



OULUN YLIOPISTO
UNIVERSITY of OULU

OULUN YLIOPISTON KAUPPAKORKEAKOULU

Erno Ahola-Olli

**ALKOHOLILAINSÄÄDÄNTÖ JA SEN VAIKUTUKSET
KULUTUSKÄYTTÄYTYMISEEN SUOMESSA**

Kandidaatintutkielma
Kauppatieteen kandidaatti
Toukokuu 2019

Tämän kandidaatintutkielman tavoitteena on tutustua Suomen alkoholipolitiikan historiaan, sen seurauksiin, sekä akateemisen kirjallisuuden avulla pohtia kuinka vuoden 2017 alkoholilakiuudistus saattaisi vaikuttaa alkoholin kulutukseen Suomessa.

Tutkielma perustelee tarpeellisuuttaan aihepiirin ajankohtaisuudella. Sipilän hallituksen uudistaessa alkoholilakia, keskustelu alkoholilain vaikutuksista kävi vilkkaana. Kuitenkaan akateemiseen kirjallisuuteen ei juurikaan viitattu lehdistön tai yhteiskunnallisten vaikuttajien toimesta. Alkoholiveron nostamista on esitetty yhdeksi Rinteen hallituksen uudistukseksi, joiden tavoitteena on tasapainottaa valtion talous.

Tutkimusmenetelmänä käytetään kirjallisuuskatsausta, jolla pyritään tuomaan kattava kuva poliittisista työkaluista, joilla vaikuttaa kulutuskäyttäytymiseen. Lähteenä käytettiin akateemisia lähteitä sekä ei-vertaisarvioitua kirjallisuutta muun muassa alkoholipolitiikan historiasta.

Tutkielmassa selvisi eri alkoholituoteryhmien kulutuskäyttäytymisen eroavan muun muassa hintajoustavuudeltaan. Verotus ja saatavuuden rajoittaminen osoittautuvat tehokkaiksi keinoiksi vaikuttaa kulutukseen, joskin näilläkin tavoilla on rajoitteensa, kuten oluen kysynnän hintajousto ja kieltolain menestys osoittavat. Terveysvalistus on osoittautunut tehokkaaksi tupakan kulutuksen vähentämisessä mutta akateeminen kirjallisuus alkoholin osalta ei tue tuloksen yleisteltävyyttä alkoholituotteille.

Jatkotutkimukset eri työkalujen vaikutuksesta osana laaja-alaisia alkoholilakiuudistuksia tarvitaan, jotta esimerkiksi verotuksen vaikutus voidaan eritellä muista samaan aikaan aloitetuista toimista. Lisätutkimusta kieltojen ja rajoitusten vaikutuksista kuluttajien näkemyksiin addiktoivien tuotteiden käytöstä tarvitaan, sillä näiden toimien nettovaikutus yhteiskunnalle saattaa olla negatiivinen niiden luoman laittomien markkinoiden vuoksi. Myös riippuvuuden aiheuttaman kulutuskäyttäytymisen lisätutkimusta tarvitaan, jotta käyttäytymisen mallinnusta voitaisiin tehostaa ja toimia riippuvuuden lopettamiseen kohdentaa. On tärkeä huomata, että riippuvuus voi syntyä eri tavoin esimerkiksi sosiaalisista syistä tai addiktoivien kemikaalien vaikutuksesta.

Avainsanat: alkoholipolitiikka, riippuvuus, kulutuskäyttäytyminen, alkoholi,

Sisällysluettelo

1	JOHDANTO	4
2	POLIITTISET TYÖKALUT KULUTUKSEN OHJAAMISEEN	6
	2.1 Verotus	7
	2.2 Saatavuus	7
	2.3 Terveyskampanjat.....	8
	2.4 Markkinointi.....	9
3	ALKOHOLILAKI SUOMESSA	10
	3.1 Alkoholipolitiikan historia Suomessa	10
	3.1.1 Alkoholipolitiikan ensiaskeleet.....	10
	3.1.2 Kieltolaki.....	11
	3.1.3 Alkoholimonopolin synty	12
	3.1.4 Sotavuodet 1939-1945	13
	3.1.5 Rauha palaa	14
	3.1.6 Keskiolut kauppoihin	15
	3.1.7 Suomi osaksi Euroopan Unionia.....	16
	3.2 Alkoholilakiuudistus 2017	18
4	AKATEEMINEN KIRJALLISUUS AIHEESTA	19
	4.1 Haittavero	19
	4.2 Saatavuus	21
	4.3 Markkinointi.....	23
	4.4 Terveyskampanjat ja koulutus	24
	4.5 Poliittinen päätöksenteko käytännössä	25
	4.6 Riippuvuus tekijänä kulutuksessa	25
5	JOHTOPÄÄTÖKSET	28
6	LÄHDELUETTELO	32

1 JOHDANTO

Vuonna 2016 julkisuuteen tuli ilmi hallituksen suunnitelma Suomen alkoholilain uudistamiseksi. Suunnitelmissa oli alkoholilain laaja-alainen liberalisointi valmistuksen, myynnin ja markkinoinnin osalta. Samalla alkoholin haittoja tultaisiin kitkemään alkoholiveron nostamisen kautta. Uutista seurasi laaja yhteiskunnallinen keskustelu alkoholin haittavaikutuksista sekä parhaista tavoista rajoittaa haitallista alkoholin liikakäyttöä. Julkisuudessa esiintyi näkemyksiä lakiesityksen puolesta ja vastaan. Vahvempien alkoholijuomien tuomisen marketteihin katsottiin lisäävän liikakäytön mahdollisuuksia erityisesti kokemattomien käyttäjien kohdalla. Liberaalimman alkoholipolitiikan nähtiin johtavan nousevaan alkoholin käyttöön ja sen myötä kasvaviin ongelmiin yhteiskunnassa. Alkoholin kulutuksen kasvun pelättiin aiheuttavan lisäkustannuksia suoraan alkoholin aiheuttamien sairauksien ja kuolemien myötä, sekä epäsuorasti muun muassa menetettyinä työvuosina ja kasvaneina onnettomuuksien määrinä. Nuorten alkoholin käytön lisääntymisen pelättiin erityisesti nostavan alkoholin yhteiskunnalle aiheuttamia kustannuksia. Toisaalta myös näkemys, jonka mukaan nouseva alkoholivero estäisi alkoholin kulutuksen kasvun sai kannatusta. Osa pohti myös hallituksen oikeutta ohjata kuluttajia tai vähintään epäili hallituksen toimenpiteiden tehokkuutta. Markkinoiden liberalisointi nähtiin siksi katsontakannan mukaan askeleeksi oikeaan suuntaan. Osa tämän katsontakannan kannattajista piti myös alkoholiveron nostamista epäeettisenä, sillä verotus nähtiin valtion keinona kajota yksilön vapauteen. Lisäksi lisääntyvän maahantuonnin epäiltiin pienentävän korkeamman verotuksen tehokkuutta.

Vuonna 2016 alkanut julkinen väittely vuonna 2018 voimaan astuneesta alkoholilakiuudistuksesta on toiminut tämän kirjallisuuskatsauksen innoittajana. Tarkoituksena tutkimuksessa on tutustua taloustieteelliseen, akateemiseen kirjallisuuteen, joka pohtii yhteiskunnan työkaluja vaikuttaa kansalaisten kulutuskäyttäytymiseen. Alkoholin liikakäytön haittavaikutusten aiheuttamat kulut ja terveydelliset haitat, sekä alkoholilain uudistuksen synnyttämä keskustelu luovat tarpeen taloustieteelliselle katsaukselle aiheeseen.

Luvussa 2 tutustutaan yleisesti tapoihin vaikuttaa tuotteiden kulutukseen. Tässä luvussa käydään läpi näitä työkaluja sekä niiden käyttöä ja tehokkuutta suomalaisen

alkoholipolitiikan historiassa, sekä pohditaan uuden alkoholilakiuudistuksen (Alkoholilaki 2017/1102) mahdollisia vaikutuksia suomalaisten alkoholin kulutukseen sekä alkoholin käytön yhteiskunnalle aiheuttamiin kustannuksiin. Luvussa käydään läpi erilaisia poliittisia työkaluja vaikuttaa kuluttajien ostokäyttäytymiseen, kun tarkoituksena on vähentää yhteiskunnan kannalta haitallisiksi todettuja ilmiöitä, kuten alkoholismia, sekä pohditaan kuinka nämä työkalut ovat toimineet suomalaisessa alkoholilainsäädännössä. Luvussa 3 tutustutaan tarkemmin Suomen alkoholipolitiikan historiaan sekä kulutuksen ja kulutuskäyttäytymisen muutoksiin. Luvun lopussa käymme läpi myös uuden alkoholilain tuomia muutoksia. Luku 4 tutustuu akateemiseen kirjallisuuteen alkoholipolitiikan vaikutuksista ja kulutuksen ohjaamisesta. Kirjallisuuskatsauksen tavoitteena on antaa kattava näkemys taloustieteen akateemisen kirjallisuuden tuloksista, jotta alkoholilakiuudistuksen julkiselle keskustelulle voitaisiin antaa parempi katsaus akateemisen kirjallisuuden luomaan ulottuvuuteen. Luku 5 on yhteenveto akateemisen kirjallisuuden tutkimustuloksista sekä pohdintaa niiden merkityksestä alkoholilain vaikutusten kannalta.

2 POLIITTISET TYÖKALUT KULUTUKSEN OHJAAMISEEN

Yhteiskunnilla on historian saatossa ollut useita eri syitä ohjata kuluttajien kysyntää eri tavoin. Esimerkiksi kotimaan tuotantoa on vuosisatojen ajan suojeltu protektionistisilla tullimaksuilla ja maahantuonnin rajoituksilla. Tästä löytyy esimerkkejä Euroopan merkantilistisista kuningaskunnista aina viime vuosisadan nouseviin talouksiin, kuten Japaniin ja Etelä-Koreaan, sekä vuoden 2018 USA:n terästulliin. Suomessa hyvinvointiyhteiskunnan aiheuttamat kustannukset ovat luoneet poliittisen motiivin ohjata kuluttajien käyttäytymistä, sillä epäterveelliset elämäntavat luovat lisäkustannuksia, ei vain kuluttajalle itselleen, vaan koko yhteiskunnalle. Ongelma on Suomelle erityisen kiusallinen, sillä alkoholin käyttö asukasta kohden on suurta verrattuna muihin pohjoismaihin, vaikkakin alkoholin kokonaiskulutus on hieman laskenut viime vuosina (Agardh ym., 2016). Siitä huolimatta alkoholin käytöstä yhteiskunnalle kohdistuvat kustannukset ovat kasvaneet käyttöä nopeammin (Salomaa, 1995) ja alkoholismien aiheuttamat menetetyt elinvuodet, tai alkoholista johtuvien vammojen vaivaamat elinvuodet, ovat yhä muita Pohjoismaita korkeammat. Tanskan ollessa kuitenkin lähellä Suomen lukuja (Agardh ym., 2016).

Tutkimuksessaan Salomaa (1995) osoittaa kuinka 2,4 %:iin vuosittainen alkoholin käytön kasvu 80- ja 90-luvuilla johti 51-56 %:in kasvuun alkoholin aiheuttamien suorien kustannusten osalta. Suoriksi kustannuksiksi Salomaa katsoo muun muassa alkoholin aiheuttamat kuolemat, sairaudet sekä vammat, menetetyt työvuodet, onnettomuudet sekä kasvavat menot julkiselle sosiaaliturvaverkolle. Kasvavat sosiaalimenot ja kasvava rikosten määrä osoittautuivat merkittäviksi tekijöiksi alkoholin aiheuttamien kustannusten osalta. Alkoholin aiheuttamien sairauksien määrä kasvoi Suomessa 80-luvulla noin 4 %:ia. Salomaa arvioi alkoholin vuonna 1990 aiheuttamien sairaalakäyntien kokonaiskustannuksiksi 350-540 miljoonaa markkaa. Kokonaiskustannukset arvioitiin tutkimuksessa väestörekisterikeskukselta saatujen tilastojen avulla. Tilastoissa kuvattiin potilaiden vaatimien vuodeosastopaikkojen määrää ja hoito-osastojen tyyppiä. Kalleimmiksi suoriksi menoeriksi terveydenhuollon osalta tutkimus arvioi alkoholin aiheuttamat sairaudet (150-240 miljoonaa markkaa) ja alkoholin aiheuttamat onnettomuudet (190-290 miljoonaa markkaa). Sairaalahoidon kustannusten lisäksi noin kolmasosa alkoholin aiheuttaman sairauden saaneista kuoli ennenaikaisesti sairauksiinsa 1980-luvulla. Nämä

muodostivat kuitenkin vain 25-30 %:ia kaikista alkoholikuolemista, joista 40 %:ia muodostui alkoholin aiheuttamista onnettomuuksista ja 25 %:ia tahallisista väkivallan teoista tai itsemurhista. Tutkimuksessaan Salomaa (1995) arvioi alkoholikuolemien aiheuttaman tuotannon menetysten olevan 3,2-5,1 miljardia markkaa. Vaikka alkoholin kulutus onkin laskenut 1980- ja 1990-lukujen jälkeen, osoittaa Salomaan (1995) tutkimus kuinka jo pieni alkoholin käytön nousu voi aiheuttaa suuria kustannuksia yhteiskunnalle.

2.1 Verotus

Taloustieteellisen teorian kannalta selvä tapa vaikuttaa normaalin hyödykkeen kulutukseen on nostaa verotuksella hyödykkeen hintaa. Korkeampi hinta kuluttajalle laskee perinteisen taloustieteellisen teorian mukaan kokonaiskysyntää kysynnän hintajouston kuvaamalla määrällä ja esimerkiksi alkoholin kohdalla johtaa näin positiiviseen kehitykseen kansanterveydelle.

Verotusta ei kuitenkaan voida nostaa rajattomasti. Esimerkkinä voidaan käyttää Suomen vuoden 2004 alkoholilakiuudistusta, jossa verotusta jouduttiin laskemaan Viron liittyessä Euroopan Unioniin. Alkoholiveron pelättiin ohjaavan kysyntää Viroon, jolloin alkoholiverosta ei olisi saatu verotuloja paikkaamaan kulutuksesta aiheutuvia ongelmia, mutta pitkänajan vaikutukset, kuten alkoholin aiheuttamat terveydelliset haitat, olisivat jääneet Suomen valtion kustannettaviksi.

2.2 Saatavuus

Julkinen hallinto voi halutessaan rajoittaa tietyn hyödykkeen saatavuutta usealla eri tavalla. Hyödykkeen myynti voidaan ohjata valtion monopoliin, kuten alkoholin myynti Alkoon Suomessa, jolloin tavoitteena on ehkäistä hintakilpailua sekä helpottaa kysynnän kehityksen ja politiikan tehokkuuden tarkkailua. Valtion monopolin kautta voidaan myös ohjata monopolista saatuja voittoja kattamaan valtion kuluja, erityisesti tilanteessa, jossa monopoli on pystytetty haitallisten ulkoisvaikutusten takia kulutusta rajoittavana, eikä esimerkiksi luonnollista monopolia estävänä organisaationa. Ikärajoituksilla voidaan vähentää haitallisen kulutuskäyttäytymisen kehitystä nuorilla. Suomen valtio on asettanut alaikärajan alkoholituotteiden myynnille alkoholin

käytöstä johtuvien erityisen haitallisten terveysvaikutusten takia. Ikärajoituksilla voidaan vaikuttaa myös pitkäaikaisen haittakäytön kehittymiseen. Alkoholin tarjontaa on rajoitettu myös myyntiaikojen avulla. Alkon aukioloaikojen lisäksi tarjontaa on rajoitettu myös elintarvikekaupoissa ajalle 09:00 – 21:00. Edellä mainitut keinot ovat asetettu alkoholin hankinnan vaikeuttamiseksi. Kun kuluttajan on saavuttava valtion monopoliin tai elintarvikekauppaan myyntiajan sisällä sekä todistettava olevansa täysi-ikäinen on kysynnälle aiheutettu esteitä, joiden toivotaan vähentävän kokonaiskysyntää. Valmistuksen kieltäminen tai rajoittaminen yksityishenkilöiltä on tapa, jota on harjoitettu Suomen alkoholipolitiikassa pitkään. Alkoholin polttaminen kotona kiellettiin Suomessa vuonna 1866 kasvavan raittiusliikkeen myötä. Valmistuksen valvonta osoittautui haastavaksi kotipolton helppouden sekä edullisuuden takia.

Useasti kokeiltu kieltolaki on ollut voimassa myös Suomessa vuodesta 1919 vuoteen 1932. Lain tarkoituksena on nimensä mukaisesti kieltää alkoholin käyttö, myynti, maahantuonti ja valmistus kokonaan. Täyskielto on kuitenkin useassa tapauksessa johtanut mustan talouden kukoistamiseen, salakuljetukseen ja kotipolttoon. Niin myös Suomen tapauksessa. Kieltolain vastustajat esittävätkin usein alkoholin kieltolain johtavan pahempiin terveyshaittoihin, kun usein huonolaatuisten ja alkoholipitoisuudeltaan vaihtelevien kotipolttolisten juomien kulutus kasvaa.

2.3 Terveyskampanjat

Tupakoinnin vähentämisessä Suomessa tehokkaaksi vaikutustavaksi osoittautui terveyskampanjat. Pitkäaikainen tietoisuuden kasvattaminen tupakoinnin terveyshaitoista yhdistettynä saatavuuden ja laillisten tupakointipaikkojen rajoitukseen on vähentänyt tupakointia maassa merkittävästi (Heloma & Puska, 2016). Tutkimuksessaan (Salomaa, 1995) esittääkin koulutuksen luovan pohjan tehokkaaseen alkoholin haitallisen käytön vähentämiseen pitkällä aikavälillä. Vaikka Salomaa jättää perustelut väitteelleen yleisen alan kirjallisuuden tuntemisen varaan, voidaan väitteen totuusperää pohtia esimerkiksi muutosjohtamisen kautta. Organisaation jäsenten toiminnan pitkäaikaisen muutoksen saamiseksi tulee organisaation muutos aloittaa tarpeeksi syvälliseltä tasolta. Esimerkiksi työntekijöiltä ei välttämättä voida suoraa vaatia ystävällisempää toimistokäyttäytymistä, vaan organisaation kulttuuria täytyy

muuttaa, jotta työntekijöiden käyttäytyminen ohjautuu sen kautta ystävällisemmäksi, eikä suora komennus muutokseen luo työntekijöissä vastareaktiota.

2.4 Markkinointi

Myös markkinointia säätelemällä voidaan vaikuttaa epäsuorasti kulutukseen. Esimerkiksi alkoholin markkinointia on säädelty rajoittamalla markkinointikanavia, kuten kieltämällä mainonta urheilutapahtumissa tai nuorille suunnatuissa kanavissa. Markkinoinnille on myös asetettu ajallisia rajoituksia, joiden tarkoituksena on ohjata markkinointia pois halutuista kohderyhmistä. Tupakkatuotteiden mainonta on kielletty Suomessa kokonaan. Näiden säädösten lisäksi markkinointia ohjaavat organisaatioiden omat eettiset säännöt sekä yleisesti markkinointia ohjaavat lait, säännöt ja yhteisöt, kuten Mainonnan eettinen neuvosto.

3 ALKOHOLILAKI SUOMESSA

3.1 Alkoholipolitiikan historia Suomessa

Tässä luvussa tutustutaan alkoholipolitiikan historiaan Suomessa. Luvun tarkoituksena on tutustuttaa lukija Suomen alkoholipoliittisiin ratkaisuihin sekä alkoholin kulutuksen kehittymiseen Suomessa.

3.1.1 Alkoholipolitiikan ensiaskleet

Alkoholipolitiikan historian Suomessa voi katsoa alkavan vuonna 1866 viinan kotipolton kieltäneestä lakiuudistuksesta. Uudistuksessa kiellettiin viinan kotipoltto ja valmistus keskitettiin talonpojilta ammattimaisempiin tislaamoihin ja alkoholin polttimoihin. Lakiuudistuksen takana oli useita yhteiskunnallisia syitä. Suurempia tehtaita katsottiin olevan helpompi verottaa, kun ennen jokaisen maanviljelijän oli maksettava veroa poltto-oikeudestaan, siitä huolimatta käyttikö oikeutta vai ei. Talonpoikien alkoholin valmistuksen määriä oli myös vaikeampi valvoa, 1756 polttokiellon aikaan viranomaiset takavarikoivat alle kahden miljoonan asukkaan Ruotsi-Suomesta yhteensä noin 200 000 viinan polttamiseen käytettyä pannua. (Vehviläinen, 1966)

Toinen syy, joka tarkemmin hahmottaa lain alkoholipolitiikaksi, eikä pelkästään ajalle tyypilliseksi talouspolitiikaksi, on päättäjien halu vaikuttaa alkoholin kulutukseen yhteiskunnassa. Osoituksena tästä motiivista on lain säätämät ylärajat alkoholin tuotannolle ja kaupalle. Alkoholin valmistuksen valvomista varten perustettiin myös ensi kertaa valvomisjärjestelmä, jotta alkoholin kulutusta ja sen muutoksia voitaisiin valvoa. Kasvavan raittiusliikkeen myötä alkoholin valmistukselle ajettiin myöhemmin yhä tiukempia rajoituksia ja kaupungeille sekä kunnille annettiin oikeus alkoholin myynnin ohjaamiseksi valituille toimijoille (Vehviläinen, 1966) tai kieltää alkoholin myynti ja tarjoilu kokonaan. Suurimmassa osassa maaseutua alkoholin tarjoilu ja myynti olikin kielletty 1900-luvulle tultaessa (Kaartinen, 2012).

3.1.2 Kieltolaki

1900-luvun kahtena ensimmäisenä vuosikymmenenä pitkän poliittisen turbulenssin jälkeen nuorena, itsenäisessä Suomessa astui voimaan kieltolaki. Ensimmäisen kerran uudistus hyväksyttiin eduskunnassa 1907. Lakia



Kuva 1 Puhtaan alkoholin kulutus per asukas 1866-2006 "Kieltolaki ei kuivattanut Suomea". © Duodecim

ei kuitenkaan koskaan viety keisarille vahvistettavaksi uuden senaatin vastustuksen vuoksi. Venäjän vallankumouksen jälkeen kieltolaille myönteinen senaatti esitti kuitenkin uudistusta Kerenskin hallitukselle, joka hyväksyi lain. Kieltolaki astui voimaan Suomessa 1.6.1919. Lakiuudistus ei sinänsä aiheuttanut suuria muutoksia alkoholipolitiikkaan, sillä (kuten edellisessä luvussa mainittiin) suuri osa maasta oli jo kieltänyt alkoholin myynnin kunnallisella päätöksellä edeltävän alkoholilainsäädännön oikeutuksella. Kieltolakia perusteltiin paljon myös kansanterveyden ulkopuolisilla syillä. Raittiusliikkeen luoma moraalinen näkökulma alkoholin käyttöön sekä hyväkuntoisten kansalaisten, ja siten sotaväen, merkitys painottui usein vahvasti kieltolakia tukevissa argumenteissa. (Kaartinen, 2012)

Kieltolain vaikutuksia suomalaisten juomatottumuksiin, niin määriin kuin juomatapoihin, on vaikea arvioida, sillä kieltolaki pakotti alkoholin myynnin ja käytön maan alle. Moni kieltolaille kriittinen aikalaislähde näyttää myöntävän julkisen alkoholin väärinkäytön vähentyneen, mutta tilastoista ja suurelta yleisöltä piilossa tapahtuvan alkoholin käytön väitetään lisääntyneen. On mahdollista, että kieltolain aikana alkoholin kulutus on painottunut voimakkaammin pienemmälle osalle väestöä, kun kohtuukäyttäjät ovat lopettaneet alkoholin kulutuksen sen tultua laittomaksi tai siirtyneen julkisista paikoista enemmässä määrin koteihin. Nämä uudistukset juomatavoissa ovat voineet lisätä alkoholin aiheuttamia ongelmia niissä talouksissa, joiden jäseniä on kuulunut suurkuluttajien vähemmistöön. Aikakauden nopean sosiaalisen muutoksen takia on kuitenkin hankala arvioida kuinka paljon mahdolliset

muutokset ovat kieltolain aiheuttamaa ja kuinka paljon sosiaalisten muutosten, kuten kasvavan varallisuuden ja tasa-arvon aiheuttamaa. Lopulta kieltolaki epäonnistui sille annettujen ylivoimaisten tavoitteiden vuoksi ja kieltolaki kumottiin kansanäänestyksellä 1931. Vuoden 1919 laki kumottiin ja kieltolaki päättyi 1932. (Kaartinen, 2012)

3.1.3 Alkoholimonopolin synty

Kieltolain kaaduttua syntyi tarve luoda tilalle poliittisesti ja yhteiskunnallisesti toimiva alkoholilaki. Parhaaksi ratkaisuksi alkoholin markkinoille katsottiin valtiollinen monopoli alkoholin maahantuontiin, valmistamiseen, myyntiin ja tarjoiluun. Lakiin kirjattiin kuitenkin oikeus ostaa alkoholimonopolilta oikeus valmistaa alkoholijuomia, kun tämä todettiin Alkon omien tuotantomäärien ja alan rakenteen kannalta hyödylliseksi. Näin perustettiin Oy Alkoholiliike Ab (nimi muuttui myöhemmin Alkoksi), yksityiseksi valtionomisteiseksi osakeyhtiöksi. Yhtiömuodolla on mahdollisesti pyritty rajoittamaan kieltolain loppupuolella yleistyneen puoluepolitiikan nivoutumisen alkoholipolitiikkaan ja uuteen valtion monopoliin. Simpura J. (1982)

Vaikka kieltolaki olikin kumottu, ei uusi alkoholilaki tuonut suurta liberalisointia politiikkaan. Alkoholiliike sai oikeuden myydä tuotteitaan vain kaupungeissa tai kauppaloissa. Sen sijaan maaseudulle ei sallittu alkoholin myyntioikeutta, ilman maaherran poikkeuslupaa ja kunnanvaltuuston 2/3 enemmistöä, vuoden mittaisen tarjoiluoikeuden muodossa paikalliselle ravintola- tai hotelliyritykselle. Perusteena tiukalle linjalle maaseudun alkoholin myynnille oli maaseudun näkeminen neitseellisenä maaseuturomantiikan lähteenä ja toisaalta yhä vahvana ollut raittiusliike. Uuteen alkoholilakiin lisättiin myös periaatepykälä, joka mahdollisti äärimmäisen tiukan tulkinnan, jossa alkoholin laillinen tarjoilu nähtiin pelkästään tapana rajoittaa laitonta alkoholikauppaa ja myynti muussa tapauksessa tulisi kieltää. Alkoholiliikkeen sallittuja aukioloaikoja rajoitettiin aluksi noin 180 päivällä vuodessa, näitä rajoitteita kuitenkin lievennettiin, kun havaittiin niiden lisäävän laittoman alkoholin myyntiä. Lisäksi alkoholin kuljetustapoja säänneltiin erittäin tiukasti ja esimerkiksi autokuljetukset nähtiin riskinä alkoholin kuljetuksissa. Alkoholiliike otti kuitenkin itselleen vapauksia kuljettaa tuotteitaan myymälöihinsä

vaihtoehtoisten kuljetustapojen ollessa joissain tilanteissa mahdottomia. Simpura J. (1982)

Alkoholin hinnan säätäminen koettiin tärkeäksi kulutuksen säätelymekanismiksi Alkoholiliikkeen avulla. Tanskasta saatujen hyvien kokemusten toistamiseksi, Alkoholiliikkeen tuli hinnoitella tuotteensa niin että kulutusta saataisiin rajoitettua ja ohjattua pois vahvemmista juomista, mutta varsinkin alussa niin alhaalla, jotta laitton alkoholin maahantuonti ja laittomat alkoholimarkkinat eivät saisi enää jalansijaa maassa. Toisin kuin vuoden 1866 uudistuksessa, uuden lain tarkoituksena ei ollut paikata valtion kassaa, vaan toimia puhtaasti kulutusta ohjaavana voimana. Alkoholimonopolin myyntilukemat ja kiinnisaadut laittomat alkoholilastit kuitenkin osoittivat valtion epäonnistuneen näissä tavoitteissaan. Kovan linjan alkoholipolitiikkaa kannattavat poliitikot onnistuivat nostamaan alkoholin minimihintoja ja tiukat alkoholin kuljetusta ja Alkon aukioloa säättävät lait vaikeuttivat työssäkäyvän kansan ostomahdollisuuksia. Simpura J. (1982)

Myös anniskelupuolella tiukat määräykset koituivat ongelmaksi. Nopeassa tahdissa toteutettu uudistus esti ravintoloita varautumasta laillisten alkoholijuomien kysyntään, rajoitukset alkoholin tarjoiluluvissa haittasivat salakapakoiden lopettamista ja yli vuosikymmenen kestänyt kieltolaki oli huonontanut anniskeluun liittyvien normien (kuten kohtuukäyttö, hyvä ravintolakäytös) tulkintaa. 30-luvun alkoholilain uudistukset synnyttivät suomalaiseseen alkoholilainsäädäntöön vakiintuneet anniskeluoikeudet, vaikkakin anniskeluoikeusluokkien määrä onkin historian saatossa vaihdellut kahden ja kahdeksan välillä. Osa anniskeluun liittyvistä määräyksistä todettiin vaikeaksi valvoa, esimerkiksi anniskeluoikeudet, joiden ehtona oli anniskelu vain ruokailun yhteydessä. Simpura J. (1982)

3.1.4 Sotavuodet 1939-1945

Jo ennen talvisodan alkua oli valtio saanut Itämeren yli tapahtuvan laittoman alkoholikaupan supistumaan merkittävästi. Toisen maailmansodan alettua spriin kysynnän kasvu tukahdutti yhä entisestään laitonta alkoholin maahantuontia. Talvisodan edellä valtio päätti rajoittaa alkoholin myyntiä, pelätessään kertausharjoituksiin kutsuttujen joukkojen taistelukunnon puolesta. Sodan sytyttyä

alkoholipolitiikasta tulikin jälleen taloudellinen ja sotilaallinen kysymys, eettisen ja terveydellisten kysymysten jäädessä taka-alalle. Alkoholihintoja nostettiin sotien ja välirauhan aikana toistuvasti alkoholin maahantuonnin vaikeuduttua sodan takia, alkoholi nähtiin myös hyvänä tulonlähteenä valtiolle, mikä johti raittiusliikkeen vaatiman uuden kieltolain ohittamiseen. Hinnannostoilla koetettiin maksimoida valtion alkoholista saamat tulot kuitenkin ruokkimatta jo korkeaa inflaatiota. Alkoholipoliittiset keinot osoittautuivat kulutuksen osalta sodan aikana pienitehoisiksi, mikä toisaalta helpotti alkoholin myynnin käyttämistä valtion kassan paikkauksessa. Vuonna 1943 alkoholiannosten jakaminen rintamalle aloitettiin joukkojen moraalien ylläpitämiseksi ja vastaukseksi salakuljetuksen lisääntymiselle. Simpura J. (1982)

Hyvän tulonlähteen roolista huolimatta asetettiin alkoholin myynnille tiukkoja rajoituksia ja väliaikaisia kieltoja koko toisen maailmansodan ajan. Rintaman läheisyydessä alkoholin myyntiä väliaikaisesti rajoitettiin pelkästään upseerikunnalle ruoan yhteydessä, kun Lounais-Suomessa myynti oli verrattain vapaata. Erot alkoholin saatavuudessa maan sisällä ja markan korkea inflaatio johtivat alkoholin käyttämiseen maksuvälineenä pimeillä markkinoilla ja maansisäisen salakuljetusverkoston uuteen nousuun. Sodan loputtua ja alkoholin myynti- sekä anniskelurajoitusten poistuttua alkoholin kulutus nousi ennätyslukemiin. Myös kulutuksen rakenne muuttui suosimaan vahvoja alkoholijuomia. Simpura J. (1982)

3.1.5 Rauha palaa

Rauhan palauduttua suoritettiin vielä kesällä 1945 yksi alkoholin hinnan korotus. Korkeat hintojen korotukset ja alkoholimyymälöiden harva verkosto johtivat sotien jälkeen laittoman alkoholin valmistuksen kasvuun. 40-luvun lopulla Alkon teettämässä Gallupissa todettiin pahimmalla alueella, Vaasan läänissä, laittoman alkoholin vastaavan lähes 50 % kulutetusta alkoholista. Ilmiön nujertamiseksi koetettiin aloittaa valtion toimesta salapolton vastaista propagandaa, jonka lisäksi valvontaa lisättiin ja laittomia alkoholitehtaita koetettiin löytää laajoilla ratsioilla. Nämä toimet eivät kuitenkaan estäneet ilmiön kasvua ja 40-luvun lopulla Alkon myymäläverkostoa alettiin laajentamaan maaseudulle laittoman alkoholin polton lopettamiseksi. Simpura J. (1982)

Alkoholin kulutusta alettiin seurata myös tarkkailemalla asiakkaiden ostokäyttäytymistä. Asiakkaiden tuli hankkia myymälätodistus, jonka esittämällä asiakas sai käytettyä vain tietyn Alkon myymälän palveluita. Alkoon perustettiin kansallinen ostajainrekisteri, jolla pyrittiin estämään ostorajojen ylittämisen, sekä seuraamaan mahdollisia alkoholin väärinkäyttäjiä ja salakauppiaita. Rekisteristä kävi ilmi ostajan henkilötiedot ja asiointien päivämäärät, sekä myöhemmin myös ostettujen tuotteiden tuoteryhmät ja määrät. Mikäli rekisterin valvojat, ostajaintarkastajat, havaitsivat merkkejä ostokäyttäytymisestä, jonka katsottiin poikkeavan normaalista, voitiin asiakkaalle langettaa myyntikielto. Järjestelmän saama kasvava kritiikki sekä sen korkeat kustannukset johtivat kuitenkin ostajainrekisteristä asteittaiseen purkamiseen 50-luvun kuluessa. Myymälätodistusten perintö jäi kuitenkin voimaan henkilötodistusten muodossa aina vuoteen 1971 asti. Alkoholin tarkka valvonta mahdollisti kuitenkin alkoholin kulutuksen korkeatasoisen tutkimuksen kehityksen Suomessa. Kahlos H. (2006).

Maaseudun anniskeluravintoloiden niukkuus oli pitkään ollut rajoittavana tekijänä alkoholin saatavuuden kannalta. Vaikka laki salli anniskelun kunnanvaltuuston myöntämällä väliaikaisluvalla, ei verkostoa ollut luvan väliaikaisuuden tuomien riskien myötä laajalti syntynyt. 60-luvulla ruvettiin Alkon johdolla perustamaan mietoja alkoholijuomia tarjoavia olutravintoloita. Kokeilun menestyksen myötä ravintoloille myönnettiin myöhemmin lupa myydä kaikkia alkoholijuomia. Kokeilun jälkeen liikkeet jäivät toimimaan Alkon tytäryrityksen alaisuudessa. Simpura J. (1982)

3.1.6 Keskiolut kauppoihin

Vuonna 1969 astui voimaan laki, joka salli keskioluen myynnin Alkon monopolin ulkopuolella. Myös alkoholin myynti ja anniskelu sallittiin myös kokomaassa, ilman kunnanvaltuuston erillislupaa. Maalaiskunnissa alkoholin myynti- ja anniskeluoikeudet voitiin yleissuostumuksella sallia tai kieltää yksinkertaisella enemmistöllä. Mikäli kieltoa määriteltäessä kunnassa olisi jo alkoholimyymälä tai anniskeluravintola, oli lopettamisella kahden vuoden siirtymäaika. Alkoholin myynnin ikärajoja laskettiin 21:stä vuodesta, 18:sta mietojen alkoholijuomien kohdalla ja kahteenkymmeneen kaikkien alkoholijuomien kohdalla. (Simpura, 1982)

Uusi alkoholilaki johti kuitenkin alkoholin kulutuksen räjähdykseen. Alkoholilakiuudistusta seuranneena kesänä käytön arveltiin nousseen noin 50%. Argumentti lakiuudistuksesta laittoman alkoholin kulutusta vähentävänä tekijänä sai aikaan ristiriitaista tutkimustietoa. Vuoden 1974 lakiuudistuksissa anniskelualueilta poistettiin velvollisuus tarjota III-olutta vaihtoehtoisena hanajuomana, mikäli IV-olutta oli tarjolla. Tämä johti anniskeluravintoloissa kulutetun alkoholin määrän kasvuun, IV-oluen syrjäyttäessä III-oluen (Peltonen, Peltonen, Kuusi, & Kilpiö, 2006). Kulutusta nostivat myöhemmin 70-luvulla erityisesti tulotasojen ja yleisen hintatason nousu, jotka painoivat alkoholin reaalihintoja alaspäin. (Simpura, 1982)

3.1.7 Suomi osaksi Euroopan Unionia

Vuonna 1995 astui voimaan Euroopan Unionin jäsenyyteen Suomea valmistellut alkoholilaki. Alkoholin käyttö sallittiin julkisilla paikoilla ja alle 22 % alkoholijuomien mainonta sallittiin. Lain johdosta alkoholin saatavuutta kasvatettiin merkittävästi. Alle 4,7 % alkoholia sisältävien, käyttämällä valmistettujen juomien myynti sallittiin myös Alkon monopolin ulkopuolisille yrityksille. Alkon monopoli jäi voimaan enää yli 4,7 tilavuusprosenttia alkoholia sisältäville tuotteille, joskin tilaviinien ja sahdin myynti sallittiin valmistuspaikkojen yhteydessä. Alkoholin laillisia myyntiaikoja pidennettiin niin anniskelun kuin myynnin osalta. Uusi laki poisti Alkon myymäläpäälliköiltä näiden poliittiset velvoitteet, myös Alkon valvontatehtävät siirrettiin sosiaali- ja terveysministeriön alaisuuteen tai lääninhallituksille. Vuonna 1998 alkoholiveroa laskettiin välituotteiden (alle 22 % alkoholia sisältävien, ei käymällä valmistettujen juomien) sekä mietojen viinien osalta 17 %. Vuosikymmenen lopulla, 1999, Alkossa toteutettiin rakenneuudistus, jonka johdosta Alkosta irronnut Altia Group siirrettiin kauppa- ja teollisuusministeriön alaisuuteen, kun taas Alko Oy jäi sosiaali- ja terveysministeriön alaiseksi. Rakennemuutos johtui Suomessa voimaanastuneista Euroopan Unionin kilpailusäädöksistä, jotka karsastivat Alkon monopolia sekä valmistuksessa että tukku- ja vähittäismyynnissä. Alkon jäädessä pois alkoholipolitiikan toimijana suuri määrä alkoholipoliittista osaamista siirtyi pois päättäjien käytöstä, mikä johti uudistetun kansallisen alkoholiohjelman ontumiseen myöhemmin 90-luvulla. Ohjelman tarkoituksena oli siirtyä paikallisemmalle tasolle alkoholin haittojen ehkäisyssä.

Puuttuva erillisrahoitus, puuttuvat organisaatorakenteet paikallistasolla sekä epäonnistunut tiedotus ohjelmasta ilmensivät nopeiden muutosten luomia ongelmia.

Vuonna 2004 alkoholin anniskeluaikojen jatkamisen, anniskelun ja vähittäismyynnin lupien käsittelyprosessia uudistetaan puhtaasti lääninhallitusten vastuulle. Lakiuudistuksen yhteydessä alkoholiveroa laskettiin keskimäärin noin kolmanneksella (väkevien juomien 44 %, oluen 32 %, viinien 10 %). Veronalennuksella koetettiin vastata EU:n alkoholin tuontirajoitusten poistamiseen ja Viron EU-jäsenyyteen, jotka uhkasivat murentaa korkean alkoholiveron tehokkuutta. Vuoden 2004 alkoholiveroleikkausten mittavat haittavaikutukset ovat myöhemmin johtaneet useaan alkoholipoliittiseen uudistukseen, näistä ensimmäinen tuli voimaan 2007-2008, kun alkoholin vähittäismyynnin alkamista siirrettiin aamu seitsemästä, aamu yhdeksään, alkoholijuomien paljousalet ja tarjoushinnoista ilmoittaminen kauppojen ulkopuolella kiellettiin sekä alkoholimainontaa rajoitettiin televisiossa ja kiellettiin lapsille avoimista elokuvateatterinäytöksistä. Alkoholiveroa päivitettiin uudestaan 2009, kun kaikkien alkoholijuomien verotusta nostettiin 10 %. Valvonnan parantamiseksi poliisille annettiin oikeus etsiä alaikäisten hallussa olevia alkoholijuomia ja poistaa ne heiltä. Alkoholituotteiden mainontaa kiristettiin entisestään, kun alkoholin mielikuvamainonta kiellettiin. Samana vuonna Sosiaali- ja terveystieteiden ministeriön alaisia virastoja yhdistetään uuteen Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirastoon, Valviraan, jonne myös anniskelulupakäsittelyt siirtyvät. Lääninhallitusten lakkauttamisen jälkeen niille kuuluvat alkoholipoliittikan vastuualueet siirtyivät aluehallintovirastolle vuoden 2010 lakiuudistuksen yhteydessä. Vuoden 2012 alussa voimaan astui seuraava alkoholiveron korotus, jossa kaikkien alkoholijuomien verotusta korotettiin 10 %, lukuun ottamatta oluen verotusta, jota korotettiin 15 %. Vuoden 2004 tehtyjen veronkorotusten jälkeen alkoholivero on vuotta 2004 korkeammalla tasolla kaikilla tuotteilla, lukuun ottamatta väkeviä ja välituotteita. Myös 90-luvulla epäonnistunutta kansallista alkoholiohjelmia lähdettiin 2000-luvulla uudistamaan WHO:n Euroopan aluekomission toisen alkoholiohjelman mukaisesti. Vuonna 2013 alkoholiveroa korotettiin vielä kerran. Läpimenneen lakiesityksen mukaan alkoholivero nousi 1.1.2014 kaikissa tuoteryhmissä, muun muassa yli 2,8% alkoholia sisältävillä oluilla vero nousi 2,15 senttiä/senttilitra puhdasta alkoholia. (Karlsson, Karlsson, Kotovirta, Tigerstedt, & Warpenius, 2013)

3.2 Alkoholilakiuudistus 2017

Viimeisimmässä alkoholilakiuudistuksesta eniten huomiota mediassa sai keskiolutta vahvempien enintään 5,5 % alkoholia sisältävien tai tislaamalla valmistettujen alkoholijuomien myynnin salliminen kaupoissa. Puhtaan alkoholin kulutuksen kannalta merkittävää on siirtyvätkö kuluttajat vahvempiin juomiin niiden saatavuuden helpotuttua. Kulutuksen ohjaamiseksi uudistuksen yhteydessä nostettiin alkoholiveroa. Esimerkiksi 2,8 %-5,5 % alkoholia sisältävillä oluilla alkoholivero nousi 3,5 senttiä senttilitralla puhdasta alkoholia (0,035€/cl). Alkoholiveron johdosta vahvempien alkoholijuomien on vaikea kilpailla hinnalla jo kaupassa olleiden alkoholipitoisuudeltaan laimeampien tuotteiden kanssa. Tuotevalikoiman laajetessa on kuitenkin mahdollista, että korkeammasta hinnasta huolimatta osa kuluttajista siirtyy vahvempiin tuotteisiin, esimerkiksi tislattua alkoholia sisältäviin long drink-tyylisiin juomiin. Ongelmakäytön kannalta vahvemmat juomat saattavat nostaa uusien alkoholinkäyttäjien kokonaiskulutusta mutta ongelmakäyttö keskittyyne alkoholipitoisuudeltaan edullisempiin keskioluihin. Kulutuskäyttäytymisen muutosten seuraaminen vaatii syvempää pitkäaikaista tutkimusta alkoholin kulutuksesta ja sen kehittymisestä alkoholilakiuudistuksen jälkeen. Muita saatavuuteen vaikuttavia uudistuksia olivat muun muassa pienpanimoiden oluen suoramyynnin salliminen, alkoholin anniskelua koskevien säädösten liberalisointi sekä Alkojen aukioloajan pidentäminen tunnilla ilta kahdeksasta, ilta yhdeksään. Alkojen aukioloajan pidentäminen saattaa lisätä puhtaan alkoholin kulutusta ongelmakäyttäjien keskuudessa, kun vahvempien alkoholijuomien hankkiminen helpottuu.

Ravintolat voivat 1.1.2018 lähtien mainostaa niin sanottuja Happy Hour-tarjouksia. Nämä tarjoukset ovat lyhytkestoisia tarjouksia miedoista alkoholipitoisista tuotteista. Mainosten tulee olla rajoitettuja anniskelupaikan yhteyteen. Uudistus saattaa lisätä alkoholin kokonaiskulutusta mutta voi myös ohjata kulutusta tarkemmin valvottuihin ravintoloihin, kotona kuluttamisen sijaan. Kauppojen vähittäismyynti tulee todennäköisesti uudistuksesta huolimatta pysymään ravintoloita edullisempänä.

4 AKATEEMINEN KIRJALLISUUS AIHEESTA

4.1 Haittavero

Pigoun vero, tai haittavero kuten sitä suomeksi usein kutsutaan, on vero, jonka tarkoituksena on pienentää kulutuksen aiheuttamia ulkoisia kustannuksia. Alkoholin kohdalla ulkoisiksi kustannuksiksi voidaan katsoa esimerkiksi alkoholin liikakäytön aiheuttamat onnettomuudet, järjestyshäiriöt tai rikollisuus. Englantilainen ekonomi, Arthur Pigou, ehdotti teoksessaan *The Economics of Welfare* (1920), että ulkoisten kustannusten huomioonottamiseksi voi valtion rajoittaa kulutusta muun muassa asettamalla haitallisille tuotteille haittavero tai minimihinta, ja/tai asettaa tukia, maksimi kateprosentti tai maksimihinta tuotteille, joiden voidaan katsoa tuottavan koko kansalle hyödyllisiä ulkoisvaikutuksia. Pigoun mukaan valtion voi puuttua sisämarkkinoihin maksimoidakseen kansallisen hyvinvoinnin, ei vain taloudellisen menestyksen. Suomessa on koko kieltolain jälkeisen ajan ollut voimassa alkoholivero tai alkoholin hintaa on säädelty suoraan monopolin minimihintoja säätelemällä, kuten *Alkoholipolitiikka Suomessa* kappaleessa saimme lukea.

Optimaalisen haittaveron suuruutta voidaan pohtia vertaamalla odotettavaa hyötyä veron aiheuttamiin haittoihin markkinoille. Alkoholin tapauksessa verrattavina tässä tapauksessa olisivat kohtuukäyttäjille aiheutetut lisäkustannukset ja haitallisen käytön vähennyksestä saadut hyödyt. Toisaalta veroa voidaan pohtia myös verosta saatavien tulojen maksimoinnin kautta, kuten mitä tahansa muutakin veroa, etenkin mikäli alkoholiveroa käytetään kerryttämään valtion tuloja, kuten Saar esittää tutkimuksessaan, *Optimal Alcohol Taxation: Simulation results for Estonia* (Holm & Laiho, 2012; Saar, 2011). Kuitenkin verotusta suunniteltaessa tulee ottaa huomioon uudistuksesta aiheutuvat kustannukset lainvalvonnalle. Saar (2011) ottaa esille tutkimuksessaan laittoman alkoholin myynnin ja kulutuksen kasvun mahdollisuutta. Kuten Suomen alkoholipolitiikan historia luvussa havaitaan, liian suuri puuttuminen markkinoiden tasapainoon saattaa aiheuttaa laittomien alkoholimarkkinoiden hallitsematonta kasvua. Sovellettaessa mallia Suomeen tulee ottaa huomioon Suomen ja Viron alkoholipolitiikan erot ja niiden vaikutukset mallin komponentteihin. Esimerkiksi Suomen korkeampi hintataso ja Euroopan avoimet kansainväliset markkinat rajoittavat veron tehokkuutta Suomessa. Turistien aiheuttama vaikutus

alkoholiverolle on Virossa verotuloja lisäävä, kun Suomessa ilmiö on vastakkainen. (Saar, 2011)

Holm ja Laiho (2012) artikkelissaan Alkoholin optimiverotus Suomessa, esitetään verotukselle samat päämäärät, valtion verotulon kerryttämisen ja alkoholin haittojen karsimisen, kuin Saar (2011) tutkimuksessaan. Holmin ja Laihon (2012) tutkimuksessa vertaillaan alkoholiryhmien kulutuksien kehitystä ja hintajoustavuutta, sekä alkoholi juomaryhmien vaikutuksia julkisiin kustannuksiin. Kroonisille kustannuserille, kuten alkoholikuolemat tai -sairaudet, tärkein mittari on absoluuttialkoholin kulutus, ei juomatyyppejä. Akuuteille kustannuksille, kuten alkoholin aiheuttamat onnettomuudet, juomatyyppeiden välisellä suhteella oli kuitenkin merkitystä. Väkevämpien juomatyyppeiden kulutus altisti herkemmin alkoholin johtamiin onnettomuuksiin.

Holm ja Laiho (2012) esittävät kritiikkiä vuoden 2004 lakiuudistusta kohtaan sillä sen tuomat verouudistukset eivät täyttäneet kumpaakaan

	Haittoja ehkäisevä verotus	Verotulot maksimoiva verotus	Holm, Laiho optimiverotus
III-olut	1	1	1
IV-olut	1,1	1,1	1,05
Miedot viinit	1,6	1,3	1,5
Vahvat viinit	1,8	0,6	1,5
Viinat	2,1	0,6	1,7

Taulukko 1 Alkoholiveron optimaalinen rakenne juomatyypeittäin. Vero ilmoitettu suhteessa III-oluen veroon. (Holm ja Laiho, 2012)

verotuksen päämäärää. Uudistuksen jälkeen viinan olivat absoluuttiseen alkoholimäärään suhteutettuna halvin tapa nauttia alkoholia. Viinon verotuksen alentamista ei Holmin ja Laihon (2012) mukaan voida perustella alkoholin matkustajatuonnin kitkemisellä, sillä tässä tapauksessa oluen alkoholiveroprosenttia tulisi alentaa sen matkustajatuontimäärien merkittävyyden takia. Holm ja Laiho (2012) pohtii tutkimuksessaan Alkon monopoliasemaa 2000-luvun verotusrakenteen kehityksessä. Alkoholivero Alkon monopolin ulkopuolella olevilla tuotteilla on suurempi kuin monopolin yksinoikeudella myymillä tuotteilla. Tämä saattaa johtua Holmin ja Laihon (2012) mukaan Alkon monopoliaseman hyväksikäytöstä. Tutkimuksessa esitetäänkin optimaalisen alkoholiverotuksen järjestämiseksi kolme eri mallia, joissa pohditaan juomatyyppeiden veroasteiden keskinäisiä suhteita. Ensimmäinen perustuu alkoholin haittavaikutusten minimalisointiin. Tässä mallissa

alkoholin haitallista kulutusta on pyritty ehkäisemään korkea alkoholipitoisten juomien suuremmalla verotuksella. Näin pyritään ehkäisemään akuutteja alkoholin haittavaikutuksia. Toisessa mallissa pyritään maksimoimaan alkoholiverosta saatavat tulot. Tässä mallissa veroasteet on asetettu juomatyyppeiden kysynnän hintajouston mukaan. Kolmantena mallina esitetään kahta ensimmäistä mallia. Alkoholin haittojen ehkäisyn painona on käytetty $\frac{3}{4}$ ja verotulojen hankkimisen painona $\frac{1}{4}$. Tutkimus ei ota kantaa verojen absoluuttiseen suuruuteen, sillä euromääräisten verotavoitteiden asettamisen katsotaan olevan analyysin tarkoituksen ulkopuolella. Myös optimaalisen verojärjestelmän antama painotus alkoholihaittojen ehkäisyn ja verotulojen keräämisen välillä huomautetaan olevan taloustieteen tarkoituksen ulkopuolella. Mallit ovat esitelty taulukossa 1.

Coase (1960) kritisoi artikkelissaan *The Problem of Social Cost* kuitenkin haittaveron periaatetta. Coase esittää, että ulkoisten kustannusten aiheuttaminen ei välttämättä oikeuta korvausten vaatimiseen. Artikkelissa käydään läpi useita historiallisia ja teoreettisia esimerkkejä lakitieteen ja taloustieteen tahoilta, joissa haittaveron tai ulkoisten kustannusten haittojen korvaamisen vaatiminen johtaa yhteiskunnan kannalta epäedullisempaan tulokseen. Keskeisiksi ongelmiksi tutkimuksessa nostetaan kuka kantaa vastuun aiheutetuista ulkoiskustannuksista ja kuinka arvioida ulkoisten kustannusten suuruus.

4.2 Saatavuus

Mäkelä (2002) arvio vuoden 1968 alkoholiuudistuksen, ja erityisesti keskioluen myynnin vapauttamisen, aiheuttamia vaikutuksia alkoholin kulutukselle. Mäkelä tutkii kulutuksen kehittymistä eri asiakassegmenteissä, lakiuudistusta edeltävän kulutustason mukaan jaettuna. Kontrolliryhminä tutkimuksessa käytetään kulutustilastoja Norjasta vuosilta 1975-1976 ja Yhdysvalloista vuosilta 1993-1994. Tutkimus osoittaa alkoholiuudistuksen olevan syynä vuosien 1968 ja 1969 väliseen alkoholin kulutuksen nousuun Suomessa. Lisäksi tutkimus osoittaa uudistuksen nostaneen erityisesti jo ennen uudistusta paljon alkoholia käyttäneiden kulutusta. Mäkelä (2002) nostaa esille mahdollisuuden, että aiempi, erityisesti paljon alkoholia käyttäviä kohtaan suunnattu, tiukka alkoholipolitiikka Suomessa, on voinut johtaa suurempaan muutokseen näille segmenteille. Alkoholin saatavuuden ohjailun

arvellaan tutkimuksessa ohjaavan paremmin suurkuluttajien käyttäytymistä kuin hinnan muutosten, jonka uskotaan vaikuttavan vahvemmin pienten tuloluokkien ja haja-asutusalueiden kulutukseen. Mäkelä (2002) kuitenkin varoittaa, että vastakkainen lakimuutos ei välttämättä synnytä kohonnuttua kulutusta kumoavaa vaikutusta, sillä alkoholin riippuvuutta aiheuttava luonne vaikeuttaa kasvaneen kulutuksen pienentämistä.

Mangeloja ja Pehkonen (2009) tutkivat alkoholikulutuksen trendejä ja poliittisten päätösten vaikutusta alkoholin kulutukseen 1960-2004. Artikkelin arvostelee Holm ym. (2012) tavoin viinan verotuksen keveyttä, sen suuren hintajouston tarjoaman suuren vaikutusmahdollisuuden vuoksi. Oluen kulutuksen suurimpana tekijänä sen sijaan nähdään saatavuus. Raninen, Härkönen ja Landberg, (2016) näkevät alkoholipolitiikalla olevan myös pitkäaikaisia vaikutuksia siihen, millaista juomakulttuuria vallitsevan politiikan aikana syntyy. Vaikkakin Raninen ym. (2016) myöntävät politiikan ulkopuolisten tekijöiden vaikuttavan alkoholin kulutukseen, kuluttajan sukupolvesta ja kokemasta alkoholipolitiikasta huolimatta, voi alkoholipolitiikka epäonnistuessaan synnyttää niin sanottuja ”märkiä sukupolvia”. Tutkimuksessa koehenkilöt jaettiin liberaalin- tai konservatiivisen alkoholipolitiikan aikana kasvaneisiin kohortteihin, joiden kulutuskäyttäytymistä verrattiin toisiinsa. Artikkelissa verrataan Suomen ja Ruotsin alkoholin kehityksessä tapahtuneita muutoksia oluen myynnin vapauduttua kummassakin maassa 1900-luvun loppupuolella. Molemmissa maissa myynnin vapauttaminen johti alkoholin kokonaiskulutuksen kasvuun. Ruotsissa tämä johti alkoholipolitiikan muuttumiseen konservatiivisempaan suuntaan ja tiukempiin rajoituksiin oluen myynnille. Suomi sen sijaan jatkoi liberaalimpaa alkoholipolitiikkaansa. Tämän johdosta Ruotsissa alkoholin kulutuksen kasvu kääntyi laskuun, kun taas Suomessa alkoholin kulutus jatkoi kasvuaan (Raninen ym., 2016).

Her, Giesbrecht, Room ja Rehm (1999) tutkivat valtion monopolin purkamisen vaikutuksia alkoholin kulutukselle, hinnalle sekä alkoholista aiheutuville kustannuksille. Tutkimuksessa huomataan alkoholin saatavuuden usein helpottuvan vastaavien lakiuudistusten yhteydessä, muun muassa myyntiaikojen pidentyessä tai alkoholia tarjoilevien liikkeiden lisääntyessä. Alkoholimonopolin purkaminen muuttaa myös alkoholipolitiikan mahdollisuuksia vaikuttaa kulutukseen, joka vaatii

mahdollisesti uudenslaisia poliittisia työkaluja. Her ym. (1999) huomauttavat, että osasta negatiivisista vaikutuksista, kuten alaikäisten alkoholin käytön, muutoksia monopolin purkamisen yhteydessä ei ole tehty riittävästi akateemista tutkimusta, jotta monopolin purkamisen vaikutuksia voitaisiin niiden osalta arvioida. Myös alkoholimonopoliin ja niiden purkamisen yhteydessä suoritettut muut poliittiset uudistukset vaikuttavat eri maissa niille tyypillisellä tavalla lakiuudistuksen vaikutuksiin. Alkoholin kulutuksessa voidaan kuitenkin useimmissa tapauksissa havaita ainakin lyhytaikainen nousu, joka saattaa markkinahintojen nousun, kuten Her ym. (1999) esittävät Iowan ja Quebecin tapauksessa, tai poliittisten keinojen johdosta, kuten Raninen ym. (2016) esittää Ruotsin tapauksessa, tasaantua.

4.3 Markkinointi

Bosque-Prous ym. (2014) havaitsivat 50-64-vuotiaiden alkoholin haittakäytön olevan negatiivisesti riippuvainen maan alkoholin markkinoinnin rajoitusten tiukkuuden kanssa. Kuitenkin voidaan havaita, että alkoholin tuottajien itse asettamat rajat eivät kuitenkaan välttämättä ole tehokkaita. On myös tärkeä huomata, että riippuvuuden takana saattaa olla myös muita tekijöitä, kuten juomakulttuuri ja rajoitusten valvonnan taso.

Useat tutkimukset ovat havainneet alkoholimainonnan kasvattavan nuorten alkoholin kulutusta, sama on havaittavissa myös muilla riippuvuutta aiheuttavilla tuotteilla kuten tupakalla (Anderson, Peter, de Bruijn, Angus, Gordon, & Hastings, 2009). Kulutus kasvoi alkoholia käyttävillä nuorilla, mutta sai myös osan nuorista aloittamaan alkoholin käytön.

Alkoholin mainonnan vaikutus kulutukseen on markkinoinnin näkökulmasta lähes itsestäänselvyys. Mikäli onnistunutkaan markkinointikampanja ei vaikuttaisi alkoholin kulutukseen positiivisesti ei markkinointiin tehtäisi merkittäviä panostuksia. Nuorison käyttämissä tiloissa (esimerkiksi sosiaalisessa mediassa ja elokuvissa) mainostaminen tulee vaikuttamaan myös nuorten kuvaan alkoholituotteista. On kuitenkin syytä huomata, että vaikka markkinointi saattaa vaikuttaa pitkällä aikavälillä nuorten alkoholin käyttöön ja juomakulttuuriin, ei se ole ainoa muuttuja kulutuskäyttäytymisen kehitymisessä. Tuotteen aiheuttama mielikuva muovautuu

paitsi tuottajien tekemän markkinoinnin, niin myös kuluttajan ja hänen sidosryhmiensä luoman kuvan avulla. Vaikka markkinoinnilla voidaan todistetusti nähdä olevan vaikutusta kulutuskäyttäytymiseen, on kuluttajalle tärkeää myös ulkoiset, mahdollisesti ei rahassa mitattavat kustannukset. Mikäli kuluttajan ystäväpiiri ei hyväksy alkoholin runsasta käyttöä, syntyy kuluttajalle paitsi rahallinen ja terveydellinen, myös sosiaalinen kustannus alkoholin runsaalle käytölle.

4.4 Terveyskampanjat ja koulutus

Anderson, ym. (2009) keskittyy tutkimaan useiden poliittisten työkalujen kustannustehokkuutta alkoholin haittojen hallinnassa. Vaikkakin terveyshaitoista tiedottaminen on tutkimuksen mukaan kustannuksiin nähden tehotonta esimerkiksi verotukseen verrattuna, voi tiedotukseen tukeutuvat toimet lisätä poliittista tahtotilaa puuttua alkoholin haittoihin. Saman artikkelisarjan kolmannessa osassa (Casswell & Thamarangsi, 2009) suosittelee kansalaisjärjestötoimintaa kasvattamaan poliittista tahtoa puuttua alkoholin haittavaikutuksiin kansainvälisesti. Erityisesti vastaamaan valmistajien luomien eturyhmien toimintaan, joiden Casswell ym. (2009) katsoo Zeigler (2009) tavoin vastustavan alkoholin kysyntään vaikuttavaa politiikkaa.

Verrattaessa Heloma ym. (2016) tuloksiin tupakkatuotteilla, havaitaan alkoholia käsittelevien tutkimusten tulevan vastakkaiseen tulokseen. Missä tupakkatuotteiden osalta terveyskampanjoiden havaittiin olevan lakimuutosten rinnalla merkittävä tekijä, alkoholia käsittelevät tutkimukset eivät pidä sitä tehokkaana. Syynä tähän saattaa olla tuotteiden erilainen luonne. Missä alkoholin suorat terveydelliset vaikutukset kohdistuvat vain kuluttajaan, passiivisen tupakan savulle altistumisen aiheuttamat haitat saattoivat aiheuttaa erilaisen reaktion kuluttajille ja yhteiskunnan mielipiteelle. Tupakka ja alkoholituotteet eivät välttämättä ole toisiinsa rinnastettavia tuotteita ja kuluttajien erilainen suhtautuminen itse tuotteisiin voi olla yksi syy eri tuloksiin. Toisaalta myös riippuvuus voi syntyä tuotteilla eri tavoin johtaen erilaiseen kulutuskäyttäytymiseen.

4.5 Poliittinen päätöksenteko käytännössä

Terveyden ja hyvinvoinninlaitoksen julkaisemassa tutkimuskokoelmassa, ”Vaikuttavatko politiikkatoimet?” Simpuran (2012, s.74-95), pohtii akateemisen tutkimuksen käyttöä poliittisen päätöksenteon välineenä. Simpura esittää lain tarkoituksen ulkopuolisten poliittisten syiden vaikuttavan alkoholipolitiikan kehitykseen. Esimerkkinä Simpura mainitsee poliittisina liikkeinä raittiusliikkeen ja alkoholiliberaalit, joiden keskinäinen valtataistelu väritti alkoholipolitiikan käytäntöä ja vaikeutti politiikan perustamista tutkimustiedolle.

Myös alkoholin tuottajat ja niiden etujärjestöt luovat painetta politiikan teossa. Zeigler (2009) tarkastelee edellä mainittujen ryhmien vaikutusta kansalliseen alkoholipolitiikkaan sekä kansainvälisten sopimusten laadintaan ja tulkintaan. Esimerkiksi vapaakauppasopimusten tekstimuotojen havaitaan voivan osin vaikeuttaa tai estää alkoholilain säätämistä.

4.6 Riippuvuus tekijänä kulutuksessa

Bentzen, Eriksson ja Smith (1999), vertailevat riippuvuutta aiheuttavien hyödykkeiden kulutusta Pohjoismaissa rationaalisen riippuvuuden (rational addiction) mallin pohjalta. Mallissa riippuvuudesta kärsivä kuluttaja toimii rationaalisesti, tavoitellen pitkäaikaisen hyödyn maksimointia, olettaen kuluttajan toimivan täydellisen informaation pohjalta. Mikäli kuluttaja olettaa tulevaisuuden kulutuksensa pienentyvän esimerkiksi nousevan alkoholiveron takia, pienentää kuluttaja tämänhetkistä kulutustaan, sillä alkoholin arvo tulevaisuudessa on kasvanut veron myötä. Mallia verrataan myopic consumer hypothesis-malliin, jossa riippuvainen kuluttaja pyrkii maksimoimaan hyödyn lyhyellä aikavälillä. Bentzen ym. (1999) mukaan rationaalisen riippuvuuden malli ennustaa lyhytaikaista hyötyä maksivoivaa mallia korkeampaa alkoholin kulutuksen hintajoustavuutta. Tämän vuoksi malli ennustaa verotuksen käyttämisen kulutuksen ohjailun olevan ehkä tehokkaampaa, kuin aiemmin on ajateltu. Tutkimuksessa havaittiin myös, että rationaalisen riippuvuuden

malli pystyi ennustamaan muutoksia kulutuksessa myopic consumer hypothesis-mallia paremmin.

Rationaalisen riippuvuuden malli ei kuitenkaan ole vielä kyseenalaistamaton osa taloustieteellistä teoriaa. Sarbaum, Polachek ja Spear (1999) eivät löytäneet tutkimuksessaan mallin ennustamaa lyhytaikaista hintajoustoa suurempaa pitkäaikaista kysynnän hintajoustoa. Alkoholin kysyntä alkoi toipua kokeessa hinnan muutosta edeltävälle tasolle rottien tottuessa uuteen hintaan.

Koe suoritettiin antamalla rotille mahdollisuus kuluttaa joko alkoholimehu-seosta tai alkoholitonta mehua. Juomat tarjottiin laitteesta, jossa nappia painamalla rotta sai tutkijoiden määrittämän määrän rottien valitsemaa juomaa, toista nappia painamalla mehua, toista painamalla mehualkoholi-seosta. Ensin kulutusta seurattiin antamalla rotille mahdollisuus kuluttaa haluamansa määrä molempia juomia. Myöhemmin kulutukselle luotiin niukkuus rajoittamalla toimivien napin painallusten määrää. Näin juomille luotiin hinta vaihtoehtokustannusten kautta. Painallusten kokonaisuuttamäärää sekä niiden antamien juomamäärien kokoa vaihtamalla pystyttiin vaikuttamaan vaihtoehtokustannuksiin ja tutkimaan kysynnän hintajoustoa. Tutkimus suoritettiin eläinkokeena, koska koe pyrki rajaamaan tutkimuksen ulkopuolisten tekijöiden vaikutusta taloustieteessä yleisempiä ihmiskokeita paremmin. Koe-eläiminä käytettiin rottia.

Eläinkokeiden yleistettävyyttä ihmisiin tulee punnita tarkasti. On mahdollista, ettei rottien alkoholin kulutus vastaa kulutuskäyttäytymistä ihmisillä. Mikäli verrataan samaa rationaalisen riippuvuuden mallia ihmisillä tutkinutta Bentzen ym. (1999) ja Sarbaum ym. (1999) eläinkoetta, huomataan että Bentzen mukaan rationaalisen riippuvuuden malli kuvaisi melko hyvin kulutuskäyttäytymistä, kun taas eläinkoe kritisoi mallia. Yksi mahdollinen selitys eriäville tuloksille saattaisi olla eläinkokeen tulokset eivät ole yleistettävissä ihmisten kulutuskäyttäytymiseen. Vastaavanlaisen tutkimuksen toteuttaminen ihmisillä on kuitenkin vaikeaa, sillä kulutukseen vaikuttavat mitattavan muuttujan lisäksi lukemattomat muut tekijät.

Sarbaum ym. (1999) kaltainen koe saattaisi olla mahdollista tehdä myös ihmisillä virtuaalitodellisuudessa. Useiden mobiili-, konsoli- tai PC-pelien sisäinen talous

perustuu pelin sisäisiin ostoihin, joiden tarkoitus on helpottaa pelissä etenemistä. Peliaddiktio saattaisi aiheuttaa samankaltaista kulutuskäyttäytymistä muiden riippuvuutta aiheuttavien tuotteiden kanssa. Pelin luoman suljetun markkinan seuraaminen ja säätely on helpompaa kuin esimerkiksi alkoholimarkkinoiden, sillä hintoja, saatavuutta ja markkinointia voidaan muuttaa hetkessä tuomalla uusi peliin uusi päivitys. Pelaajat voidaan jakaa myös useisiin vertailuryhmiin jakamalla päivityksiä vain osalle pelaajista tai luomalla useita rinnakkaisia versioita pelistä. Pelintekijät säätelevät jo valmiiksi ostettavien tuotteiden hintoja, saatavuuteen voidaan vaikuttaa säätämällä rajoituksia myyntimäärille tai piilottamalla kaupan useamman klikkauksen taakse. Markkinointiin voidaan vaikuttaa muistuttamalla pelaajaa tarjolla olevasta tuotteesta. Pelin sisäisistä ostoista voidaan kertoa pelaajalle epäonnistumisen jälkeen tarjoamalla tason läpäisyä helpottavia tuotteita. Myös osallistujien suostumus tutkimukseen voidaan vahvistaa suoraan pelin kautta ja videopelien suuri suosio ja helppo datan keruu mahdollistaa suuret otosryhmät.

Tutkimuksen suoritustapa on kuitenkin suunniteltava tarkkaan. Metodien eettisyys voi olla kyseenalainen, mikäli riippuvuudesta kärsivän osallistujan kulutusta helpotetaan. On syytä pohtia aiheuttaisiko tutkimus tässä tapauksessa tarpeetonta kärsimystä. Myös tulosten yleistettävyyden alkoholien tai muiden kuin videopelien riippuvuuteen vaatii lisää tutkimusta. Videopeliriippuvuus ja alkoholi tai muut päihteet aiheuttavat riippuvuutta eri tavoin. Onko esimerkiksi nikotiinin aiheuttaman riippuvuuden luoma kulutuskäyttäytyminen samankaltaista endorfiinin aiheuttaman riippuvuuden kanssa, vai aiheuttavatko eri kemikaalit sen vain aiheuttamalle riippuvuudelle tyypillistä käyttäytymistä.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Alkoholipolitiikalla näyttää tässä kirjallisuuskatsauksessa läpikäydyn materiaalin pohjalta olevan parhaimmillaan merkittävä vaikutus alkoholin kulutukseen ja sen haittoihin. Verotuksessa havaitaan eri alkoholituotteilla olevan erilaiset kysynnän hintajoustot, jotka vaikuttavat verotuksen vaikutuksiin tuotteilla (Holm & Laiho, 2012). Oluen kohdalla erityisesti saatavuuden säätelemisellä havaitaan olevan suuri vaikutus alkoholin kulutukseen (Mangeloja & Pehkonen, 2009).

Usean tutkimuksen voidaan havaita arvostelevan Suomen alkoholiveron rakennetta optimaalista veroa tehottomammaksi, sen korkean oluen verotuksen ja matalan viinan verotuksen johdosta. Vaikkakin optimaalista veroa suunniteltaessa tutkimukset eivät pyri määrittämään optimaalista veroprosenttia kansanterveydellisestä tai taloudellisesta näkökulmasta, verotuksen tehokkuutta olisi mahdollisuus parantaa, joko terveydellisestä näkökulmasta (jolloin alkoholiverolla ohjaisiin kulutusta miedompiin juomiin) tai taloudellisesta näkökulmasta (jolloin veroja säädeltäisiin hintajoustolla verotulot maksimoiden) (Holm & Laiho, 2012; Mangeloja & Pehkonen, 2009). Tutkimustiedon vaikutus poliittiseen päätöksentekoon nähdäänkin mahdollisesti tietyissä tapauksissa olevan poliittisen päätöksenteon legitimoiva, ei sitä ohjaava (Hänninen ym., 2012). Tästä syystä tutkimustiedon selkeä viestiminen on myös jatkossa tärkeää, jotta alan kirjallisuudelle vieraat poliittiset toimijat eivät tiedostamattaan tai tahallisesti vääristelisi alan tutkimusten tuloksia. Mikäli myös vahvempien tuoteryhmien vapautusta aiotaan tulevaisuudessa jatkaa, olisi kansanterveydellisestä näkökulmasta perusteltua uudistaa alkoholiveroa miedompia juomia suosivaksi.

Vaikkakin Coasen (1960) artikkelissa esitetään erinomaista kritiikkiä Pigoun (1920) ajatukselle rajoittaa ulkoisia kustannuksia, voidaan alkoholiveron tapauksessa punnita ulkoisia kustannuksia alkoholin käytöstä esimerkiksi julkisen terveydenhuollon kulujen myötä. Mikäli jo olemassa olevia julkisia palveluita halutaan tarjota, alkoholiveron voidaan katsoa olevan sekä kulujen karsimisen, että verotulojen hankkimisen kannalta hyödyllinen tulonlähde. Sen sijaan Coasen artikkelin pohjalta voidaan pohtia, voidaanko esimerkiksi alkoholin käytöstä johtuvia menetettyjä työpäiviä pitää ulkoiskustannuksina yhteiskunnalle. Mikäli alkoholin käytöstä johtuva

tuotannonmenetys katsotaan luonteeltaan sellaiseksi kustannukseksi yhteiskunnalle kuten Salomaa (1995) tutkimuksessaan esittää, jonka vuoksi kansalaisten kulutukseen voidaan puuttua, tulisiko valtion puuttua myös muuhun käyttäytymiseen, joka laskee kansalaisten tuottavuutta.

Alkoholilain uudistus vaikuttaa alkoholin kulutukseen suoraan ja epäsuorasti usealla eri tavalla. Vahvempien oluiden myynnin vapautus saattaa johtaa oluen myynnin kasvuun absoluuttisen alkoholin määrällä mitattuna, vaikka oluen kulutus pysyisi samana tai jopa hieman pieneneisi, sillä aiemmat vahvempien oluiden tarjontaa vapauttavat uudistukset ovat johtaneet kulutuksen ohjautumiseen vahvempiin oluihin. Alan kirjallisuus viittaa siihen, että alkoholiveron korotus ei osaltaan tule todennäköisesti vaikuttamaan oluen kulutukseen tarpeeksi, jotta puhtaan alkoholin kulutus ei nousisi. Tähän viittaa matala oluen kysynnän hintajousto, joka rajoittaa verotuksen toimivuutta (Holm ym. 2012). On kuitenkin mahdollista, että osa oluen kulutuksesta siirtyy muihin mietoihin alkoholijuomiin tislattua alkoholia sisältävien juomien vapautuessa myyntimonopolista.

Liberalisoivat uudistukset alkoholin anniskeluun voivat ohjata kulutusta vahvemmin ravintoloihin, mikä voi osaltaan auttaa hallitsemaan alkoholin kulutuksen haitallisia puolia tarjoilun ollessa säänneltyä ja kuluttajien käytöksen ollessa paremmin valvottua. Toisaalta markkinoinnin helpotus voi johtaa kasvaneeseen alkoholin kulutukseen. Alkoholin markkinointi saattaa myös kasvattaa alkoholin ongelmakäyttöä (Bosque-Prous ym., 2014).

Alkoholipolitiikan, ja erityisesti kotivalmistuksen liberalisointi, saattaa osaltaan vaikuttaa juomakulttuurin kehitykseen tulevaisuudessa. Kuten (Raninen ym., 2016) havaitsi tutkimuksessaan, vapaamman alkoholipolitiikan aikana kasvaminen saattaa johtaa kasvaneeseen alkoholin kulutukseen myös tulevilla sukupolvilla. Kotivalmistus saattaa olla erityisen haitallista alkoholipitoisuuden ja juomien laadun vaihdellessa. Alkoholin kulutus on kuitenkin kieltolain jälkeen ohjautunut vahvemmin kaupallisesti valmistettuihin juomiin. Kotivalmisteisten alkoholijuomien kulutuksen kasvaminen kansallisesti merkittävälle tasolle vaatisi jonkun väestöryhmän pitkäaikaisen kulttuurillisen kehityksen pois helposti saatavilla olevista kaupallisista vaihtoehdoista. On kuitenkin mahdollista, että esimerkiksi oluen kulutuksessa havaittu

artesaanioluiden arvostus voisi kehittyä myös vahvempien alkoholijuomien kuluttajien pariin, johtaen kotitekoisten juomien yleistymiseen. Toisaalta suurkuluttajat voivat myös havaita kotivalmisteisen juoman olevan edullisempaa tai helpommin saatavilla olevaa ja päätyä muuttamaan kulutustottumuksiaan sen myötä. Mikäli näin käy vaikeutuu kulutuksen hallinta poliittisilla keinoilla mikä saattaa johtaa kasvaviin terveysvaikutuksiin.

Lakiuudistuksen mahdollisia vaikutuksia taloustieteellisen kirjallisuuden kannalta tarkasteltaessa, on odotettavaa, että kulutus tulee uudistuksen myötä kasvamaan. Alkoholiveron nostaminen ei tule todennäköisesti vaikuttamaan merkittävästi absoluuttisen alkoholin kulutukseen, sillä merkittävä osa alkoholin kulutuksesta johtuu mietojen alkoholimonopolin ulkopuolella olevien alkoholijuomien kulutuksesta, jolloin kysynnän hintajousto on melko pieni (Holm ym., (2016) mukaan siidereiden, oluiden ja long drink-juomien hintajoustot välillä -0,83 - -1). Oluiden kysynnässä saatavuuden havaitaan olevan merkittävä tekijä kulutuksen määrissä, vahvempien (>5,5% alkoholia) juomien myynnin vapautuessa monopolin ulkopuolelle, saattaa absoluuttisen alkoholin kulutus oluiden osalta nousta.

Markkinoinnin helpottuminen anniskelualueilla tapahtuvan myynnin osalta tulee todennäköisesti näyttelemään roolia anniskellun alkoholin kulutuksen kehityksessä ja saattaa vaikuttaa alkoholikulttuurin kehittymiseen yhdessä kotivalmistuksen osittaisen vapauttamisen kanssa. Markkinoinnin luonteen muuttuminen saattaa myös muuttaa alkoholikulttuuria. Vaikuttaako happy hour-tarjousten salliminen runsaan alkoholinkäytön hyväksyttävyyteen.

Terveyskampanjat ovat toimineet tupakkatuotteiden kulutuksen vähennyksessä (Heloma & Puska, 2016). Alkoholin kysynnän suhteen tutkimustieto pitää kouluttamista kustannuksiin verrattuna jokseenkin tehottomana (Anderson, P. ym., 2009), vaikkakin vastaavan toiminnan kansalaisjärjestöjen ja julkisen hallinnon osalta myönnetään olevan hyödyllistä poliittisen muutoksen ajamisessa yhteiskunnassa. Erityisesti tiedotuskampanjat nähdään tärkeänä kansainvälisellä tasolla toimiessa (Casswell & Thamarangsi, 2009). Vaikka kansainvälisen yhteistyön merkitys alkoholipolitiikassa on merkittävä globaalisti, ei sillä ole todennäköisesti lähivuosina suurta merkitystä kotimaan kulutukseen. Alkoholilakiuudistus ei tuonut kansainvälistä

näkökulmaa esille, eikä ole odotettavissa, että kansainvälinen yhteisö tulisi lähivuosina merkittävästi puuttumaan markkinoihin. Terveyskampanjoiden lisäksi nuorten alkoholinkäyttö saattaa kehittyä luonnollisesti yhä vähemmän runsasta alkoholinkäyttöä hyväksyväksi. Vapaa-ajan siirtyessä yhä enemmän verkkoon ei sosiaalinen paine tai tapakulttuuri aja alkoholin käyttöön. Nuoret aloittavat alkoholin käytön sekä kokevat ensimmäisen humalan entistä myöhemmin, joskin täysi-ikäisyyden saavutettuaan kulutus on kasvanut (Raitasalo & Simonen, 2011).

Raninen ym. (2016) esittää, että liberaali alkoholipolitiikka saattaa johtaa pysyvästi kasvaneeseen alkoholin kulutukseen, ja mikäli tutkimus on yleistettävissä Suomeen, sama ilmiö voitaisiin nähdä myös täällä lakiuudistuksen myötä. On syytä kuitenkin pohtia, onko tutkimuksessa havaitun kasvaneen alkoholin kulutuksen sekä liberaalimman alkoholilain takana syvempää kulttuurillista muutosta, joka voisi vaikuttaa molempiin. On mahdollista, että liberaalimman alkoholipolitiikan sijasta kasvaneen kulutuksen aiheuttaisivat muutokset syvemmissä yhteiskuntarakenteissa, kuten suhtautumisessa alkoholin käyttöön, juopumiseen tai naisten alkoholinkäyttöön. Tämä muutos voisi tarjota motivaation alkoholipolitiikan liberalisointiin sekä kasvattaa alkoholin kulutusta sekä suoraa että välillisesti laillisia esteitä purkamalla. Lain vaikutusta kulttuuriin voidaan tarkastella myös kieltolain kautta. Laki epäonnistui sillä se ei vastannut kuluttajien näkemystä alkoholin kulutuksesta. Sen sijaan että alkoholin kulutus olisi sen laittomuuden kautta saatu vähennettyä minimiin, syntyi laittomat markkinat, jotka pyrkivät vastaamaan kuluttajien jatkuvaan kysyntään. Mikäli kasvanut kulutus johtuu lakia syvemmistä rakenteista, on myös yritysjohtamisen näkökannalta tarkasteltuna epätodennäköistä, että lakia muuttamalla pystytään vaikuttamaan merkittävästi kulutukseen. Mikäli kuluttaja ei hyväksy uutta lakia on todennäköistä, että hän pyrkii kiertämään sitä. Esimerkiksi, mikäli kuluttaja katsoo, että kulutuksesta saatu hyöty on kiinnijäämisen riskiä sekä kieltolain rikkomisesta saatuja sanktioita suurempi, tulee kuluttaja etsimään tapoja kiertää lakia.

6 LÄHDELUETTELO

Agardh, E. E., Danielsson, A., Ramstedt, M., Ledgaard Holm, A., Diderichsen, F., Juel, K., . . . Allebeck, P. (2016). Alcohol-attributed disease burden in four Nordic countries: A comparison using the global burden of disease, injuries and risk factors 2013 study. *Addiction, 111*(10), 1806-1813. doi:10.1111/add.13430

Alkoholilaki 2017/1102

Anderson, P., Chisholm, D., Fuhr, D. C., Anderson, P., Chisholm, D., & Fuhr, D. C. (2009). Effectiveness and cost-effectiveness of policies and programmes to reduce the harm caused by alcohol. *Lancet, 373 North American Edition*(9682), 2234-2246. doi:10.1016/S0140-6736(09)60744-3

Anderson, P., de Bruijn, A., Angus, K., Gordon, R., & Hastings, G. (2009). Impact of alcohol advertising and media exposure on adolescent alcohol use: A systematic review of longitudinal studies. *Alcohol & Alcoholism, 44*(3), 229-243. doi:10.1093/alcalc/agn115

Bentzen, J., Eriksson, T., & Smith, V. (1999). Rational addiction and alcohol consumption: Evidence from the nordic countries. *Journal of Consumer Policy, 22*(3), 257-279. doi://link.springer.com/journal/volumesAndIssues/10603

Bosque-Prous, M., Espelt, A., Guitart, A. M., Bartroli, M., Villalbí, J. R., & Brugal, M. T. (2014). Association between stricter alcohol advertising regulations and lower hazardous drinking across european countries. *Addiction, 109*(10), 1634-1643. doi:10.1111/add.12562

- Casswell, S., & Thamarangsi, T. (2009). *Reducing harm from alcohol: Call to action*
doi:9443/10.1016/S0140-6736(09)60745-5
- Chaloupka, F. J. (1999). *The economic analysis of substance use and abuse : An integration of econometric and behavioral economic research*. Chicago: University of Chicago Press.
- Coase, R. (1960). The problem of social cost. *Journal of Law and Economics*, 3, 1-44.
- Hänninen, S., Hänninen, S., & Junnila, M. (2012). *Vaikuttavatko politiikkatoimet? : Sosiaali- ja terveydenhuolto vaikuttavuusarvioinnin kohteena*. Helsinki: Terveyden ja hyvinvoinnin laitos.
- Heloma, A., & Puska, P. (2016). Tobacco control: From north karelia to the national level. *Global Heart*, 11(2), 185-189. doi:10.1016/j.gheart.2016.04.012
- Her, M., Giesbrecht, N., Room, R., & Rehm, J. (1999). Privatizing alcohol sales and alcohol consumption: Evidence and implications. *Addiction*, 94(8), 1125-1139. doi:10.1080/09652149932910
- Holm, P., & Laiho, V. (2012). *Alkoholijuomien optimiverotus suomessa*. Helsinki: Pellervon taloustutkimus.
- Kaartinen, A. (2012). Kieltolaki ei kuivattanut Suomea. *Duodecim : Lääketieteellinen Aikakauskirja*, 128(23), 2445-2452.

- Karlsson, T., Karlsson, T., Kotovirta, E., Tigerstedt, C., & Warpenius, K. (2013). *Alkoholi Suomessa : Kulutus, haitat ja politiikkatoimet*. Helsinki: Terveystieteiden tutkimuskeskus ja hyvinvoinnin laitos.
- Mäkelä, P. (2002). Whose drinking does the liberalization of alcohol policy increase? change in alcohol consumption by the initial level in the Finnish panel survey in 1968 and 1969. *Addiction*, 97(6), 701-706.
- Mangelöja, E., & Pehkonen, J. (2009). Availability and consumption of alcoholic beverages: Evidence from Finland. *Applied Economic Letters*, 16, 425-429.
- Peltonen, M., Peltonen, M., Kuusi, H., & Kilpiö, K. (2006a). *Alkoholin vuosisata : Suomalaisen alkoholiolojen vaiheita 1900-luvulla*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Peltonen, M., Peltonen, M., Kuusi, H., & Kilpiö, K. (2006b). *Alkoholin vuosisata : Suomalaisen alkoholiolojen vaiheita 1900-luvulla*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Raitasalo, K., & Simonen, J. (2011). Alaikäiset juovat entistä vähemmän, mutta nuorten aikuisten juominen lisääntyy.
- Raninen, J., Härkönen, J., & Landberg, J. (2016). Long-term effects of changes in Swedish alcohol policy: Can alcohol policies effective during adolescence impact consumption during adulthood? *Addiction*, , 1021-1026.
- Saar, I. (2011). Optimal alcohol taxation: Simulation results for Estonia. *Baltic Journal of Economics*, 11(1), 65-90.
- doi://www.tandfonline.com/toc/rbec/current

- Salomaa, J. (1995). The costs of the detrimental effects of alcohol abuse have grown faster than alcohol consumption in Finland. *Addiction*, *90*(4), 525-537.
doi:10.1111/j.1360-0443.1995.tb02187.x
- Sarbaum, J. K., Polachek, S. W., & Spear, N. E. (1999). The effects of price changes on alcohol consumption in alcohol-experienced rats. In F. J. Chaloupka (Ed.), (pp. 75-101) NBER Conference Report series; Chicago and London.; University of Chicago Press.
- Simpura, J. (1982). *Vapaan viinan aika : 50 vuotta suomalaista alkoholipolitiikkaa*. Hki: Kirjayhtymä.
- Vehviläinen, O. (1966). Vuosisata kotipolton kieltämisestä. *Alkoholipolitiikka*, , 123-127.
- Zeigler, D. W. (2009). The alcohol industry and trade agreements: A preliminary assessment. *Addiction*, *104*, 13-26. doi:10.1111/j.1360-0443.2008.02431.x

Kuvat:

Kuva1: <https://www.duodecimlehti.fi/lehti/2012/23/duo10667>