotettiin vuodesta 2007 alkaen ovat verokertymät nousseet, vaikka kokonaiskulutus on laskenut. Taulukon perusteella voi todeta, että veronkorotukset, tässä mittakaavassa toteutettuina, ovat tuoneet valtion kassaan rahaa, vaikka kokonaiskulutuksen katsotaankin laskeneen.

## **7.2 Alkoholin suurkuluttajat ja rajoittava alkoholipolitiikka**

THL:n mukaan noin 10 % väestöstä juo puolet Suomessa kulutettavasta alkoholista. THL:n mukaan toimia haittojen ehkäisyssä ei kannata keskittää tähän väestönosaan, vaan kokonaiskulutuksen vähentämiseen. Tilastojen mukaan kokonaiskulutuksen vähentyessä myös suurkuluttajien käyttämän alkoholin määrä vähenee. THL:n kanta on, että alkoholikulutuksen kokonaiskulutuksen rajoittamisen tehokkaimmat keinot ovat saatavuuden rajoittaminen ja korkea verotus. Laitoksen mukaan mistään ei löydy esimerkkiä, jossa liberaali alkoholipolitiikka olisi hillinnyt kulutusta. Sen sijaan WHO:n 194 jäsenvaltiosta 180 käyttää rajoittavia toimenpiteitä alkoholihaittojen ehkäisemiseen. Yhteisiä toimintakeinoja ovat verotus-, saatavuus- ja markkinointirajoitukset. (Terveyden ja Hyvinvoinnin laitos 2015.)

## **8 Haastattelut**

### **8.1 THL:n kanta pienpanimoiden suoramyynnistä**

Kysyin 26.4.2016 sähköpostitse THL:n erikoistutkija Pia Mäkelältä tutkimustulosten kautta muodostunutta näkemystä siitä, miten pienpanimoiden suora-myyntioikeus vaikuttaisi hänen mielestään kansanterveyteen. Sain erittäin asiallisen vastauksen 28.4.2016. Referoin vastausta seuraavassa. Mäkelän mukaan asiaa tulee pohtia kahta kautta. Ensinnäkin millainen suoravaikutus on näillä tuotteilla itsellään kansanterveyteen, ja toiseksi millainen epäsuora-vaikutus voisi olla uuden myyntijärjestelmän kautta.

Mäkelä arvioi, että suoravaikutus voisi olla vähäinen tai mitätön, koska tuotteiden hinnat ovat korkeat ja myyntipaikkoja olisi nykyisen panimotilanteen vallitessa, suhteellisen vähän. Epäsuorilla vaikutuksilla Mäkelä näkee olevan huomattavasti enemmän vaikuttavuutta. Hän perustelee kantansa sillä, että olemme EU:n jäsenmaa, joka muiden jäsenmaiden tavoin joutuu notifioimaan lakimuutok-

set EU:lle. Tämä antaa muille jäsenmaille protestointimahdollisuuden. Tasapuolisuuden vaatimus on EU:n periaate, joka takaa sen, että kaikilla mailla EU:n sisällä tulisi olla yhdenvertaiset mahdollisuudet toimia. Tässä tapauksessa myyntioikeus vain kotimaisille tuottajille olisi muiden maiden tuottajien syrjintää. Tästä on esimerkki tilalikköorien osalta Suomessa. Suomi joutui vetämään lakiesityksensä tilalikköorien myyntioikeuden sallimisesta pois juuri tästä syystä. Tilaviinejä koskeva lainsäädäntö on peräisin ajalta ennen EU:ta.

Mäkelän mukaan oluen kaupalliset intressit ja kilpailu ovat huomattavasti suuremmat kuin esimerkiksi tilaviinien, joten hän ei näe mitään syytä miksi EU hyväksyisi lain, jolla suora panimomyynti sallittaisiin. Vaikutukset Mäkelä näkee kahdesta merkittävästä näkökulmasta. Ensinnäkin jos vaikka ulkomainen toimija myisi tuotteitaan suoraan panimolta vapaasti kuluttajille, vaikeuttaisiko se elintarvikekaupan asemaa. Toiseksi jos elintarvikekaupalle annettaisiin oikeus myydä esimerkiksi 7,5 % juomia se vaikuttaisi merkittävästi kansanterveyteen. Mäkelän mukaan jo 5 % myynnin nousu ja samaan aikaan esimerkiksi alkoholiväkevyyden nousu 4,5 % viiteen prosenttiin, tarkoittaisi 6 % kasvua kokonaiskulutukseen. Tutkimustulosten mukaan se lisäisi 150 alkoholista johtuvaa kuolemaa vuosittain ja noin 1500 sairaalahoitoa. Lisäksi Mäkelä ottaa esiin Eurooppa-oikeuden-asiantuntijoiden näkemyksen siitä, että EU tulkitsisi 7,5 % kotimaassa tuotettujen oluiden suoramyntioikeuden syrjivän ulkomailta tuotavien viinien myyntioikeutta.

Mäkelän näkemyksessä asiaan on ristiriita. Erikoistuotteiden hinta muodostuu niin korkeaksi, että se tuskin lisää kulutusta. Jos tuotteiden laatua valvottaisiin myyntioikeuden myötä edelleen ja käsityöläisolut rajattaisiin edelleen vain tietyn tyyppisin valmistusmenetelmien ja määrien kautta vain tiettyihin tuotteisiin, saataisi se jopa vähentää kulutusta. Sen sijaan, että kuluttaja ostaisi isomman pakkauksen niin sanottua bulkki-tuotetta, hän voisi helpomman saatavuuden ja korkean laadun myötä päätyä pienempään määrään. Toisaalta tutkimustulokset kertovat, että saatavuuden rajoittaminen laskee kulutusta.

## 8.2 Matkailun mahdollisuudet pienpanimotoiminnassa

Haastattelin 28.4.2016 Anna Rinteistä. Hän on kokenut ravintola- ja matkailualalla yli 20 vuotta työskennellyt henkilö. Rinteisen näkemys alasta on laaja, sillä hän on työskennellyt matkailu- ja ravintola-alalla sekä työntekijänä, että esimiestehtävissä. Lisäksi hänellä on kokemusta kaupan alan tukkumyynnistä yksikön päällikkötasolla. Nykyisin hän työskentelee Retkipaikka-nimisessä matkailuverkostossa kehityspäällikkönä.

Opinnäytetyöhönsä liittyen Rinteinen toteutti pienpanimoille suunnatun kyselyn matkailun merkityksestä osana pienpanimoiden liiketoimintaa. Kysely toteutettiin sähköisenä lomakekyselynä ja kolmestakymmenestä lähetetystä kyselystä vastauksia Rinteinen sai kahteentoista. Niitä panimoita joilla oli jo valmiina suoramyyntipaikka, kuten ravintola tai puoti, kokivat matkailun merkityksen tärkeänä liiketoiminnalleen. Toisaalta oli toimijoita, jotka jakelivat omat tuotteensa suoraan jälleen myyjille. Nämä toimijat eivät nähneet matkailun merkitystä liiketoiminnalleen mitenkään merkittävänä, kertoo Rinteinen kyselystään. Kyselyyn vastanneet panimot ilmoittivat matkailusta tulevan liikevaihdon olevan 0–50 % liikevaihdostaan.

Rinteisen mukaan yrittäjät näkevät matkailun mahdollisuutena kasvattaa liiketoimintaa, mutta eivät kuitenkaan ole valmiit panostamaan markkinointiin. Pienpanimoliitolla on oma matkailustrategiansa, jonka tavoitteena on lisätä jäsenten tuloja, mutta Rinteinen epäilee pienpanimoliiton resursseja toteuttaa ja jalkauttaa strategiaa. Hän näkee mahdollisuuksia erikoistua Suomessa olutmatkailun ympärillä. Esimerkkejä hän ottaa Tšekkoslovakiasta ja USA:sta joissa järjestetään erilaisia ”beer-trail”-tuotteita, kuten panimokäyntejä, tasting-tilaisuuksia ja jopa kylpylöitä omine tuotteineen panimotoiminnan ympärille. Rinteinen näkeekin matkailutuotteiden tuotteistamisen olevan tärkeässä asemassa kehitettäessä Panimomatkailua.

Ongelmia Rinteinen näkee lainsäädännön myynti- ja markkinointi oikeuksien rajoittamisessa. Välttämätöntä, matkailun kannalta, olisi suoramyynti oikeuden saa-



minen panimoille. Hän ei näe ongelmana sitä, että myyntikanavat alkoholin ostamisen kannalta lisääntyisivät ja siten aiheuttaisivat alkoholin käytön kasvua. Hän uskoo, että liikkeellä ovat tekijät ”rakkaudesta lajiin” ja heidän tuotteensa ovat yleensä erikoisia ja suhteellisen kalliita, eivätkä suurkuluttajien suosimia halpoja tuotteita. Usein korkeampaa alkoholiprosenttia hän ei näe ongelmalliseksi. Hänen mielestään suurien panimoiden markkinoimat erikoisolut eivät ole käsityöläisoluta. Litrarajoitukset voisi ottaa huomioon myös markkinointi valikoimassa. Käsityöläisoluen voisi määritellä muutenkin kuin valmistusmäärän perusteella. Valmistustapa käsityöläisolutien osalta tulisi olla ratkaisevassa roolissa pohtii Rinteinen.

Rinteinen pitää suhtautumista pienpanimotoimintaan Suomessa kaksi jakoisena. Raittiusväki suhtautuu asiaan hyvin kielteisesti ja panimoväelle se on taas elinkeino. Panimoiden määrä on tällä hetkellä noin 80 toimivaa panimoa ja Rinteisen mielestä Suomeen mahtuisi noin sata toimijaa. Tämä aiheuttaisi hänen mukaansa edelleen kilpailun kovenemisen, joka toisi mukanaan sekä positiivisia että negatiivisia asioita. Lisäksi hän näkee elinkeinon työllistävät vaikutukset jo merkittävänä. Pienpanimot työllistävät myös välillisesti merkittävän määrän henkilöitä.

Rinteinen näkee alkoholitutkimuksen tulosten tulkinnan ongelmallisena. Hänen mielestään tulkinnat ovat ristiriitaisia ja ongelmakäytöstä johtuvat syyt saavat suhteettoman paljon huomiota ja näkyvyyttä. Hän pohtii miten tulevat sukupolvet tulevat suhtautumaan alkoholiin. Nyt jo on nähtävissä, että nuorison keskuudessa alkoholin kulutus vähenee. Hänen mielestään valinnat alkoholijuomien osalta kohdistuvat tulevaisuudessa yhä enemmän laatuun määrän sijasta. Hän pitää jopa mahdollisena sitä, että pienpanimoiden tuotteet voisivat vähentää kokonaiskulutusta.

Rinteinen näkee matkailun olevan nousussa pienpanimotoiminnan yhteydessä. Hänen mukaansa erilaiset matkailuverkostot pyrkivät lukuisten hankkeiden avulla tuotteistamaan pienpanimoille matkailutuotteita esimerkiksi ruoan ja oluen yhdistämisen ympärille ja erilaisten panimokierrosten avulla.

### 8.3 Panimoyrittäjien haastattelu

Vierailin 12.2.2016 Honkavuoren panimolla Joensuussa. Panimon omistajat ja yrittäjät, Jani Olavi Honkanen sekä Juho-Ville Matti Vuorio olivat molemmat paikalla. Honkavuoren panimo on perustettu Honkasen ja Vuorion yhteisen olutharrastuksen tuloksena. He ovat valmistaneet kotioloissa noin sata erilaista olutta ja maistattaneet niitä ystävilleen, sekä tehneet tuotekehitystä. Vuonna 2015 he päättivät aloittaa oikeiden panimolaitteiden hintatiedustelun. Tiedusteluja tehtiin Euroopasta ja Kiinasta. He matkustivat Kiinaan elokuussa 2015 tutustumaan neljään eri laitevalmistajaan. Tämä matka johti laitetilaukseen Kiinasta. Laitteisto valmistettiin lopulta mittatilaustyönä sopivaksi Joensuusta teollisuusalueelta löytyneeseen tehdashalliin. Heidän mukaansa laitteiston hinta verrattuna eurooppalaisiin valmistajiin oli yli puolet halvempi. Työtä ja lisäkustannuksia aiheuttivat toki eurooppalaiset tekniset järjestelmät.

Samoihin aikoihin eli syyskuussa 2015 he perustivat osakeyhtiön Honkavuoren Panimo Oy:n nimellä. Yhtiön rahoitus hoidettiin henkilökohtaisilla lainoilla, sekä osa rahoituksesta on tullut ELY-keskuksen kautta.

Tärkeimpänä asiana Honkanen näkee aloitusvaiheessa rahoituksen ja tilan hankkimisen. Rahoitus tulee olla hänen mielestään varattu kestävä yrityksen alkutaipaleen niin sanotun ”kuoleman laakso” vaiheen. Hän pohtii, että eri asioista aiheutuvat viivästykset on taloudellisesti pakko kestää, jotta saadaan kuluttajalle oikeanlainen laadukas tuote heti ensimmäisellä kerralla. Honkavuorella oli laitepuolella vaikeuksia pullotuskoneen toimituksen kanssa ja julkisuudessa luvatut aikataulut eivät pitäneet. He ovat kuitenkin tiedottaneet asiasta avoimesti.

Vuorio korostaa paikallisuutta ja sitä että, paikalliset markkinat on ensin valloitettava. Hänen mielestään asiakas tekee valinnat ja hän uskoo Honkavuoren Panimon tuotteeseen. Lisäksi hän näkee tulevaisuuden valoisana. Hänen mielestään tulevat sukupolvet kuluttavat alkoholia terveellisemmin ja valitsevat todennäköisemmin erikoistuotteen.

Erityishuomiota panimolla on kiinnitetty prosessin toimivuuteen ja korkeaan elintarvikehygieniaan. Honkasella onkin takanaan 10 vuoden työskentely laboratoriossa, jonka hän katsoo olleen eduksi panimon prosessin suunnittelussa ja käytännön työssä. Hän ottaa esiin esimerkiksi työsuojelullisen näkökulman maltaan käsittelyn yhteydessä. Hän kertoo pölynhallinta menetelmästä ja sen aiheuttamien työterveysriskien hallinnasta. Yksinkertaisella maltaan rouhintalaitteen suojaamisella on välttytty pölyhaitoilta. Lisäksi Honkavuoren Panimon prosessi on hyvin nykyaikainen ja laitteet erittäin laadukkaat.

Honkanen näkee liiketoiminnan kannalta merkittävänä asioina lainsäädännön etenkin alkoholin valmistusta koskevalta osalta. Yritystoimintaa koskeva lainsäädäntö byrokraattisine koukeroineen on hänen mielestään toimiva, mutta alkoholilaissa herättää hänessä ihmetystä. Honkasen mielestä puutteita on etenkin siinä, että usea eri viranomainen valvoo ja ratkaisee samoja asioita. Tulli, Valvira ja Palpa vaativat samoja asioita raportoitavaksi kuukausittain. Raportointityökalut pitäisi tulla hänen mielestään viranomaisilta valmiina, eikä niiden kehittäminen pitäisi jäädä yrittäjän vastuulle. Yrittäjän kannalta pitäisi pyrkiä hänen mielestään yhden luukun periaatteeseen. Erityisesti hän nostaa esiin yrityksen aloitusvaiheen. Valvira ja Tulli eivät tule paikanpäälle neuvomaan tai tekemään minkäänlaista esitarkastusta, jonka jälkeen asiat voitaisiin ratkaista heidän edellyttämälleen tavalla, vaan tekevät ainoastaan lopullisia tarkastuksia ja päätöksiä. Valviralla on tällä hetkellä yksi virkamies hoitamassa pienpanimoasioita, ja hän on Honkasen mukaan erittäin ylityöllistetty. Hän ehdottaakin järjestelmää, jossa tehtäisiin esitarkastus ja annettaisiin neuvoja asioiden toteuttamiseen ja sitten valmiin työn tarkistusta. Toisaalta hän näkee valvonnan erittäin tarpeellisena muun muassa elintarviketurvallisuuden kannalta.

Lisäksi Honkanen ei täysin ymmärrä tuotekehitystä koskevaa lainsäädäntöä. Koe-erät ovat alkoholiveron alaisia, mutta niistä analysointiin käytettävä määrä taas ei. Hänen käsityksensä mukaan analysoinnin päämenetelmä oluen kohdalla on maistaminen ja sen kontrolloimisen hän näkee ongelmallisena. Alkoholivero tulisi olla vasta valmiissa myytävässä tuotteessa. Lisäksi jos erä on huonolaatuinen tai pilaantunut, sitä ei saa hävittää ilman Tullin virkamiestä. Tullilta pitää varata aika, milloin tulevat paikalle ja virkamiehen läsnäolo maksaa panimolle 107

€ tunti + virkamiehen matkat. Tässä hän näkee väärinkäyttömahdollisuuksia yleisesti. Korkea hinta sekä hankalat käytännöt tekevät väärinkäyttämisen houkuttelevaksi.

Edunvalvontaa alalla Honkanen kuvaa seuraavasti. Pienpanimoliitto ja varsinainen Panimoliitto voidaan nähdä osittain toistensa kilpailijoina. Panimoliitto ajaa usein suuren elintarviketeollisuuden etuja, kun taas Pienpanimoliitto pyrkii edistämään, nimensä mukaisesti, pienten panimoiden etuja. Honkavuori ei vielä ole liittynyt Pienpanimoliittoon. Ongelmallisena Honkanen näkee liiton tämän hetkiset resurssit hoitaa asioita. Kysymyksiin ei saa vastauksia ja toiminta ei näyttäyty Honkaselle aktiivisena. Toisaalta hän näkee verkostoitumisen tärkeänä.

Alkoholilain uudistamisessa Honkanen näkee tärkeimpänä ulosmyyntioikeuden sallimisen. Sitä kautta panimo voisi olla matkailukohde ja saada edullisemmän myyntikanavan. Mikäli ulosmyytävien tuotteiden alkoholiprosenttia rajoitetaan 4,7 % on se Honkasen mielestä erittäin ongelmallista tuotteen laadun kannalta.

## **9 Pohdinta**

### **9.1 Panimo Honkavuori**

Panimo Honkavuoren vierailu ja keskustelu olivat kaiken kaikkiaan antoisia. Honkanen ja Vuorio olivat hyvin avoimesti liikkeellä. He ovat pohtineet asioita monelta eri kannalta, ovat järjestelmällisiä ja osaavat oluen panemisen. Kannattaisiko markkinointiin ja myyntiin palkata heti alkuvaiheessa henkilö? Nämä kaksi asiaa ovat kuitenkin niin iso asia yrityksen menestyksen kannalta, että jos asiasta ei ole aikaisempaa kokemusta niin en usko sen hoituvan muiden töiden ohessa.

Työskentelin yrityksessä 15.7.2016—14.01.2017 välisenä aikana. Vastasin työnsäni myynnistä ja osallistuin samalla myös panimon muihin työtehtäviin. Lisäksi olin mukana Jyväskylän Olutsatama tapahtumassa esittelemässä ja myymässä

Honkavuoren panimon tuotteita. Myimme tuotteitamme ja esittelimme toimintaamme myös Ilosaarirokissa 2016, sekä järjestimme kaksi erilaista promootiotilaisuutta 60´s Palaverissa Joensuussa. Osallistuimme myös Ruska Blues -tapahtumaan Kolilla. Promootio- ja myyntitilaisuudet olivat mielenkiintoisia positiivisia kokemuksia. Asiakkailta saatiin erittäin paljon suoraa palautetta tuotteiden laadusta ja panimon toiminnasta ja näkyvyydestä markkinoilla. Lisäksi tilaisuudet johtivat muutamiin uusiin asiakassuhteisiin jälleen myyjien kanssa.

## **9.2 Alkoholilakiuudistus**

Suomalaisten pienpanimoiden toimintaympäristö on varsin poikkeuksellinen verrattuna muuhun EU-alueeseen. Meidän alkoholimonopoli-systeemimme tekee toiminnasta byrokraattisempaa ja rajoittaa varsinkin myynti- ja markkinointikanavien käyttöä.

Alkoholilaki on päivitetty viimeksi vuonna 1995 kun Suomi liittyi EU:hun. Päivitystä pidetään nyt jo vanhana ja esimerkiksi Suomen Kuvalehdessä 42/2015 Sosiaali- ja terveysministeriön hallintoneuvos Ismo Tuomisen mukaan se on perustuslain vastainen. Hänen tarkoittaa alkoholilain holhoavaa otetta ja virkamiesten vahvaa roolia ratkaista ravintoloiden ja muiden alan toimijoiden mahdollisuuksia toimia.

Eri tiedotusvälineet ovat toistuvasti uutisoineet meneillään olevasta alkoholilain suuresta kokonaisuudistuksesta. Monia ihmetyttää asian ympärillä vallitseva hiljaisuus. Hallituksen taholta julkiseen keskusteluun uuden lain sisällöstä ei ole juurikaan osallistuttu. Yksi ihmettelijöistä on Kokoomuksen kansanedustaja Jaana Pelkonen Helsingistä. Pelkonen on vapaamman alkoholipolitiikan puolestapuhuja. Hän osallistuu aktiivisesti eri tapahtumiin, joissa käsitellään alkoholipolitiikkaa. Hänen tavoitteitaan ovat muun muassa pienpanimoiden toiminnan vapauttaminen panimoiden suoramyyntioikeuden sallimalla ja alkoholilain tuominen lähemmäs eurooppalaista alkoholilakia (Pelkonen 2015.)

Laitoin kansanedustaja Pelkoselle sähköpostitse muutaman kysymyksen (24.11.2015) aiheeseen liittyen. Pelkonen arveli, että hänen kantansa asioihin lienee tunnettu, mutta lain valmistelusta vastaa Sosiaali- ja terveysministeriö, jota hän kehotti asiassa lähestymään. Ministeriöstä vastattiin 4.1.2016 että ministeriö valmistelee lakiesitystä ja esittelee esityksensä aikanaan eduskunnalle. Ministeriö oli järjestänyt alan toimijoille ja asiantuntijoille kaksi eri työpajaa, joissa heitä kuultiin.

### **9.3 Normienpurku talkoot**

Nykyisellä hallituksella on ohjelmassaan ns. ”normien purkutalkoot”, jonka tavoitteisiin kuuluu myös tulevassa alkoholilaissa olevan turhan byrokratian ja epäoikeudenmukaisuuden purku. Valitettavasti näyttää siltä, että alan toimijoiden kannalta varsin merkityksettömät asiat kuten tupla-annosten tarjoilu anniskeluravintoloissa saavat turhan suuren roolin.

Tärkeää olisi pienpanimoiden ja tislaamoiden kannalta se, että ne saisivat yhtäläiset toimintaedellytykset Alko Oy:n kanssa ja tärkeimpänä näistä edellytyksistä tietysti suoramyyntioikeus. Valitettavasti STM :n hallintoneuvos toteaa tuossa Suomen Kuvalehden artikkelissa, että hänen mielestään lain pitää muuttua niin, ettei Alkon monopoliasemaa horjuteta antamalla pienpanimoille vähittäismyyntioikeuksia. Hänen mielestään tämä nimenomainen seikka vaikuttaisi erityisesti siihen, että suomalaiset joisivat itsensä hengiltä. Hän puhuu artikkelissa sadoista suomalaisista, jotka tulisivat myyntioikeuden myötä näin tekemään. (Niemelä 2015, 7.)

### **9.4 Alkoholien ostaminen ulkomailta nettikaupasta**

EU:n tuomioistuin antoi 12.11.2015 päätöksensä Alkotaksi jutussa. Julkisudessa tuomioistuimen päätös on sekoitettu Alkon monopoliaseman säilymiseen.

Kyse oli kuitenkin siitä, saako tässä tapauksessa virolainen yritys myydä suomalaiselle asiakkaalle alkoholia netin välityksellä niin, että kyseessä oleva yritys kuljettaa sen asiakkaalle.

Kun yritys kuljettaa alkoholin kotiovelle kyseessä on alkoholin etämyynti, joka tarkoittaa sitä, että yritykselle jää velvollisuus hoitaa pakkaus- ja valmisteverot myymistään tuotteista. Mikäli asiakas hoitaa kuljetuksen itse kyseessä on etäosto jolloin verovelvollisuudet jäävät ostajalle. Käytännössä esimerkiksi Alkotaksi tarjoaa suoraan sivuillaan yhteistyökumppaniaan kuljettamaan kuluttajan ostokset, näin ollen kuljetuksen tilaaminen on vaivatonta, eikä kuluttajan näkökulmasta juurikaan eroa siitä hoitaisiko Alkotaksi kuljetuksen itse.

Veroja kuluttajilta tulli näistä ostoksista ei ole kuitenkaan kerännyt. EU teki asiassa Salomonin tuomion ja jätti lopullisen päätöksen Suomen oikeuslaitokselle, eli Helsingin hovioikeudelle. EU ei salli myynnin rajoittamista, mutta jos peruste myynnin kieltämiseen on: ”kansanterveyden ja yleisen järjestyksen suojeluun” perustuva myyntikielto, se voi olla perusteltu. (Verkkouutiset 2015.)

Pienpanimoliiton suurin huolenaihe on se, että pienpanimot eivät saisi uudessa laissa suoramyyntioikeutta suoraan panimoilta kuluttajille. Pienpanimoliiton puheenjohtaja Heikkinen näkee tiedotteessaan hallituksen toiminnan ristiriitaisena. Toisaalta kannustetaan yrittämiseen ja toisaalta sen edellytyksiä ei hänen mielestään anneta. Heikkinen näkee pienpanimotoiminnan elintarviketeollisuuden yhtenä muotona ja hänen mielestään lait rinnastavat alan väkevän viinan valmistukseen ja myyntiin. Hänen näkemyksensä mukaan Euroopassa asiat ovat toisin.

Toisena tärkeänä asiana Heikkinen näkee tuotantorajan. Suomessa nykyinen pienpanimon tuotantoraja on 10 miljoonaa litraa vuodessa. EU sallisi tuotantorajan olevan puolet suurempi. Pienpanimo status vaikuttaa merkittävästi valmisteveron määrään. Eli jos raja olisi suurempi, alalle voisi olla halukkuutta uusiin investointeihin ja sitä kautta työllistävä vaikutus. (Ussa 2015.)

## 9.5 Alkoholilain kokonaisuudistuksen tilanne vuonna 2017

Alkoholilain kokonaisuudistuksen prosessiin voi tutustua kattavasti Eduskunnan sivuilla. Sivulla on tietoa hankkeen valmistelusta, käsittelystä tähän mennessä eduskunnassa, hankkeen uutisoinnista ja oikeusvertailevaa aineistoa. Lisäksi sivuilta löytyy linkkejä hanketta koskevaan kirjallisuuteen ja siihen liittyvään tutkimukseen. Oikeusvertailevassa aineistossa verrataan hanketta kansainväliseen sääntelyyn (WHO) sekä EU:n lainsäädäntöön ja vielä Ruotsin ja Norjan sääntelyyn. (Eduskunta.fi. 23.1.2017.)

Itse esitys löytyy valmistelevan ministeriön eli Sosiaali- ja Terveysministeriön sivuilta. Esitys on lähetetty laajalle lausuntokierrokselle 22.11.2016 ja lausunto aika on päättynyt 16.01.2017. Lausuntojen käsittelyn jälkeen ministeriössä, lakiehdotus menee lainsäädännön arviointineuvoston käsittelyyn ja sieltä viimeisteltyinä eduskunnan käsittelyyn. Eduskunta tekee päätöksen lopullisesta sisällöstä ja voimaantulon ajankohdasta. Lisäksi julkisuudessa on tullut esille, että kuntavaalit 7.4.2017 ovat Keskustapuolueelle tärkeä ajankohta, jota ennen se ei voi olla hyväksymässä ja esittämässä tähän asti höllempää alkoholilakia.

Toisaalta yhtä aikaa on menossa EU:ssa käsittely ilmoitusmenettelystä, jossa Euroopan komissio ja muut jäsenvaltiot arvioivat onko ehdotettu lainsäädäntö yhteensopiva EU:n lainsäädännön kanssa. Suomen omaa lakia ei saa hyväksyä ennen kuin tämä päätös EU:lta saadaan. Arvioitu käsittelyaika on puoli vuotta ja päätös voi kaataa kokonaan tai osittain koko esityksen. (Stm.fi. 23.1.2017)

Alkoholilaki uudistuksessa perusperiaatteena on edelleenkin ehkäistä alkoholista aiheutuvia haittoja. Esityksen mukaan kauppa saisi myydä kaikilla valmistustavoilla valmistettuja alkoholeja aina 5,5 % asti. Pienpanimot saisivat ulosmyyntioikeuden tuotteilleen. Pienpanimon raja olisi alle puoli miljoonaa litraa vuodessa tuottava käsityöläispanimo. Tämä kohta on nimenomaan EU:n arvioitavana. Muut esityksessä olevat asiat koskevat lähinnä anniskelua.



## 9.6 Johtopäätökset

Sain mahdollisuuden työskennellä 2016 kesällä tuotantonsa aloittaneessa Honkavuoren panimossa. Kokemukseni perusteella sanoisin, että pienpanimon toiminnassa korostuu selkeästi kolme asiaa. Ensinnäkin tuotteen laatu tulee olla erinomainen ja tuotteiden persoonallisia ja tällä persoonallisuudella erottua suuresta massasta.

Toiseksi myynti ja markkinointi korostuvat asiana, johon on syytä kiinnittää voimakkaasti huomiota. Muun muassa sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontaviraston ylitarkastaja Timo Rokka lausahti tarkastaessaan marraskuussa 2016 Panimo Honkavuoren oluen tuotantoprosessia, että ” kyllä oluen tekijöitä löytyy, mutta harvassa ovat ne jotka osaavat sitä myydä”. Rokan lausahdus kertoo osittain pienpanimotuotteiden kiristyneestä kilpailusta ja Suomen rajallisista markkinoista. Vähittäiskaupan hyllytilat pienpanimotuotteiden osalta ovat rajalliset. Mikäli alkoholilain uudistuksessa sallitaan kaupoille vielä vahvempien 5,5 % alkoholia sisältävien tuotteiden myynti, kilpailu kiristyy entisestään. Rokan mukaan Euroopassa ja USA:ssa juuri tuossa kategoriassa löytyy valtavasti tuotteita.

Kolmanneksi nostaisin logistiikan. Logistiikka on panimolle huomattava kustannus. Tämä kulu on siirrettävä kuluttajahintoihin. Logistiikkaongelman voi ratkaista esimerkiksi niin, että panimo tekee sopimuksen jonkin alkoholia välittävän tukkumyyjän kanssa. Toinen vaihtoehto on itse neuvotella kuljetusliikkeiden kanssa palvelusopimus. Tukkuliikkeiden kanssa toimiminen vaatii varmuutta ja tasaisuutta tuotantoon ja hinta tulee olla sellainen, että myös tukkuliike saa oman osuutensa eikä tuote käy kuluttajalle kohtuuttoman kalliiksi. Toisaalta tukkuliikkeillä on poikkeuksetta oma myyntiorganisaationsa, joiden kautta tuotteita markkinoidaan ja sitä kautta on mahdollisuus volyymin kasvuun. Kuljetusliikkeiden kautta tapahtuva logistiikka antaa panimolle mahdollisuuden saada tuotteistaan itselleen parempi hinta, vaikkakin on otettava huomioon myynnistä ja markkinoinnista tulevat kulut.

Ala on nykymuodossaan kaiken kaikkiaan uusi ja alkoholilain uudistuksen jälkeen tullaan mitä todennäköisemmin näkemään kovenevaa kilpailua. Mikäli alkoholilaki ei anna panimoille ulosmyynti oikeutta, tulee se aiheuttamaan osalle panimoista taloudellisia toimintavaikeuksia. Itse pidän markkinaa jo tällä hetkellä kyläläisenä ja uskon että näemme muutamia lopettaviakin panimoita lähivuosina. Toisaalta persoonallisilla ja hyvin hoidetuilla panimoilla on mitä parhaimmat mahdollisuudet menestyä ja olla perus panimotoiminnan ohella osa matkailua.

## Lähteet

- Agrimarket. 2016. Hankkija.  
<http://www.agrimarket.fi/kasvuohjelmat/vilja//mallasohra/harbinersupbor-sup>. 16.02.2016.
- Eduskunta.fi  
<https://www.eduskunta.fi/FI/tietoaeduskunnasta/kirjasto/aineistot/koti/mainenoikeus/LATI/Sivut/alkoholilainkokonaisuudistus.aspx#eduskunnassa>. 16.2.2017
- A Finnlex 2017. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1994/19941143>. 15.1.2017.
- B Finnlex 2006.  
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060023?search%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=%20elintarvikelaki%20%C2%A7>
- Heikkinen, M. Pienpanimoliitto. 9.2.2015. Tiedotteita.  
<http://www.pienpanimoliitto.fi/5>. 4.1.2016.
- Harava, J. 2014. Alustava liiketoimintasuunnitelma – Pienpanimo. Seinäjoen Ammattikorkeakoulu. PK-yrittäjyyden koulutusohjelma. Opinnäytetyö.  
<http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/78517/Alustava%20liiketoimintasuunnitelma%20Pienpanimo.pdf?sequence=1>. 29.1.2016.
- Hartwall. Pienpanimotuotteet. 2016.  
<http://www.hartwall.fi/fi/juomat/tuoteryhmat/pienpanimotuotteet>. 11.1.2016.
- Hirsjärvi & Hurme 2001, 47—48, 66; Eskola & Suoranta 2000, 86—87.)
- Holopainen, H. Yle. 11.1.2017. <http://yle.fi/uutiset/3-9325372>. 9.2.2017.
- Honkanen, J. 15.8.2016. Haastattelu.
- Iivanainen, T. Kouvola Sanomat 6.8.2015. Mielipide.  
<http://www.kouvolansanomat.fi/Mielipide.Kolumnit/2015/08/06/Kolumni%3A%20Panimoyritt%C3%A4j%C3%A4ll%C3%A4%20on%20vaikeaa/2015219321923/68>. 31.10.2015.
- Kainulainen, J. 2016. Tohtorit panevat olutta. Karjalainen. 9.11.2015.
- Melkko, J. Kouvola Sanomat 8.8.2015. Verkkouutiset.  
<http://www.kouvolansanomat.fi/Online/2015/08/08/Pienpanimoiden%20tuotteiden%20kysynt%C3%A4%20kasvaa/2015219390556/4>. 31.10.2015.
- Niemelä, J. Suomen Kuvalehti. 42/2015. 29.10.2015.
- Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliitto. 2015. Kuohuvia vaiheita.  
<http://www.panimoliitto.fi/wp-content/uploads/2013/06/historia-tiivistelma.pdf>. 7.1.2016.
- Pelkonen, J. 2015. Tyyntä myrskyn edellä. Uusi-Suomi.  
<http://jmpelkon.puheenvuoro.uusisuomi.fi/200444-tyynta-myrskyn-edella> 18.08.2015. 31.11.2015.
- Pienpanimoliitto 2013. <http://www.pienpanimoliitto.fi/>. 15.1.2016.
- Pöntynen, H. 2012. Raaka-aineiden vaikutus oluen laatuun. Metropolia Ammattikorkeakoulu. Bio- ja elintarviketekniikka. Insinööriyö.
- Ronkainen, K & Rautiainen, V 2013. Neljän Suomalaisen pienpanimon tiilinpäätösanalyysi ja vertailu. Laurea-ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö.  
<http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201305076863>. 7.1.2016.
- Rokka, A. Tuotevalvontakeskus. 17.11.2016
- Rekolan Panimo 14.5.2012. <http://www.rekolanpanimo.fi/blog/>

- Summanen. K. 2015. EU-tuomioistuimelta ratkaisu: Sosiaali- ja terveysministeriö.2016.  
<http://stm.fi/alkoholilainkokonaisuudistus>. 23.1.2017.
- Terveyden- ja Hyvinvoinnin laitos. 7.12.2015.  
<https://www.thl.fi/fi/web/alkoholitupakka-ja-riippuvuudet/alkoholi/alkoholipolitiikka/alkoholipoliittiset-menetelmat>
- Tminox Ltd. Sainless Steel solutions. 2015.  
<http://www.tminox.com/en/catalogs.html>. 19.11.2015.
- Tulli. 2016.  
[http://www.tulli.fi/fi/yrityksille/verotus/valmver\\_alainen\\_toiminta/valtuutettu\\_varastonpitaja/index.jsp](http://www.tulli.fi/fi/yrityksille/verotus/valmver_alainen_toiminta/valtuutettu_varastonpitaja/index.jsp). 29.1.2016.
- Ussa. E. Pienpanimoliitto. Tiedotteet.  
<http://www.pienpanimoliitto.fi/5>. 21.10.2015.
- A Valvira.2015. Alkoholi. Alkoholin valmistus.  
[http://www.valvira.fi/alkoholi/alkoholin\\_valmistus](http://www.valvira.fi/alkoholi/alkoholin_valmistus). 27.09.2015.
- B Valvira. 2015. Alkoholi. Valvonta.  
[http://www.valvira.fi/alkoholi/alkoholijuomien\\_valvonta/omavalvonta](http://www.valvira.fi/alkoholi/alkoholijuomien_valvonta/omavalvonta). 27.09.2015.
- C Valvira. Alkoholi. Alkoholin valmistus. 2015.  
[http://www.valvira.fi/alkoholi/alkoholin\\_valmistus/alkoholijuomienvalmistyslupa](http://www.valvira.fi/alkoholi/alkoholin_valmistus/alkoholijuomienvalmistyslupa). 25.09.2015.
- Verkkouutiset nykypäivä. Suomi saa kieltää viinan nettimyynnin kansanterveysdenuojelemiseksi.  
[http://www.verkkouutiset.fi/kotimaa/eut\\_alkotaksi-43148](http://www.verkkouutiset.fi/kotimaa/eut_alkotaksi-43148).12.11.2015) 21.11.2015.
- Veronmaksajat. 2017.  
<http://www.veronmaksajat.fi/luvut/Tilastot/Kulutusverot/Alkoholijuomavero/14.4.2015>.
- Yara Suomi Oy.2016.  
<http://www.yara.fi/lannoitus/kasvit/ohra/Avainasiat/luokittelu>. 15.1.2016.
- Yle. Holopainen, H. 11.1.2017. <http://yle.fi/uutiset/3-9325372>.

Kysymykset:

Minkä kokoisen panimon toiminnassa olet mukana?

Paljonko teette olutta?

Montako henkeä työllistyy?

Oletko omistaja?

Onko matkailijoilla merkitystä panimotoiminnalle?

Minkälaisia matkailutuotteita tarjoat tällä hetkellä?

Mitä on kehitteillä?

Kuulutko matkailu verkostoon tai verkostoihin esim. Karelia Experttiin?

Onko panimon toiminta ollut taloudellisesti kannattavaa viimeisen tilikauden aikana? Sivutoimista?

Onko aikomuksena jatkaa panimotoimintaa seuraavan kolmenvuoden aikana?

Minkä asian nostaisit tärkeimmäksi toiminnan edellytykseksi tulevaisuudessa?

Onko kysyntä kasvanut?

Haluaisitko kertoa vielä jotakin muuta liittyen panimotoimintaan?