

# ALKOHOLILOJEN EUROOPPALAISTAMINEN LISÄSI ALKOHOLIJUOMIEN KULUTUSTA 1990-LUVULLA

RITVA HEIN – JUKKA SALOMAA

Tämä artikkeli perustuu huhtikuussa 1999 julkistettuun tutkimusraporttiin<sup>1</sup>, jossa tarkasteltiin eri tekijöiden vaikutuksia alkoholijuomien kulutukseen. Aineisto, menetelmät ja yksityiskohtaiset tulokset on esitetty mainitussa raportissa, joten niihin ei tässä yhteydessä puututa.

Tässä artikkelissa keskitytään saatujen tulosten valossa tarkastelemaan ja vertailemaan toisaalta alkoholipoliittisten päätösten ja toisaalta alkoholipoliittisesta päätöksenteosta riippumattomien tekijöiden vaikutuksia alkoholin kulutukseen.

## TOIMINTAYMPÄRISTÖN MUUTOKSET

Aikaisempiin vuosikymmeniin verrattuna alkoholimarkkinat ovat olleet 1990-luvulla voimakkaassa myllerryksessä. Alkoholijuomien kulutuksen kehitykseen ovat vaikuttaneet ensinnäkin lainsäädännössä ja muissa hallinnollisissa määräyksissä tehdyt muutokset.

Vuonna 1995 tuli voimaan uusi alkoholilaki, joka poisti alkoholimarkkinoilta monopolit vähittäismyyntimonopolia lukuun ottamatta. Samalla laissa asetettiin alle 4,7-tilavuusprosenttisten käymisteitse valmistettujen alkoholijuomien (siiderit, kevytviinit, miedot long drink -juomat) vähittäismyynti ja anniskelu samaan asemaan keskioluen kanssa.

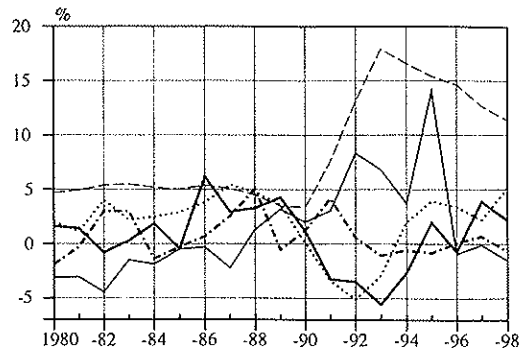
<sup>1</sup>Jukka Salomaa & Ritva Hein: Elpyvä Suomi ja alkoholijuomien kulutus. Tilastoraportti 5/1999. Helsinki: Stakes, 1999.

Alkoholiverolaki tuli voimaan jo vuoden 1994 heinäkuussa. Verolain seurauksena alkoholijuomien hintasuhteet muuttuivat. Väkevien juomien ja vahvan oluen hinnat laskivat, jälkimmäisen tuntuvasti, kun taas viinien sekä keskioluen hinnat nousivat. Verotus pysyi kuitenkin muihin EU-maihin nähden varsin korkeana, pohjoismaisen tavan mukaisesti. Verotuksen keventämiseksi viinien ja väli tuotteiden verotusta alennettiin vuoden 1998 alussa, jolloin näiden tuotteiden hinnat laskivat.

Vuoden 1995 alusta alkoholijuomien hinnoittelu vapautui. Tämä merkitsi sitä, että verojen ja tuotantokustannusten jälkeen alkoholijuomien hinnat voivat vaihdella kysynnän ja tarjonnan mukaan. Ns. polkumyynti ei kuitenkaan ole sallittua. Hinnoittelun vapautuminen ei sanottavasti lisännyt hintakilpailua eri toimijoiden välillä. Kilpailua sen sijaan aiheuttivat myynti- ja anniskeluverkoston laajeneminen ja tarjonnan monipuolistuminen (kuvio 1).

Vuodesta 1995 lähtien uudentyyppiset ns. elintarvikekioskit ja huoltamoiden elintarvikepisteet ovat voineet hakea lupaa myydä myös alkoholijuomia. Tämän seurauksena alle 4,7-tilavuusprosenttisten käymisteitse valmistettujen tuotteiden vähittäismyyntipisteiden määrä kasvoi neljänneksen. Uusien jakelukanavien myötä myös myyntiaika piteni useita tunteja. Myös vähittäismyyntimonopolin palveluja parannettiin siirtymällä pitempiin aukioloaikoihin, myymälöitä pyrittiin sijoittamaan suurten markettien ja ostoskes-

Kuvio 1. Alkoholijuomien kulutuksen, reaalihintojen, myynti- ja anniskeluverkoston ja yksityisten kulutusmenojen muutos-% edelliseen vuoteen verrattuna sekä työttömyysaste



Työttömyysaste ---  
 Yksityiset kulutusmenot kiintein hinnoin .....  
 Alkoholijuomien kulutus ———  
 Alkoholijuomien reaali hinnat - - - - -  
 Alkoholijuomien myynti- ja anniskeluverkosto - - - - -

Lähde: Tilastokeskus, Stakes, Tilre/Päihdetilastot

kusten yhteyteen ja syrjäseutujen palvelujen helpottamiseksi kehitettiin luovutuspaikka-järjestelmää ja tilauspalveluja.

Anniskelulupien kokonaismäärä kasvoi kaksi kolmasosaa 1990-luvulla. Vuosikymmenen alkupuolella lupien kasvu painottui keskialueilla eli nykyisiin C-ravintoloihin. Vuonna 1995 lupien myöntämiskäytännön muututtua EU-ratkaisun myötä C-ravintoloiden määrä kääntyi laskuun ja kaikkia alkoholi juomia anniskelevien ravintoloiden määrä jatkoi kasvuaan.

Toisena alkoholi juomien kulutukseen 1990-luvulla vaikuttaneena tekijänä ovat turismi – erityisesti lähialueille – ja tuliais kiintiöt. Laivamatkailijoiden määrällä mitattu lähialueturismi oli varsin vakaata 1980-luvulla ja vilkastui selvästi Neuvostoliiton hajoamisen myötä vuosikymmenen vaihteessa. Laivamatkailijoiden määrän vaihtelua tasoittaa kuitenkin se, että kulutusmenojen ja työttö-

myyden vaikutus laivamatkailuun on vastakainen: kulutusmenojen kasvu lisää laivamatkailua ja työttömyyden lasku vähentää laivamatkailua – ja päinvastoin. Vuoden 1995 alussa alkoholi juomien tuliais kiintiöiden kasvu ja aikarajojen poistaminen kasvattivat huomattavasti laivamatkailua lähialueille aiheuttaen ns. viinarallin 15.2.1995–1.5.1996, jolloin turistituomisia rajoittavat aikarajat eivät olleet käytössä. Tuontikiintiöiden korotus vuonna 1995 lieneekin turistituomisten määrää eniten kasvattanut tekijä 1990-luvulla.

Säädösten ja määräysten ohella 1990-luvun talouslama ja työttömyys vaikuttivat voimakkaasti alkoholi juomien kulutukseen. Koko 1980-luvun ripeänä jatkunut yksityisten kulutusmenojen kasvu kääntyi vuonna 1990 laskuun, joka jatkui vuoteen 1994. Ripeälle kasvuralle yksityiset kulutusmenot kääntyivät vasta vuonna 1995. Laman seurauksena huippulukemiin noussut työttömyys ei ole palannut lähellekään vuoden 1990 tasoa, vaikka yksityisten kulutusmenojen määrä on jo ohittanut vuoden 1990 reaalitason vuonna 1997.

#### LAMA ALENSI JA MIEDONSI KULUTUSTA

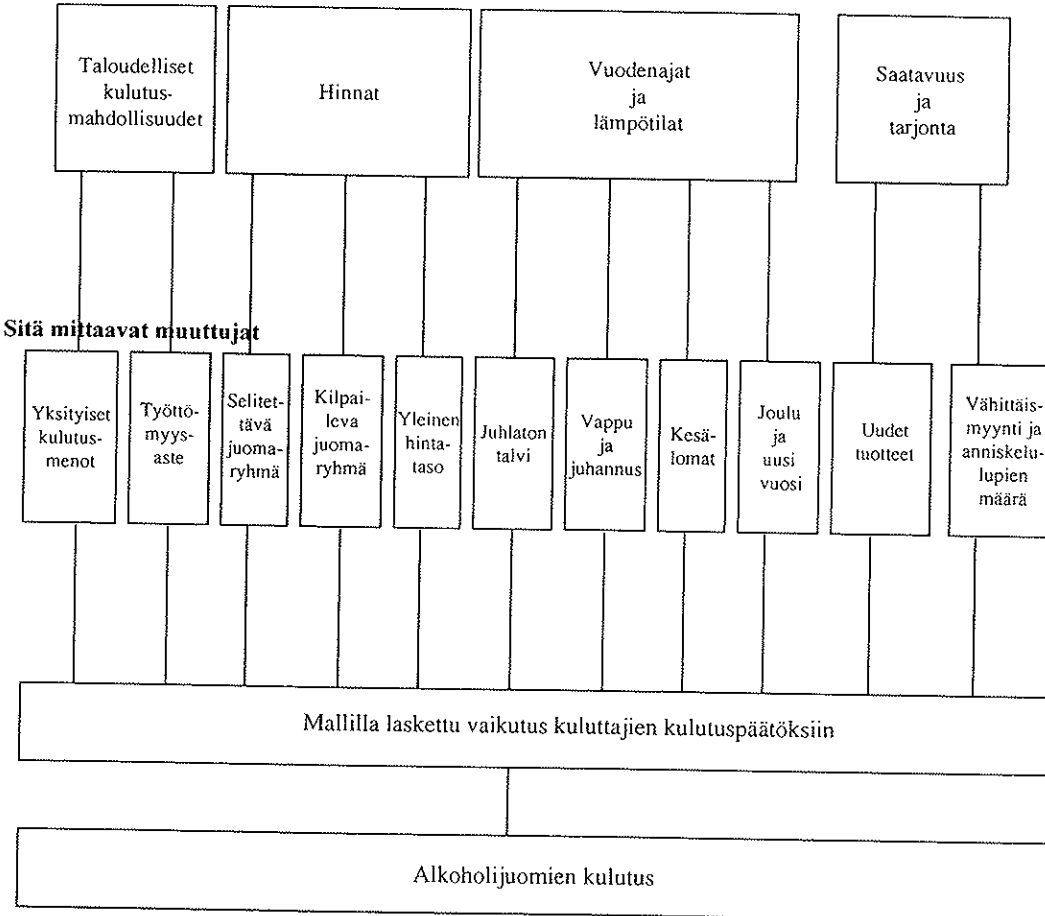
Ekonometristen mallien avulla pystytään arvioimaan eri osatekijöiden osuudet toteutuksessa kehityksessä (kuviot 2).

1990-luvun alkupuolella talouslama toisaalta alensi suoran tulovaikutuksen seurauksena alkoholi juomien kulutusta. Toisaalta lama siirsi kulutusta kalliista juomista halvempiin, jolloin samalla rahamäärällä pystyttiin ostamaan enemmän alkoholia. Vähittäismyynnissä laman suora nettovaikutus oli kolmanneslitran alennus täysi-ikäistä asukasta kohden laskettuun alkoholin kulutukseen. Anniskelussa vastaava nettovaikutus oli 16 alkoholisenttilitran kasvu (taulukko 1).

1990-luvun jälkipuoliskon talouden nousukaudella kulutus siirtyi keskialueesta osittain takaisin muihin juomiin. Vähittäismyynnissä talouskasvun suora nettovaikutus oli yli puolen alkoholisenttilitran kasvu täysi-ikäistä asukasta

Kuvio 2. Alkoholijuomien kulutusta selittävä lineaarinen regressiomalli kaaviona

**Kuluttajan käyttäytymiseen vaikuttavat tekijät**



Taulukko 1. Tärkeimpien tekijöiden nettovaikutus alkoholijuomien kokonaiskulutukseen 1990-luvulla, cl 100 %:n alkoholia täysi-ikäistä asukasta kohden

|   | 1990<br>vähittäis-<br>myynti | -><br>1994<br>anniskelu | 1994<br>vähittäis-<br>myynti | -><br>1997<br>anniskelu |
|---|------------------------------|-------------------------|------------------------------|-------------------------|
| Taloukasvu  | - 34                         | + 16                    | + 52                         | + 18                    |
| Alkoholijuomien reaalihinta<br>siitä verolain osuus | - 25                         | - 4                     | + 0                          | - 1                     |
| Jakeluverkosto, uutuustuotteet                      | -                            | - 13                    | + 39                         | + 11                    |
| Matkailijamäärät                                    | + 8                          | + 4                     | + 23                         | + 7                     |
| Turistikiintiöt                                     | -                            | -                       | + 64                         | -                       |

kohden. Anniskelussa vastaava kasvu oli 18 alkoholisenttilittraa.

#### LISÄSIVÄTKÖ ALKOHOLIPOLIITTISET TOIMENPITEET KULUTUSTA?

Miten alkoholijuomien kulutuksen kehitykseen vaikuttivat alkoholipoliittiset toimenpiteet, jotka suurelta osin liittyivät EU-jäsenyyden valmisteluun ja toteuttamiseen?

1990-luvun alun hinnanmuutosten nettovaikutus oli vähittäismyynnissä neljänneslitran alennus täysi-ikäistä asukasta kohden laskettuun alkoholin kulutukseen. Anniskelussa vastaava hintojen nettovaikutus oli 4 senttilitran alennus, joten kaikkiaan laman aikana alkoholin kulutus laski lähes 30 senttilittraa pelkästään hintojen vaikutuksesta. Suuri osa tästä laskusta johtui keskioluen vähittäismyynnin alenemisestä. Näihin lukuihin sisältyy uuden verolain aikaansaama kulutuksen kasvu. Vaikka 1994 heinäkuussa ehdyn verolain muutoksen nettovaikutus jäi kokonaisuutena vähäiseksi, koska hinnat eivät keskimäärin muuttuneet, lain muutos aiheutti siirtymää juomaryhmien välillä: miedoista juomista väkeviin. Kulutuksen väkevytyminen kasvatti alkoholijuomien kulutusta.

1990-luvun alussa keskiolutravintoloihin painottuva anniskeluravintoloiden määrän kasvu alensi koko anniskelukulutusta 13 senttilittraa, koska anniskelu siirtyi väkevämistä juomista miedompaan keskiolueen. Vuoden 1994 jälkeen tapahtuneet jakeluveroston muutokset, aukioloaikojen pidennykset ja uutuustuotteet kasvattivat anniskelukulutusta 11 senttilittraa täysi-ikäistä asukasta kohden. Vähittäismyynnissä vuoden 1995 alkoholilain muutoksen jälkeen avatut uudet myyntipisteet sekä kauppoihin tulleet uutuustuotteet kasvattivat myyntiä 39 senttilittraa; se vastaa lähes kolmea neljäsosaa talouskasvun aiheuttamasta nettolisäyksestä. Kaikkiaan tarjonnan monipuolistuminen ja saatavuuden paraneminen lisäsivät alkoholijuomi-

en kulutusta puoli litraa täysi-ikäistä asukasta kohden; se vastaa yli kahta kolmasosaa talouskasvun aiheuttamasta kulutuksen kasvusta.

Vuonna 1997 turistituomisten määrä olisi vanhoilla kiintiöillä ollut 2,6 miljoonaa alkoholilitraa toteutunutta pienempi. Täysi-ikäistä asukasta kohden laskettuna tämä olisi merkinnyt 64 senttilittraa toteutunutta pienempää tuomisten määrää. Valtaosa turistituonnista on kuitenkin kotimaista vähittäismyyntiä korvaavaa, eikä siis lisää todellista kokonaiskulutusta. Raportissa arvioitiin, että vain enintään 17 prosenttia turistituomisista olisi ns. ylimääräistä vähittäiskulutusta. Jos samaa suhdetta sovelletaan kiintiöiden korotuksen aiheuttamaan lisäkasvuun, siitä noin 11 alkoholisenttilittraa on ns. ylimääräistä kulutusta täysi-ikäistä asukasta kohden.

Anniskelukulutukseen turistituomisilla ei mallien mukaan ole suurta vaikutusta. Mutta matkalla ja matkakohteissa nautittu ravintolakestitys on vahva kilpailija kotimaiselle ravintolapalvelulle. Raportissamme laskimme matkailun vähentäneen kotimaan anniskelua noin 15 prosenttia vuonna 1997. Anniskelussa turistikulutus oli valtaosin kotimaista anniskelukulutusta korvaavaa ja 15–35 prosenttia oli ns. ylimääräistä anniskelukulutusta.

Kaiken kaikkiaan näyttää siltä, että 1990-luvun puolivälin jälkeen kaikki alkoholijuomien kulutuksen määrään suoraan ja selvästi vaikuttaneet toimenpiteet ovat olleet kulutusta lisääviä. Toimenpiteistä johtuva kulutuksen kasvu on ollut samaa luokkaa kuin talouskasvun aiheuttama kulutuksen lisäys.

#### NOUSEEKO ALKOHOLIN KULUTUS SUOMESSA OECD-MAIDEN KÄRKEEN?

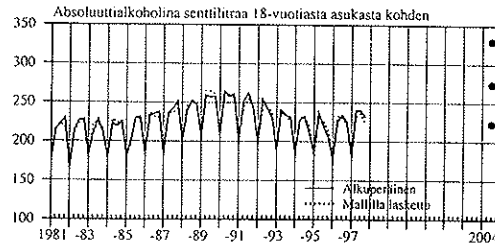
Lähitulevaisuudessa on odotettavissa vain kulutuksen kasvua. Paineet alkoholiverotuksen alentamiseen ja siten hintojen alenemiseen ja kulutuksen kasvuun ovat suuret. Tarjontaa ja saatavuus paranevat jatkossakin. Jo lähitulevaisuudessa kauppojen sunnuntai-

aukiolot saattavat laajeta, myyntipisteitä sijoitetaan yhä tehokkaammin kuluttajien tavanomaisille ostosreiteille jne. Asenteet alkoholin käyttöön ovat hyvin liberaalit, joskin tänä päivänä puhuttavat nuorten juopottelu ja katujen siivottomuus. Kampanjat etenkin nuorten alkoholin käytön vähentämiseksi vetoamalla vastuulliseen myyntiin ja anniskeluun sekä nuoriin itseensä ovat lähteneet käyntiin. Mukana kampanjoissa ovat niin viranomaiset ja järjestöt kuin myös tuottajat, ravintoloitsijat ja vähittäiskauppiat. Asenteet ja tavat ovat kuitenkin hyvin hitaasti muuttuvia.

Alkoholin kulutusta tehokkaasti hillitsevä tekijä on hinta. Suomessa hintoja on verotuksen avulla pidetty suhteellisen korkeina verrattuna Keski- ja Etelä-Euroopan maihin sekä Viroon ja Venäjään. Tämä on hillinnyt alkoholijuomien kotimaisen myynnin kasvua, mutta on luonut kiihokkeen matkustajien alkoholijuomien tuontiin ja alkoholin salakuljetukseen. Verotuksen alentamisvaateet ovat perustuneet myös turistialkoholin ja salakuljetuksen vähentämiseen.

Tutkimuksessa arvioimme, estimoitujen mallien avulla, millaiseksi alkoholijuomien kulutuksen taso kehittyisi eri hinnaanlennusvaihtoehtoilla vuoteen 2004 mennessä. Korkeimpaan kulutustasoon johtaneessa vaihtoehdossa alkoholijuomien hintoja alennettiin juomaryhmästä riippuen 30–40 prosenttia, joka tasoltaan vastaa julkisuudessa usein kaavailtuja hinnaanlennuksia. Näinkin reipas alkoholin hintojen alentaminen ei tutkimuksemme mukaan riittänyt tyrehtyttämään turistialkoholin tuontia. Tallinnan-matkat ovat suosittuja sekä Viron alemman yleisen hintatason että halpojen matkakustannusten vuoksi, eivät yksinomaan halvan alkoholin vuoksi. Vaikka matkailijamäärät Viroon laskivat 1980-luvun alun tasolle (noin puoleen nykyisestä), alkoholituomisten määrä pysyisi nykytasolla, jos matkailijaa kohti lasketut tuontimäärät kaksinkertaistuisivat nykyisestä. Samaan tulokseen päädyttäisiin myös, jos Viron-matkat ja alkoholituomiset säilyisivät

Kuvio 3. Alkoholijuomien myynti, neljännesvuosittain ja ennusteet vuodelle 2004



ennallaan, Ruotsin-matkojen matkustajamäärät ja alkoholituomiset putoaisivat puoleen ja Saksasta saapuvien matkailijoiden määrä kaksinkertaistuisi ja heidän alkoholituomisensa kymmenkertaistuisivat.

Sen sijaan verojen alentaminen ja hintojen lasku saattaisivat vähentää oleellisesti salakuljetusta ja alkoholijuomien kotivalmistusta. Malleista laskien tilastoitu kulutus nousisi kuitenkin tässä vaihtoehdossa 13 alkoholilitraan täysi-ikäistä asukasta kohden vuonna 2004 (kuvio 3). Kokonaiskulutus asukasta kohden nousisi 12 alkoholilitraan.

Tax free -myynnin lopettaminen heinäkuun alussa vuonna 1999 ei toistaiseksi ole juuri vaikuttanut laivaristeilyjen matkustajamääriin, koska Ahvenanmaa säilyi verovapaana vyöhykkeenä.

#### YHTEENVETO

Taloudellisen laman aikana alkoholijuomien kokonaiskulutus väheni lähes kymmenen prosenttia. Kun vuosikymmenen alussa alkoholijuomien kokonaiskulutus oli noussut 8,9 alkoholilitraan asukasta kohden, oli se pudonnut 8,0 litraan vuonna 1994. Lainsäädännölliset ja muut EU:hun liittyvät hallinnolliset muutokset yhdessä taloudellisen noususuhdanteen kanssa käänisivät kulutuksen nopeasti uudelleen kasvu-uralle. Vuonna 1998

ylitettiin jo lamaa edeltänyt kulutuksen taso.

Kulutuksen kasvusta EU-Suomessa lähes puolet selittyy puhtaasti taloudellisista tekijöistä, mutta runsas puolet aiheutuu suoraan toimintaympäristön muutoksista, jotka johtuvat lainsäädännöllisistä ja hallinnollisista päätöksistä.

1990-luvulla ja etenkin EU:hun liittymisen jälkeen kotimaisen vähittäismyynnin kilpailijaksi tuli voimakkaasti kasvava lähialuematkailu turistiviinoinen. Alkon myymälöiden vähittäismyynti aleni tuntuvasti EU:hun liittymisen jälkeen turistikiintiöiden kasvaessa. Elintarvikeliikkeissä myytäviin tuotteisiin ei turistituliaisilla ole ollut suurtakaan vaikutusta, lukuun ottamatta vuoden mittaista ns. viinarallia, jonka aikana keskioluen vähittäismyynti aleni turistituomisten vuoksi runsaat kymmenen prosenttia. Anniskeluun turistituonnilla ei ollut juuri vaikutusta, mutta lähialuematkailu ravintolapalveluineen kilpailee voimakkaasti kotimaisen anniskelutarjonnan kanssa.

Taloudellinen tilanne vaikuttaa alkoholi-juomien anniskeluun monisyisemmin kuin vähittäismyyntiin. Hyvä taloudellinen tilanne kasvattaa väkevien juomien anniskelua, työttömyys ja taloudellinen epävarmuus kasvattavat keskioluen anniskelua ja vähentävät muiden juomien anniskelua. Samansuuntainen vaikutus oli ravintolatarjonnalla. Laman aikana perustettiin runsaasti pieniä keskiolutpaikkoja, ja laman väistyttyä painopiste siirtyi kaikkia juomia anniskeleviin ravintoloihin.

Alkoholijuomien kulutus kasvaneen lähitulevaisuudessa. Alkoholijuomien verojen alentaminen vuoteen 2004 mennessä lähemmäksi muiden EU-maiden tasoa ei juuri vähennä turistialkoholin tuontia nykytasolta. Toisaalta ilman veron- ja hinnanalennuksia turistituonti olisi yli kaksinkertainen nykytasoon verrattuna. Alkoholijuomien hintojen pudotus jopa 30-40 prosenttia ei lasketuissa malleissa pysäyttänyt alkoholin tuontia, vaan nosti kokonaiskulutuksen 12 litraan asukasta kohti.