

HINNOITTELU MUUTTI KULUTUSRAKENTEEN, MUTTA EI LASKENUT KULUTUSTASOA

KULUTUKSEN RAJU RAKENNUMUUTOS

Alkoholijuomien kulutuksessa on 1980-luvun jälkipuoliskolla tapahtunut huomattava rakennemuutos: vuodesta 1985 vuoteen 1991 väkevien juomien osuus absoluuttialkoholina mitatusta kulutuksesta laski vähittäismyynnissä 49 prosentista 38 prosenttiin ja anniskelussa 26 prosentista 18 prosenttiin. Myös väkevien viinien, long drink -juomien ja vahvan oluen kulutusosuudet ovat laskeneet, mutta vähemmän kuin väkevien juomien (kuvio 1). Samanaikaisesti keskioluen osuus on vähittäismyynnissä noussut 27 prosentista 37 prosenttiin ja anniskelussa 19 prosentista 32 prosenttiin. Myös mietojen viinien kulutusosuudet ovat nousseet, mutta vähemmän kuin keskioluen. Vuoden 1992 lukujen valossa kehitys jatkuu samanlaisena: keskioluen (erityisesti sen anniskelun) ja mietojen viinien kulutusosuudet nousevat, muiden (etenkin viinien kulutuksen ja vahvan oluen anniskelun) kulutusosuudet laskevat (kuvio 1).

Lisäksi keskioluen anniskelussa on tapahtunut raju muutos: vuoteen 1989 saakka vain 3–5 prosenttia keskioluen anniskelusta tapahtui anniskeluravintoloissa, mutta vuoden 1992 ensimmäisellä puoliskolla anniskeluravintoloiden osuus oli kivunnut yli 52 prosenttiin.

Tapahtuneiden muutosten taustalla ovat koko kansantalouden kehityksessä tapahtuneet nopeat muutokset: poikkeuksellisen pit-

kän ja nopean taloudellisen kasvun kääntymisen poikkeuksellisen jyrkkään laskuun ja mm. työttömyysasteen nousu 3,5 prosentista vuonna 1989 yli 15 prosenttiin vuoden 1992 puolivälissä.

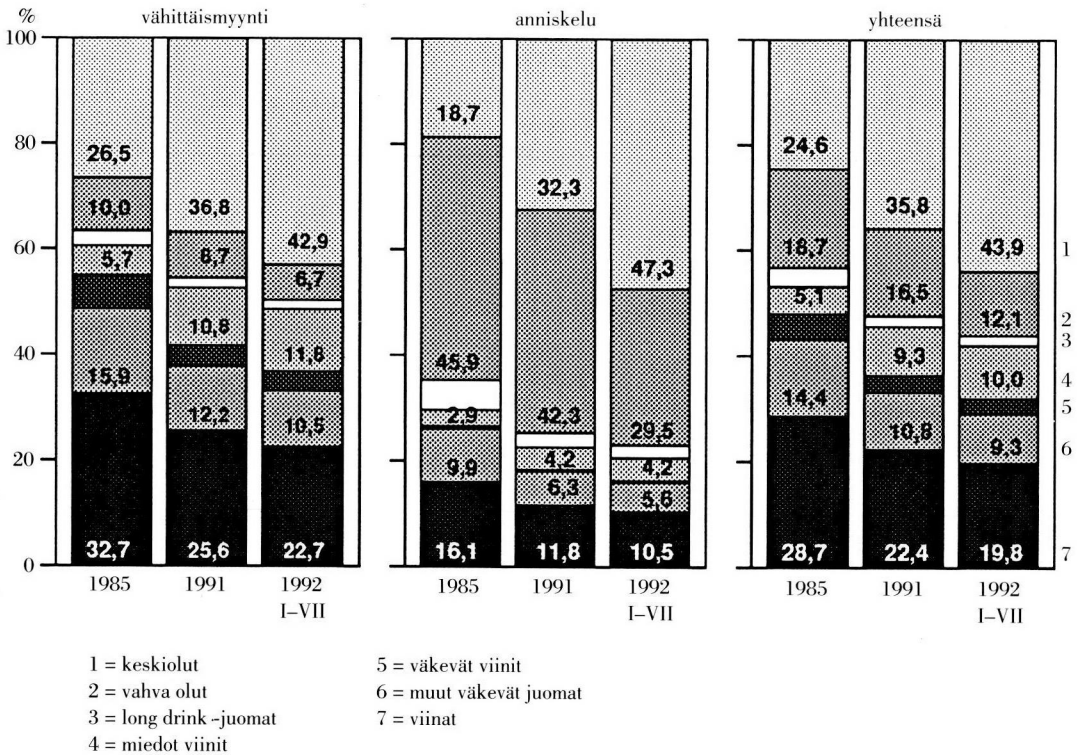
Taantumasta johtuvan heikentyneen tulokehityksen ohella hintarakenteissa tapahtuneet muutokset ovat ilmeisesti tärkein syy kulutuksen rakennemuutoksiin. 1980-luvun puolivälin jälkeen alettiin hinnoittelussa toteuttaa mietoja viinejä ja keskiolutta suosivaa politiikkaa, vuonna 1990 alennettiin mietojen viinien alkoholijuomaveron 60 prosentista 45 prosenttiin ja vuonna 1989 alennettiin monien väkevien juomien ja väkevien viinien alkoholipitoisuutta. Juomien laimennus merkitsi kuluttajalle näiden juomien alkoholihinnan korotusta, sillä laimennusta vastaava hinnaan alennusta ei toteutettu.

Nämä toimenpiteet muuttivat huomattavasti juomien sisältämän alkoholin suhteellisia hintoja. Vuonna 1985 halvimpien väkevien juomien sisältämä alkoholi oli 30–40 prosenttia kalliimpaa kuin keskioluen sisältämä; vuonna 1991 ero oli 40–70 prosenttia.

Samana aikana väkevien viinien, long drink -juomien ja vahvan oluen alkoholihinta suhteessa keskiolueen nousi 8–17 prosenttia, eniten vahvan oluen. Halvimpien mietojen viinien suhteellinen alkoholihinta laski 7 prosenttia, ja vuonna 1991 ne olivat alkoholihinnaltaan halvimpia juomia (kuvio 2).

Yhtä aikaa näiden suoraan hintoihin vai-

Kuvio 1. Eri juomaryhmien osuus alkoholijuomien kulutuksesta 100 %:n alkoholina jakeluteittain vuosina 1985, 1991 ja I-VII/1992



kuttaneiden muutosten kanssa lisääntyi valintamyymälöiden osuus Alkon myymälöistä vuodesta 1989 vuoteen 1991 30 prosentista yli 50 prosenttiin. Saattaa olla, että valintamyymälöiden yleistymisen on jonkin verran lisännyt mietojen juomien suosiota (vrt. Kaski & Selenius & Ruotsalainen & Montonen 1985). Valintamyymälöiden mahdollisen kulutusvaikutuksen eristäminen monien edellä selostettujen samanaikaisten muutosvaikutusten joukosta on kuitenkin mahdotonta muuttujien aikasarjaominaisuuksien vuoksi.

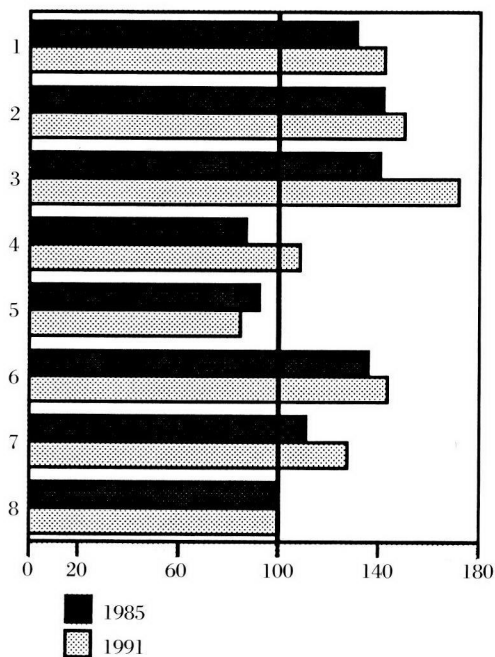
Tässä artikkelissa esitetyt tulokset ja johtopäätökset perustuvat tuoreeseen tutkimuslosteeseen, jossa selvitettiin tärkeimpien tekijöiden vaikutusta ja osuutta 1980-luvun

kehitykseen alkoholijuomien kulutuksessa (Salomaa 1992).

AINEISTO JA MENETELMÄ

Alkoholijuomien kulutusta ja siinä tapahtuneiden rakennemuutosten syitä selvitettiin juomaryhmittäisten lineaaristen kysyntämallien avulla. Juomat on jaettu seitsemään ryhmään: viinat (VO), muut väkevät juomat (MVÄ), väkevät viinit (VV), miedot viinit (MV), long drink -juomat (LD), vahva olut (IV) ja keskiolut (III). Mallit on rakennettu erikseen vähittäismyynnille ja anniskelulle, ja juomaryhmittäisten tulosten uskottavuuden

Kuvio 2. Eräiden alkoholijuomien alkoholihinta vähittäismyynnissä vuosina 1985 ja 1991, mk/lit-
raa 100 %:n alkoholia



	1985	1991
III-olut mk/100 % ltr	228,64	334,43
1 = Koskenkorva		5 = Misket Karlovo
2 = Lion Blend/Alko Whisky		6 = Long Drink
3 = Jaloviina*		7 = IV-olut
4 = Aperita		8 = III-olut

Lähteet: Vähittäismyyntihinnastot 82 (1985) ja 4/91; Alkoholijuomaopas

arviointia varten laaditaan mallit Alkon myymälöiden kokonaismyynnille (ALKO) eli koko vähittäismyynnille, josta on vähennetty keskioluen myynti. Vastaavasti anniskelussa on muodostettu mallit koko anniskelulle, josta on vähennetty keskioluen anniskelu. Vaikka tämä erotus ei enää parin viime vuoden aikana ole ollut anniskeluravintolakulutuksen likiarvo, käytetään muuttujasta nimeä RAV.

Selitettävä muuttuja on kunkin juomaryhmän juomissa kulutettu absoluuttialkoholin määrä/täysi-ikäinen asukas. Selittävät muuttajat ovat periaatteessa samat kuin aiemmin:

tulot, juomaryhmän omat reaali hinnat, juomaryhmän ja kilpailevien ryhmien väliset hintasuhteet, työttömyys, ikärakenne, tarjontamuuttujat jne. (ks. esim. Salomaa 1991).

Uutena muuttujana käytetään väkevien juomien laimennuksen vaikutuksia mittaavaa dummy-muuttujaa. Laimentamisen aiheuttama hinnankorotus osuu periodille, jolloin valintamyymälät yleistyivät Alkon myymäläverkostossa. Näin ollen laimennus-dummin saamat kertoimet saattavat vähittäismyyntimalleissa mitata juomien laimentamisen ja valintamyymälöiden yleistymisen yhteisvaikutusta kulutukseen. Lisäksi käytetään vuonna 1978 aloitetun ja vuonna 1991 lopetetun Alkon myymälöiden lauantausulun vaikutuksia mittaavaa dummy-muuttujaa.

KESKIOLUT KORVAA MUUT

Keskiolutta lukuun ottamatta kunkin juomaryhmän oman reaali hinnan nousu vähentää kyseisen juomaryhmän kulutusta. Hintavaikutus on suurin viinoissa ja muissa väkevissä juomissa, 3–4-kertainen muihin juomaryhmiin verrattuna (taulukko 1).

Oman reaali hinnan sijasta keskioluen kulutukseen vaikuttaa sen suhteellinen hinta kaikkiin muihin alkoholijuomaryhmiin verrattuna. Keskiolut on kaikkien Alkon myymälöistä myytävien juomien, mutta ennen kaikkea vahvan oluen substituutti. Substituutio olutta vahvempien juomien kanssa on looginen seuraus tuntuvasti muita juomia tiheimmästä myyntipisteiden määrästä, joka alentaa noutokustannuksia muihin juomiin verrattuna. Lisäksi keskioluen alkoholihinta on koko periodin ajan ollut halvempi kuin useimpien Alkon myymälöistä myytävien juomien.

Vahvan oluen ainoa tilastollisesti merkitsevä substituutti on keskiolut ja väkevien viinien substituutti muut väkevät juomat, ennen kaikkea LKC-juomat (= liköörit, katkerot ja cocktailit).

Nämä tulokset ovat yhdenmukaiset aiemmin saatujen kanssa (vrt. Salomaa 1990).

Taulukko 1. Selittävien tekijöiden osuus vähittäismyyntin kokonaismuutoksesta vuosina 1986–1991, litraa 100%:n alkoholia/täysi-ikäinen asukas

	tulot	oma reaali- hinta	oma hinta/ keskiolut	muut hinnat	lai- mennus	ikä- raken- ne	työt- tömyys	tarjonta	kokonais- muutos laskenn. tot.	
viinat	0,19	-0,26	0	-0,08	-0,19	-0,09	0	0,22	-0,21	-0,20
muut väkevät juomat	0,12	-0,12	0	0,02	-0,10	-0,13	0	0	-0,20	-0,12
väkevät viinit	0	-0,05	0	-0,02	-0,06	-0,02	0	0	-0,15	-0,12
miedot viinit	0,13	0,05	0	0,14	0,09	-0,07	0,04	0	0,37	0,33
long drink -juomat	0,06	-0,04	0	0	0	-0,02	0,02	0	0,02	-0,04
IV-olut	0,10	-0,09	-0,03	0	0	0,07	-0,05	0	-0,01	0,01
yht. – III	0,60	-0,51	-0,03	0,06	-0,26	-0,27	0,01	0,22	-0,12	-0,05
ALKO	0,50	-0,53	-0,09	0	-0,28	-0,28	0	0,52	-0,15	-0,04
III	0,12	0	0,12	0	0,32	0,09	0	0,19	0,84	1,03

Tuolloin saatujen tulosten mukaan juomaryhmistä muodostuivat seuraavat substituuttiparit: vahva olut ja keskiolut, väkevät viinit ja LKC-juomat, viinat ja KVR-juomat (= konjakit, viskit ja rommit).

HALPA VIINI MAISTUU VIINAN YSTÄVÄLLEKIN

Nyt tuoreella aineistollakin tulokset ovat samansuuntaiset, mutta ne poikkeavat ratkaisevasti viinon ja mietojen viinien osalta. Vaikka KVR-juomien ainoa tilastollisesti merkitsevä substituutti näyttää edelleen olevan viinat, ei samaa substituutiosuhdetta saada esitimoiduksi viinoille. Tämä johtunee väkevien juomien hintojen välisestä voimakkaasta korrelaatiosta sekä siitä, että viinien suhteellisen hinnan muutokset selittävät jo tyhjentävästi hintasuhdemuutosten vaikutuksen viinon kulutukseen. Sen sijaan viinat ja miedot viinit näyttävät nyt muodostavan tilastollisesti merkitsevän substituuttiparin.

Joka tapauksessa tulokset osoittavat, että

hintasuhteiden muuttuessa riittävästi kuluttajat muuttavat makutottumuksiaan. Kun alkoholi viinissä tai keskioluessa maksaa 60-70 prosenttia viinassa maksetusta hinnasta, on siirtyminen väkevista tuntuvastikin miedompiin juomiin luonnollista ja helppoa.

HALPAAN SIIRTYMÄLLÄ VOI KASVATTA KULUTUSTAAN

Mallien perusteella näyttää siltä, että usein siirtyminen kalliimmista juomista halvempiin ohjaa myös säästyneet varat alkoholin kulutukseen lisäten siten kokonaiskulutusta (substituutiopareissa viinat ja viinit sekä Alko ja III-olut hintasuhdemuuttujan kerroin on kalliimmassa juomaryhmässä itseisarvoltaan pienempi kuin halvemmissä).

Tulojen muutokset ovat vaikuttaneet estimointiperiodilla eniten viinon (ja muiden väkevien juomien), keskioluen ja mietojen viinien kulutukseen. Väkevien viinien kulutukseen tuloilla ei ole ollut tilastollisesti merkitsevää vaikutusta.

Juomien laimentamisella näyttää olleen odotetun suuntainen hintavaikutus: laimennus on vähentänyt viinon ja muiden väkevien juomien ja usein alkoholihinnaltaan kallien juomien kulutusta runsaat 0,3 litraa 18 vuotta täyttäneeltä asukasta kohden, mutta lisännyt hinnaltaan halpojen mietojen viinien ja keskioluen sisältämän alkoholin kulutusta hieman enemmän.

Väestön ikääntyminen on vaikuttanut kulutusta alentavasti kaikissa juomaryhmissä oluita lukuun ottamatta (väestöosuudeltaan pienentyneen 18–29-vuotiaiden ikäryhmän etumerkki on positiivinen tai väestöosuudeltaan kasvaneen yli 55-vuotiaiden ikäryhmän etumerkki on negatiivinen, paitsi oluissa).

Työttömyysasteen nousu ei ole juuri vaikuttanut Alkon myymälöistä myydyin alkoholin kokonaismäärään, mutta siirtänyt kulutusta ennen kaikkea vahvasta oluesta mietoihin viineihin. Myöskään keskioluen vähittäiskulutukseen työttömyydellä ei ole ollut vaikutusta (taulukko 1).

Tarjontarajoituksilla (myymälöiden/kielto-kuntien määrällä) on tulosten mukaan ollut jonkin verran vaikutusta kahden suurimman juomaryhmän, keskioluen ja viinon, kulutukseen, mutta Alkon myymälöiden lauantaisululla ei ollut tilastollisesti merkitsevää vaikutusta minkään juomaryhmän kulutukseen.

PALVELUPAKETIN HINTA JA LOMPAKON PAKSUUS RATKAISEVAT ANNISKELUSSA

Edellä esitetyt tulokset koskevat vähittäiskulutusta. Anniskelussa kulutukseen vaikuttavia todella tärkeitä tekijöitä on vain kaksi.

Anniskeluun liittyvistä kulutuspäätöksistä jo aiemmin (Salomaa 1990) saatu tulos pätee edelleen: ensin päätetään, mennäänkö yleensä ravitsemisliikkeeseen, ja myönteisessä tapauksessa päätetään vasta sitten, mitä nautitaan. Long drink -juomia lukuun ottamatta joko majoitus- ja ravitsemistoiminnan kokonaismyynnin reaali hinnat tai anniskeluravintoloiden koko anniskelumyynnin reaali hinnat

selittävät kulutuksen vaihteluja enemmän kuin juomaryhmien omat reaali hinnat (taulukko 2). Juomaryhmän omat reaali hinnat eivät selitä tilastollisesti merkitsevästi väkevien juomien ja keskioluen anniskelukulutusta.

Keskiolutta väkevempien juomien yhteenlaskettua anniskelukulutusta selitettäessä tulot, omat reaali hinnat, ikärakenne sekä hinnat suhteessa keskiolueen ovat ainoat kulutuksen vaihteluita selittävät tekijät. Keskiolut on siis myös anniskelussa kaikkien muiden juomien substituutti. Tämä näkyy hyvin myös vuoden 1992 kehityksessä: tammi-elokuussa 1992 keskioluen myynti kasvoi anniskeluravintoloissa niin rajusti, että se kompensoi suuren osan kaikkien muiden juomaryhmien myynnin laskusta johtuneesta absoluuttialkoholin kulutuksen laskusta. Kun rahat hupenevat, keskiolutkin kelpaa.

Juomaryhmät eivät anniskelussa myöskään muodosta substituuttipareja, oluita lukuun ottamatta. Keskiolut on vahvan oluen substituutti, mutta keskioluen substituutteja ovat kaikki alkoholijuomat.

HINTASUHTEET MUUTTIVAT KULUTUSRAKENTEEN

Hintasuhteiden muutokset (ml. väkevien juomien laimentamisen vaikutus) näyttävät olevan tärkein syy 1980-luvun lopulla tapahtuneeseen vähittäiskulutuksen rakennemuutokseen. Muita juomaryhmiä nopeampi reaali hintojen nousu on kumonnut tulojen kasvun kulutusta lisäävän vaikutuksen kulutusosuut-taan menettäneissä juomaryhmissä (viinat, muut väkevät juomat, väkevät viinit, long drink -juomat ja vahva olut). Substituutiovaikutukset ovat lisäksi alentaneet kulutusta, tuntuvasti muita enemmän viinon kohdalla. Osa substituutiovaikutuksesta saattaa olla seurausta valintamyymälöiden yleistymisestä. Sen merkitys ei kuitenkaan liene kovin suuri, sillä mallien mukaan laimentaminen on lisännyt keskioluen kulutusta yhtä paljon kuin vähentänyt Alkon myymälöiden netto-

Taulukko 2. Selittävien tekijöiden osuus anniskelukulutuksen kokonaismuutoksesta vuosina 1986–1991, litraa 100%:n alkoholia/täysi-ikäinen asukas

	tulot	oma reaali- hinta	oma hinta/ keskiolut	muut hinnat	lai- mennus	ikä- raken- ne	työt- tömyys	tarjonta	kokonais- muutos laskenn. tot.	
viinat	0,04	0	0	-0,02	-0,03	-0,01	-0,02	0	-0,05	-0,07
muut väkevät juomat	0,02	0	0	-0,04	0	-0,01	0	0	-0,03	-0,06
väkevät viinit	0	-0	0	-0,01	0	0,01	-0	0	-0,01	-0
miedot viinit	0,02	-0	0	-0,15	0,16	0	0	0	0,02	0,03
long drink -juomat	0,06	-0,05	0	0	0	-0,05	0,02	0	-0,02	-0,06
IV-olut	0,25	0	-0,03	-0,19	0	0,03	0	0	0,06	0
yht. – III	0,39	-0,05	-0,03	-0,41	0,13	-0,04	-0,01	0	-0,03	0
RAV	0,35	-0,27	-0,04	0	0	-0,09	0	0	-0,06	-0,16
III	0	0	0	-0,06	0,10	0	0,07	0,14	0,25	0,34

myyntiä (taulukko 1).

Vastaavasti hintasuhteiden muutosten kulutusta kasvattava vaikutus on ollut miedoissa viineissä yli kaksinkertainen muihin kulutusta lisääviin tekijöihin verrattuna. Ikääntyminen on ollut tässä juomaryhmässä ainoa kulutusta alentava tekijä, ja senkin vaikutus on ollut vähäinen.

Hintasuhteiden muutokset ovat kasvattaneet eniten myös keskioluen kulutusta, ja ero muiden tekijöiden vaikutukseen on samaa luokkaa kuin muissa juomaryhmissä. Millään tekijällä ei näytä olevan keskioluen kulutusta alentavaa vaikutusta (taulukko 1).

Koska juomaryhmittäisillä malleilla ei pystytty estimoimaan keskioluen substituutiovaikutusta, jäi niistä yhteenlaskettu substituutiovaikutus (- 0,23) paljon pienemmäksi kuin koko Alkon myymälöiden myyntiä selittävässä mallissa (- 0,37). Tämäkin on itseisarvoltaan pienempi kuin keskioluen kulutusmallilla saatu substituutiovaikutus (+ 0,44), joten nettovaikutus on ollut lievästi kulutusta lisäävä (taulukko 1).

Kaiken kaikkiaan muut väkevät juomat

-ryhmää lukuun ottamatta kulutusmäärältään pienentyneissä ryhmissä hintamuutosten (ml. laimennuksesta johtuva hintojen nousu) kulutusta alentava vaikutus on ollut vähintään kaksinkertainen muihin kulutusta alentaneisiin tekijöihin verrattuna. Vastaavasti kulutusmäärältään kasvaneissa ryhmissä hintamuutosten (ml. laimennuksen vaikutus) kulutusta lisäävä vaikutus on ollut vähintään kaksinkertainen muihin kulutusta lisääviin tekijöihin verrattuna.

Anniskelukulutuksessa tapahtuneet muutokset ovat olleet keskiolutta lukuun ottamatta pieniä. Keskiolutta lukuun ottamatta hintatason nousu (lähinnä alan yleinen hintojen nousu, ei niinkään selitettävän juomaryhmän hintakehitys) on kumonnut tulojen kasvun kulutusta lisäävän vaikutuksen. Näissä juomaryhmissä tapahtuneet vähäiset muutokset selittyvät yleensä rakennemuutoksilla, mietojen viinien kasvu lähinnä tulovaikutuksella (taulukko 2).

Anniskelussa ainoa merkittävä muutos on ollut keskioluen suosion voimakas kasvu. Keskioluen kysyntämalli ei kykene selittä-

Taulukko 3. Todellinen ja vuoden 1985 hintarakenteilla ja ilman väkevien juomien laimennusta laskettu kulutus vuonna 1991, litraa 100 %:n alkoholia/18 vuotta täyttänyt asukas

	vähittäiskulutus		anniskelukulutus		kokonaiskulutus	
	tot.	lask.	tot.	lask.	tot.	lask.
viinat	1,90	2,35	0,26	0,29	2,16	2,64
muut väkevät juomat	0,90	0,85	0,14	0,16	1,04	1,01
väkevät viinit	0,29	0,41	0,01	0,03	0,3	0,44
miedot viinit	0,80	0,41	0,09	0,06	0,89	0,28
long drink -juomat	0,14	0,22	0,06	0,06	0,2	0,28
IV-olut	0,65	0,71	0,94	0,98	1,59	1,69
Alko yht.	4,68	4,95	1,5	1,58	6,18	6,53
III-olut	2,74	2,25	0,72	0,56	3,46	2,81
kulutus yht.	7,42	7,2	2,22	2,14	9,64	9,34

mään tätä uskottavasti, mutta mm. vahvan oluen koko ravintola-anniskelun kehitystä selittävien mallien perusteella hintasuhteiden muutosten vaikutus keskioluen kulutukseen on ollut huomattava. Oma osansa lienee myös mm. keskioluthanojen yleistymisellä ja vähittäiskulutuksen myötä tapahtuneilla maku- ja asennemuutoksilla.

MIEDONTUMINEN ON NOSTANUT KULUTUSTASOA

Mietoja juomia suosivan hinnoittelun yhtenä tavoitteena lienee alkoholin kokonaiskulutuksen kasvun hillitseminen. Mietojen suosimista voidaan perustella mm. sillä, että esim. oluella tai viinillä ei ole yhtä helppo humaltua kuin väkeville ja että juomisessa säilyy kontrolli helpommin. Toisaalta kuluttaja voi säästää rahaa siirtymällä kalliista ja nopeasti kallistuvasta tuotteesta halvempaan ja samalla lisätä myös alkoholin kulutusmääriä.

Tutkimuksessa tarkasteltiin, kumpi näistä motiveista on ollut hallitsevampi kuluttajien käyttäytymisessä 1980-luvun jälkipuoliskol-

la: miedontumisen mahdollistama itsekontrolli vai siirtyminen nopeasti kallistuvista tuotteista halvempiin ja hitaammin kallistuviin sekä näin syntynyt kulutusmahdollisuuksien parantaminen.

Arvio tehtiin laskemalla vuodelle 1991 kulutusmäärät, joihin mallien mukaan olisi päädytty, jos hintataso olisi ollut keskimäärin muuttumaton, mutta juomaryhmien väliset hintasuhteet olisivat olleet samat kuin vuonna 1985 ja jos väkeviä juomia ei olisi laimennettu.

Tulosten mukaan alkoholijuomien kokonaiskulutus olisi jäänyt hivenen pienemmäksi kuin nyt toteutunut. Näin olisi käynyt, koska aiemmin todettua massiivista siirtymistä kalliista ja nopeasti kallistuvista juomista halpisiin ei olisi tapahtunut. Keskioluen kulutus olisi jäänyt 20 prosenttia pienemmäksi kuin toteutunut ja mietojen viinien kulutus puoleen toteutuneesta. Toisaalta viinien kulutus olisi ollut runsaan viidenneksen toteutunutta suurempaa. Muiden juomien kohdalla erot toteuman ja laskelman välillä ovat melko pienet. Näyttää siis siltä, että kulutuksen miedontuminen ei ole parantanut juomisen kont-

rollia ja vähentänyt kulutusta vaan päinvas-
toin. Sen sijaan kotimaisten tuotteiden kulu-
tus ja tuotanto ovat mietoja juomia suosivan

hinnoittelun seurauksena vähentyneet tuntu-
vasti (taulukko 3).

KIRJALLISUUS

Kaski, Ilkka & Selenius, Jouko & Ruotsalainen,
Pekka & Montonen, Marjatta: Mieluummin palve-
lua kuin itsepalvelua. Alkoholipolitiikka 50
(1985): 4, 208–212

Salomaa, Jukka: Alkoholijuomien kulutus eräis-
sä OECD-maissa vuosina 1960–1988. Tutkimus-
seloste n:o 16. Helsinki: Alkon taloudellinen tutki-

mus- ja suunnitteluyksikkö, 1990

Salomaa, Jukka: Keskiolut tai hintataso eivät
selitä Suomen ja Ruotsin eroja. Alkoholipolitiikka
56 (1991): 3, 187–198

Salomaa, Jukka: Alkoholijuomien kulutusra-
kenne ja sitä selittävät tekijät 1980-luvun lopulla.
Tutkimusseloste n:o 21. Helsinki: Alkon alkoholi-
poliittinen suunnittelu- ja tiedotusyksikkö, 1992.

TILASTOT

Oy Alko Ab: Alkoholitilastollinen vuosikirja
1975–1991
Kuntakohtaiset tilastot 1985–
1991
Vähittäismyyntihinnastot

Tilastokeskus: Kansantalouden tilinpito 1969–
1991
Tilastollinen vuosikirja
Tilastokatsauksia
Väestörakenne kunnittain 1969–
1990.

ENGLISH SUMMARY

***Jukka Salomaa: Pricing policy changed the
structure but not the volume of consumption
(Hinnoittelu muutti kulustrakenteen, mutta
ei laskenut kulutustasoa)***

The structural change that occurred in alcohol
consumption in the latter half of the 1980s – the
sharp decline in the intake of strong spirits and the
considerable rise in demand for wine and medium-
strength beer – can be largely explained by relative
changes in the prices of different beverages.

Instead of costly and increasingly expensive spir-
its, consumers have begun to favour less-expen-
sive drinks that have been subject to a more grad-
ual upward price trend. Despite a rapid shift to-
wards milder beverages – encouraged by a favour-
able pricing policy – there has been no correspond-
ing drop in the total volume consumed. On the
contrary, this shift has facilitated increased total
consumption and domestic alcohol production has
declined considerably as a result of this policy.

KEY WORDS:

Alcohol consumption, Finland, medium beer, pricing policy, statistics