

# Juovatko helsinkiläiset liikaa?

Jukka Salomaa

Julkisuudessa esitetään silloin tällöin Alkon myyntilukujen perusteella varsin pitkälle meneviä johtopäätöksiä myymäläpaikkakuntien asukkaiden alkoholin käytöstä ottamatta huomioon mm. sitä, että Alkon myymälä on alle puolessa Suomen kunnista. Syyskesällä 1987 käsiteltiin tähän tapaan helsinkiläisten alkoholin käyttöä. Tämän seurauksena Alkon taloudellisessa tutkimus- ja suunnitteluyksikössä käynnistettiin asiaa selvittelevä tutkimusprojekti, joka on nyt valmistunut.

Tutkimuksen lähtökohtana on nimenomaan Helsingin suurten myyntilukujen syiden selvittäminen. Helsingillä on keskeinen asema maan ja läänin pääkaupunkina sekä suuren talousalueen keskuksena, ja tämän keskeisen aseman vaikutuksen selvittämiseksi analyysissa keskitytään tarkastelemaan ns. Helsingin seutua.

## Ravintolamyynä omaa luokkaansa

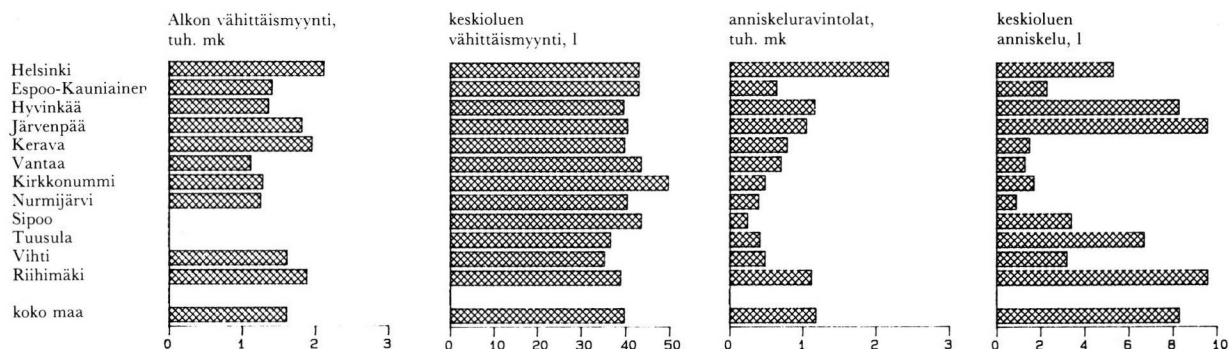
Vaikka alkoholijuomien vähittäismyynti on Helsingissä valtakunnan keskiarvoon nähden runsasta, ei myynnin taso ole mitenkään poikkeuksellinen. Helsingin seudun (Riihimäki

mukaan luettuna) kahdestatoista muusta kunnasta kolmannes on sellaisia, joissa vähittäismyynti on samaa luokkaa tai suurempi kuin Helsingissä. Järvenpäässä, Keravalla ja Riihimäellä 15 vuotta täyttäneitä asukasta kohden laskettu vähittäismyynti on samaa luokkaa kuin Helsingissä, ja Kauniaisissa se on yli kaksinkertainen Helsinkiin verrattuna (kuvio 1).

Sen sijaan Helsingin anniskelumyynti, joka on yli kaksinkertainen muuhun Helsingin seutuun verrattuna, on määrältään omaa luokkaansa. Tämä ei kuitenkaan merkitse sitä, että helsinkiläisten ravintolassa juominen olisi samassa määrin ennätysmäistä, sillä maan pääkaupunkina Helsinkiin on keskittynyt valtaosa alueen edustuskulutuksesta ja turismista.

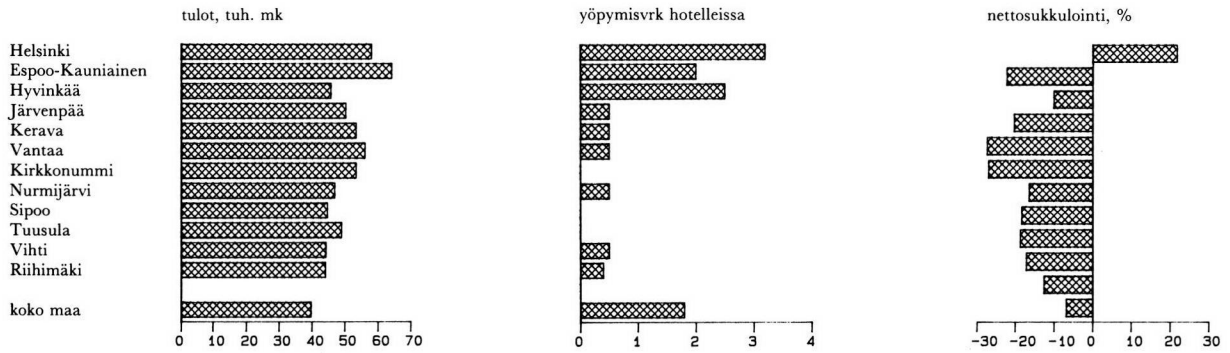
Kuntakohtaisten myyntilukujen raju vaihtelu osoittaa, että ne eivät mittaa riittävän tarkasti kunkin kunnan asukkaiden keskimääräistä alkoholinkäyttömäärää. On ilmeistä, että Uudenmaan kaltaisen melko yhtenäisen alueen asukkaiden kulutustottumukset eivät poikkea toisistaan siinä määrin kuin myyntilukujen perusteella voisi päätellä.

Kuio 1. Alkoholijuomien myynti 15 vuotta täyttäneitä asukasta kohden vuonna 1985



Lähteet: Alko: vuosikirja, kuntakohtaiset tilastot, anniskeluasiainosasto

Kuvio 2. Taloudelliset tekijät 15 vuotta täyttäneitä asukasta kohden vuonna 1985



Lähteet: Kunnallisliitto: kunnallisverotus

Tilastokeskus: liikennetilasto, väestörakenne, väestö- ja asuntolaskenta

### Tutkimusmenetelmä ja aineisto

Tutkimuksessa kuntakohtaisia myyntilukuja analysoidaan lineaarisilla malleilla, joissa 15 vuotta täyttäneitä asukasta kohden laskettuja myyntilukuja selitetään tekijöillä, joiden oletettiin olennaisesti vaikuttavan alkoholimyynnin kuntakohtaisiin taseroihin. Tällaisia tekijöitä ovat kunnan asukkaiden tulotaso, sukku- lointiin eli Helsingin ja muiden kuntien välisiin työmatkoihin liittyvät työmatkaostot ja edustaminen, turismi (hotelliyöpymiset), tarjonta (kuluttajaväestöä kohden laskettu myymälä- ja ravintolatiheys), kunnan luonne (taajama-aste) sekä yli 15-vuotiaiden miesten ikä- ja ammattirakenne sekä perhesuhteet.

Koska päätavoitteena on selvittää syyt Helsingin suuriin myyntilukuihin ja koska sukku- loinnilla oletetaan olevan tässä suhteessa suuri merkitys, otettiin tarkasteluun mukaan vain Helsingin seutu ja Riihimäki. Virallisessa tilastossa Helsingin seutu jaetaan kahteen osaan:

1. pääkaupunkiseutu eli Helsinki, Espoo, Kauniainen ja Vantaa

2. muu Helsingin seutu: Hyvinkää, Järvenpää, Kerava, Kirkkonummi, Nurmijärvi, Sipoo, Tuusula ja Vihti.

Kauniainen on sekä väestörakenteeltaan, tulo- tasoltaan että sijainniltaan poikkeuksellinen kunta, mikä saattaisi aiheuttaa analyysiongelmia. Tästä syystä mallianalysissa Espoo ja

Kauniainen yhdistettiin yhdeksi havaintoyksiköksi.

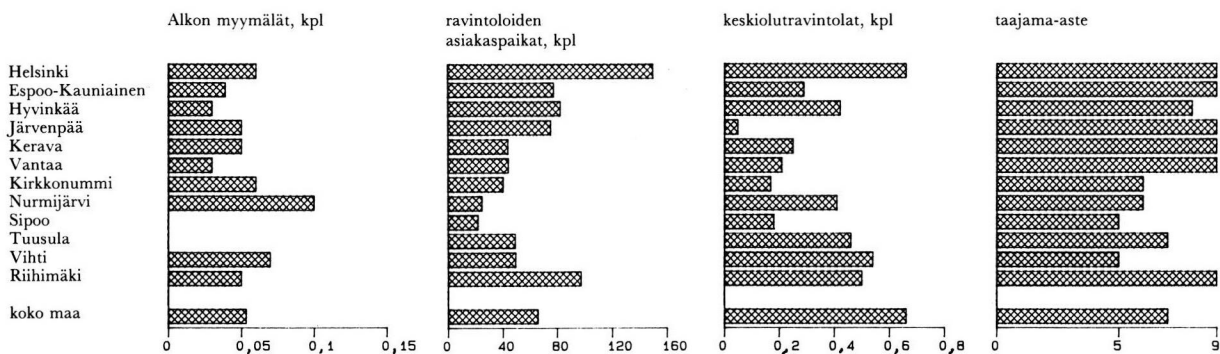
Tarvittavat tiedot on kerätty Alkon vuosikirjasta, kuntakohtaisista tilastoista ja anniskelu- asiainosastolta, väestörakenne- sekä väestö- ja asuntolaskentatilastoista ja majoitustilastoista.

### Helsingissä viidennes ulkokuntalaisia

Tärkein Helsingin erityispiirre on sen keskeinen asema taloudellisena keskuksena. Helsingin työpaikkaomavaraisuus (työpaikat/työvoima) on 136 prosenttia, kun se muissa Helsingin seudun kunnissa on 59–80 prosenttia. Tämä merkitsee sitä, että päivittäin Helsingissä työskentelee noin 130 000 ulkokuntalaista. Toisaalta noin 40 000 helsinkiläistä käy päivittäin töissä lähikunnissa, joten Helsingin päivä- väestön nettolisäys on lähes 90 000. Vuodesta 1976 näiden työmatkojen (joista Helsingin tilastokeskus käyttää nimitystä *sukkulointi*) nettomäärä on lisääntynyt 10 000:lla (kuvio 2).

Kotitalouksien päivittäisistä ostoista huomattava osa tapahtuu työmatkojen yhteydessä. Päivittäistavaraostot voidaan valtaosin tehdä kotikunnassa, koska myymälät ovat auki klo 18:aan saakka, mutta alkoholiostot joudutaan monesti tekemään ruokatunnilla tai kotimatkan alkaessa. Myös anniskeluun sukku- lointi saattaa vaikuttaa lisäävästi, sillä työkavereiden kanssa poiketaan useimmiten työpaikan lähei-

Kuvio 3. Tarjontakapasiteetti ja taaajama-aste tuhatta 15 vuotta täyttänyttä asukasta kohden vuonna 1985



Lähteet: Alko: vuosikirja, kuntakohtaiset tilastot, anniskeluasiainosasto  
Tilastokeskus: vuosikirja, väestörakenne

sydässä olevaan anniskelupaikkaan, jos ravintolailtoja työkavereiden kanssa yleensä harrastetaan.

Myös *turismin* vaikutus anniskeluun on ilmeisesti positiivinen. Matkailun vaikutuksista on varsin vähän selvityksiä, mutta sekä erään yhdysvaltalaisen tutkimuksen (Ornstein & Hanssens 1981) että tämän raportin tekijän (Salomaa 1987) mukaan matkailu lisää selvästi anniskelukulutusta. Matkailun vaikutus on erityisen tuntuva Helsingissä, sillä asukasta kohden laskettu hotelliyöpymisten määrä on Helsingissä kaksinkertainen muuhun pääkaupunkiseutuun (Espoo, Kauniainen, Vantaa) verrattuna ja kolminkertainen muihin Uudenmaan kuntiin verrattuna.

### Ravintolat Helsingissä

Myös tarjonnallaan Helsinki keskittää ostoja alueelleen. Pääkaupungissa on 2/3 Helsingin seudun ja 60 prosenttia Uudenmaan ravintoloiden asiakaspaikoista. Alkon myymälöistä vastaavat osuudet ovat 60 ja 50 prosenttia. Pääkaupungin väestöosuus on kuitenkin pienempi: puolet Helsingin seudun ja 2/5 koko läänin 15 vuotta täyttäneestä väestöstä. Niinpä kuluttajaväestöä kohden laskettu ravintoloiden asiakaspaikkojen määrä on vähintään kaksinkertainen alueen muihin kuntiin verrattuna. Lisäksi vain Nurmijärvellä ja Vihdissä vastaa-

valla tavalla laskettu Alkon myymälämäärä on suurempi kuin pääkaupungissa ja yli puolet Helsingin seudun kunnista on sellaisia, joissa tämä myymälämäärä on huomattavasti pienempi kuin Helsingissä (kuviot 3).

Ulkokuntalaisten kysynnän ja kunnan tarjonnan ohella erityisesti kunnan oman väestön kulutusmahdollisuudet vaikuttavat alkoholi-juomien myyntiin. Kotitalouden kulutusmahdollisuudet riippuvat ennen kaikkea kulutukseen käytettävien tulojen määrästä. Tässäkin suhteessa Helsinki näyttää olevan huipputasoa. Alueen kunnista vain Espoon ja Kauniainen asukkaiden keskimääräinen tulotaso on korkeampi kuin Helsingissä ja maan keskiarvoon verrattuna helsinkiläisten tulotaso on 50 prosenttia korkeampi.

Edellä käsiteltyjen lähinnä taloudellisten tekijöiden lisäksi keskimääräisiin myynti- ja kulutuslukuihin vaikuttavat kuluttajan tavat ja tottumukset, jotka ainakin osittain ovat sidoksissa hänen ikäänsä, perhesuhteisiinsa ja sosioekonomiseen asemaansa sekä asuinympäristöönsä. Väestörakenteeltaan Helsinki kuitenkin poikkeaa alueen muista kunnista ja maan keskiarvosta vähemmän kuin edellä käsiteltyjen tekijöiden suhteen.

### Tarjonnan vaikutus vähäisempi

Taulukossa 1 esitetään myynnin tasoon vai-

kuttavien tärkeimpien tekijöiden suhteellista merkitystä kuvaavat  $\beta$ -kertoimet. Mitä suurempi kertoimen itseisarvo on, sitä suurempi on kyseisen muuttujan suhteellinen merkitys tasoerojen selittäjänä.

Tärkeimmät Helsingin seudun kuntien vähittäismyynnin tasoeroja selittävät tekijät ovat edellä mainittujen mallien ns. perustekijät: tulotaso, tarjonta, sukkulointi ja taajama-aste. Yhdessä eräiden väestötekijöiden sekä ilman Alkoa olevien kuntien asukkaiden ostoja selittävien muuttujien kanssa ne selittävät noin 94 prosenttia Alkon vähittäismyynnin ja noin 83 prosenttia keskioluen vähittäismyynnin vaihteluista. Anniskeluravintoloiden myynnissä vastaava selitysaste nousee lähes 100 prosenttiin ja keskioluen anniskelussa yli 90 prosenttiin.

Näiden perustekijöiden suhteellinen merkitys on yleensä samaa luokkaa. Poikkeuksen muodostavat tarjonta ja turismi. Tarjonnan

merkitys on vähittäismyynnissä muita pienempi, mutta anniskelussa muita suurempi. Koska absoluuttialkoholina mitatusta kulutuksesta vain neljännes on Helsingin seudulla anniskelukulutusta, jää tarjonnan merkitys muita vähäisemmäksi kokonaismyyntiä tarkasteltaessa. Samasta syystä turismin suhteellinen merkitys jää kokonaismyynnissä vähäiseksi, vaikka sen merkitys on anniskelussa samaa luokkaa kuin muiden tekijöiden.

Alkon myymälä näyttää alentavan paikkakunnan keskioluen myyntiä sekä vähittäismyynnissä että anniskelussa. Samansuuntainen vaikutus on taajama-asteen nousulla keskioluen vähittäismyyntiin. Nämä tekijät liittyvät toisiinsa. Alkon myymälät sijaitsevat taajamisissa, joten taajama-asteen nousu lyhentää väestön keskimääräistä ostosmatkaa. Tulos merkitsee sitä, että muut alkoholijuomat ovat keskioluen voimakkaita kilpailijoita ja että kuluttajat ostavat mieluummin niitä.

### Helsinkiläiset keskivertokuluttajia

Estimoitujen mallien avulla voidaan arvioida, millaiseksi Helsingin myynti muodostuisi, jos olot kaupungissa olisivat valtakunnallisten keskiarvojen mukaiset. Taulukossa 2 esitetään laskelma Helsingin myynnin tasosta, kun ulkoiset tekijät eli tarjontatilanne, matkailu ja luonne eli taajama-aste ovat valtakunnallisen keskiarvon mukaiset ja kun työmatkat kaupunkiin ovat yhtä suuret kuin kaupungista ulos suuntautuvat (nettosukkulointi = 0). Tässä

Taulukko 1. Myyntiä selittävien mallien tärkeimpien tekijöiden suhteellinen merkitys,  $\beta$ -kertoimien keskiarvot

	absoluuttialkoholilla vähittäismyynti	anniskelu	painotettu kokonaismyynti
tulotaso	+0,31	+0,17	+0,28
tarjonta	+0,12	+0,29	+0,16
työmatkat	+0,31	+0,16	+0,27
taajama-aste	+0,35	+0,16	+0,31
turismi	—	+0,16	+0,04

Taulukko 2. Helsingin myynti vuonna 1985, cl 18 vuotta täyttäneitä asukasta kohden

	koko maa	Uusimaa	muu Suomi	(toteutuma)	Helsinki		
					I	laskelma II	III
long drinkit ja IV-olut	82	120	63	141	130	103	86
muu Alkon vähittäismyynti	390	475	328	610	439	372	397
keskiolut, vähittäismyynti	171	200	145	197	199	171	179
vähittäismyynti yhteensä	643	795	536	948	768	646	662
anniskeluravintolat	166	243	140	388	260	217	186
keskiolut, anniskelu	38	21	44	24	28	15	15
anniskelu yhteensä	204	264	184	412	288	232	201
myynti yhteensä	847	1 059	720	1 360	1 056	878	863

laskelmassa Helsingin tulotaso ja väestörakenne on pidetty muuttumattomina (laskelma I). Taulukossa 2 esitetään myös kaksi muuta laskelmaa, joissa edellä mainittujen tekijöiden lisäksi ensin myös tulotason ja sitten väestörakenteen on oletettu olevan valtakunnallisten keskiarvojen mukaisia (laskelmat II ja III).

Laskelmien perusteella voidaan todeta, että alkoholin myynti olisi Helsingissä samaa tasoa kuin koko maassa keskimäärin, jos olosuhteet kaupungissa vastaisivat maan keskitasoa. Helsingissä toteutunut myynti on 66—68 prosenttia suurempi kuin maassa keskimäärin. Tästä eroista lähes 2/3 selittyy työmatkaostoilla, edustamisella, turismilla, tarjonnalla ja taajama-asteen mittaamalla kunnan luonteella (kaupungistumisella). Runsas 1/3 eroista selittyy tulotasolla ja siihen liittyvällä väestörakenteella, joskin tulotasosta riippumattoman väestörakenteen vaikutus on pieni, vain parin prosentin luokkaa.

Tulokset voidaan yleistää kaikkien paikkakuntien vertailuun, vaikka aineistona on käytetty Helsingin seudun kuntia. Tulokset osoittavat, että kuntakohtaisten myyntilukujen suuret erot johtuvat pääasiassa muista tekijöistä kuin väestön kulutustottumusten eroista.

Vuoden 1984 juomapatutkimus näyttää antavan samansuuntaisia tuloksia erityisesti juomatapojen alueellisten erojen osalta (Simpura & Lahti 1988). Tässä juomapatutkimuksen vertailussa ei ole selvitetty alueellisten erojen taustalla olevien väestörakenne- ja tulotasoerojen vaikutuksia alkoholin käyttöön, mutta alueellisia lukuja voitaneen suuntaa antavasti verrata nyt saatuihin tuloksiin.

Juomapatutkimuksen mukaan pääkaupunkiseudun miesten keskimääräinen vuosikulutus on vajaat 5 prosenttia suurempi kuin muualla Etelä-Suomessa asuvien ja noin 50 prosenttia suurempi kuin muualla Suomessa asuvien. Naisten osalta erot olivat huomattavasti suuremmat: pääkaupunkiseudun naiset kuluttavat yli kaksinkertaisen määrän muualla asuviin naisiin verrattuna. Juomapatutkimuksen keskimääräisiin kulutusarvioihin on kuitenkin suhtauduttava varauksin, sillä niihin liittyy paljon epävarmuustekijöitä, mm. se, että todellisesta kulutuksesta ne kattavat vain kolmanneksen.

Juomapatutkimuksen mukaan pääkau-

punkiseudun miesten alkoholin käyttö on miehistä kaikkein hillityintä. Sekä humalakulutuksen osuus kokonaiskulutuksesta että humalakertojen osuus juomiskerroista ovat pääkaupunkiseudun miehillä kaikkein alhaisimmat. Myös keskimääräinen kerta-annos on pääkaupunkiseudun miehillä pienempi kuin muualla asuvilla — Vaasan lääniä lukuun ottamatta. Naisten osalta tilanne on päinvastainen: pääkaupunkiseudun naisten humalakulutuksen ja humalakertojen osuudet sekä keskimääräinen kerta-annos ovat suurempia kuin muualla asuvien naisten.

## LÄHTEET

### Kirjallisuus

Atkinson, A. B. & Gomulka, J. & Stern, N. H.: Expenditure on alcoholic drink by households: Evidence from the Family Expenditure Survey 1970—1980. Economic and Social Research Council Programme. Discussion paper 60. 1984

Nyberg, Aarni: Alkoholijuomien kulutus ja hinnat. Väkijuomakysymyksen tutkimussäätiön julkaisu nro 15. Helsinki 1967

Nyberg, Aarni: Alkoholijuomien kulutuksen alueellinen vaihtelu Suomessa. Alkoholitutkimussäätiön julkaisu nro 18. Helsinki 1969

Ornstein, S. I. & Hanssens, D. M.: Alcohol control laws, consumer welfare and the demand for distilled spirits and beer. UCLA Working Paper Series. Center for Marketing Studies Paper, No. 102. 1981

Salo, Maija: Alkoholijuomien anniskelukulutuksen määrän kehitys vuosina 1969—1986 ja eräitä anniskelua koskevia kysyntämalleja. Alkon taloudellisen tutkimus- ja suunnitteluyksikön tutkimusseloste nro 9, 1987

Salo, Maija: Alkoholijuomien vähittäiskulutuksen määrän kehitys vuosina 1969—1987 ja eräitä kulutusta koskevia kysyntämalleja. Alkon taloudellisen tutkimus- ja suunnitteluyksikön tutkimusseloste (raporttiluonnos 1988)

Salomaa, Jukka: Asiakaskäynnit Alkossa ja asiakasryhmien ostokset vuosina 1974 ja 1983. Alkon taloudellisen tutkimus- ja suunnitteluyksikön tutkimusseloste nro 4, 1984

Salomaa, Jukka: Suomen majoitus- ja ravitsemistoinnin kysyntätekijät ja kysyntänäkymät vuoteen 1990. Alkon taloudellisen tutkimus- ja suunnitteluyksikön tutkimusseloste nro 8, 1987

Simpura, Jussi (toim.): Suomalaisten juomatavat. Haastattelututkimusten tuloksia vuosilta 1968, 1976 ja 1984. Alkoholitutkimussäätiön julkaisuja 34. Helsinki 1985

Simpura, Jussi & Lahti, Marja-Leena: Juomatapojen alueellinen vaihtelu Suomessa vuonna 1984. Alkoholipoliittika 53 (1988): 3, 114—121.

## *Tilastot*

Oy Alko Ab:  
Vuosikirja  
Kuntakohtaiset tilastot  
Anniskeluasiainosasto, anniskelun määrä, arvo ja asiakaspaikat kunnittain  
Suomen Kunnallisliitto:  
Kunnallisverotus

## Tilastokeskus:

Kotitaloustiedustelu 1976, 1981  
Liikennetilasto, majoitusliikkeiden kapasiteetti  
Liikennetilasto, majoitusliikkeiden kapasiteetin käyttö  
Tilastollinen vuosikirja  
Väestörakenne  
Väestö iän ja siviilisäädyn mukaan  
Väestö- ja asuntolaskenta 1976, 1980 ja 1985.

## *English Summary*

### *Jukka Salomaa: Juovatko helsinkiläiset liikaa? (Do Helsinki residents drink too much?)*

In Helsinki retail sales of alcohol are nearly 50 per cent higher and the number of alcoholic beverages served is double the corresponding national average. It is evident, however, that Helsinki residents do not consume all the alcoholic beverages sold, but that purchases made by commuters working in Helsinki and by tourists increase the city's retail figures.

Alcohol shops and restaurants in Helsinki serve the needs of a large number of non-city residents. The city's self-sufficiency rate as to employment is 136 per cent, and commuters living elsewhere but working in the city make up over one-fifth of the population by day. Helsinki also has a large number of tourists: The number of hotel overnights as calculated per Helsinki resident 15 years and older is nearly double the national average. On the other hand, Helsinki has a good supply of services. The number of Alko shops per city resident 15 years of age and older is almost one-sixth greater than the national average, and restaurants seat double the national average.

Besides supply and demand, urbanization (population density) and the demographic structure as well as Helsinki

residents' high income level are thought to increase sales in Helsinki.

The effects of these factors on alcohol sales per municipality were examined by using linear models to analyse sales figures per municipality. Variables describing the above-mentioned explanatory factors were examined separately for three different retail sales categories (strong beer and long-drink beverages, other Alko sales, and medium beer) and for two categories of serving alcoholic beverages (restaurants and medium beer).

The results indicate that alcohol purchases made by Helsinki residents correspond with those of the average consumer. The volume of alcohol sales in Helsinki would be comparable to the national average if all other conditions corresponded to the national average. Overall sales in Helsinki are 66–68 per cent above the national average. Purchases made while travelling to and from work, hospitality, tourism, availability and the population density (urbanization) account for nearly two-thirds of this difference. Just over one-third of the difference is explained by the income level and the demographic structure associated with it, though demographic structure independent of income level had a slight effect, of only some 2 per cent.

*Alkoholipolitiikka Vol. 53: 187–192, 1988*