



Alkoholijuomien hintakehitys 2009

Prisutveckling för alkoholdrycker 2009

Alcoholic Beverage Price Trends 2009

Marke Jääskeläinen
+358 20 610 7654
marke.jaaskelainen@thl.fi

Terveyden ja hyvinvoinnin laitos
PL 30 (Mannerheimintie 166, Helsinki)
00271 Helsinki
Puhelin: + 358 20 610 6000
www.thl.fi

Alkoholijuomien hintakehitys 2009

3.6.2010

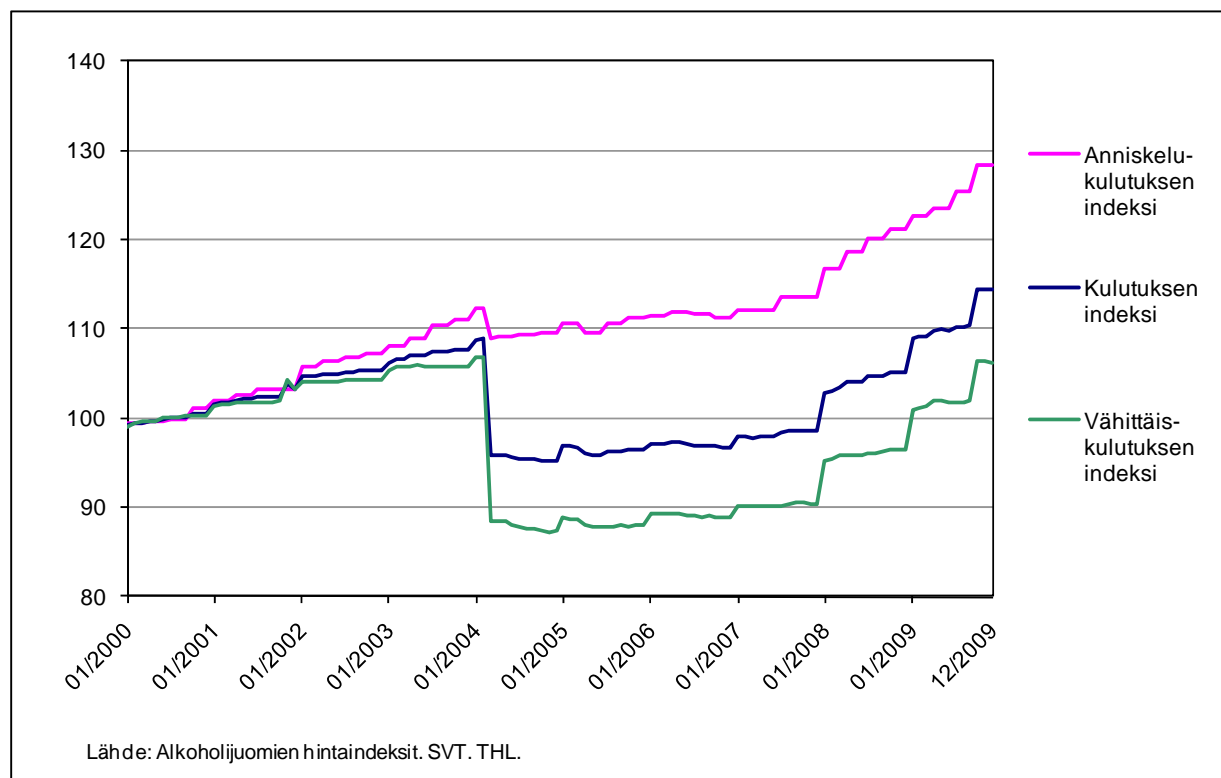
Alkoholijuomien nimellishinnat nousivat vuonna 2009 edelliseen vuoteen verrattuna 6,4 prosenttia (kuvio 1). Vähittäiskulutuksessa hinnat nousivat noin 7,1 prosenttia ja anniskelukulutuksessa noin 4,9 prosenttia. Alkoholijuomien hinnat nousivat Alkon myymälöissä suhteellisesti enemmän kuin elintarvikeliikkeiden hinnat.

Vuonna 2009 inflaatio oli 0,0 prosenttia, joten alkoholin reaalihinnat nousivat saman verran kuin nimellishinnat eli 6,4 prosenttia. Hintojen nousuun vaikuttivat vuonna 2009 kahdesti tehdyt alkoholiveron korotukset. Molemmilla kerroilla kaikkien alkoholijuomien valmisteveroa korotettiin kymmenellä prosentilla. Reaali hinnat olivat vuonna 2009 kuitenkin edelleen keskimäärin 5,6 prosenttia matalammalla tasolla kuin alkoholiveronalennusta edeltävänä vuonna 2003.

Juomaryhmittäin tarkasteltuna eniten nousivat viinojen, väkevien viinien ja keskioluen nimellishinnat (7–8 %). Myös muiden juomaryhmien nimellishinnat nousivat vähintään neljä prosenttia. Lähes kaikkien juomaryhmien hinnat nousivat enemmän vähittäiskulutuksessa kuin anniskelukulutuksessa.

Ennakkotietojen mukaan alkoholijuomien hintojen nousu on tasaantunut vuoden 2010 ensimmäisellä vuosineljänneksellä (tammi-maaliskuu). Alkoholin nimellishinnat nousivat vain 0,6 prosenttia vuoden 2009 viimeiseen vuosineljännekseen verrattuna.

Kuvio 1. Alkoholijuomien kulutuksen, anniskelukulutuksen ja vähittäiskulutuksen nimellishintaindeksit 2000–2009 (2000=100)

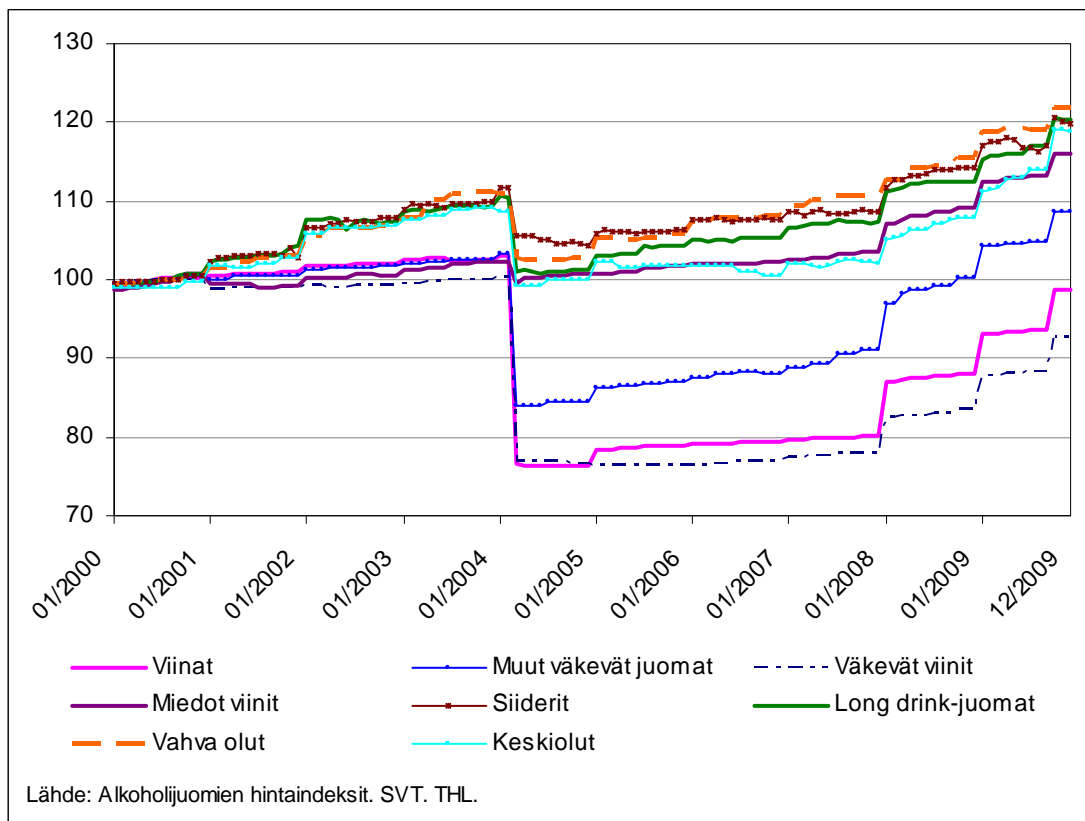


Alkoholijuomien hintakehitys vuonna 2009

Vuonna 2009 alkoholijuomien nimellishinnat nousivat 6,4 prosenttia edelliseen vuoteen verrattuna. Hinnat nousivat enemmän vähittäiskulutuksessa eli Alkoissa ja elintarvikeliikkeissä kuin anniskelukulutuksessa eli alkoholijuomia anniskelevissa ravintoloissa. Vähittäiskulutuksen nimellishinnat hinnat nousivat 7,1 prosenttia ja anniskelukulutuksessa hinnat nousivat 4,9 prosenttia. (Kuvio 1, liitetaulukko 1.)

Juomaryhmittäin tarkasteltuna eniten nousivat viinujen (8,1 %), väkevien viinien (7,6 %) ja keskioluen (7,1 %) nimellishinnat. Myös muiden alkoholijuomien hinnat nousivat vähintään neljä prosenttia. (Kuvio 2, liitetaulukko 1.) Viinujen, muiden väkevien juomien, siiderin ja long drink -juomien hinnat nousivat vähittäiskulutuksessa lähes kaksi kertaa niin paljon kuin anniskelukulutuksessa. Sen sijaan väkevien viinien hinnat nousivat enemmän anniskelukulutuksessa.

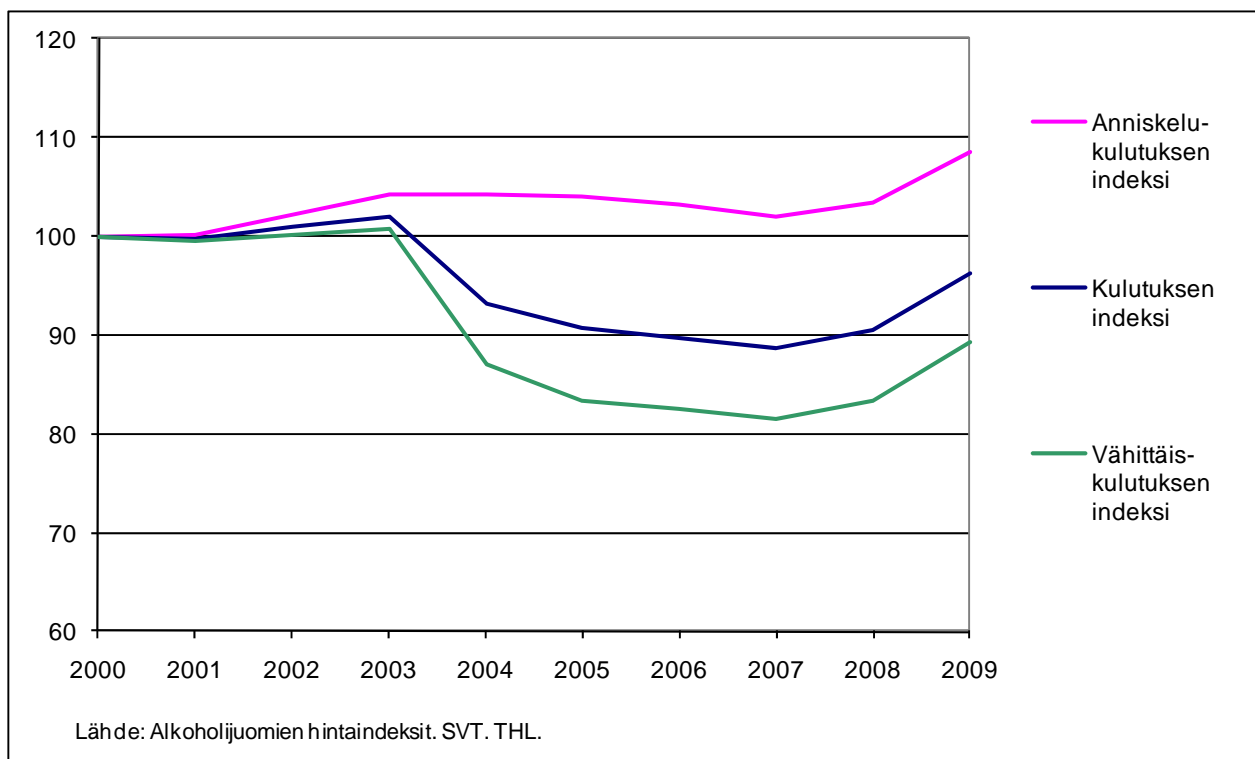
Kuvio 2. Juomaryhmien nimellishintaindeksit 2000–2009 (2000=100)



Vuonna 2009 inflaatio oli 0,0 prosenttia, joten alkoholijuomien reaali hinnat nousivat saman verran kuin nimellishinnat eli 6,4 prosenttia. Jakelutien mukaan tarkasteltuna reaali hinnat nousivat vähittäiskulutuksessa 7,1 prosenttia ja anniskelukulutuksessa 4,9 prosenttia. (Kuvio 3, liitetaulukko 2.)

Reaali hinnat laskivat vuoden 2004 veronalennuksesta lähtien vuoteen 2007 saakka, jonka jälkeen ne kääntyivät nousuun. Reaali hinnat olivat vuonna 2009 kuitenkin edelleen keskimäärin 5,6 prosenttia matalammalla tasolla kuin veronalennusta edeltävänä vuonna 2003. Anniskelukulutuksessa veronalennuksen vaikutukset olivat alun perinkin pienet ja vuonna 2009 anniskelun hinnat olivat vuoteen 2003 verrattuna noin 4,0 prosenttia korkeammat. Vähittäiskulutuksen reaali hinnat olivat vuonna 2009 edelleen 11,4 prosenttia matalammalla tasolla kuin vuonna 2003. (Kuvio 3, liitetaulukko 2.)

Kuvio 3. Alkoholijuomien kulutuksen, anniskelukulutuksen ja vähittäiskulutuksen reaali hintaindeksit 2000–2009 (2000=100)



Alkoholijuomien hintakehitys ennakkotietojen mukaan vuoden 2010 ensimmäisellä vuosineljänneksellä

Ennakkotietojen mukaan alkoholijuomien hintojen nousu on tasaantunut. Alkoholijuomien nimellishinnat nousivat vuoden 2010 ensimmäisellä vuosineljänneksellä 0,6 prosenttia verrattuna vuoden 2009 viimeiseen vuosineljännekseen. Vähittäiskulutuksen hinnat nousivat 0,5 prosenttia ja anniskelukulutuksen hinnat 0,7 prosenttia. Ennakkotietojen mukaan juomaryhmistä vahvan oluen, keskioluen ja siiderin hinnat nousivat noin prosentin verran ja long drink -juomien hinnat 0,7 prosenttia. Muissa juomaryhmissä hintojen nousu oli noin 0,2 prosenttia, lukuun ottamatta muita väkeviä juomia, joiden hinnat laskivat hieman. (Liitetaulukko 1.)

Taustatietoa

Alkoholijuomien hintakehityksessä on tapahtunut merkittäviä muutoksia 2000-luvulla. Ensimmäinen tapahtui 1.3.2004, jolloin alkoholijuomien valmisteveroa alennettiin keskimäärin kolmanneksella. Toinen muutos tapahtui vuoden 2008 alussa, kun alkoholijuomien valmisteveroa korotettiin väkevien alkoholijuomien osalta 15 prosenttia ja mietojen alkoholijuomien osalta 10 prosenttia. Tällöin myös alkoholin mainontaan ja hinnoitteluun asetettiin rajoituksia. Niin sanottujen paljousalennusten käyttäminen eli kahden tai useamman alkoholijuomapakkauksen tai -annoksen tarjoaminen alennettuun yhteishintaan vähittäismyynti- tai anniskelupaikoissa on vuoden 2008 alusta lähtien ollut kiellettyä. Samoin alkoholijuomien tarjoushintojen ja niin sanottujen happy hour -hintojen ilmoittaminen vähittäismyynti- tai anniskelupaikan ulkopuolella on kiellettyä. Vuonna 2009 alkoholiveroa korotettiin vielä kahdesti, tammikuussa ja lokakuussa. Molemmilla kerroilla kaikkien alkoholijuomien valmisteveroa korotettiin kymmenen prosenttia.

Käsitteet ja määritelmät

Alkoholijuoma: Nautittavaksi tarkoitettu juoma, jonka alkoholipitoisuus on yli 2,8 tilavuusprosenttia etyylialkoholia.

Väkevä juoma: Alkoholipitoisuus yli 22 tilavuusprosenttia etyylialkoholia. Näitä ovat viina ja muu väkevä juoma.

Väkevä viini: Viinistä tai hedelmäviinistä etyylialkoholia lisäämällä valmistettu juoma, jonka alkoholipitoisuus on enintään 22 tilavuusprosenttia etyylialkoholia.

Mieto viini: Viinirypäleistä, hedelmistä tai marjoista käymisteitse valmistettu juoma, jonka alkoholipitoisuus on enintään 15 tilavuusprosenttia etyylialkoholia ja joka ei sisällä lisättyä etyylialkoholia.

Siideri: Tuoreista tai kuivatuista omenoista tai päärynöistä tai niistä valmistetuista täysmehuista käymisteitse valmistettu hedelmäviini, jonka alkoholipitoisuus on enintään 8,5 tilavuusprosenttia etyylialkoholia ja joka ei sisällä lisättyä etyylialkoholia.

Long drink -juoma: Käymisteitse tai tislattua alkoholia lisäämällä valmistettu juoma. Käymisteitse valmistettu long drink -juoma sisältää enintään 4,7 tilavuusprosenttia etyylialkoholia. Tislattua alkoholia lisätään ainoastaan ns. vahvoin long drink -juomiin, jotka sisältävät enintään 5,5 tilavuusprosenttia etyylialkoholia ja joiden myynti on sallittua vain Alkon myymälöissä ja A- ja B-ravintoloissa.

Mallasjuomat: Sisältää vahvan oluen ja keskioluen. Vahva olut on käymisteitse pääasiassa maltaista valmistettu juoma, jonka alkoholipitoisuus on yli 4,7 tilavuusprosenttia etyylialkoholia. Keskiolut on käymisteitse pääasiassa maltaista valmistettu juoma, jonka alkoholipitoisuus on enintään 4,7 tilavuusprosenttia etyylialkoholia.

Alkoholijuomien hintaindeksit: Alkoholijuomien koko tilastoidun kulutuksen hintojen kehitystä kuvaavat indeksit, jotka lasketaan vähittäiskulutuksen ja anniskelukulutuksen hintaindekseistä.

Anniskelukulutuksen hintaindeksit: Mittaavat kuluttajien alkoholijuomista maksamia hintoja ravintoloissa ja kahviloissa, joilla on oikeus alkoholijuomien anniskeluun.

Vähittäiskulutuksen hintaindeksit: Mittaavat kuluttajien maksamia hintoja Alkosta ja vähittäismyyntipaikoista ostetuista alkoholijuomista. Vähittäismyyntipaikkoja ovat elintarvikeliikkeet, kioskit ja huoltoasemat.

Alkoholijuomien kulutus: Alkoholijuomien tilastoitu ja tilastoimaton kulutus kotimaassa. Kulutuksen käsite viittaa alkoholijuomien kulutukseen koko maan tasolla.

Tilastoitu kulutus: Alkoholijuomien vähittäiskulutus ja alkoholijuomien anniskelu kotimaassa.

Tilastoimaton kulutus: Matkailijoiden tuomat alkoholijuomat, matkailijoiden ulkomailla nauttima alkoholi, alkoholijuomien kotivalmistus ja laitton kotivalmistus, salakuljetus ja korvikealkoholi.

Vähittäiskulutus: Vähittäiskulutus Alkon myymälöistä ja tilauspalvelupisteistä sekä alkoholijuomien toimitukset elintarvikeliikkeille ja tilaviina- ja sahtimyymlöille.

Anniskelu: Anniskelu mitataan seuraamalla alkoholijuomien toimituksia anniskeluravintoloille
A-ravintolat: anniskelulupa kaikille alkoholijuomille
B-ravintolat: anniskelulupa miedoille alkoholijuomille
C-ravintolat: anniskelulupa etyylialkoholia enintään 4,7 tilavuusprosenttia sisältäville alkoholijuomille.

Indeksi: Kuvaa keskimääräistä suhteellista muutosta. Indeksi ilmaisee prosenttimuutoksen valitusta perusarvosta, jota yleensä merkitään sadalla (100). Useimmiten indeksillä kuvataan hintatason tai arvojen muutosta.

Nimellishintaindeksi: Mittaa suoraan hinnoissa tapahtuvia muutoksia.

Reaalihintaindeksi: Inflaation vaikutus hinnoissa on otettu huomioon. Reaalihintaindeksi lasketaan defloimalla nimellishintaindeksi Tilastokeskuksen kuluttajahintaindeksillä (2000=100).

Alcoholic Beverage Price Trends 2009

3.6.2010

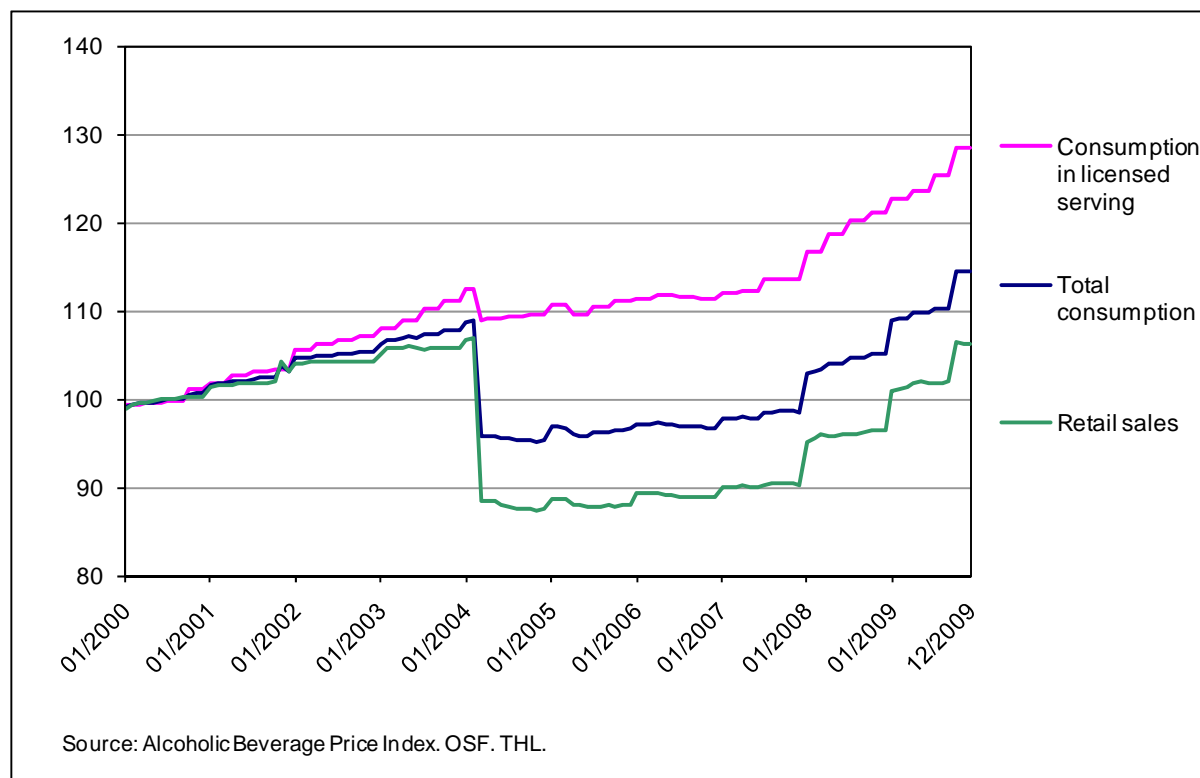
In 2009, nominal prices of alcoholic beverages rose 6.4 per cent on the previous year (Figure 1). Retail prices rose about 7.1 per cent while prices in licensed serving rose about 4.9 per cent. Prices of alcoholic beverages rose more in Alko stores than in grocery stores.

In 2009, inflation stood at 0.0 per cent, and thus the prices of alcoholic beverages in real terms rose by the same amount as nominal prices, i.e. 6.4 per cent. Price increases were due in part to the fact that alcohol taxes were raised twice in 2009. On both occasions, excise taxes on all alcoholic beverages were raised by 10 per cent. Real-term retail prices were still an average of 5.6 per cent lower in 2009 than in 2003, which was the year preceding the previous cut in alcohol taxes.

An analysis by beverage type shows that the greatest rises in nominal prices took place in vodka, gin etc., fortified wines and medium beer (7–8%). The increase in nominal prices was at least 4 per cent for all other beverage types too. The prices of almost all beverage types rose more in retail consumption than in licensed serving.

Preliminary data indicate that the rise in the prices of alcoholic beverages levelled off in the first quarter of 2010 (January–March). Nominal prices of alcoholic beverages rose by only 0.6 per cent on the last quarter of 2009.

Figure 1. Nominal price indexes for consumption in licensed serving, total consumption and retail sales of alcoholic beverages, 2000–2009 (2000=100)

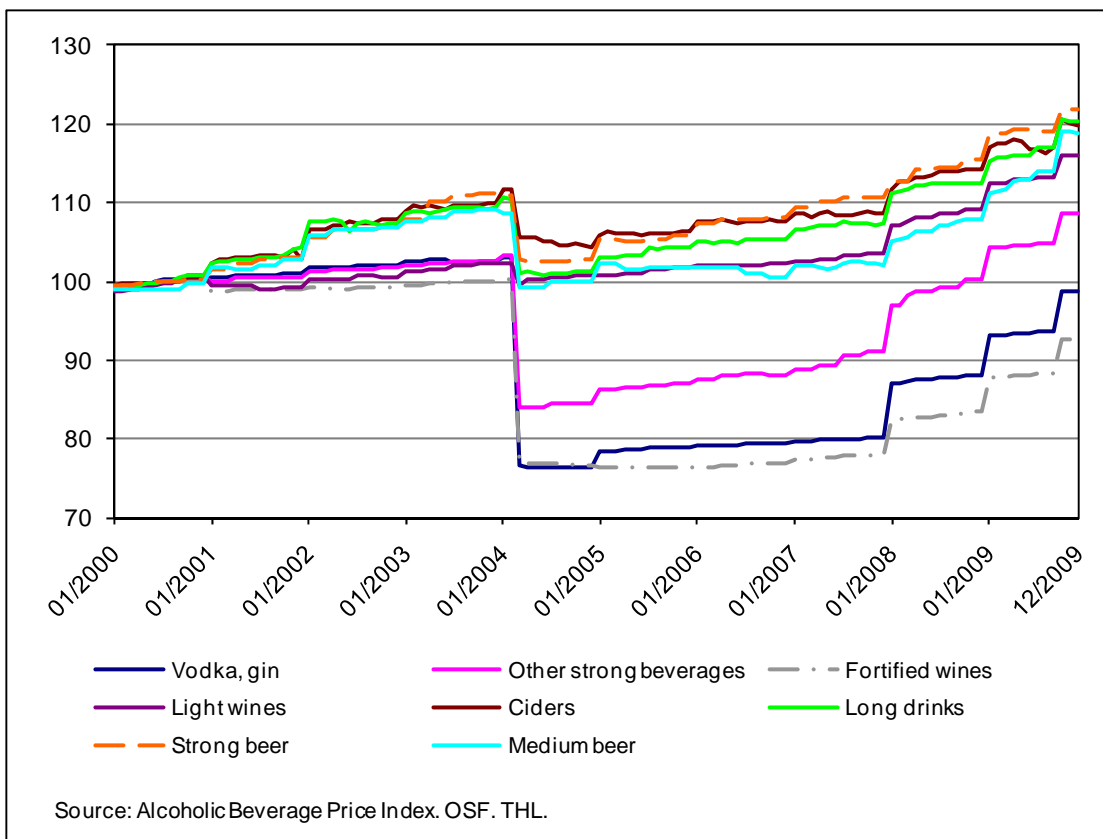


Alcoholic beverage price trends 2009

In 2009, nominal prices of alcoholic beverages rose 6.4 per cent on the previous year. The prices of almost all beverage types rose more in retail consumption, i.e. in Alko stores and grocery shops, than in licensed serving, i.e. licensed restaurants and bars. Nominal retail prices rose about 7.1 per cent and prices in licensed serving about 4.9 per cent (Figure 1, Table 1).

An analysis by beverage type shows that the greatest rises in nominal prices took place in vodka, gin etc. (8.1%), fortified wines (7.6%) and medium beer (7.1 %). The increase in nominal prices was at least 4 per cent for all other beverage types too (Figure 2, Table 1). As regards vodka, gin etc., other strong alcoholic beverages, cider and long drinks, prices in retail consumption rose nearly twice as much as in licensed serving. By contrast, the price of fortified wines rose more in licensed serving.

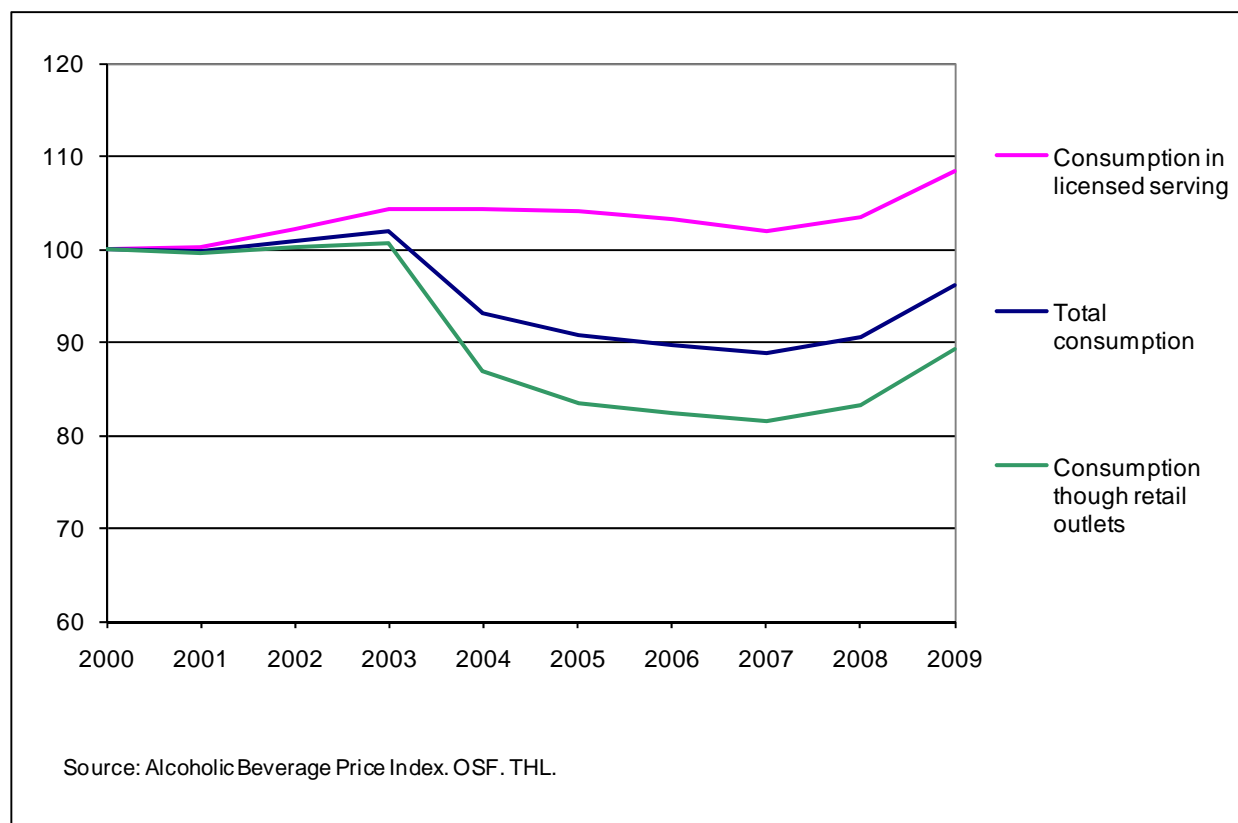
Figure 2. Nominal price indexes by type of beverage 2000–2009 (2000=100)



In 2009, inflation stood at 0.0 per cent, and thus the prices of alcoholic beverages in real terms rose by the same amount as nominal prices, i.e. 6.4 per cent. An analysis by delivery channel shows that the prices of alcoholic beverages in real terms rose 7.1 per cent in retail sales and 4.9 per cent in licensed serving on the previous year (Figure 3, Table 2).

Real prices fell from the 2004 tax reduction until 2007, and then they began to rise. Real-term retail prices in 2009 were still an average of 5.6 per cent lower than in 2003, which was the year preceding the previous cut in alcohol taxes. The tax reduction initially had only a minor impact on prices in licensed serving. In 2009, the prices in licensed serving were 4.0 per cent higher than in 2003. The real prices of retail consumption were still 11.4 per cent lower in 2009 than in 2003 (Figure 3, Table 2).

Figure 3. Real price indexes for consumption in licensed serving, total consumption and retail sales of alcoholic beverages, 2000–2009 (2000=100)



Preliminary data on price trends in alcoholic beverages in the first quarter of 2010

Preliminary data indicate that the rise in the prices of alcoholic beverages has levelled off. In the first quarter of 2010, nominal prices of alcoholic beverages rose by only 0.6 per cent on the last quarter of 2009. Retail prices rose by 0.5 per cent and prices in licensed serving 0.7 per cent. Preliminary data for beverage types indicates that the prices of strong beer, medium beer and cider rose about one per cent, while the prices of long drinks rose by 0.7 per cent. The rise in other beverage types was about 0.2 per cent, with the exception of the category other strong beverages, for which prices dropped slightly (Table 1).

Background information

Considerable changes have taken place in price trends for alcoholic beverages in the 2000s. The first major change took place on 1 March 2004, when excise taxes on alcoholic beverages were cut by one third on average. A second change took place at the beginning of 2008, when excise taxes on alcohol were raised by 15 per cent for strong alcoholic beverages and by 10 per cent for mild alcoholic beverages. Restrictions were also placed on alcohol advertising and pricing. From the beginning of 2008, it was prohibited to use 'quantity discounts', that is, to offer two or more packages or portions of alcoholic beverages at a reduced total price in retail sales or licensed serving. At the same time, a prohibition was also introduced on advertising for discount prices for alcoholic beverages or so-called happy-hour prices outside retail sales or licensed serving premises. Excise taxes on alcoholic beverages were raised twice in 2009, in January and October. On both occasions, excise taxes on all alcoholic beverages were raised by 10 per cent.

Concepts and definitions

Alcoholic beverage: A beverage intended for consumption and containing more than 2.8 per cent by volume of ethyl alcohol.

Strong alcoholic beverage: Contains more than 22 per cent by volume of ethyl alcohol (vodka, gin etc. and other strong beverages).

Fortified wine: A beverage produced from wine or fruit wine by adding ethyl alcohol and containing no more than 22 per cent by volume of ethyl alcohol.

Light wine: A beverage produced from grape, fruits or berries by fermentation, containing no more than 15 per cent by volume of ethyl alcohol and no added ethyl alcohol.

Cider: A beverage produced from fresh or dried apples or pears or apple or pear juice by fermentation, containing no more than 8.5 per cent by volume of ethyl alcohol and no added ethyl alcohol.

Long drinks: A beverage produced by fermentation or by adding distilled alcohol. Long drinks produced by fermentation cannot contain more than 4.7 per cent by volume of ethyl alcohol. Distilled alcohol is only added to so-called strong long drink, containing no more than 5.5 per cent by volume of ethyl alcohol and licensed for sale only in Alko stores and restaurants

Beers: The category consists of strong beer and medium beer. Strong beer is produced primarily from malt by fermentation, and contains more than 4.7 per cent by volume of ethyl alcohol. Medium beer is produced primarily from malt by fermentation, and contains no more than 4.7 per cent by volume of ethyl alcohol.

Alcoholic beverage price indexes: Indexes describing the price trends for the total documented consumption of alcoholic beverages, calculated from the price indexes for retail consumption and consumption on licensed premises.

Alcoholic beverage price index for licensed consumption of alcohol: An index of consumer prices for alcoholic beverages in licensed restaurants and cafés.

Alcoholic beverage price index for retail consumption: An index of consumer prices for alcoholic beverages bought in Alko stores and other retail outlets. Retail outlets refer to grocery shops, kiosks and petrol stations.

Consumption of alcoholic beverages: Documented and undocumented consumption in Finland The concept of consumption refers to consumption of alcoholic beverages at national level.

Documented consumption: Retail consumption of alcoholic beverages and the licensed serving of alcoholic beverages in Finland.

Undocumented consumption: Alcohol imports by passengers, alcohol consumed by Finns outside Finland, legal and illegal home preparation, smuggling and surrogates.

Retail consumption: Retail consumption from Alko stores and delivery points and deliveries of alcoholic beverages to grocery shops and to stores for selling fruit wine and sahti.

Licensed serving: Licensed serving is measured by monitoring deliveries of alcoholic beverages to licensed restaurants.

Restaurants with licence A: Licensed to serve all types of alcoholic beverages

Restaurants with licence B: Licensed to serve mild alcoholic beverages

Restaurants with licence C: Licensed to serve alcoholic beverages with an alcohol content of no more than 4.7 per cent by volume of ethyl alcohol.

Index: Describes the average relative change. The index indicates a change, given in per cent, from a selected base value, usually one hundred (100). Indexes usually describe changes in price levels or value.

Nominal price index: Measures direct changes in prices.

Real price index: Inflation has been taken into account in the prices. The real price index is calculated by deflating the nominal price index with the consumer price index of Statistics Finland (2000=100).

Liitetaulukot

Liitetaulukko 1. Alkoholijuomien kulutuksen nimellishintaindeksejä 2000–2009.

Liitetaulukko 2. Alkoholijuomien kulutuksen reaalihintaindeksejä vuosina 2000–2009.

Tabellbilagor

Bilagetabell 1. Nominella prisindex för alkoholkonsumtionen 2000–2009.

Bilagetabell 2. Realprisindex för alkoholkonsumtionen 2000–2009.

Appendix Tables

Appendix Table 1. Nominal price indexes for alcoholic beverage consumption 2000–2009.

Appendix Table 2. Real price indexes for alcoholic beverage consumption 2000–2009.

Liitetaulukot

Liitetaulukko 1. Alkoholijuomien kulutuksen nimellishintaindeksejä 2000–2009.

Liitetaulukko 2. Alkoholijuomien kulutuksen reaalihintaindeksejä vuosina 2000–2009.

Tabellbilagor

Bilagetabell 1. Nominella prisindex för alkoholkonsumtionen 2000–2009.

Bilagetabell 2. Realprisindex för alkoholkonsumtionen 2000–2009.

Appendix Tables

Appendix Table 1. Nominal price indexes for alcoholic beverage consumption 2000–2009.

Appendix Table 2. Real price indexes for alcoholic beverage consumption 2000–2009.

Liitetaulukko 1. - Bilagetabell 1. - Appendix table 1.

Alkoholijuomien kulutuksen nimellishintaindeksejä vuosina 2000-2009.

Nominella prisindex för alkoholkonsumtionen 2000-2009.

Nominal price indexes for alcoholic beverage consumption 2000-2009.

Kulutus yhteensä - Total konsumtion - Total consumption	2000=100									
	Viinat	Muut väkevät juomat	Väkevät viinit	Miedot viinit	Siiderit	Long drink	Vahva olut	Keskiolut	Kaikki juomat	
	Brännvin	Övriga starka drycker	Starkvin	Lättvin	Cider	Long drink	Stark öl	Mellanöl	Alla drycker	
	Vodka, gin etc.	Other strong beverages	Fortified wines	Light wines	Ciders	Long drink	Strong beer	Medium beer	All beverages	
2000	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
2001	100,8	100,4	99,1	99,4	103,0	103,0	103,7	102,2		102,2
2002	101,7	101,5	99,2	100,3	106,7	106,4	108,6	104,9		104,8
2003	102,4	102,4	99,8	101,7	109,1	107,4	112,9	107,2		106,8
2004	77,1	85,9	82,0	100,6	105,3	100,7	105,8	99,7		96,8
2005	72,9	84,3	76,7	100,9	105,3	101,1	104,9	98,5		95,1
2006	73,3	85,6	77,1	101,6	106,8	102,9	105,9	100,6		95,8
2007	74,1	87,5	78,0	102,6	107,9	104,6	108,3	100,7		97,0
2008	87,7	98,9	82,9	108,3	113,5	112,2	114,2	106,7		104,3
2009	94,7	105,6	89,2	113,7	117,9	117,3	119,8	114,3		110,9
2009 4. vuosineljännes	98,8	108,5	92,6	115,9	120,1	120,5	121,8	118,9		114,4
2009 4:e kvartalet										
2009 4th quarter										
2010 1. vuosineljännes*	98,9	108,5	92,8	116,1	121,4	121,3	123,2	120,0		115,1
2010 1:a kvartalet*										
2010 1st quarter*										
muutos loka-marras-joulu 2009/ tammi-helmi-maalis 2010*, %	0,2	-0,1	0,2	0,2	1,0	0,7	1,1	0,9		0,6
förändr. okt-nov-dec 2009/ jan-feb-mar 2010*, %										
change Oct-Nov-Dec 2009/ Jan-Feb-Mar 2010*, %										
Vähittäiskulutus - Detaljhandelskonsumtion - Consumption through retail outlets										
	Viinat	Muut väkevät juomat	Väkevät viinit	Miedot viinit	Siiderit	Long drink	Vahva olut	Keskiolut	Kaikki juomat	
	Brännvin	Övriga starka drycker	Starkvin	Lättvin	Cider	Long drink	Stark öl	Mellanöl	Alla drycker	
	Vodka, gin etc.	Other strong beverages	Fortified wines	Light wines	Ciders	Long drink	Strong beer	Medium beer	All beverages	
2000	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
2001	100,2	99,4	98,8	98,1	104,2	103,7	105,0	101,7		102,1
2002	100,5	99,6	98,8	98,7	109,2	109,1	108,5	103,5		104,4
2003	100,1	100,1	99,2	99,5	111,6	110,5	111,2	105,3		105,8
2004	70,1	77,3	78,8	97,7	105,2	100,5	98,4	92,8		91,5
2005	64,1	74,1	74,6	97,0	104,2	99,9	94,2	91,2		88,5
2006	64,0	75,0	75,0	97,3	105,3	101,8	92,9	94,1		89,1
2007	64,1	76,7	75,8	98,0	106,1	103,8	94,0	94,6		90,2
2008	72,0	87,5	81,1	102,5	110,1	108,7	98,7	99,5		96,0
2009	79,4	94,7	87,2	107,6	115,1	115,7	105,6	106,8		102,8
2009 4. vuosineljännes	83,8	97,9	90,5	109,7	117,3	119,7	108,4	110,9		106,3
2009 4:e kvartalet										
2009 4th quarter										
2010 1. vuosineljännes*	83,8	97,7	90,6	109,6	118,8	120,7	110,7	112,0		106,9
2010 1:a kvartalet*										
2010 1st quarter*										
muutos loka-marras-joulu 2009/ tammi-helmi-maalis 2010*, %	0,0	-0,3	0,1	-0,1	1,3	0,8	2,2	1,0		0,5
förändr. okt-nov-dec 2009/ jan-feb-mar 2010*, %										
change Oct-Nov-Dec 2009/ Jan-Feb-Mar 2010*, %										

Liitetaulukko 1. - Bilagetabell 1. - Appendix table 1.

Anniskelukulutus - Konsumtion av serverad alkohol - Consumption in licensed serving

	Viinat Brännvin <i>Vodka, gin etc.</i>	Muut väkevät juomat Övriga starka drycker <i>Other strong beverages</i>	Väkevät viinit Starkvin <i>Fortified wines</i>	Miedot viinit Lättvin <i>Light wines</i>	Siiderit Cider <i>Ciders</i>	Long drink Long drink <i>Long drink</i>	Vahva olut Stark öl <i>Strong beer</i>	Keskiolut Mellanöl <i>Medium beer</i>	Kaikki juomat Alla drycker <i>All beverages</i>
2000	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
2001	102,1	101,9	102,3	103,8	102,0	102,0	103,0	103,1	102,7
2002	104,7	104,6	104,4	106,8	105,0	105,7	108,6	107,6	106,5
2003	107,6	106,4	108,2	111,5	107,1	106,7	114,1	111,1	109,6
2004	104,1	104,4	108,3	114,2	107,4	105,8	113,6	112,8	109,7
2005	105,0	105,6	107,8	119,2	108,7	107,5	115,5	112,5	110,5
2006	106,7	107,5	108,8	121,7	110,8	109,3	118,4	112,7	111,6
2007	109,1	109,8	111,1	124,3	112,6	110,9	121,7	112,1	112,8
2008	114,6	116,8	115,5	134,6	117,8	115,3	126,9	118,1	119,2
2009	119,5	122,1	125,6	141,1	121,2	117,8	131,0	125,9	125,0
2009 4. vuosineljännes 2009 4:e kvartalet <i>2009 4th quarter</i>	121,8	124,4	131,1	143,7	123,3	119,8	132,5	131,4	128,5
2010 1. vuosineljännes* 2010 1:a kvartalet* <i>2010 1st quarter*</i>	122,4	124,6	134,4	145,7	124,0	120,4	133,1	132,4	129,3
muutos loka-marras-joulu 2009/ tammi-helmi-maalis 2010*, % förändr. okt-nov-dec 2009/ jan-feb- mar 2010*, % <i>change Oct-Nov-Dec 2009/ Jan-Feb- Mar 2010*, %</i>	0,5	0,2	2,5	1,3	0,6	0,6	0,4	0,8	0,7

*ennakkotieto - preliminär uppgift - preliminary data

Liitetaulukko 2. - Bilagetabell 2. - Appendix table 2.

Alkoholijuomien kulutuksen reaalihintaindeksiä vuosina 2000-2009

Realprisindex för alkoholkonsumtionen 2000-2009.

Real price indexes for alcoholic beverage consumption 2000–2009.

Kulutus yhteensä - Total konsumtion - Total consumption

2000=100

	Viinat Brännvin Vodka, gin etc.	Muut väkevät juomat Övriga starka drycker Other strong beverages	Väkevät viinit Starkvin Fortified wines	Miedot viinit Lättvin Light wines	Siiderit Cider Ciders	Long drink Long drink Long drink	Vahva olut Stark öl Strong beer	Keskiolut Mellanöl Medium beer	Kaikki juomat Alla drycker All beverages
2000	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
2001	98,2	97,9	96,5	96,9	100,7	100,5	99,9	101,7	99,8
2002	97,4	97,4	95,2	96,3	103,1	103,5	102,1	103,9	101,0
2003	97,2	97,5	94,9	96,9	104,3	103,8	104,7	105,8	102,0
2004	78,4	83,3	76,2	95,7	100,9	98,2	99,0	98,8	93,1
2005	74,4	81,1	71,8	95,2	100,1	97,7	98,4	95,3	90,7
2006	73,4	80,9	70,9	94,2	99,8	97,8	98,9	93,7	89,8
2007	72,3	80,6	70,0	92,8	98,4	97,1	98,7	91,5	88,7
2008	76,1	85,8	71,9	94,0	98,5	97,2	99,1	92,6	90,5
2009	82,2	91,6	77,4	98,6	102,3	101,8	103,9	99,2	96,2

Vähittäiskulutus - Detaljhandelskonsumtion - Consumption through retail outlets

	Viinat Brännvin Vodka, gin etc.	Muut väkevät juomat Övriga starka drycker Other strong beverages	Väkevät viinit Starkvin Fortified wines	Miedot viinit Lättvin Light wines	Siiderit Cider Ciders	Long drink Long drink Long drink	Vahva olut Stark öl Strong beer	Keskiolut Mellanöl Medium beer	Kaikki juomat Alla drycker All beverages
2000	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
2001	97,8	97,0	96,3	95,7	101,6	101,2	99,2	102,4	99,6
2002	96,5	95,6	94,9	94,7	104,9	104,8	99,4	104,2	100,2
2003	95,3	95,2	94,4	94,7	106,2	105,2	100,2	105,9	100,7
2004	66,6	73,4	74,8	92,8	100,0	95,5	88,2	93,5	86,9
2005	60,4	69,8	70,2	91,4	98,1	94,1	85,8	88,7	83,3
2006	59,2	69,4	69,4	90,1	97,5	94,2	85,9	87,1	82,4
2007	57,9	69,2	68,4	88,5	95,8	93,7	84,9	85,4	81,5
2008	62,5	75,9	70,4	88,9	95,5	94,3	85,6	86,3	83,3
2009	68,9	82,2	75,7	93,3	99,9	100,4	91,7	92,7	89,2

Liitetaulukko 2. - Bilagetablell 2. - Appendix table 2.

Alkoholijuomien kulutuksen reaalihintaindeksejä vuosina 2000-2009

Realprisindex för alkoholkonsumtionen 2000-2009.

Real price indexes for alcoholic beverage consumption 2000–2009.

Anniskelukulutus - Konsumtion av serverad alkohol - Consumption in licensed serving

	Viinat	Muut väkevät juomat	Väkevät viinit	Miedot viinit	Siiderit	Long drink	Vahva olut	Keskiolut	Kaikki juomat
	Brännvin	Övriga starka drycker	Starkvin	Lättvin	Cider	Long drink	Stark öl	Mellanöl	Alla drycker
	<i>Vodka, gin etc.</i>	<i>Other strong beverages</i>	<i>Fortified wines</i>	<i>Light wines</i>	<i>Ciders</i>	<i>Long drink</i>	<i>Strong beer</i>	<i>Medium beer</i>	<i>All beverages</i>
2000	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
2001	99,6	99,4	99,8	101,2	99,5	99,5	100,4	100,6	100,2
2002	100,5	100,5	100,3	102,5	100,8	101,5	104,3	103,4	102,3
2003	102,4	101,3	103,0	106,1	102,0	101,6	108,6	105,7	104,3
2004	98,9	99,2	102,9	108,5	102,1	100,5	107,9	107,2	104,3
2005	98,9	99,4	101,6	112,2	102,4	101,2	108,7	106,0	104,0
2006	98,7	99,4	100,7	112,7	102,5	101,1	109,6	104,3	103,2
2007	98,6	99,2	100,3	112,3	101,7	100,2	109,9	101,2	101,9
2008	99,5	101,4	100,2	116,8	102,2	100,0	110,1	102,5	103,4
2009	103,7	105,9	109,0	122,4	105,1	102,2	113,7	109,2	108,5

Laatuseloste

Alkoholijuomien hintaindeksit

1. Tilastotietojen relevanssi

Alkoholijuomien hintaindeksi kuvaa kuluttajien alkoholijuomista maksamien hintojen kehitystä ja kertoo, kuinka paljon hinnat ovat muuttuneet vertailuajankohtaan nähden.

Alkoholijuomien hintaindeksi 2000=100 -indeksin referenssijakso on vuosi 2000. Se on suoraa jatkoa alkoholijuomien hintaindekseille 1969=100.

Julkaisun tiedot perustuvat pääasiassa Terveyden ja hyvinvoinnin laitoksen (THL) (vuoteen 2008 saakka Stakes), Alko Oy:n ja Tilastokeskuksen keräämiin valtakunnallisiin tilastoihin ja rekistereihin. Niiden keruu perustuu Tilastolakiin (280/2004) ja lakiin Terveyden ja hyvinvoinnin laitoksesta (668/2008).

2. Tilastotutkimuksen menetelmäkuvaus

Alkoholijuomien hintaindeksi lasketaan painottamalla yhteen alkoholijuomien vähittäismyyntihintaindeksi ja anniskeluhintaindeksi. Painoina käytetään laskettavaa indeksiä vastaavan vuoden alkoholijuomien kulutuksen arvo-osuuksia.

Vähittäismyyntihintaindeksi lasketaan painottamalla yhteen Alko Oy:n laatimat Alkon alkoholijuomien hintaindeksit ja Tilastokeskuksen laskemat elintarvikeliikkeiden alkoholijuomien hintaindeksit. Painoina käytetään laskettavaa indeksiä vastaavan vuoden alkoholijuomien kulutuksen arvo-osuuksia.

Anniskeluhintojen hintaseurantaa varten THL kerää neljä kertaa vuodessa noin 190 ravintolalta esimerkkijuomien ravintolahintatiedot. Otoksessa on mukana keskimäärin 120 AB-ravintolaa ja 70 C-ravintolaa. Kyselyn ravintolat valitaan satunnaisotannalla ja yksi ravintola on kyselyssä mukana keskimäärin 3 vuotta. Niille otetaan valituille ravintoloille, jotka eivät vastaa määräaikaan mennessä, lähetetään muistutuskirje. Ravintolat ilmoittavat kustakin määritellystä juomaryhmästä suosituimman tuotteen hinnan.

Hintaindeksien laskennassa sovelletaan Divisia-Törnqvist -indeksikaavaa.

3. Tietojen oikeellisuus ja tarkkuus

Vähittäismyyntitietojen oikeellisuus riippuu Alko Oy:ltä ja Tilastokeskukselta saatavien tietojen oikeellisuudesta ja tarkkuudesta. Virhettä epäiltäessä tiedot tarkistetaan. Anniskelumyyntitiedot ovat oikeita, jos ravintolat ilmoittavat hintatiedot oikein. Tietojen tallennusvaiheessa verrataan tietoja aikaisempiin ja suurten poikkeamien syyt pyritään selvittämään. Jos epäillään virhettä, tieto jätetään tilastoinnin ulkopuolelle. Myyntiin tulevat uudet tuotteet voidaan ottaa mukaan indeksilaskentaan vasta, kun ne ovat olleet markkinoilla vähintään kahden laskentakauden ajan.

4. Julkaistujen tietojen ajantasaisuus ja oikea-aikaisuus

THL tuottaa vähittäismyyntihintaindeksit kuukausittain ja ne ovat saatavilla tilastokuukautta seuraavan kuukauden 14. päivänä tai sitä seuraavana arkipäivänä. Anniskelumyyntihintaindeksit lasketaan neljä kertaa vuodessa ja ne ovat saatavilla tilastointikuukautta seuraavan puolentoista kuukauden sisällä. Tilasto on ilmestyessään ennakkollinen. Lopullinen tieto julkaistaan tilastointivuotta seuraavan kesäkuun aikana.

5. Tietojen saatavuus ja läpinäkyvyys/selkeys

Alkoholijuomien hintakehityksestä julkaistaan vuosittain ilmestyvä tilastoraportti, joka löytyy THL:n internet-sivuilta (www.thl.fi). Tilastoraportti julkaistaan tilastointivuotta seuraavan kesäkuun aikana. Tiedot löytyvät myös SVT-sarjaan kuuluvasta Päihdetilastollisesta vuosikirjasta, joka julkaistaan vuosittain verkossa osoitteessa <http://www.stakes.fi/FI/tilastot/aiheittain/Paihteet/Paihdetilastovuosikirja.htm>.

6. Tilastojen vertailukelpoisuus

Alkoholijuomien hintakehitystä kuvaavia tietoja on tuotettu vuosina 1932–1994 Alko Oy:ssä. Vuodesta 1995 lähtien alkoholijuomien hintaindeksit on laadittu ja julkaistu Stakesissa, ja vuodesta 2009 lähtien THL:ssa. Vuodesta 1995 lähtien Alko Oy on kerännyt ja laatinut alkoholijuomien hintaindeksisarjat Alkon vähittäismyynnin osalta, Tilastokeskus elintarvikeliikkeiden myymien alkoholijuomien osalta ja THL (vuoteen 2008 saakka Stakes) ravintoloissa anniskeltavien alkoholijuomien osalta. Saadut indeksisarjat painotetaan yhteen ja julkaistaan THL:ssa. Alkoholijuomien hintakehitystä kuvaavia tietoja (2000=100) on tuotettu vuodesta 2000. Käsitteet ja määritelmät ovat pysyneet samansisältöisinä. Julkaisussa käytetyt käsitteet on määriteltävä osassa Käsitteet ja määritelmät. Käytetyt luokitukset ovat samoja kuin muissa THL:n tilastotuotteissa.

Tilastoissa käytetään käyttötarkoituksen mukaista tuoteluokitusta, joka perustuu kansainvälisesti hyväksytyyn COICOP-luokituksen Euroopan unionin tilastotoimessa vahvistettuun versioon. Kansallista käyttöä varten luokitusta on hieman tarkennettu.

7. Selkeys ja eheys/yhtenäisyys

Tilastoraportti sisältää koko maan kattavia hintatietoja. Anniskelumyynnin ja vähittäismyynnin tiedonkeruut tapahtuvat maanlaajuisesti.

8. Vuoden 2009 tilaston erityiskysymyksiä

Vuonna 2009 tilastossa ei tapahtunut muutoksia.

Quality report

Alcoholic beverage price indexes:

1. Relevance of statistical data

The Alcoholic Beverage Price Index describes trends in the consumer prices of alcoholic beverages, measuring price changes from a reference date.

The reference period of time for the Alcoholic Beverage Price Index 2000=100 is the year 2000. It is a direct continuation of the Alcohol Beverage Price index 1969=100.

The data are mainly based on national statistics and registers collected by the National Institute for Health and Welfare (STAKES until 2008), Alko Inc. and Statistics Finland. The data collection is based on the Statistics Act (280/2004) and the Act on the National Institute for Health and Welfare (668/2008).

2. Description of methods used in statistical research

The Alcoholic Beverage Price Index is calculated from the Alcoholic Beverages Retail Sales Index and Licensed Serving Index by adding them together with weights. The weights represent the shares of the value of the alcohol consumption for the year corresponding to the index to be calculated.

The Retail Sales Price Index is obtained from the Alcoholic Beverage Price Indexes prepared by Alko Inc. and the Grocery Store Alcoholic Beverage Price Indexes calculated by Statistics Finland by adding them together with weights. The weights represent the shares of the value of the alcohol consumption for the year corresponding to the index to be calculated.

As part of monitoring price trends in licensed serving, THL collects data on the restaurant prices of exemplar drinks from some 190 restaurants four times a year. The sample consists of an average of 120 A- and B-licensed restaurants and 70 C-licensed restaurants. The restaurants for the survey are selected through random sampling, with each restaurant participating for an average of three years. A reminder is sent to restaurants that fail to respond within a specified time. For each specified type of beverage, the restaurants report the price of their most popular product.

The price indexes are calculated using the Divisia-Törnqvist index formula.

3. Correctness and accuracy of data

The correctness and accuracy of retail sales data depends on the correctness and accuracy of the data received from Alko Inc. and Statistics Finland. If an error is suspected, the data are re-inspected. Licensed serving data are correct insofar as the price data have been reported correctly by restaurants. At the data storage stage the data are compared with previous data and efforts are made to find the reasons for any major deviations. If an error is suspected, the data item is excluded from the statistics. New products introduced on the market can be included in the calculation of the index only after they have been on the market for a minimum of two calculation periods.

4. Timeliness and promptness of the data published

THL produces the retail price indexes monthly, so that they are available on the 14th day (or the next working day if the 14th is not a working day) of the month following the statistical reference month. The price indexes for licensed serving are calculated four times a year, so that they are available within one and a half months of the end of the statistical reference month. The statistics are preliminary when they are published. The final data are published during the June following the statistical reference year.

5. Accessibility and transparency/clarity of data

The annual statistical report published on alcoholic beverage price trends is available on the THL website (www.thl.fi). The report is published during the June following the statistical reference year. The data are also published in the Yearbook of Alcohol and Drug Statistics, an online publication in the OSF Publication Series available at www.stakes.fi/FI/tilastot/aiheittain/Paihteet/Paihdetilastovuosisikirja.htm.

6. Comparability of statistical data

In 1932–1994, data on alcoholic beverage price trends were produced by Alko Inc. From 1995, alcoholic beverage price indexes were prepared and published by STAKES, and from 2009 onwards they have been prepared and published by THL. Since 1995, alcohol beverage price index series have been compiled and prepared by Alko Inc. concerning retail sales by Alko, by Statistics Finland concerning alcoholic beverages sold by grocery stores and by THL (STAKES until 2008) concerning licensed serving in restaurants. The index series are then added together with weights and published by THL. Data on alcoholic beverage price trends have been produced from 2000 onwards (2000=100). The content of the concepts and definitions has not changed. The concepts used in the publication are defined under Concepts and definitions. The same classifications are followed as in other THL statistical publications.

The statistics use a product classification by purpose that is based on a version of the international COICOP classification that has been adopted by the statistical authorities of the EU. The classification has been specified somewhat for national use.

7. Clarity and consistency

The statistical report contains nationwide price data. Data collection on licensed serving and retail sales takes place at national level.

8. Special issues concerning the 2009 statistics

There were no changes in the statistics in 2009.