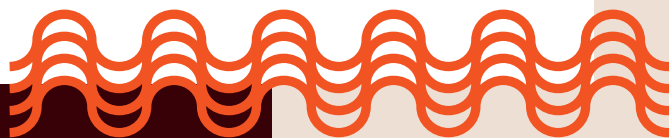


Tuomas Kosonen
Sami Jysmä
Arnaldur Stefánsson
Lukas Worku

TYÖPAPEREITA / WORKING PAPERS

Vuoden 2018 alkoholilain uudistuksen vaikutuksista

350



TALOUDEN
TUTKIMUS
EST 1971
LABORE
TYÖN JA

Olemme kiitollisia Alkolle, SOK:lle ja Keskolle sekä Systembolagetille myyntiaineiston antamisesta tämän tutkimuksen käyttöön. Olemme kiitollisia rahoituksesta Suomen Akatemialle (rahoitus no. 364189).

Tuomas Kosonen

Valtion taloudellinen tutkimuskeskus,
Verotutkimuksen huippuyksikkö, FIT

Sami Jysmä

Työn ja talouden tutkimus LABORE, Tampereen yliopisto, FIT

Arnaldur Stefánsson

Islannin yliopisto

Lukas Worku

Tampereen yliopisto, FIT

Laboren Työpapereita 350

ISBN 978-952-209-220-5 (verkkojulkaisu)

ISSN 2984-2158 (verkkojulkaisu)

VATT Tutkimukset 196

ISBN 978-952-274-301-5 (PDF)

ISSN 1795-3340 (PDF)

URN:ISBN:978-952-274-301-5

Helsinki, 2024

TIIVISTELMÄ

Tässä raportissa tutkitaan alkoholilain eri piirteiden vaikutuksia alkoholin kulutukseen. Analyysissä keskitytään erityisesti vuoden 2018 alkoholilain uudistukseen, jolloin 5,5 %vahvuiset alkoholijuomat ja juomasekoitteet sallittiin vähittäismyyntiin Alkon monopolin ulkopuolelle. Lisäksi tarkastellaan alkoholiveron vuoden 2012 kiristyksen vaikutuksia kulutukseen. Aineistona tutkimuksessa hyödynnetään vähittäiskaupan sekä Alkon laajaa tuote- ja myymäläkohtaista aineistoa. Verrokkiryhmänä toimii Ruotsin Systembolagetin tuote- ja aluekohtainen myyntiaineisto. Tulokset vuoden 2018 uudistuksesta viittaavat siihen, että uusia vähittäiskaupassa sallittuja tuotteita kulutettiin heti uudistuksen jälkeen moninkertainen määrä verrattuna tilanteeseen ennen uudistusta. Alkoholin kokonaiskulutus ei kuitenkaan vaikuta lisääntyneen Suomessa, sillä tuoteryhmien, joita 2018 uudistuksessa sallittiin päivittäistavara kauppaan, lisääntynyt kulutus heijastui muiden alkoholituot-

teiden vähentyneenä kulutuksena. Alkoholiveron kiristyksestä 2012 ei havaita tilastollisesti merkitseviä muutoksia alkoholin kulutukseen, tosin tulos on tilastollisesti epätarkka.

JEL koodit: H21, I18

Avainsanat:

**Alkoholipolitiikka,
julkinen monopoli, kulutus**

ABSTRACT**On the Effects of the 2018 Alcohol Act Reform**

This report examines how different aspects of alcohol legislation affect the consumption of alcohol. The analysis focuses particularly on the 2018 reform of the Alcohol Act in Finland, which allowed the retail sales of alcoholic beverages and mixed drinks with a strength of up to 5.5% ABV outside the Alko monopoly. Additionally, the study looks at the effects of the 2012 increase in alcohol tax on alcohol consumption. The research utilizes extensive product- and store-specific data from grocery retailers as well as from Alko. Product- and region-specific sales data from Sweden's Systembolaget acts as a control group. The results of the 2018 reform indicate that the newly deregulated drinks were consumed in significantly higher levels immedi-

ately after the reform. However, overall alcohol consumption in Finland does not appear to have increased, as the higher consumption of the deregulated drinks was offset by reduced consumption of other alcoholic drinks. No statistically significant changes in alcohol consumption were observed following the 2012 tax increase, although the result is statistically imprecise.

JEL Codes: H21, I18

Keywords:

**Alcohol policy,
public monopoly, consumption**

1 Johdanto

Alkoholipolitiikka herättää Suomessa vuodesta toiseen kiivasta julkista keskustelua. Toiset haluaisivat kiristää alkoholiveroa ja vaikeuttaa alkoholin saatavuutta, toiset taas keventää alkoholin myyntiin liittyviä rajoituksia. Tarve alkoholin myynnin sääntelylle ja alkoholin verotukselle lähtee tarpeesta vähentää alkoholin kulutusta. Ehkä alkoholipolitiikan puolustajien taustalla voi olla näkemys siitä, että alkoholihaitat Suomessa lisääntyisivät ilman kireää alkoholipolitiikkaa. Alkoholin liikakulutus yhdistetäänkin moniin terveysongelmiin ja myös väkivaltaan ja muihin sosiaalisiin ongelmiin. Kevyemmän alkoholipolitiikan puolustajat taas näkevät alkoholituotteiden (maltillisen) kulutuksen yhtenä kulutushyödykkeenä muiden joukossa, eivätkä laita alkoholipolitiikan hyödyille niin paljoa painoarvoa.

Mitä sitten tiedämme suomalaisten alkoholikulutuksesta kansainvälisessä vertailussa? Kuviosta 1 selviää, että WHO:n tilastojen mukaan alkoholin kulutus on Suomessa ollut laskusuunnassa, ja että henkeä kohden alkoholia itse asiassa juodaan esimerkiksi Ranskassa ja Saksassa enemmän kuin Suomessa. Maiden välisten erojen ja kulutuksen trendien takana voi olla kuitenkin monta eri tekijää. Kulutuksen trendit noudattavat usein myös taloudellisia suhdanteita ja kulttuurisia muutoksia. Maiden välillä on alkoholipolitiikan lisäksi monia muitakin eroja, jotka voivat juontaa juurensa erilaisiin kulttuurisiin suhtautumisiin alkoholin kulutukseen ja alkoholin kulutuksesta syntyviin haittoihin. Siten vastatakseen kysymykseen alkoholipolitiikan vaikuttavuudesta, tarvitaan täsmällisempää tutkimusasetelmaa ja alkoholipolitiikan eri piirteiden vaikutusten erottamista näistä muista alkoholin kulutukseen vaikuttavista tekijöistä. Kaiken kaikkiaan tutkimuksia, jotka pystyisivät vastaamaan näihin kysymyksiin luotettavasti ja hyödyntäen uusimpia tutkimusmenetelmiä on vähän (kuitenkin joitain

tällaisia tutkimuksia on, katso esim. Nilsson (2017); Johansson, Pekkarinen ja Verho (2014); Asplund, Friberg ja Wilander (2007)).

Aikaisempaa tutkimusta erityisesti alkoholin myyntirajoitusten heikentämisestä löytyy niukasti, mutta seuraavat tutkimukset pyrkivät tällaista selvittämään: (Mulford, Ledolter ja Fitzgerald, 1992; Holder ja Wagenaar, 1990). Näiden perusteella jää kuitenkin kyseenalaiseksi, mikä olisi alkoholimonopolin vaikutus alkoholin kulu-
tukseen yleisemmin. On myös tutkimusnäyttöä siitä, että kulutuksen rajoittaminen markkinavoiman rajoittamisen avulla on vääristävä ja kallis tapa paikata alkoholiku-
lutuksen haittoja (Conlon ja Rao, 2023).

Vuoden 2018 uudistuksesta on myös hieman aiempaa tutkimusta Uusitalo ym. (2022) hyödyntää yksilötason aineistoa perustuen kauppojen etukorttiasakastietoi-
hin ja havaitsivat, että alkoholin kulutus kokonaisuutena ei näytä muuttuvan, mut-
ta aineistossa on jonkin verran lisäystä ylemmissä tuloluokissa kun taas alemmissä
vähennemistä. Tutkimuksessa on käytössä lyhyt aikajänne ja siinä ei ole käytössä ver-
tailuryhmää kuvaamaan miten yksilöt olisivat muuttaneet kulutusta ilman vuoden
2018 uudistusta. Heidän aineistonsa ei sisällä myöskään kulutuksen muutoksia Al-
kossa. Warpenius, Mäkelä ja Thomas (2022) kuvailee agregaatti indekseihin ja ai-
kasarjamenetelmillä alkoholin kulutuksen ja alkoholihaittojen muutoksia, kuitenkin
ilman vertailuryhmää tai yksityiskohtaisempaa aineistoa. KKV julkaisee samanaikai-
sesti tämän artikkelin kanssa raportin Anttinen ym. (2024), joka alkoholikulutuksen
lisäksi sisältää myös analyysia alkoholihaitoista. Heidän aineistonsa sisältävät myyn-
tiaineistoa eri lähteistä, jotka ovat osittain samoja tämän raportin kanssa. Lisäksi
raportti sisältää indeksipohjaisella aineistolla tietoa alkoholin kulutuksesta ja alkoho-
lihaitoista Suomessa ja vertailee tätä muiden maiden vastaaviin tietoihin.

Keskeistä lisätietoa alkoholipolitiikan päätösten tueksi olisikin se, miten eri alkoholipolitiikan piirteet vaikuttavat kausaalisesti kulutukseen ja siten haittoihin (Manning, Blumberg ja Moulton, 1995; Daley ym., 2012). Jos esimerkiksi alkoholituotteiden vähittäismyynnin rajaaminen Alkon monopoliin tai kireä alkoholivero vähentävät kulutusta, näitä politiikan muotoja voidaan perustella alkoholihaittojen vähentämisellä. Jos nämä politiikan muodot eivät vähennä alkoholin haittoja, mutta muutoin vaikeuttavat kansalaisten normaalia kulutuskäyttäytymistä, voi kireää alkoholipolitiikkaa kyseenalaistaa suhteessa sen perusteluihin. Vaihtoehtoisesti, alkoholiannokseen kohdistetun vähittäishinnan on löydetty olevan tehokas tapa rajoittaa alkoholihaittoja, koska se kohdistuu parhaiten alkoholin suurkuluttajiin (Griffith, O’Connell ja Smith, 2022).

Tämä tutkimusartikkeli tuo lisätietoa poliittisen päätöksenteon tueksi siitä, miten alkoholipolitiikka vaikuttaa alkoholin kulutukseen. Tutkimus ei suoranaisesti tutki alkoholikulutuksen haittoja alkoholipolitiikan muutoksen seurauksena johtuen aineistorajoituksista. Tutkimus keskittyy vuoden 2018 alkoholilain uudistuksen vaikutusten selvittämiseen empiirisessä aineistossa. Uudistuksessa sallittiin aiempaa vahvempien, 5,5 % vahvuisten, juomien ja juomasekoitteiden myynti päivittäistavarakaupassa Alkon monopolin ulkopuolella. Tutkimus hyödyntää laajoja tuote- ja myymäläkohtaisia myyntiaineistoja, joita on saatu vähittäiskaupalta ja Alkolta.

Lisäksi on tärkeää vertailla Suomessa tapahtunutta myynnin kehitystä vuoden 2018 muutoksen ympärillä verrokkiryhmään, johon vuoden 2018 uudistus ei vaikuttanut. Tällöin voidaan eritellä 2018 muutoksen vaikutukset muista alkoholin kulutukseen vaikuttavista tekijöistä. Sellaisen verrokkiryhmän tässä tutkimuksessa tarjoaa Ruotsin Systembolagetin tuote- ja aluekohtainen myyntiaineisto. Systembolagetis-

sa myydään kaikki yli 3,5 % sisältävät alkoholituotteet vähittäismyynissä Ruotsissa, eli Systembolagetin myynnit edustavat suurta osaa alkoholin vähittäismyynnistä Ruotsissa. Ruotsin Systembolagetin myynnit toimivat melko hyvin verrokkina tarkasteltaessa vuoden 2018 lyhytaikaisia vaikutuksia, sillä alkoholikulutuksen trendit näyttävät yhtäläisiltä Suomen kanssa tarkasteltaessa aikaa ennen reformia. Siten kulutuksen trendit ilman alkoholilain muutoksia Suomessa näyttävät olevan yhtäläisiä Ruotsin kanssa vuoden 2018 muutoksen ympärillä. Lisäksi tutkimus tarkastelee alkoholiveron roolia alkoholin kulutusta hillitsevänä tekijänä hyödyntäen vuoden 2012 alkoholiveron kiristystä. Tässäkin Ruotsin Systembolagetin tiedot toimivat vertailuryhmänä.

Tutkimuksen tulokset osoittavat, että vuoden 2018 alkoholilain uudistuksella oli suuria vaikutuksia eri tuoteryhmien kulutukseen. Niitä tuoteryhmiä, joita uudistus koski (korkeintaan 5,5 % alkoholia ja juomasekoitteita), myytiin päivittäistavarakaupassa noin viisinkertainen määrä verrattuna siihen paljonko näitä tuotteita myytiin Alkossa ennen uudistusta. Muutosryhmän tuotteiden myynti siis kasvoi suuresti vuoden 2018 uudistuksen myötä. Toisaalta aiemmin päivittäistavarakaupassa sallittujen kolmostuotteiden myynti laski tavalla, joka vastaa muutosryhmän tuotteiden kasvua. Lisäksi Alkossa myytiin muutosryhmän tuotteita vähemmän. Kun vielä ottaa huomioon, että Alkossa myytiin vähemmän myös sellaisia tuotteita, joita muutos ei suoraan koskenut, saadaan nämä kaikki vaikutukset yhteenlaskemalla tutkimuksen toinen keskeinen tulos. Alkoholin kokonaiskulutus Suomessa ei lisääntynyt vuoden 2018 uudistuksen vaikutuksesta. Se saattoi jopa hienoisesti laskea, vaikkakin tällainen pieni vaikutus on hankala luotettavasti todistaa yhteenlasketun kulutuksen avulla.

Tutkimuksessa pyritään myös huomioimaan muita vaikutuksia, jotka saattaisivat jäädä myyntiaineistossamme huomaamatta. Valvira julkaisee tietoa kokonaismyynneistä Suomessa, joissa on huomioitu sekä alkoholin vähittäismyynti että anniskelu ravintoloissa. Tämä tilasto näyttää yhtenevästi myyntiaineistomme kanssa, että alkoholin kokonaismyynti Suomessa ei ole ainakaan kasvanut vuonna 2018, vaan on saattanut jopa hienoisesti laskea. Kokonaisaineiston tulkinnan ongelma on kuitenkin se, että siitä on vaikea erotella kausaalista kysymystä siitä, miten alkoholin kulutus olisi muuttunut ilman vuoden 2018 uudistusta. Käytössämme on myös matkustajatuontia seuraava kyselyaineisto. Tämäkään aineisto ei näytä aiemmasta laskevasta trendistä selkeää poikkeamaa vuoden 2018 kohdalla, eli matkustajatuonti ei näytä ainakaan merkittävästi lisääntyneen vuoden 2018 uudistuksen jälkeen. Tämäkään aineisto ei anna mahdollisuutta hyödyntää jonkinlaista vertailuasetelmaa kausaalivaikutusten identifioimiseksi.

Yksi tekijä, joka hankaloittaa vuoden 2018 alkoholilain uudistuksen vaikutusten tulkintaa on, että samalla kun uudet tuoteryhmät vapautettiin vähittäismyyntiin Alkon monopolin ulkopuolelle, alkoholiveroa kiristettiin hieman. Tutkimuksessa pyritään selvittämään alkoholiveron kiristyksen roolia tarkastelemalla vuoden 2012 alkoholiveron korotuksen vaikutuksia. Korotukset olivat tuolloin hieman suurempia kuin vuonna 2018. Tutkimuksessa ei havaita alkoholiveron kiristämisen vuonna 2012 aiheuttaneen alkoholin myynnin alenemaa tilastollisesti merkitsevästi. Tulos sisältää kuitenkin tilastollista epävarmuutta. Esimerkiksi viinoissa alkoholin myynnin muutoksen etumerkki on negatiivinen, vaikka tulos ei ole tilastollisesti tarkka. Viineissä ja miedommissa juomissa vastaavaa lasku Suomessa suhteessa Ruotsiin ei näy. Miedompien juomien tuloksen etumerkki on voimakkaan positiivinen. Tilastollinen

epävarmuus vuoden 2012 uudistuksessa jättää sen mahdollisuuden, että alkoholin kulutus olisi todellisuudessa voinut hieman laskea, mutta sitä ei aineiston suuren hajonnan takia pystytty tutkimuksessa todentamaan. Siten tulkinta vuoden 2018 uudistusten vaikutusten osalta liittyy enemmän vaikutuksiin alkoholin myynnin rajoitusten purkamisesta kuin alkoholiveron kiristämisestä.

Tulokset kertovat epäsuorasti myös siitä, että alkoholihaitat eivät vaikuta lisääntyneen vuoden 2018 alkoholilain uudistuksen seurauksena, koska alkoholin kokonaiskulutus ei vaikuta lisääntyneen. Aineiston luoma kokonaiskuva voi jättää varjoonsa kuitenkin jonkin pienen ryhmän kulutuksen lisääntymisen samalla kun se toisilla on saattanut vähentyä. Uusitalo ym. (2022) tulokset viittaisivat tällaisiin heterogeenisiin vaikutuksiin. Kovin mittavista vaikutuksista ei voi kuitenkaan puhua kokonaiskulutuksen säilyessä ennallaan tai jopa vähentyessä hieman.

Kokonaiskulutuksen luoman kuvan sijaan vuoden 2018 alkoholilain uudistuksella oli kuitenkin selkeitä vaikutuksia alkoholikulutuksen muotoihin. Kulutusta siirtyi merkittävästi päivittäistavarakaupan puolelle ja siellä juuri muutosryhmän tuoteryhmiin. Tämä kertoo siitä, että alkoholilain myynnin rajoitukset aiheuttavat kuluttajien kokemaa hyötyä siten, että tietyt kaikkia heidän haluamiaan tuotteita ei saa päivittäistavarakaupasta kuten esimerkiksi alkoholittomia elintarvikkeita. Alkoholilain uudistuksen myötä tästä rajoituksesta johtuma hyödyn aleneminen on hieman pienempi, koska päivittäistavarakaupasta saa aiempaa suuremman joukon tuotteita.

Alkoholiveron osalta tutkimuksen tulokset viittaavat siihen, että alkoholivero ei ehkä hillitse kulutusta kovin tehokkaasti. Tulosta tulee kuitenkin tulkita varovasti, sillä tutkimuksessa pystyttiin seuraamaan vain melko maltillisten veroasteiden vaikutuksia, ja tuloksiin sisältyy tilastollista epävarmuutta. Vaikutukset esimerkiksi

matkustajatuontiin olisivat saattaneet olla suurempien alkoholiveron muutosten vaikutuksesta mittavampia. Joka tapauksessa ajateltaessa pelkästään kulutusveron tehokkuuden kannalta, alkoholivero näyttäytyy tämän tuloksen perusteella tehokkaalta verolta kerätä verotuloja. Toisaalta sama koskee montaa muutakin kulutusveroa (Kosonen, Jysmä ja Savolainen, 2024). Lisäksi alkoholiverotus on jo Suomessa kansainvälisesti vertaillen kireää. Mietittäessä pelkästään verotulojen keräämisen tehokkuutta, tulisikin miettiä verojärjestelmää kokonaisuutena. Minkä veron kiristäminen olisi hyvinvoinnille vähiten haitallista tai poliittisesti suotuisinta, jos verotuloja tarvitaan lisää?

Vuoden 2018 uudistusten vaikutuksista ei voi suoraan päätellä mitä alkoholin kulutukselle tai kulutuksesta johtuville haitoille tapahtuisi, jos esimerkiksi kaikki viinit sallittaisiin päivittäistavarakaupassa. Vaikutukset enintään 5,5 % juomien sallimisen osalta voivat olla erilaisia kuin viinien tai viinosten osalta. On mahdollista, että esimerkiksi jos kaikki alkoholi on saavutettavuuden osalta suurempaa alkoholin kulutus kokonaisuutena lisääntyisi jos kuluttajat vaihtaisivat kuluttamia tuotteita vahvempiin alkoholituotteisiin. Lisäksi kaikkien viinien salliminen päivittäistavarakaupassa johtaisi laajemmin Alkon monopolin aseman harkitsemiseen. Tähän kysymykseen, joka on poliittisen päätöksenteon ratkaistava, liittyy myös erot Alkon ja päivittäistavarakaupan välillä tuotevalikoimassa, myymälöiden saavutettavuudessa ja tuotteiden hinnoissa. Lopulta on hyvä huomioida, että Alko myös kerää tuottoja valtiolle.

2 Instituutiot ja aineisto

Suomessa alkoholin vähittäismyynti on keskitetty Alkon monopoliin, mutta joitain alkoholituotteita on vapautettu vähittäismyyntiin tämän ulkopuolelle. Tässä tutkimuksessa keskitytään vuoden 2018 alkoholilain uudistusten kulutusvaikutusten arviointiin. Ennen vuotta 2018 Alkon ulkopuolella päivittäistavarakaupassa sai myydä käymisteitse valmistettuja alkoholituotteita jotka olivat enintään 4,7 % vahvuisia. Tämä tuoterajaus oli pitkään voimassa, vuodesta 1988 saakka. Vuoden 2018 uudistuksessa päivittäistavarakaupassa sallittujen alkoholituotteiden vahvuusraja nostettiin 5,5 %:iin. Myös saman vahvuiset juomasekoitteet, eikä siis vain käymisteitse valmistettu alkoholi, sallittiin myyntiin päivittäistavarakaupassa. Jälkimmäiseen ryhmään kuuluu esimerkiksi suosittu juomasekoitteena valmistettu long drink, joka oli yksi paljon myyty tuote Alkossa. Lisäksi vuonna 2018 pienpanimoille myönnettiin oikeus myydä tuotteitaan suoraan valmistuspaikalta ja ravintoloiden aukioloaikoja vapautettiin.

Alkoholivero on valmistevero, jota sovelletaan kaikkiin alkoholituotteisiin Suomessa. Alkoholiveron rakenne eri tuotteille sekä niiden minimiarvot on säädelty Euroopan unionin direktiiveillä (EEC, 1992*a,b*). Muutoin Suomen hallitus voi päättää alkoholiveron tasosta. Alkoholiveron taso on Suomessa tällä hetkellä Euroopan unionin kireimpiä.

Kuviot 4 ja 5 kuvaavat eri alkoholituotteille sovellettua veroa suhteessa tuotteiden sisältämään alkoholiin vuosina 2012 ja 2018. Keskeistä tutkimukselle alkoholiveron osalta on, että sitä on kiristetty tutkimuksen havaintoperiodilla vuosina 2012, 2014 ja 2018. Keskitymme tässä vuosien 2012 ja 2018 uudistusten vaikutuksiin, sillä silloin ei vertailuryhmänä toimivassa Ruotsissa ollut veronkiristyskiä, toisin kuin vuon-

na 2014. Poikkeuksena tästä Ruotsissa kuitenkin oli pieni korotus viinojen hintoihin vuonna 2018, minkä huomioimme analysoimalla eri tuoteryhmiä erikseen. Vuonna 2012 Suomessa veroa kiristettiin noin 15 % oluille ja 10 % viinoille, viineille ja muille käymisteitse valmistetuille tuotteille, kuten siidereille (pl. oluet). Vuonna 2018 veron kiristys oli vastaavasti noin 11 % oluille, 5 % viinoille ja 13 % viineille ja muille käymisteitse valmistetuille tuotteille. Lisäksi on huomioitava, että vuonna 2012 Alkon katetta pienennettiin samalla kun veroa kiristettiin, jolloin lopullinen vaikutus kuluttajahintaan Alkossa oli pienempi kuin mitä veronkorotus mekaanisesti olisi aiheuttanut. Sen sijaan päivittäistavarakaupan puolella ei julkisella päätöksellä kontrolloida katteita, ja analysoimme hintojen muutosta veronkorotusten yhteydessä ja analysoimme päivittäistavarakaupassa ja Alkossa hintavaikutusta erikseen.

Aineistona tässä tutkimuksessa hyödynnetään kaupparyhmien, Alkon ja Systembolagetin tuote- ja myymälä- tai aluekohtaisia tietoja. Päivittäistavarakaupan osalta tiedot sisältävät SOK:n ja Keskon tiedot, joiden yhteenlaskettu markkinaosuus päivittäistavarakaupasta on Suomessa noin 90%. Alkon osalta aineisto sisältää kaikki Alkon myymät tuotteet. Siten Suomen osalta aineisto kuvaa varsin kattavasti kehitystä alkoholin myynneissä. Tuotetason aineiston luomaa kuvaa verrataan myös Valviran kokoamaan kokonaistilastoon Suomen alkoholin myynneistä, joka sisältää myös anniskelumyynnin ja kaiken vähittäismyynnin. Kuvailimme myös yli ajan muutoksia alkoholin matkustajatuonnin aineistossa. Näin varmistetaan, että käytössämme oleva myyntiaineisto kuvaa mahdollisimman kattavasti alkoholin kulutuksen kokonaiskehitystä.

Ruotsin osalta aineisto sisältää Systembolagetin myynnit yksittäisten tuotteiden ja läänin (län) tasolla. Koska Ruotsissa kaiken yli 3,5 % vahvuisen alkoho-

lin vähittäismyynti on rajoitettu Systembolagetiin, aineisto kuvaa kattavasti alkoholin vähittäismyyntin kehitystä Ruotsissa, vaikka tutkimuksessa ei ole käytössä päivittäistavarakaupan aineistoa Ruotsista.

On oletettavaa, että alkoholilain muutoksilla Suomessa on vähän vaikutusta alkoholin kulutukseen Ruotsissa kokonaisuutena, vaikka maiden välisen rajan läheisillä alueilla pohjoisessa jotain vaikutusta rajakaupan takia voi olla. Tämän alueen osuus on kuitenkin pieni suhteessa Ruotsissa kokonaisuutena myytävään alkoholiin. Maita voi pitää melko samanlaisina, sillä Ruotsissa ja Suomessa on käytössä alkoholin myyntimonopoli ja alkoholikulttuurin voi nähdä suhteellisen samanlaisena kansainvälisessä vertailussa. Systembolagetin myynnit toimivat tutkimuksessa verrokkiryhmänä kuvaamassa sitä, miten alkoholin kulutus Suomessa olisi kehittynyt ilman alkoholilain muutoksia. Menetelmäoletuksia on kuvattu lisää alla.

Kuvio 2 kuvaa aineistossa ilmenevää myyntin volyymia miljoonissa litroissa eri alkoholituoteryhmissä yli ajan. Kuvioista selviää, että litramääräisesti eniten kulutetaan niitä tuotteita, joita vähittäiskaupassa sai myydä jo ennen vuoden 2018 uudistusta, eli käymisteitse valmistettuja enintään 4,7 % vahvuisia tuotteita. Vuonna 2018 päivittäistavarakauppaan sallitut tuotteet kuitenkin näkyvät 2018 jälkeen selkeänä uutena ryhmänä. Alkon osalta litramääräisesti eniten myydään yli 5,5 % vahvuisia tuotteita, kuten viinejä ja viinoja, joita saa vähittäismyydä vain Alkon monopolissa myös 2018 uudistuksen jälkeen.

3 Metodologia

Tutkimusmetodina tässä raportissa käytetään *difference-in-differences* -menetelmää (DID). Menetelmä vertaa koeryhmän tulemien kehitystä verrokkiryhmän tulemien kehitykseen. Koeryhmänä raportissa toimivat alkoholituotteet vähittäiskaupassa ja Alkossa Suomessa, ja verrokkiryhmänä alkoholituotteet Ruotsin Systembolgateissa. Raportti siis tarkastelee alkoholituotteiden myynnin ja hintojen kehitystä Suomen vähittäiskaupassa ja Alkossa ennen ja jälkeen poliittikkamuutosten, ja vertaa tätä kehitystä Systembolagetin myynnin ja hintojen kehitykseen samana aikana. Ajatuksena menetelmässä on se, että verrokkiryhmän kehitys uudistuksen jälkeen kertoo siitä, miten koeryhmä olisi kehittynyt, mikäli politiikkauudistusta ei olisi tapahtunut. Jotta tällainen vertailu olisi uskottavaa, tulisi koe- ja verrokkiryhmien kehityksen vastata toisiaan ennen politiikkauudistusta. Lisäksi olisi tärkeää, ettei verrokkiryhmässä tapahdu politiikkauudistuksia samoihin aikoihin, ja ettei koeryhmän politiikkauudistus vaikuta verrokkiryhmän kehitykseen.

Tarkastelemme alkoholimyynnin kehitystä graafisesti alkoholilain muutosten vuosina 2018 ja 2012 ympärillä. Tätä varten ajamme regressioita erikseen eri tuoteryhmille (esim. alle 4,7 %-alk. juomat Alkossa tai viinit Systembolagetissa). Regressioyhtälö on näissä kullakin tuoteryhmällä muotoa

$$y_{i,t} = \alpha + \lambda_t + \gamma_i + \varepsilon_{i,t}, \quad (1)$$

missä $y_{i,t}$ on tuote-sijaintiyhdistelmän i tarkasteltu tulema (kausitasoitettu myynti litroina tai hinta) ajanhetkellä t . α on vakiotermi, ja λ_t ja γ_i ovat kiinteitä vaikutuksia (*fixed effects*) ajanhetkelle ja tuote-sijaintiyhdistelmälle. $\varepsilon_{i,t}$ on virhetermi. Kausita-

soitamme myynnit poistamalla niistä kuukausitason säännöllisen vaihtelun. Myynnit kuvataan graafeissa niin, että politiikkauudistusta edeltävän kuukauden myynnit saavat arvon 0 ja graffit sitten kuvaavat miten tutkittavat muuttujat ovat muuttuneet suhteessa tähän ajanhetkeen. Myynnit on suhteellistettu joko tuoteryhmän myyntiin Alkossa tai kaupassa ennen lakiuudistuksia. Tätä menetelmää käytetään tavanomaisemman log muunnoksen sijaan myynneissä, koska osaa tutkittavia tuoteryhmiä ei saanut myydä päivittäistavarkaupassa ennen vuoden 2018 uudistusta, eikä log suhteellistus tällöin toimi. Lisäksi painotamme yksittäisten tuotteiden myyntiä siten, että regressiokertoimien λ_t kehitys vastaa koko tuoteryhmän yhteenlasketun myynnin kehitystä. Regressiolla estimoitu λ_t -sarja siis vastaa yhteenlaskettujen myyntien sarjaa, mutta saamme lisäksi luottamusvälit estimaateille.

Laskemme lisäksi DID-kertoimia, jotka antavat estimaatin sille, miten politiikkauudistus vaikutti koeryhmään havaintoaikana. Näitä laskemme seuraavan regression avulla

$$y_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 \mathbf{1}[t \geq s] + \beta_2 \mathbf{1}[i \in T] + \tau \mathbf{1}[t \geq s] \times \mathbf{1}[i \in T], \quad (2)$$

missä $\mathbf{1}[t \geq s]$ on indikaattorimuuttuja sille, onko havaintoperiodi t uudistusperiodin s jälkeen, $\mathbf{1}[i \in T]$ on indikaattorimuuttuja sille, kuuluuko i koeryhmään. β_0 , β_1 ja β_2 ovat regressiokertoimia ja pääasiallisena kiinnostuksen kohteena on DID-kerroin τ . Näissä käytämme samoja havaintosarjoja, suhteellistamisia ja painotuksia kuin kuvioita piirtäessämme.

4 Tulokset

Ensimmäinen päätulos kuvaa alkoholin myyntien kehitystä niissä tuoteryhmissä, joita 2018 alkoholilain muutos koski, eli 4,7 ja 5,5 % vahvuiset käymisteitse valmistetut juomat ja lisäksi korkeintaan 5,5 % vahvuiset juomasekoitteet. Näitä tuotteita kutsutaan tässä muutosryhmäksi. Kuvio 6 kuvailee, mitä muutosryhmän suhteellisille myynneille tapahtui vuoden 2018 muutoksen ympärillä erikseen päivittäistavarakaupassa, Alkossa ja Systembolagetissa verrokkiryhmänä.

Kuvio perustuu regressioon, joka on kuvattu yhtälössä 1. Kuviossa myynnit on painotettu siten, että kuvion summat vastaavat yhteenlaskettuja myyntejä aineistossa. Lisäksi myynnit on kaupan ja Alkon osalta suhteellistettu siihen paljonko tuotteita myytiin joulukuussa 2017 Alkossa.

Kuviosta 6 nähdään, että kaupassa myytiin heti 2018 reformin jälkeen 400 % enemmän muutosryhmän tuotteita, kuin mitä niitä myytiin Alkossa edellisenä vuonna. Tämä luku kasvoi noin 500 % suuruiseksi vuoden 2019 aikana. Alkossa vastaavasti muutosryhmän tuotteiden myynnit laskivat yli 50 %. Näitä muutosryhmän tuotteiden muutoksia myyntiaineistossa voi pitää varsin suurena. Systembolagetissa puolestaan myynnit kehittyivät varsin tasaisesti yli ajan. Lisäksi edellisen vuoden myyntien trendit vaikuttavat eri ryhmissä samankaltaiselta, joten Systembolaget vertailuryhmänä näyttäisi edustavan sitä, mitä myynneille Alkossa ja PT-kaupassa olisi tapahtunut ilman vuoden 2018 uudistusta.

Kuva 7 kuvailee alkoholin myyntejä päivittäistavarakaupassa. Kuvio esittää erikseen myynnin kehityksen niissä alkoholituotteissa, joita sai myydä päivittäistavarakaupassa ennen vuoden 2018 uudistusta sekä muutosryhmän tuotteiden osalta. Kuvio on tehty suhteellistamalla myynnit kaikkien alkoholin vähittäismyyntiin

päivittäistavarakaupassa, eli isompaan myyntisummaan kuin edellinen kuvio. Kuvioista selviää, että tähän isompaan myyntipohjaan nähden alkoholin myynnit muutosryhmässä olisivat ikään kuin kasvaneet 15 % suhteessa aiempaan trendiin vuonna 2018 ja 20 % vuonna 2019. Kuvio myös näyttää, että tuotteiden, joita sai myydä vuonna 2017 päivittäistavarakaupassa, myynnit vastaavasti laskivat noin 20 % vuonna 2019. Näiden tuoteryhmien kehitys vuoden 2018 reformin ympärillä näyttäisi siis kokevan yhtäsuuria mutta vastakkaismerkkisiä muutoksia päivittäistavarakaupassa vuoden 2018 uudistuksen seurauksena.

Kuva 8 esittää vielä samassa kuvassa muutosryhmän ja ennen vuotta 2018 salittujen tuotteiden myynnit. Kuvio myös sisältää näiden yhteenlasketun vaikutuksen mustalla viivalla. Kuvioista ilmenee, että vuoden 2018 jälkeen eri tuotteiden myynnit kokivat selkeitä muutoksia suhteessa aiempaan, mutta toisaalta yhteenlaskettu viiva ei systemaattisesti poikkea aiemmasta kehityksestä vuoden 2018 uudistuksen seurauksena. Kuvion tulkinta on, että käytössämme olevassa myyntiaineistossa ei näy alkoholituotteiden systemaattista kokonaismuutosta vuoden 2018 uudistuksen seurauksena.

Myyntiaineistomme voisi antaa virheellisen kuvan vuoden 2018 uudistuksen vaikutuksista, jos siitä puuttuisi joku keskeinen alkoholikulutuksen ryhmä. Sen vuoksi tarkastelemme kuviossa 9 tilastoidun alkoholin kokonaismyynnin kehitystä. Aineiston lähde on Valviran tilastot, jotka sisältävät kaiken vähittäis- ja anniskelumyynnin Suomessa. Lisäksi kuvio sisältää oman myyntiaineistomme alkoholimyynnin kokonaiskehityksen. Kuvioista selviää, että käytössämme oleva myyntiaineisto sisältää vähemmän alkoholin kokonaismyyntejä kuin Valviran aineistot. Kuitenkin myyntiaineiston luoma kuva alkoholin myynnin trendistä vuoden 2018 uudistuksen jälkeen

on yhtenevä Valviran aineiston kanssa. Alkoholin kokonaismyynti ja siten alkoholin kulutus Suomessa ei lisääntynyt 2018 uudistuksen jälkeen, vaan näyttää hienoisesti laskeneen.

Yksi keskeinen käyttäytymiskanava, joka voisi reagoida alkoholilain muutoksiin on matkustajatuonti. Kuvio 10 kuvaa matkustajatuonnin aineistoa, joka on saatu Valtiovarainministeriöltä. Kyseessä on kyselyaineisto, joten sitä ei voi pitää yhtä luotettavana kuvaamaan alkoholin matkustajatuontia kokonaisuutena kuin käytössämme oleva rekisteripohjainen myyntiaineisto tai Valviran aineisto kuvaa vähittäismyyntin kokonaiskehitystä. Kysely on kuitenkin tehty yli ajan samalla tavalla, joten sen avulla voi saada kuvan matkustajatuonnin trendeistä.

Kuvio 10 näyttää harmaalla pohja-aineiston ja punaisella viivalla 12 kuukauden tasoitetun keskiarvon, koska pohja-aineistossa on suurta vaihtelua eri kuukausien välillä. Kuvioista selviää, että matkustajatuonti on ollut laskussa jo ennen vuoden 2018 uudistusta. Laskevassa trendissä ei kuitenkaan näy merkittävää muutosta vuoden 2018 uudistuksen jälkeen. Tosin aineisto sisältää sen verran vaihtelua eri kuukausien välillä tasoitettunakin, että tulkintaan voi suhtautua varauksella. Alkoholin matkustajatuonnin merkittävästä lisääntymisestä ei kuitenkaan näy sellaisia merkkejä, joka muuttaisi merkittäväällä tavalla aiemman kuvan alkoholin kokonaiskulutuksen muutoksista vuoden 2018 uudistuksen jälkeen.

Kuvio 11 kuvaa miten muutosryhmälle rinnastattavien tuotteiden myynti on kehittynyt Alkossa vuoden 2018 uudistuksen ympärillä. Näitä tuotteita ovat alle 4,7 % vahvuiset juomat ja yli 5,5 % vahvuiset oluet, siiderit ja juomasekoitteet. Ensimmäisiä sai myydä päivittäistavarakaupassa jo ennen 2018 uudistusta ja jälkimmäisiä ei sen jälkeenkään tarkasteluperiodilla. Alkossa alle 4,7 % vahvuisia tuotteita myyntivoly-

mi on ollut pientä jo ennen vuotta 2018. Sen sijaan yli 5,5 % vahvuisten juomien myynnit ovat myyntivolyymiltaan suuri ryhmä myös 2018 aikana. Kuvio esittää tuotteiden myynnin kehityksen suhteessa tuoteryhmän omiin myynteihin Alkossa joulukuussa 2017. Kuvio osoittaa, että muutosryhmän ja alle 4,7 % tuotteiden suhteellinen myynti laski vuonna 2018 merkittävästi ja yli 5,5 % tuotteiden jonkin verran. Jälkimmäinen tulos on kiinnostava sen takia, että vuoden 2018 uudistus ei suoraan tätä ryhmää koskenut ja kuvastaa jonkinlaista oluiden, siidereiden ja lonkeroiden laajempaa kulutustottumusten muutosta vuoden 2018 uudistuksen seurauksena.

Kuvio 12 osoittaa viinien ja viinosten myynnin suhteellisen kehityksen vuoden 2018 uudistuksen jälkeen ja vertailee tätä Systembolagetin myyntien kehitykseen. Kuvioista havaitaan, että viinien ja viinosten myynti hieman laski vuoden 2018 uudistuksen jälkeen Alkossa suhteessa Systembolagetin myyntien kehitykseen. Vaikutus on alle 10 % luokkaa vuoteen 2019 tultaessa. Tuloksessa on myös kohtuullinen määrä tilastollista epävarmuutta. Vaikutuksen koko on huomattavasti pienempi kuin 2018 uudistuksen vaikutus muutosryhmään. Koska viinejä ja viinosa myytiin Alkossa 100 % alkoholiksi mitattuna huomattavasti enemmän kuin muutosryhmän tuotteita, voi tätä pienempää suhteellista laskua pitää kuitenkin mielenkiintoisena alkoholituotteiden laajempaa kulutustottumusten muutoksena.

Tulokset kuvioissa 11 ja 12 viittavat siihen, että kuluttajat ovat saattaneet käydä jonkin verran vähemmän Alkossa. Tämä voisi selittyä sillä, että alkoholin saatavuuden paraneminen päivittäistavarakaupassa olisi johtanut kulutuksen pienemiseen Alkosta ostettuna, myös vahvemmissa tuotteissa kuten viineissä ja viinosaissa. Tämä mekanismi voisi johtaa myös siihen, että jos päivittäistavarakaupassa sallittaisiin kaiken alkoholin myynti, olisi mahdollista, että tämä johtaisi jonkinlaiseen alkoholin kulutuksen

lisääntymiseen, koska silloin vahvempi alkoholi olisi helpommin saatavilla.

Vuoden 2018 reformissa ei pelkästään muuttunut se, mitä alkoholituotteita saa myydä päivittäistavarakaupassa. Alkoholiveroa myös hiukan korotettiin luvussa 2 kuvatulla tavalla. On mahdollista, että alkoholiveron korotus voisi ainakin osittain selittää alkoholin kokonaiskulutuksen kehitystä vuoden 2018 uudistuksen jälkeen. Koska veron korotus tapahtui samaan aikaan muutosryhmän tuotteiden sallimisen yhteydessä päivittäistavarakaupassa, ei näiden muutosten vaikutuksia voi tutkia erillään toisistaan. Tutkimuksessa selvitetään alkoholiveron korotuksen roolia hyödyntämällä vuoden 2012 alkoholiveron korotusta, joka oli samaa kokoluokkaa huomioiden Alkon katteiden samanaikainen pienentäminen kuin vuonna 2018. Vuonna 2012 ei tapahtunut muita vastaavia muutoksia alkoholilaissa kuin vuonna 2018. Alkoholiverotuksen olennaisia muutoksia ja veron korotusten suuruus on kuvattu instituutikuvauksessa luvussa 2.

Kuviot 13 - 15 näyttävät eri tuotteiden hintakehityksen vuoden 2018 uudistuksen ympärillä ja kuviot 17, 19 ja 21 puolestaan hintakehityksen vuoden 2012 uudistuksen ympärillä sekä vastaavien tuotteiden hintakehityksen Systembolagetissa. Hinnat kohosivat eri tuoteryhmissä Suomessa alle 5 % kummassakin uudistuksessa, poislukien 2012 uudistuksessa vaikutus oluiden, siidereiden ja juomasekoitteiden hintoihin päivittäistavarakaupassa vuoden 2012 reformin yhteydessä, joka oli yli 7 %. Vuoden 2018 uudistuksen vaikutus hintoihin ei siis ollut ainakaan suurempi kuin vuoden 2012 uudistuksen. Systembolagetin hinnat kehittyivät varsin tasaisesti kummankin uudistuksen ympärillä poislukien viinosten hintoja, jotka nousivat siellä vuoden 2018 alussa.

Vuoden 2012 alkoholiveron korotuksen vaikutus alkoholin myynteihin on kuvattu

kuvioissa 16, 18 ja 20. Näiden perusteella ei vaikuta siltä, että veronkorotuksella olisi kovin selkeää alkoholimyyntejä alentavaa vaikutusta. Viinujen osalta tosin näyttäisi siltä, että myynnit ovat hieman laskussa suhteessa Systembolagetiin. Näyttäisi siltä, että tämä vaikutus tulee enemmän noususta Systembolagetissa kuin laskusta Alkossa. Lisäksi on huomioitava, että veronkorotus vuonna 2012 aiheutti pienemmän hintanousun viinoissa Alkossa kuin keskioluissa ja muissa käymisteitse valmistetuissa alkoholituotteissa päivittäistavarakaupassa. Koska näissä ei havaita selkeää laskua myynneissä, voi tulosta viinujen myynnin osalta pitää mahdollisesta muusta kuin alkoholiveron korotuksesta johtuvana. Viinit ovat ryhmä, jota Alko myy eniten, ja niissä voi selkeiden havaita, että laskua niiden myynneissä ei vuoden 2012 reformin kohdalla ole. On myös huomioitava että kuviot viinujen ja miedomprien alkoholituotteiden osalta sisältävät melko paljon tilastollista epävarmuutta.

Taulukko A kuvaa vuoden 2018 uudistuksen vaikutusta alkoholin myynteihin eri tuoteryhmissä. Taulukko siis esittää vaikutukset numeerisesti ja perustuu malliin, joka on kuvattu yhtälöllä 2. Taulukko A puolestaan kuvaa vuoden 2012 uudistuksen vaikutuksia alkoholin myynteihin, hintoihin ja joustoon joka on laskettu näiden (myynti- ja hintavaikutusten) jakolaskuna. Minkään tuoteryhmän myyntivaikutuksen eivät ole tilastollisesti merkitseviä vuoden 2012 uudistuksen osalta, mutta tulosten luottamusvälit myös ovat suuret, eli alkoholin kuulutuksen laskua (tai nousua) ei voi sulkea pois. Lisäksi miedomprien alkoholituotteiden osalta on todettava, että niissä on laskettu yhteen Alkon ja päivittäistavarakaupan myynnit ja hinnat. Jouston kerroin näiden tuotteiden kohdalla on varsin suuri ja väärän merkkinen. Jos ajateltaisiin veronkorotuksen vähentävän myyntejä jouston pitäisi olla negatiivinen.

5 Loppupäätelmät

Tämä raportti keskittyy vuoden 2018 alkoholilain muutosten vaikutusten arviointiin alkoholin kulutukseen. Tutkimuksessa on käytössä myyntiaineistoja SOK:lta, Keskolta, Alkolta ja Systembolagetista. Yhdessä aineistot mahdollistavat alkoholin myyntien muutokset eroteltuna eri lähteistä ja eri tuoteryhmissä vuoden 2018 uudistuksen seurauksena. Tarkastelussa huomioitiin myös pienten veronkorotusten rooli hyödyntämällä vuoden 2012 alkoholiveron korotuksia. Lisäksi varmistettiin, että myyntiaineisto vastasi vuoden 2018 osalta kokonaiskulutusta hyödyntämällä Valviran alkoholimyntien kokonaisaineiston luomaa kuvaa sekä matkustajatuontien kyselytutkimusta.

Tulokset osoittavat, että vuoden 2018 uudistus aiheutti suuren muutoksen alkoholituotteiden kulutuksen rakenteessa. Tämä näkyi siten, että muutoksessa päivittäistavarakauppaan sallittujen nelostuotteiden ja juomasekoitusten myynti asettui noin 500 %:n tasolle suhteessa siihen, paljonko niitä myytiin Alkossa ennen 2018 uudistusta. Toisaalta Alkossa myynnit laskivat muutosryhmän tuotteiden lisäksi niin muissakin oluen, siidereiden ja juomasekoitteiden tuoteryhmissä kuin myös viineissä ja viinoissa. Lisäksi aiemmin päivittäistavarakaupassa sallittujen tuotteiden myynti laski päivittäistavarakaupassa.

Kun näitä eri tuoteryhmien kehitystä tarkastellaan yhdessä, saadan kuva siitä, että Alkoholin kokonaiskulutus ei näytä Suomessa lisääntyneen vuoden 2018 uudistuksen seurauksena. Kokonaiskulutus on hienoisesti laskenut vuosina 2018 ja 2019, mutta tämä voi johtua aiemmasta laskevasta trendistä.

Vuonna 2018 alkoholiveroa korotettiin hieman. Tämä voisi selittää sen, että alkoholin kulutus ei reformin seurauksena kokonaisuutena noussut. Pystyäksemme tar-

kastelemaan tätä, tarkastelimme alkoholiveron roolia hyödyntäen vuoden 2012 veronkorotusta, joka oli samaa kokoluokkaa hintavaikutuksiltaan vuoden 2018 veronkorotuksen kanssa. Vuoden 2012 osalta ei kuitenkaan havaita merkittäviä tai tilastollisesti merkitseviä vaikutuksia alkoholin kulutukseen. Tulos tosin sisältää merkittävää tilastollista epävarmuutta. Siten vuoden 2018 osalta tulokset viittaavat siihen, että uusien tuotteiden salliminen päivittäistavarakauppaan oli paljon merkityksellisempi muutoksen elementti kuin veronkorotus.

Tuloksista vuoden 2018 osalta ei kuitenkaan voi suoraan päätellä, että esimerkiksi Alkon monopolin purkaminen ei vaikuttaisi ollenkaan alkoholin kulutusta lisäävästi. Syy siihen, miksi lisäävää vaikutusta alkoholin kulutukseen esimerkiksi kaiken viinin sallimisesta päivittäistavarakauppaan voisi olla liittyy siihen, että silloin väkevämpi alkoholi olisi helpommin kuluttajien saatavilla, ja tämä voisi lisätä kulutusta. Tämän tutkimuksen tulokset osoittavat että saatavuuden merkitys alkoholin kulutuksen rakenteessa voi olla merkittävä, ja kulutuksen siirtyessä vahvempiin tuotteisiin kokonaiskulutus voi nousta.

Alkoholipolitiikka, niin kuin muukin politiikka on aina tasapainoilua erilaisten vaikutusten välillä. Sallimalla vapaampi vähittäismyynti voi alkoholipolitiikasta koettuja ja hyödyn vähenemisiä ilmetä vähemmän, mutta alkoholikulutuksen haitat voisivat lisääntyä. Lisäksi poliittiseen harkintaan mahdollisista alkoholipolitiikan muutoksista olisi hyvä tuoda elementteinä mitä mahdolliset myyntirajoitusten lisäkeventämiset aiheuttavat vaikutukset olisivat esimerkiksi viinien tuotevalikoimaan ja hintoihin, jotka aiheuttaisivat vaikutuksia kuluttajien kokemaan hyötyyn.

Tutkimuksessa esiteltiin kaivattua tutkimustietoa alkoholin myyntirajoitusten vaikutuksista poliittisen päätöksenteon tueksi hyödyntäen vuoden 2018 uudistusta. Vuo-

den 2018 uudistuksen vaikutukset toivat uutta tietoa alkoholipolitiikan eri piirteiden vaikutuksista. Ne eivät kuitenkaan riitä tuomaan varmaa tietoa siitä, miten mahdolliset jatkotoimet alkoholipolitiikan osalta vaikuttaisivat yhteiskunnassa.

Viitteet

- Anttinen, M., R. Buri, M. Heinonen, J. Karjalainen, S. Nyholm, ja A. Sieppi.** 2024. “Vuoden 2018 alkoholilakiuudistuksen jälkiarviointi.” *Kilpailu- ja kuluttajaviraston Tutkimusraportteja*, , (4).
- Asplund, Marcus, Richard Friberg, ja Fredrik Wilander.** 2007. “Demand and distance: Evidence on cross-border shopping.” *Journal of Public Economics*, 91(1-2): 141–157.
- Conlon, Christopher, ja Nirupama L Rao.** 2023. “The cost of curbing externalities with market power: Alcohol regulations and tax alternatives.” National Bureau of Economic Research.
- Daley, James I, Mandy A Stahre, Frank J Chaloupka, ja Timothy S Naimi.** 2012. “The impact of a 25-cent-per-drink alcohol tax increase.” *American Journal of Preventive Medicine*, 42(4): 382–389.
- EEC.** 1992*a*. “Council Directive 92/83/EEC of 19 October 1992 on the harmonization of the structures of excise duties on alcohol and alcoholic beverages.” *Official Journal of the European Communities*, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:31992L0083>.
- EEC.** 1992*b*. “Council Directive 92/84/EEC of 19 October 1992 on the approximation of the rates of excise duty on alcohol and alcoholic beverages.” *Official Journal of the European Communities*, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:31992L0084>.

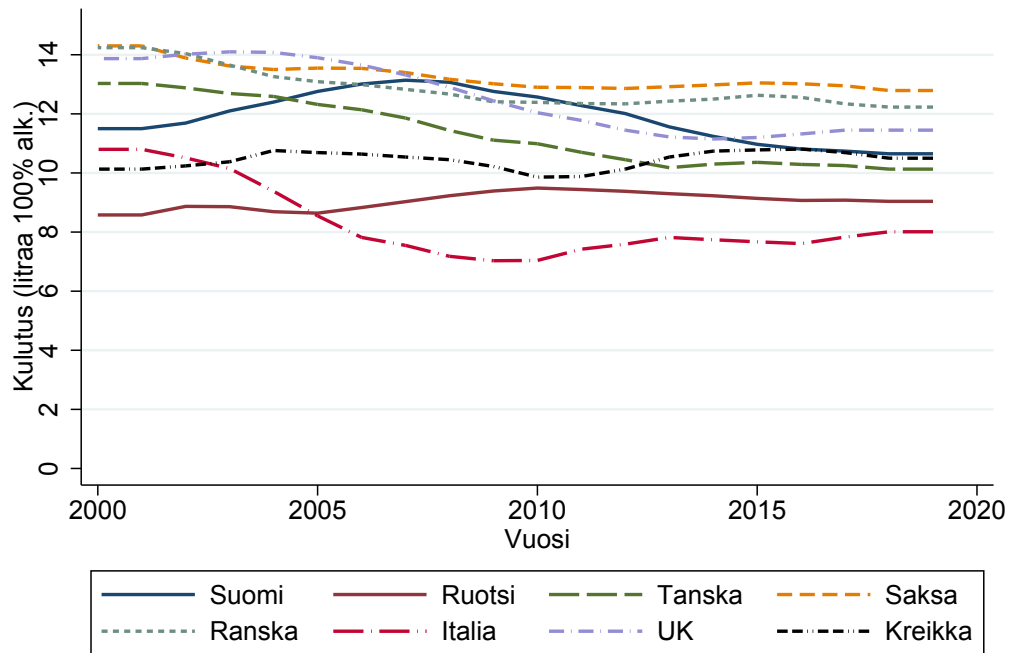
- Griffith, Rachel, Martin O’Connell, ja Kate Smith.** 2022. “Price Floors and Externality Correction.” *The Economic Journal*, 132(646): 2273–2289.
- Holder, Harold D, ja Alexander C Wagenaar.** 1990. “Effects of the elimination of a state monopoly on distilled spirits’ retail sales: a time-series analysis of Iowa.” *British Journal of Addiction*, 85(12): 1615–1625.
- Johansson, Per, Tuomas Pekkarinen, ja Jouko Verho.** 2014. “Cross-border health and productivity effects of alcohol policies.” *Journal of Health Economics*, 36: 125–136.
- Kosonen, Tuomas, Sami Jysmä, ja Riikka Savolainen.** 2024. “Studying a sin tax scheme with multiple reforms: Lessons for Consumption Taxation.” *VATT Working Papers 164*.
- Manning, Willard G, Linda Blumberg, ja Lawrence H Moulton.** 1995. “The demand for alcohol: the differential response to price.” *Journal of Health economics*, 14(2): 123–148.
- Mulford, Harold A, Johannes Ledolter, ja Jerry L Fitzgerald.** 1992. “Alcohol availability and consumption: Iowa sales data revisited.” *Journal of Studies on Alcohol*, 53(5): 487–494.
- Nilsson, J Peter.** 2017. “Alcohol availability, prenatal conditions, and long-term economic outcomes.” *Journal of Political Economy*, 125(4): 1149–1207.
- Uusitalo, Liisa, Jaakko Nevalainen, Ossi Rahkonen, Maijaliisa Erkkola, Hannu Saarijärvi, Mikael Fogelholm, ja Tomi Lintonen.** 2022. “Changes in

alcohol purchases from grocery stores after authorising the sale of stronger beverages: The case of the Finnish alcohol legislation reform in 2018.” *Nordic Studies on Alcohol and Drugs*, 39(6): 589–604.

Warpenius, Katariina, Pia Mäkelä, ja Karlsson Thomas. 2022. “Vuonna 2018 voimaan tulleen alkoholilain jälkiarviointi.” *Terveyden ja Hyvinvoinnin Laitos*.

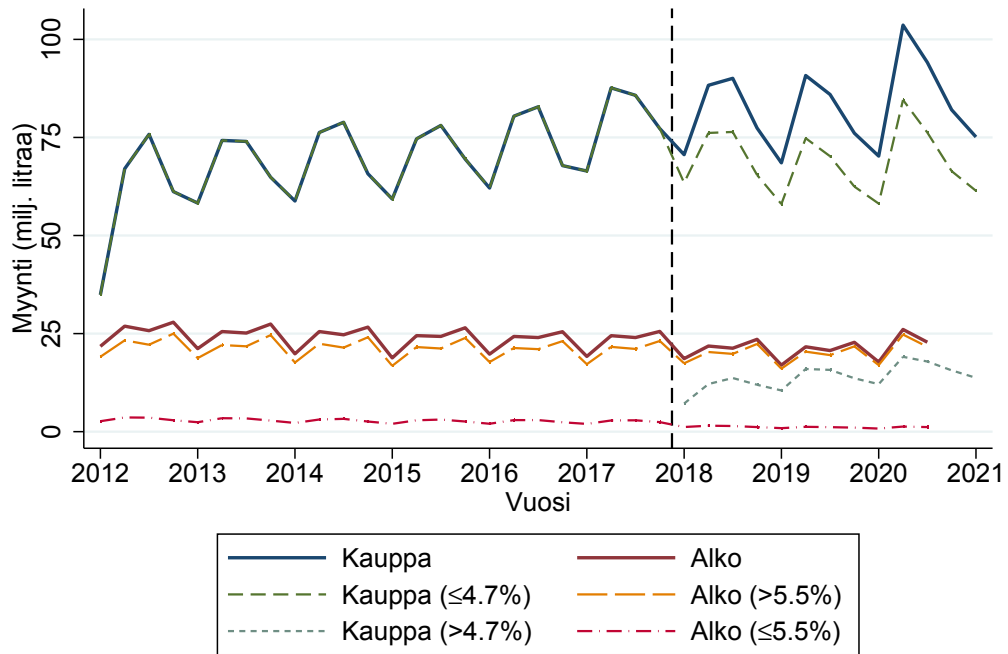
A Kuviot ja taulukot

Kuva 1: Alkoholin kulutus Euroopassa henkeä kohden WHO:n aineistossa



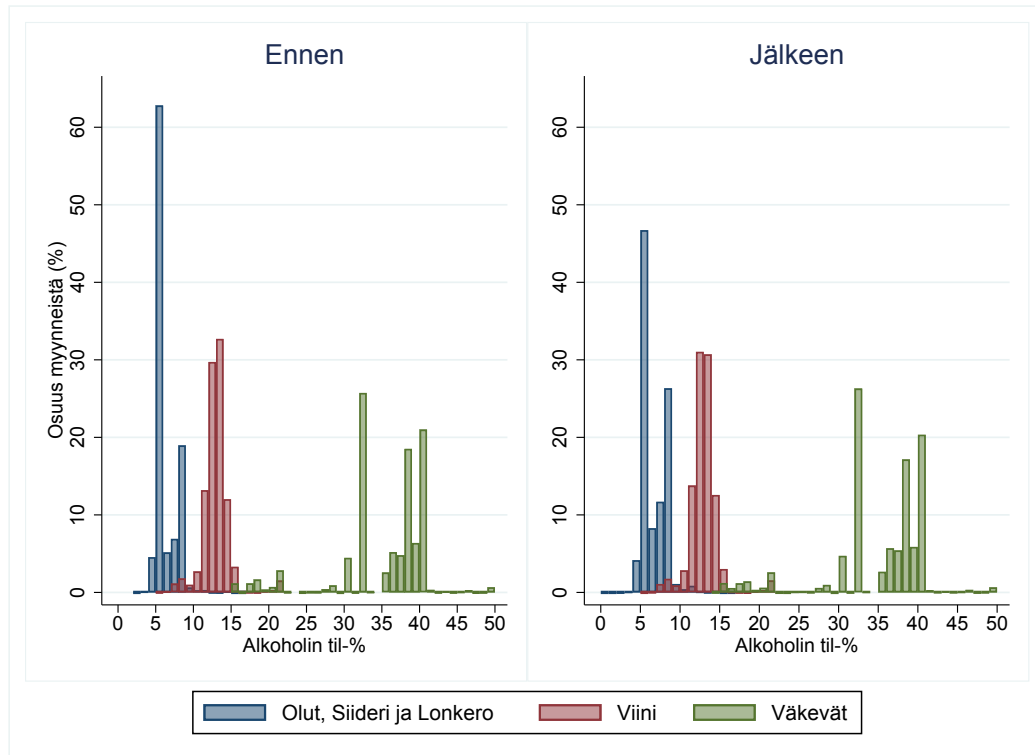
Huomiot: Alkoholin kulutus eri Euroopan maissa yli 15-vuotiasta henkilöä kohden. Aineiston lähde: WHO.

Kuva 2: Alkoholin vähittäismyynti päivittäistavarakaupassa ja Alkossa tuoteryhmissä yhteensä



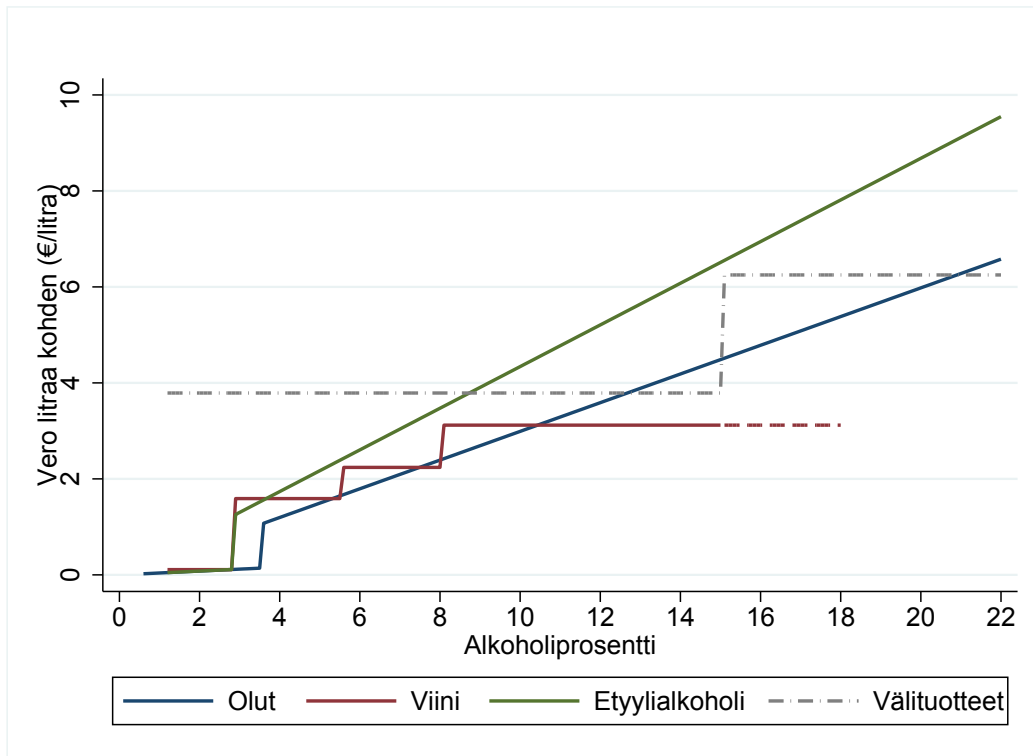
Huomiot: Kvartaalimyyntit litroina Alkossa ja päivittäistavarakaupoissa. Myynnit on jaettu kahteen alaryhmään sekä Alkossa, että pt-kaupoissa.

Kuva 3: Myyntien jakautuminen alkoholiprosentin mukaan Alkon aineistossa ennen ja jälkeen 2018 uudistuksen



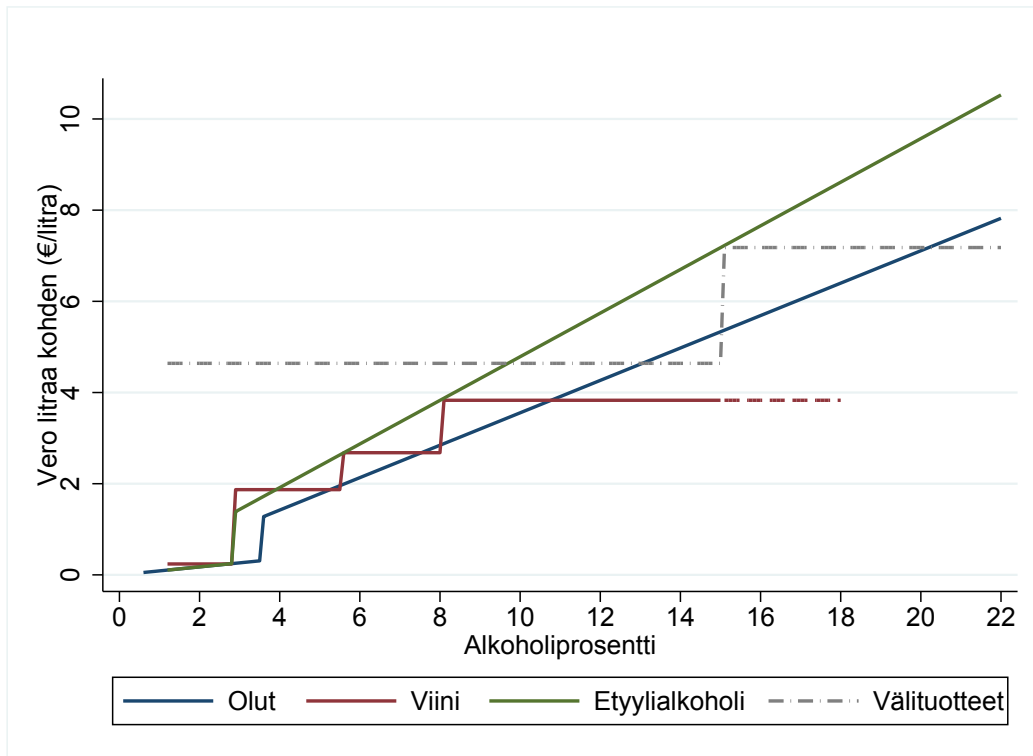
Huomiot: Alkoholiprosentin jakautuminen Alkon tuotteissa. Jakauma on kaksi vuotta ennen ja jälkeen vuoden 2018 uudistusta. Aineisto on työstetty 50%:n kohdalta.

Kuva 4: Alkoholivero tuoteryhmittäin 2012



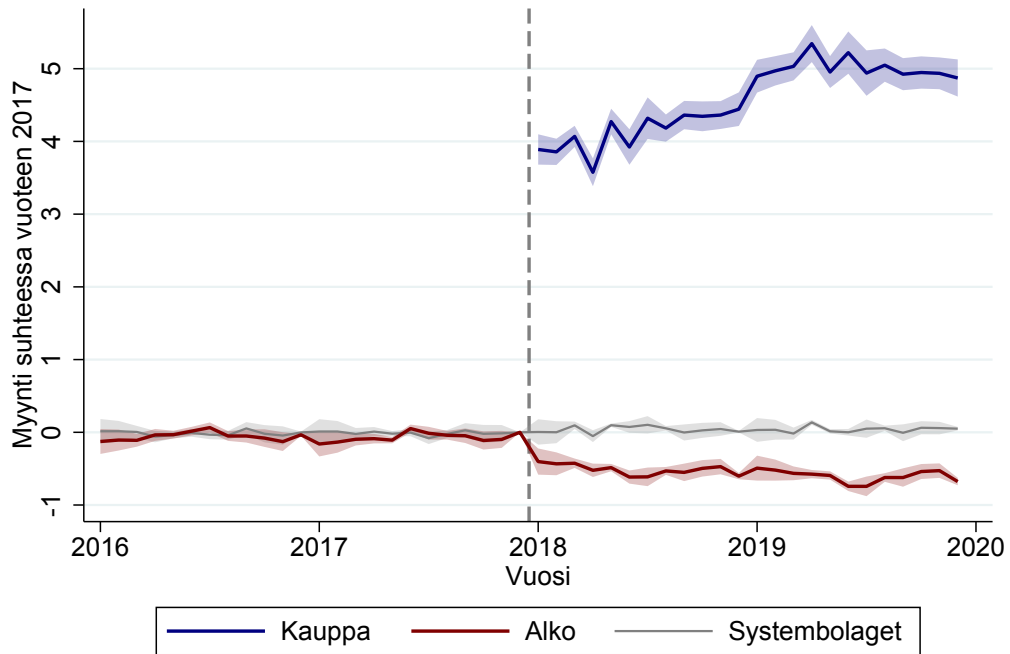
Huomiot: Alkoholivero tuoteryhmittäin jaoteltuna vuonna 2012. Etyylialkoholi sisältää juomasekoitteet. Viini sisältää muut käymisteitse valmistetut juomat kuten siiderit (pl. olut) ja katkoviiva sisältää vain viinit. Välituotteisiin kuuluu esimerkiksi väkevöityjä viinejä kuten portviini ja sherry.

Kuva 5: Alkoholivero tuoteryhmittäin 2018



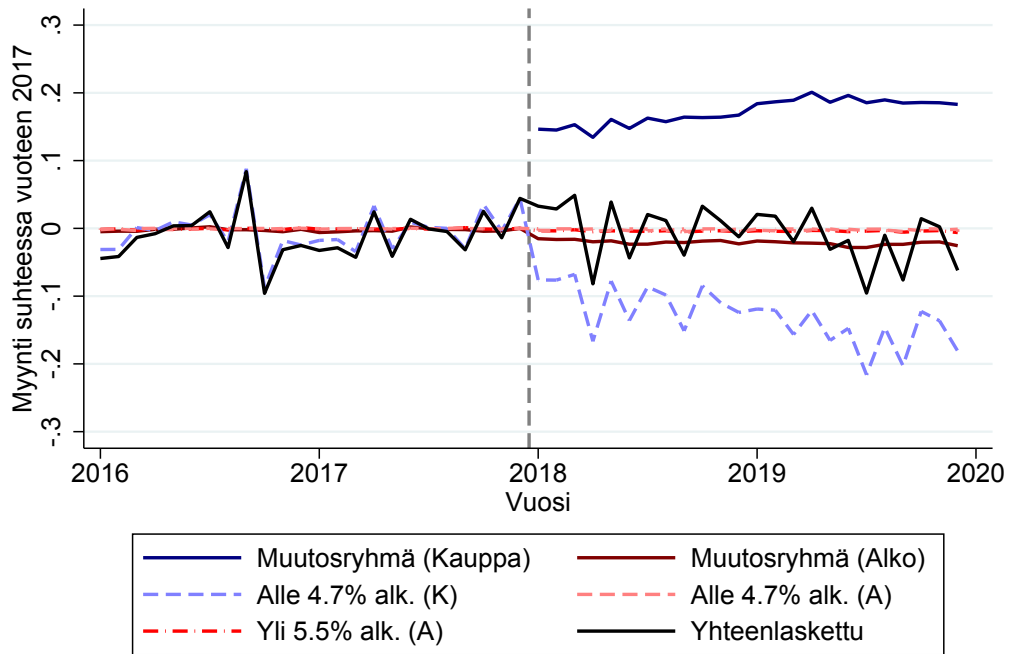
Huomiot: Alkoholivero tuoteryhmittäin jaoteltuna vuonna 2018. Etyylialkoholi sisältää juomasekoitteet. Viini sisältää muut käymisteitse valmistetut juomat kuten siiderit (pl. olut) ja katkoviiva sisältää vain viinit. Välituotteisiin kuuluu esimerkiksi väkevöityjä viinejä kuten portviini ja sherry.

Kuva 6: Päättulos vaikutuksista muutosryhmän tuotteisiin PT-kaupassa, Alkossa ja Systembolagetissa



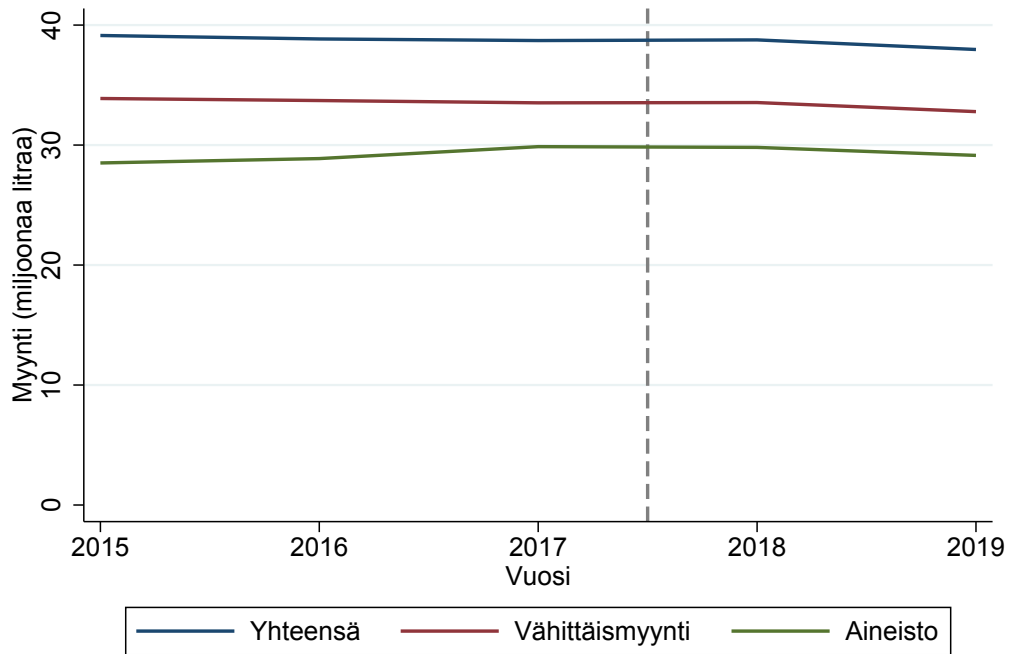
Huomiot: Suhteelliset myynnit vuoden 2018 uudistuksen alaisille tuotteille (eli muutosryhmän tuotteille) pt-kaupassa sekä Alkossa verrattuna Systembolagetin vastaaviin tuotteisiin. Kaupan ja Alkon myynnit on suhteellistettu Alkon joulukuun 2017 kyseisen tuoteryhmän myynteihin. Systembolagetin myynnit on suhteellistettu vastaavasti omiin myynteihin. Kausitasoitettu.

Kuva 8: Suhteelliset eri enintään 5,5 % vahvuisten alkoholituotteiden myynnit Alkossa ja PT-kaupassa sekä niiden yhteenlaskettu arvo



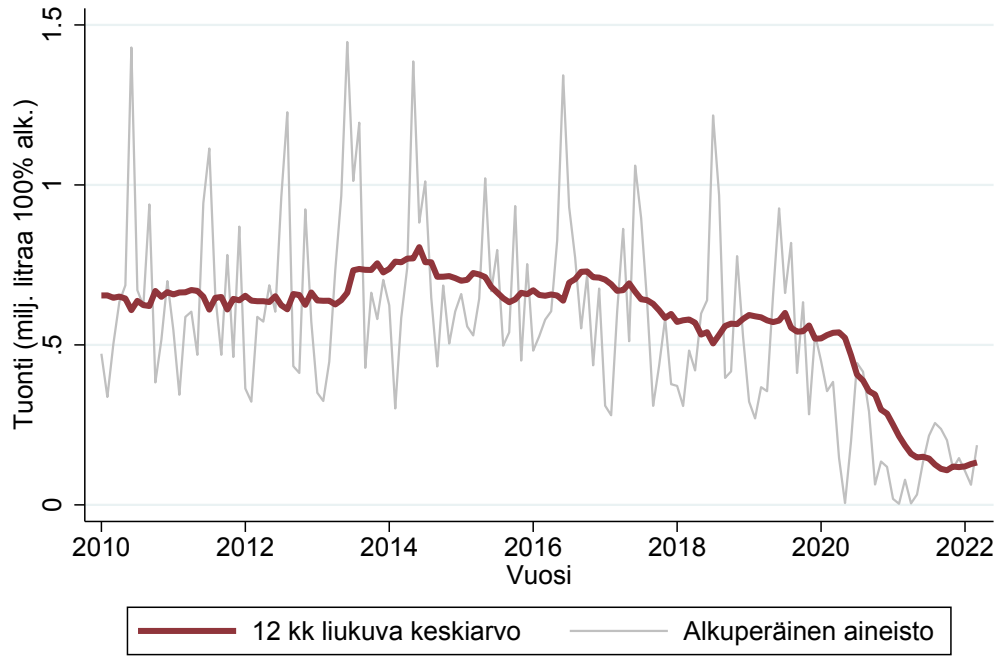
Huomiot: Suhteelliset myynnit pt-kaupassa ja Alkossa. Myynnit on suhteellistettu jokaisessa ryhmässä joulukuun 2017 kaikkiin oluen, siiderin ja lonkeron myynteihin. Myynnit ilmoitettu 100% alkoholina. Kausitasoitettu.

Kuva 9: Alkoholin kokonaismyynti Suomessa Valviran aineistossa ja tutkimuksen myyntiaineistossa



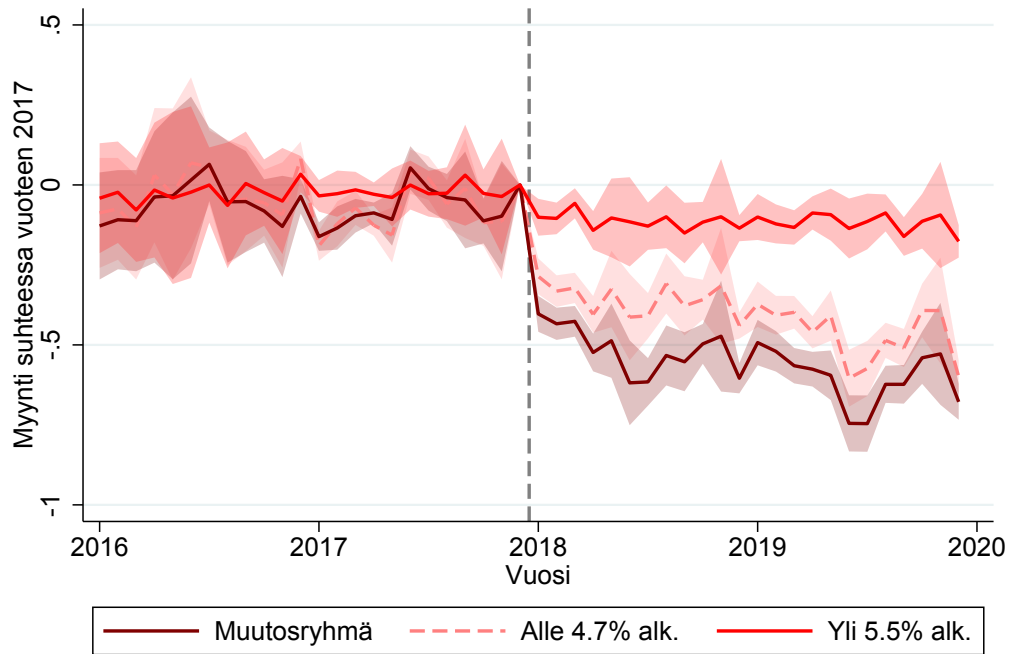
Huomiot: Alkoholin kokonaismyynti litroina 100% alkoholia. Kokonaismyynnin ja vähittäismyynnin erotus on anniskelu. Aineiston lähde: Valvira.

Kuva 10: Alkoholin matkustajatuonti Suomeen vuosina 2010 - 2022



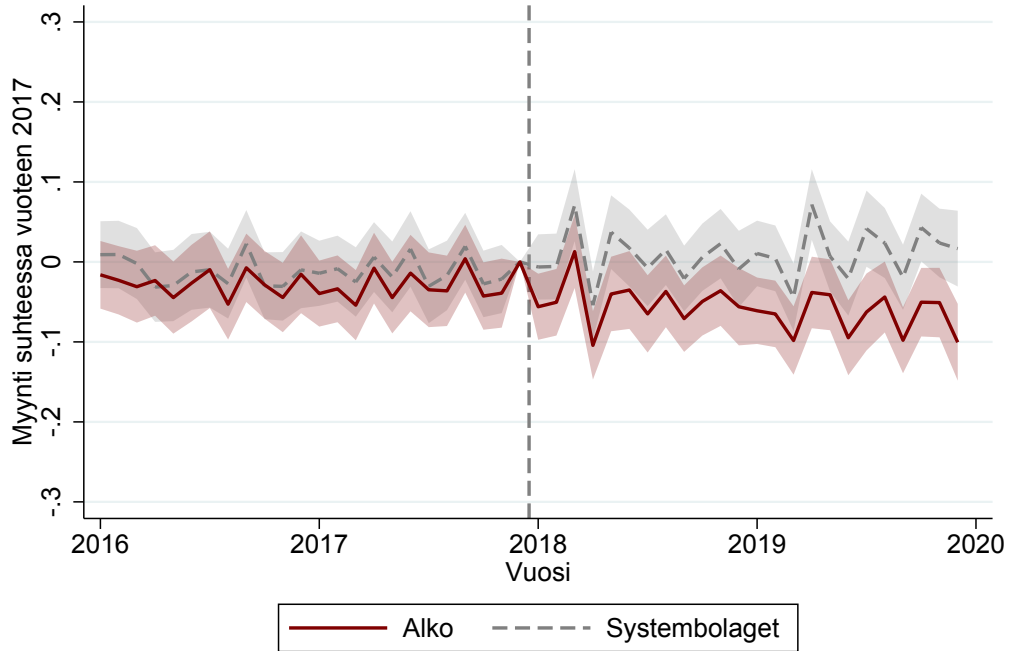
Huomiot: Alkoholin matkustajatuonti miljoonaa litraa 100% alkoholia. Aineiston lähde: Valtiovarainministeriö.

Kuva 11: Suhteelliset myynnit Alkossa oluissa, siidereissä ja juomasekoitteissa



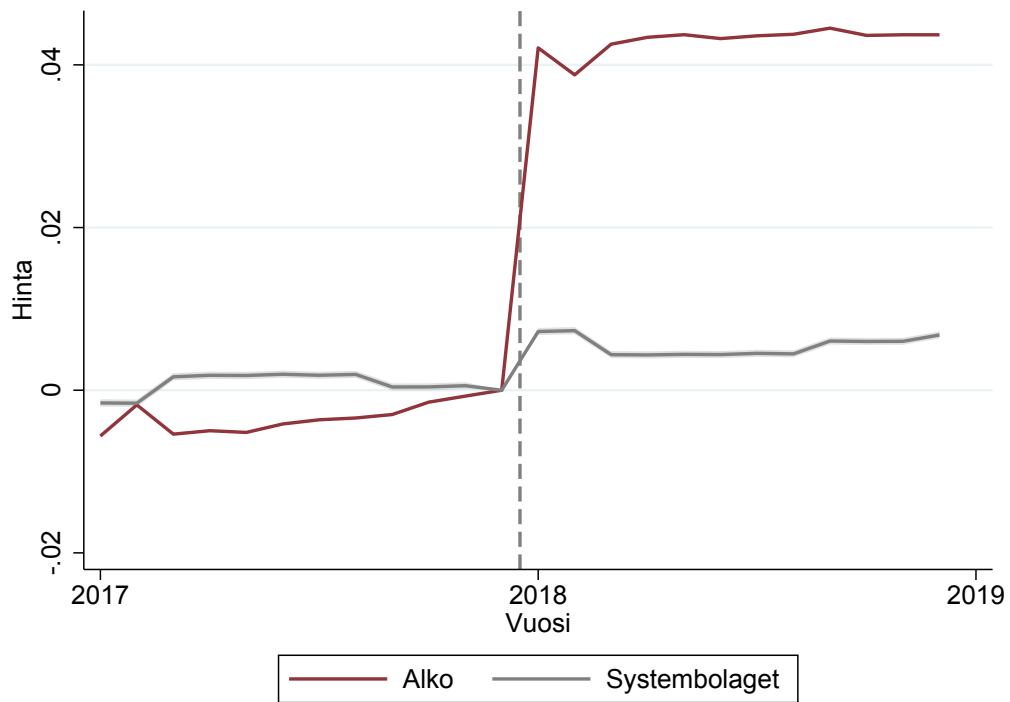
Huomiot: Suhteelliset myynnit vuoden 2018 uudistuksen alaisille tuotteille Alkossa sekä miedommissa ja vahvemmissa oluissa, siidereissä ja juomasekoitteissa. Myynnit on suhteellistettu jokaisessa ryhmässä Alkon joulukuun 2017 kyseisen tuoteryhmän myynteihin. Myynnit ilmoitettu 100% alkoholina. Kausitasoitettu.

Kuva 12: Viinien ja väkevien suhteelliset myynnit Alkossa ja Systembolagetissa



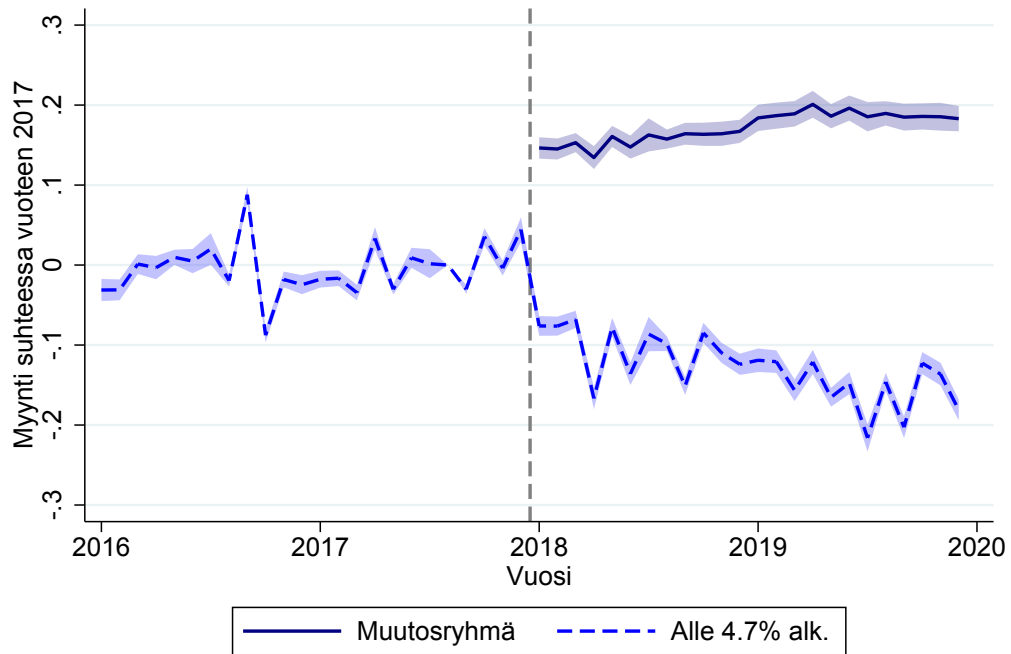
Huomioit: Suhteelliset myynnit viineille ja väkeville Alkossa ja Systembolagetissa. Myynnit on suhteellistettu kummankin ketjun omiin joulukuun 2017 viinien ja väkevien myynteihin. Kausitasoitettu.

Kuva 13: Viinien hintojen kehitys Alkossa ja Systembolagetissa vuoden 2018 ympärillä



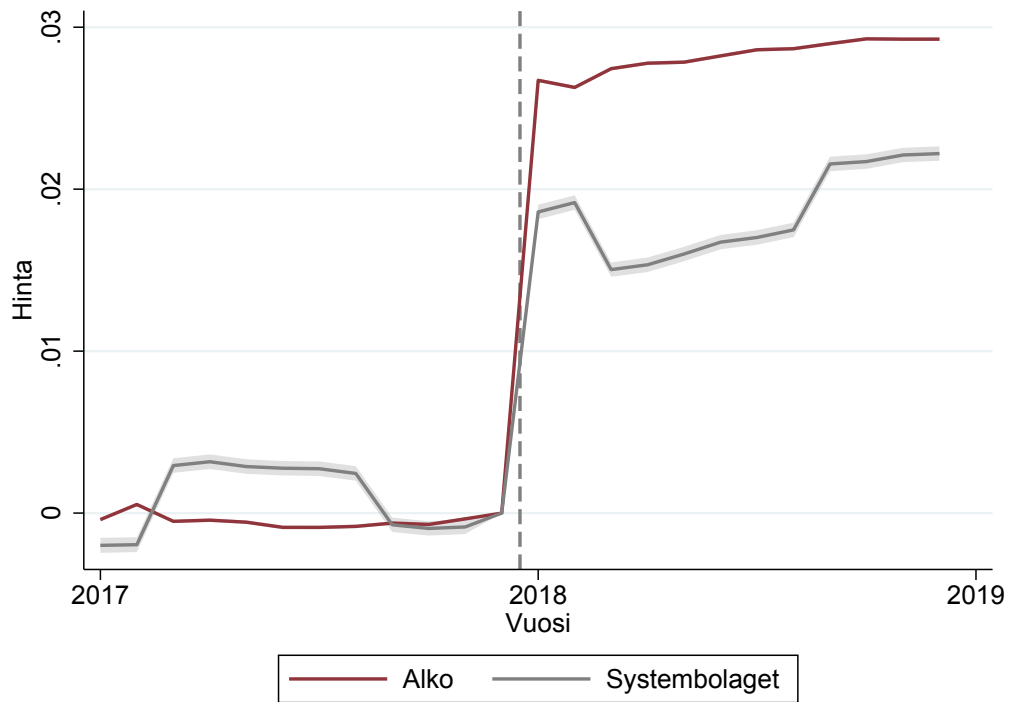
Huomiot: Viinien hinnat Alkossa ja Systembolagetissa 2018 uudistuksen ympärillä. Kuvassa käytetty tuotetason kiinteitä vaikutuksia.

Kuva 7: Suhteelliset muutosryhmän ja miedompien alkoholituotteiden myynnit PT-kaupassa



Huomiot: Suhteelliset myynnit vuoden 2018 uudistuksen alaisille tuotteille sekä miedommille tuotteille pt-kaupassa. Myynnit on suhteellistettu kaikkiin joulukuun 2017 myynteihin kaupassa. Myynnit ilmoitettu 100% alkoholina. Kausitasoitettu.

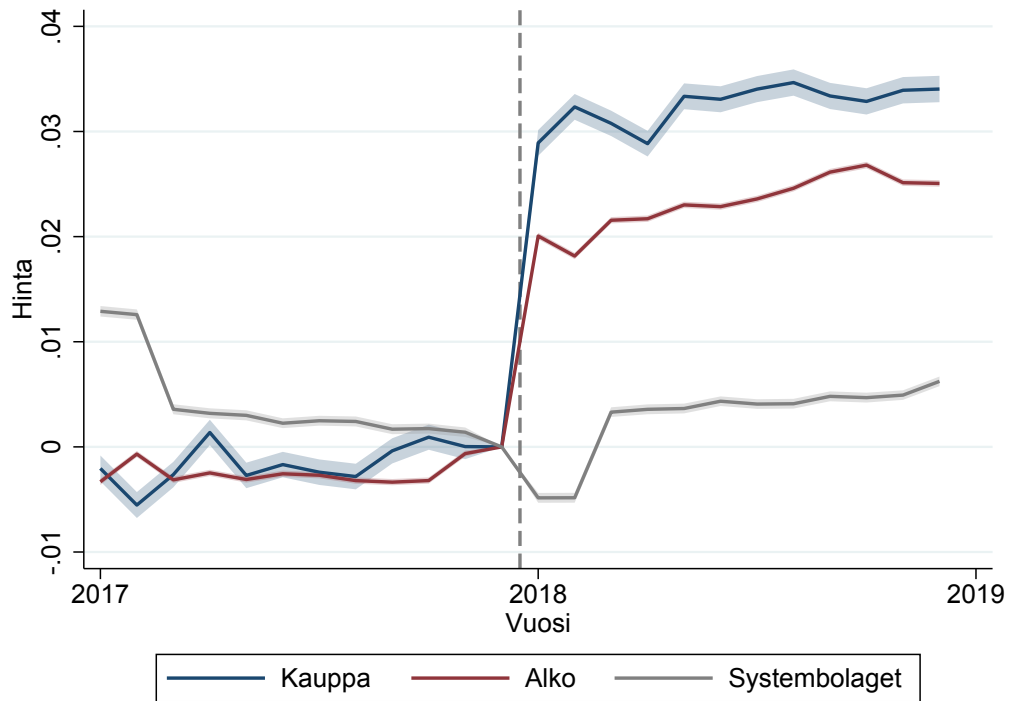
Kuva 14: Väkevien hintojen kehitys Alkossa ja Systembolagetissa vuoden 2018 ympärillä



Huomiot: Väkevien tuotteiden hinnat Alkossa ja Systembolagetissa 2018 uudistuksen ympärillä.

Kuvassa käytetty tuotetason kiinteitä vaikutuksia.

Kuva 15: Oluen, siiderin ja juomasekoitteiden hinnat PT-kaupassa, Alkossa ja Systembolagetissa 2018 reformin ympärillä



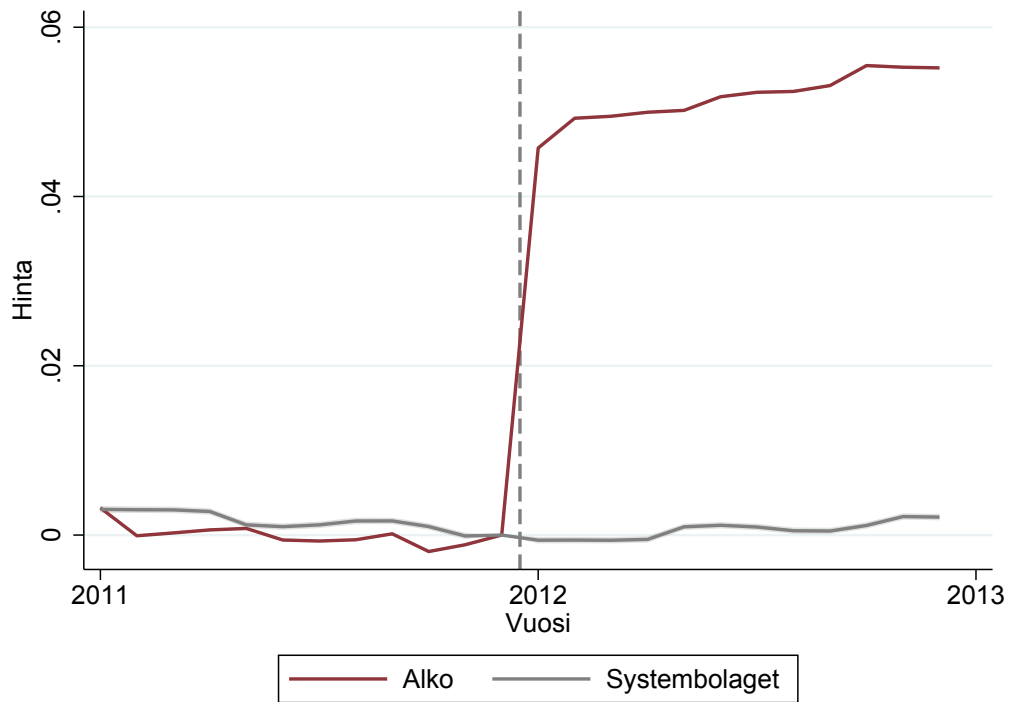
Huomioit: Kaikkien oluiden, siiderin ja lonkeroiden hinnat PT-kaupassa, Alkossa ja Systembolagetissa 2018 uudistuksen ympärillä. Kuvassa käytetty tuotetason kiinteitä vaikutuksia.

Kuva 16: Väkevien suhteelliset myynnit Alkossa ja Systembolagetissa 2012 veromuutoksen ympärillä



Huomiot: Suhteelliset myynnit väkeville Alkossa ja Systembolagetissa. Myynnit on suhteellistettu kummankin ketjun omiin joulukuun 2011 väkevien myynteihin. Kausitasoitettu.

Kuva 17: Väkevien hinnat Alkossa ja Systembolagetissa 2012 veromuutoksen ympärillä



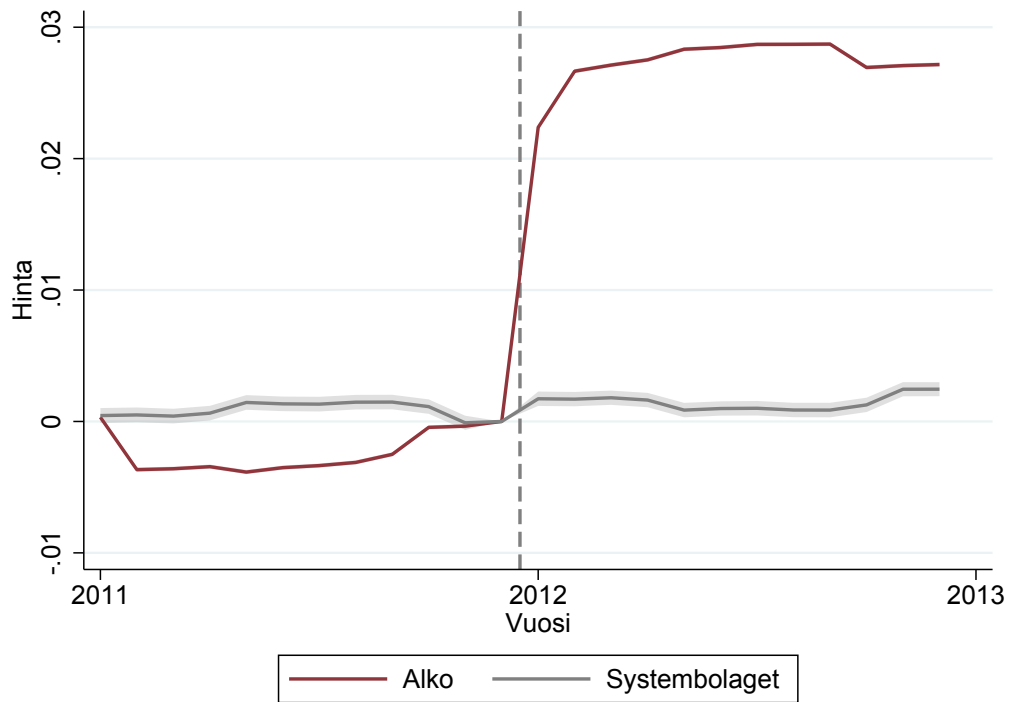
Huomiot: Väkevien hinnat Alkossa ja Systembolagetissa 2012 veromuutoksen ympärillä. Kuvassa käytetty tuotetason kiinteitä vaikutuksia.

Kuva 18: Viinien suhteelliset myynnit Alkossa ja Systembolagetissa 2012 veromuutoksen ympärillä



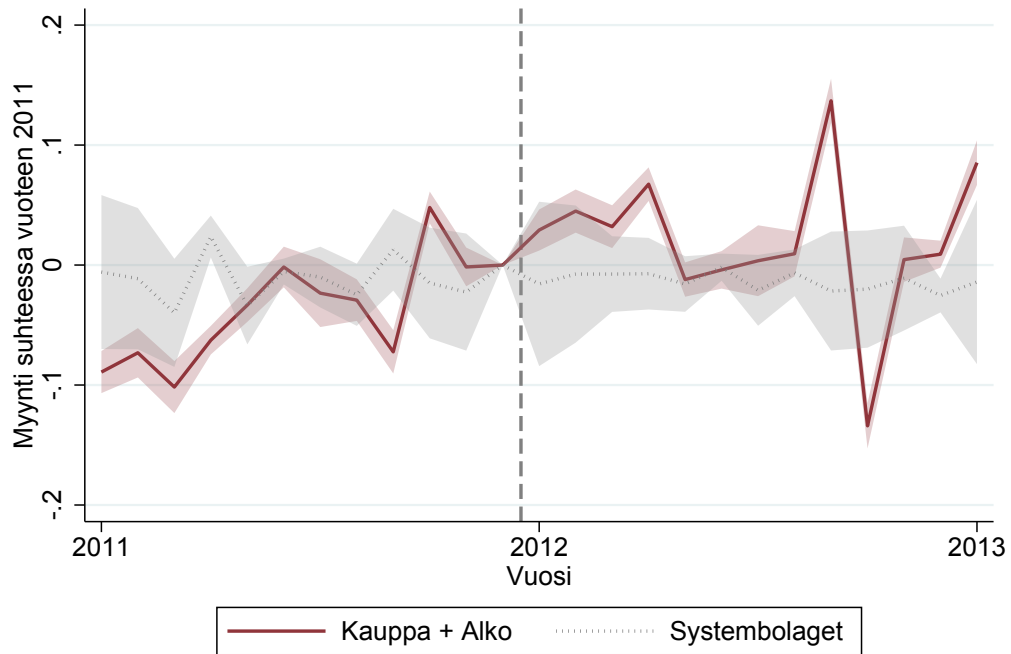
Huomiot: Suhteelliset myynnit viineille Alkossa ja Systembolagetissa. Myynnit on suhteellistettu kummankin ketjun omiin joulukuun 2011 viinien myynteihin. Kausitasoitettu.

Kuva 19: Viinien hinnat Alkossa ja Systembolagetissa 2012 veromuutoksen ympärillä



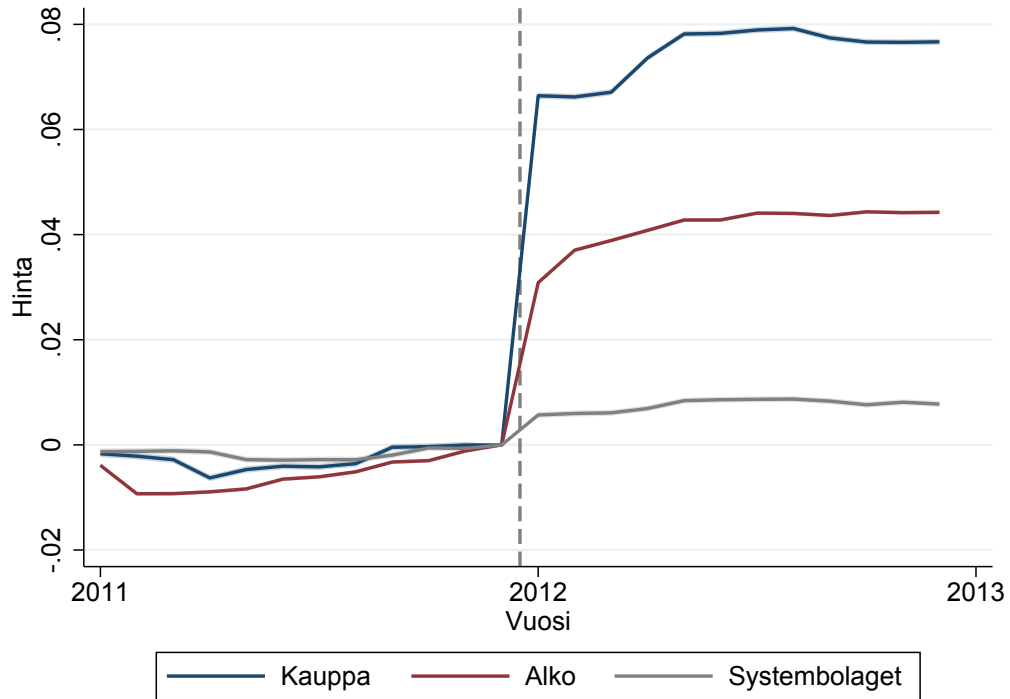
Huomiot: Viinien hinnat Alkossa ja Systembolagetissa 2012 veromuutoksen ympärillä. Kuvassa käytetty tuotetason kiinteitä vaikutuksia.

Kuva 20: Oluen, siiderin ja lonkeron suhteelliset myynnit Suomessa ja Systembolagetissa 2012 veromuutoksen ympärillä



Huomiot: Suhteelliset myynnit oluelle, siiderille ja lonkerolle PT-kaupassa, Alkossa ja Systembolagetissa. Myynnit on suhteellistettu kummankin maan omiin joulukuun 2011 tuoteryhmän myynteihin. Kausitasoitettu.

Kuva 21: Oluen, siiderin ja lonkeron hinnat Suomessa ja Systembolagetissa 2012 veromuutoksen ympärillä



Huomiot: Oluen, siiderin ja lonkeron hinnat PT-kaupassa, Alkossa ja Systembolagetissa 2012 veromuutoksen ympärillä. Kuvassa käytetty tuotetason kiinteitä vaikutuksia.

Taulukko 1: Vuoden 2018 uudistuksen vaikutus myynteihin

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	Olut, Siideri ja Lonkero			Viini	Väkevät
	Muutosryhmä	Alle 4.7%	Yli 5.5%		
DiD	-0.681***	-0.286***	-0.176***	-0.041***	-0.049***
	(0.0210)	(0.0092)	(0.0094)	(0.0025)	(0.0055)
N	1755029	552148	2228848	13963671	8637271

Huomiot: Taulussa verrataan Alkon suhteellisia myynnejä Systembolagetin suhteellisiin myynteihin eri tuoteryhmissä. Tulokset perustuvat regressioon, joka on esitetty yhtälössä 2. Symbolien tulkinta:

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

Taulukko 2: Vuoden 2012 uudistuksen vaikutus myynteihin ja hintoihin

	(1)	(2)	(3)
	Olut, Siideri ja Lonkero	Viini	Väkevät
DiD Myynnit	0.053	-0.002	-0.024
	(0.030)	(0.0080)	(0.0186)
DiD Hinnat	0.058***	0.029***	0.053***
	(0.000)	(0.000)	(0.000)
Hintajousto	0.91	-0.07	-0.45
N	1643047	6823033	4201026

Huomiot: Taulussa verrataan Alkon suhteellisia myyntejä Systembolagetin suhteellisiin myynteihin eri tuoteryhmissä. Olut, siideri ja lonkero vertailussa Alkon aineiston on yhdistetty PT-kaupan aineistoon. Hintojen muutos on ilmoitettu prosentteina. Hintajousto on laskettu myyntien ja hintojen muutoksien suhteena. Tulokset perustuvat regressioon, joka on esitetty yhtälössä 2. Symbolien tulkinta: * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$



Labore eli Työn ja talouden tutkimus

LABORE (ent. Palkansaajien tutkimuslaitos) on vuonna 1971 perustettu itsenäinen tutkimuslaitos, jossa keskitytään yhteiskunnallisesti merkittävään ja tieteen kansainväliset laatukriteerit täyttävään soveltavaan taloustieteelliseen tutkimukseen. Tutkimuksen painopistealueisiin kuuluvat työn taloustiede, julkistaloustiede sekä makrotaloustiede ja toimialan taloustiede. Lisäksi teemme suhdanne-ennusteita ja toimialakatsauksia sekä julkaisemme Talous & Yhteiskunta -lehteä ja podcasteja.

Vahvuksiamme ovat tutkijoiden korkea tieteellinen osaaminen sekä tiivis yhteistyö kotimaisten ja ulkomaisten yliopistojen ja tutkimuslaitosten kanssa. Tutkijoillamme on tärkeä asiantuntijarooli eri yhteyksissä ja he osallistuvat aktiivisesti yhteiskunnalliseen keskusteluun.

Työn ja talouden tutkimus LABORE

Arkadiankatu 7 (Economicum)
00100 Helsinki
Puh. +358 40 940 1940
labore.fi

ISBN 978-952-209-220-5 (verkkojulkaisu)

ISSN 2984-2158 (verkkojulkaisu)