

Etukäteisarviointi viinien myynnin mahdollisesta vapauttamisesta

KKV:n alkoholimarkkinaselvityksen toinen osa

Esittelydiat

Sisällys

1. Johdanto
2. Muiden maiden sääntely ja kokemukset
3. Vuoden 2024 alkoholilakiuudistuksen vaikutukset
4. Viinien myynnin vapautuksen vaikutus Alkon kannattavuuteen
5. Alkoholisaatavuuden muutokset
6. Kompensoivat sääntelytoimenpiteet
7. Arviot viinien myynnin vapauttamisen vaikutuksista

1. Johdanto

2. Muiden maiden sääntely ja kokemukset
3. Vuoden 2024 alkoholilakiuudistuksen vaikutukset
4. Viinien myynnin vapautuksen vaikutus Alkon kannattavuuteen
5. Alkoholisaatavuuden muutokset
6. Kompensoivat sääntelytoimenpiteet
7. Arviot viinien myynnin vapauttamisen vaikutuksista

Viinien myynnin vapauttamista koskevat selvitykset (1/2)

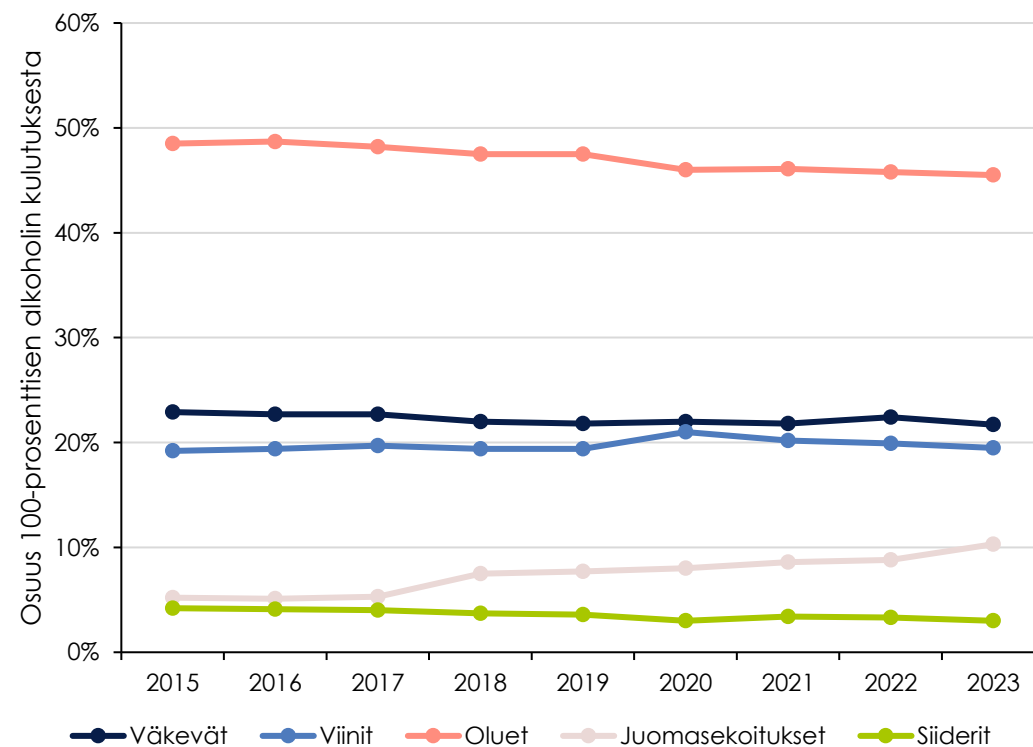
- Alkoholista aiheutuu hyötyjen ohella myös haittoja ihmisille ja yhteiskunnalle, minkä vuoksi sen myyntiä on perusteltua säännellä. Yksi mahdollinen sääntelykeino on rajoittaa sitä, ketkä saavat myydä mitään tuotteita. Suomessa valtionyhtiö Alkolla on yksinoikeus vähittäismyydä yli 8 % alkoholia sisältäviä juomia ja 5,6–8,0-prosenttisia muutoin kuin käymisteitse valmistettuja juomia.
- Petteri Orpon [hallitusohjelman](#) mukaan STM ja TEM laativat yhteistyössä selvityksen 15-prosenttien viinien myynnin vapauttamisesta. Ministeriöt [asettivat](#) Antti Neimalan selvityshenkilöksi laatimaan kyseistä selvitystä. Selvityshenkilön tehtävänä on selvittää viinien myynnin vapauttamisen toteuttamisvaihtoehtoja sekä arvioida niiden vaikutuksia muun muassa väestön terveyteen, markkinoiden toimivuuteen ja kilpailuun ja julkiseen talouteen.

Viinien myynnin vapauttamista koskevat selvitykset (2/2)

- Myös KKV on päättänyt selvittää mahdollisen viinien myynnin vapauttamisen vaikutuksia.
- KKV:llä on mahdollisuus hyödyntää arvioinnissaan yksityiskohtaisia aineistoja Suomen alkoholimyynnistä ja Alkon kannattavuudesta.
 - Selvitystä varten hankittiin Alkolta, SOK:lta, Keskolta ja Lidliltä myymälä- ja tuotekohtainen aineisto alkoholijuomien myynnistä. Jo aiemmin on hankittu vuosien 2016–2023 aineisto ja joulukuussa 2024 hankittiin vastaava vuoden 2024 marraskuuhun ulottuva aineisto.
 - Lisäksi Alkolta on hankittu myymäläkohtaiset tuloslaskelmat vuosilta 2016–2023. Alko toimitti KKV:lle myös vuoden 2025 tuoteryhmäkohtaista myyntiä koskevan ennusteen.
- KKV:n selvityksessä keskitytään vaikutusarviointiin, eikä tarkoituksena ole arvioida esimerkiksi viinien myynnin vapauttamisen oikeudellisia reunaehdoja.
- KKV:n selvitys tullaan julkaisemaan raporttimuodossa myöhemmin keväällä.

Alkoholimarkkinoiden nykytila: Juomatyyppien osuus

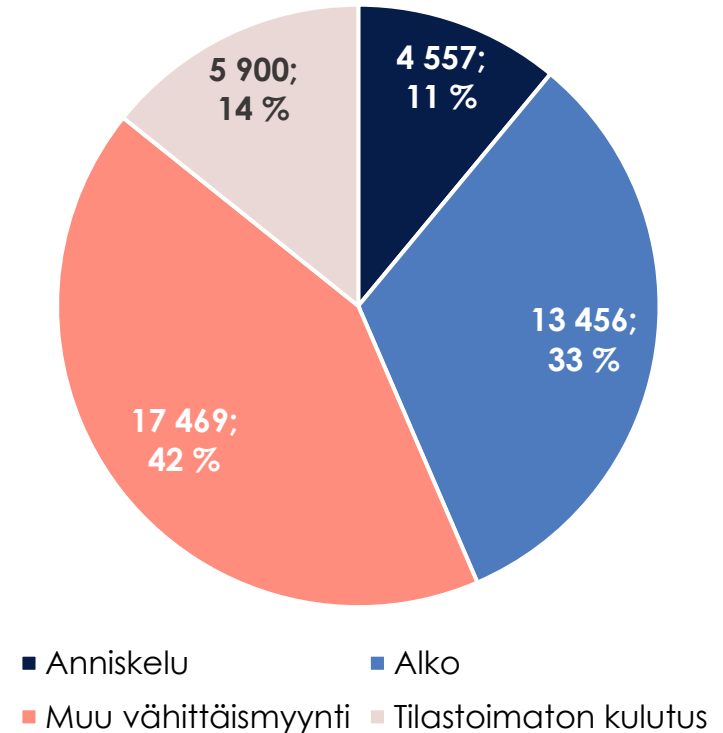
- Vuonna 2023 suomalaisten tilastoidusta 100-prosenttisen alkoholin kulutuksesta 46 prosenttia tuli oluista, 22 prosenttia väkevistä alkoholijuomista, 20 prosenttia viineistä, 10 prosenttia juomasekoituksista ja 3 prosenttia siideristä.
- Juomasekoitusten osuus kulutetusta alkoholista on viime vuosina kasvanut selvästi. Oluiden osuus on hiukan laskenut.
- Valviran [tilastojen](#) perusteella 8–15-prosenttisten juomien osuus tilastoidusta 100-prosenttisen alkoholin kulutuksesta oli vuoden 2024 tammi-elokuussa 18 prosenttia.



Huomiot: Aineistolähteenä [IHL](#). Kuviossa väkevillä juomilla tarkoitetaan vodkan ja ginin kaltaisten väkevien juomien ohella myös väkeviä, yli 15 prosenttia alkoholia sisältäviä viinejä.

Alkoholimarkkinoiden nykytila: Eri myyntikanavien osuus

- Suomessa kulutetusta 100-prosenttisesta alkoholista 42 prosenttia myytiin vähittäismyyntikanavissa Alkon ulkopuolella ja 33 prosenttia Alkon myymälöissä. Kulutuksesta 13 prosenttia oli matkustajatuontia ja verkko-ostoja ja 11 prosenttia kulutettiin anniskelupaikoissa.
- THL:n viimeisimmän [arvion](#) perusteella alkoholikulutuksen arvo on noin 4,8 miljardia euroa vuodessa.



Huomiot: Tuhatta litraa 100-prosenttista alkoholia. Anniskelua ja vähittäismyyntiä koskevat luvut perustuvat Valviran [raportoiimiin](#) vuoden 2023 tietoihin ja tilastoimatonta kulutusta koskevat luvut perustuvat THL:n [raportoiimiin](#) vuoden 2023 tietoihin. Tilastoimaton kulutus kuvaa verkko-ostojen ja matkustajatuonnin määrää.

1. Johdanto

2. Muiden maiden sääntely ja kokemukset

3. Vuoden 2024 alkoholilakiuudistuksen vaikutukset

4. Viinien myynnin vapautuksen vaikutus Alkon kannattavuuteen

5. Alkoholisaatavuuden muutokset

6. Kompensoivat sääntelytoimenpiteet

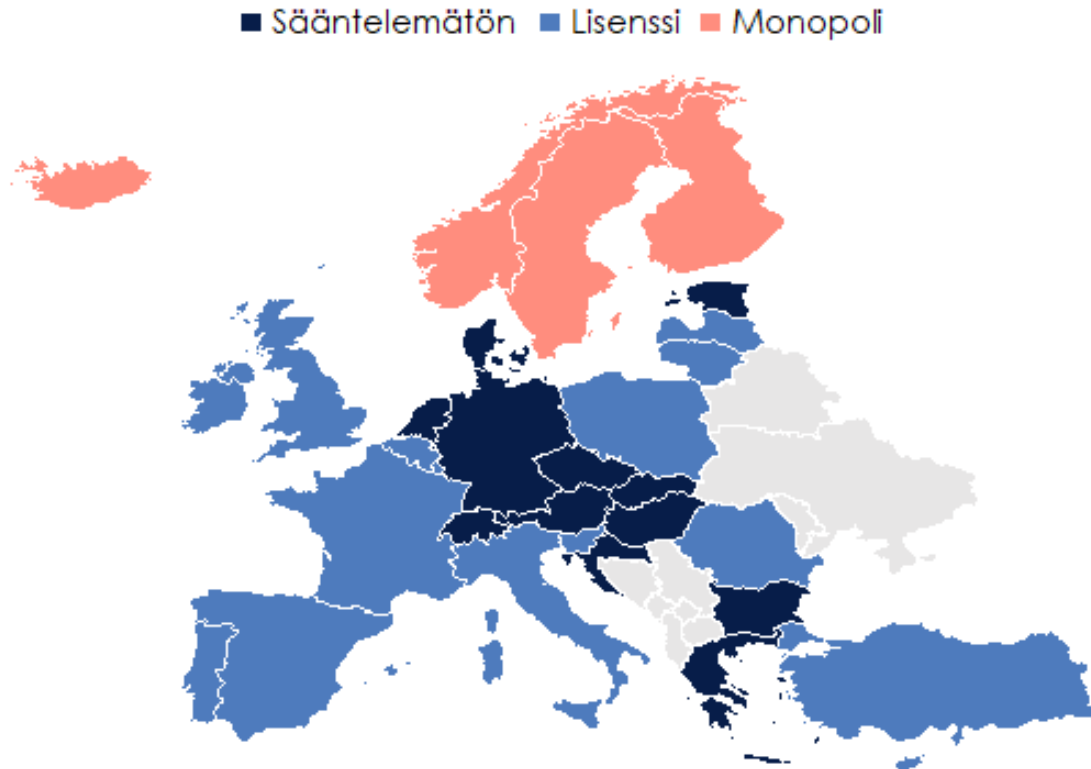
7. Arviot viinien myynnin vapauttamisen vaikutuksista

Muiden maiden sääntely

Viinien ja vahvempien alkoholijuomien vähittäismyynti Euroopan maissa

- Selvityksessämme olemme tarkastelleet viinien ja väkevien alkoholijuomien vähittäismyynnin sääntelyä Euroopan maissa. Tarkastelussa on ollut mukana kaikki nykyiset EU-maat sekä Norja ja Islanti.
- Selvityksen pohjatietona on toiminut Euroopan komission teettämä selvitys alkoholijuomien vähittäismyynnistä eri Euroopan maissa vuonna 2014.
 - Kokole ym. (2014). Report on the alcohol laws in EU countries.
- Tietoja on päivitetty KKV:n EU:n kilpailuviranomaisten ECN-verkostolle tekemän kyselyn vastausten ja erinäisistä internet-lähteistä saatujen tietojen pohjalta.

Viinien vähittäismyyntin sääntely Euroopassa



- Valtaosassa Euroopan maita viinien myynti on sallittua päivittäistavarakaupoissa. Osassa maita myynti on kuitenkin luvanvaraista.
- Neljässä tarkastelun kohteena olleessa maassa (Suomi, Ruotsi, Norja ja Islanti) viinien ja sitä vahvempien alkoholijuomien vähittäismyynti on kuitenkin säädetty valtion omistaman monopoliyhtiön yksinoikeudeksi.

Viinien ja vahvempien alkoholijuomien vähittäismyynnin sääntely Yhdysvalloissa

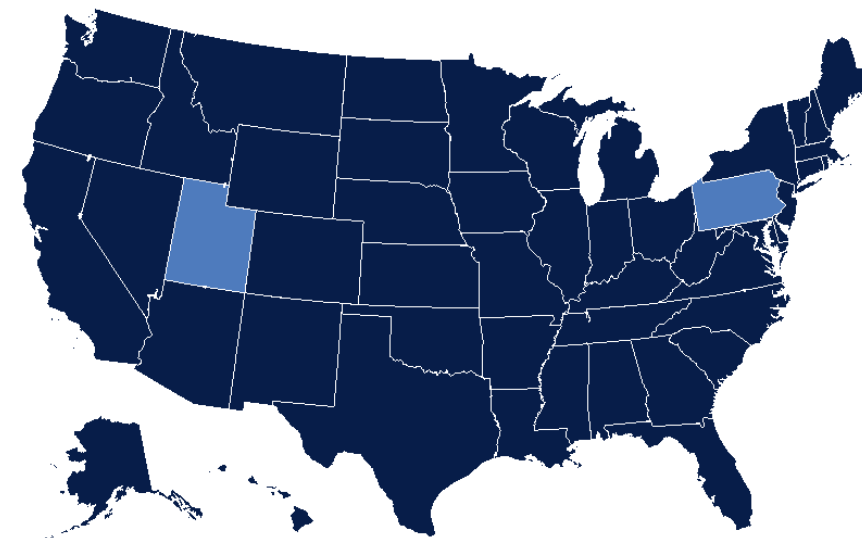
- Yhdysvalloissa osavaltioilla on oikeus säännellä alkoholin myyntiä ja päättää sen verotuksesta. Tästä syystä sääntely vaihtelee osavaltioittain. Lisäksi joissain osavaltioissa kunnilla/alueilla on mahdollisuus antaa omaa sääntelyä, jopa kieltää alkoholin myynti kokonaan.
- Keskeinen osa USA:n alkoholipolitiikkaa on ns. kolmen portaan malli, jossa alkoholijuomien valmistus, tukkumyynti ja vähittäismyynti on erotettu toisistaan. Toimijoilla ei saa lähtökohtaisesti olla taloudellisia tai omistuksellisia kytköksiä muilla portailla toimiviin yrityksiin.
- Monesta Euroopan maasta poiketen monessa USA:n osavaltiossa julkisomisteiset yhtiöt vastaavat vahvempien alkoholijuomien myynnistä. Julkisomisteiset yhtiöt voivat toimia joko tukkuportaalla, vähittäismyynnissä tai molemmissa. Tällaisissa osavaltioissa julkisomisteisilla yhtiöillä on tyypillisesti yksinoikeus väkevien tukku- ja/tai vähittäismyyntiin, mutta muutamissa osavaltioissa yksinoikeus kattaa myös viinit.
- Valtaosassa osavaltioita on kuitenkin käytössä lisenssijärjestelmä, jossa alkoholin tukku- ja vähittäismyynti on sallittua yksityisille yhtiöille.

Julkiset monopolit viinien vähittäis- ja tukkumyynnissä USA:ssa

- Yksityiset toimijat vähittäismyyvät viinejä kaikissa Yhdysvaltojen osavaltioissa. Utahissa ja Pennsylvaniassa myös julkisomisteiset yhtiöt hoitavat vähittäismyyntiä.
- Mississipissä, Utahissa ja Wyomingissa julkisomisteisella yhtiöllä on viinien tukkumyyntimonopoli. Pennsylvaniassa julkisomisteinen yhtiö hoitaa tukkukauppaa yksityisten ohella. Vermontissa osavaltion kanssa sopimuksen tehnyt yksityinen sopimuskauppias vastaa viinien tukkumyynnissä.
- Väkevien myynnissä julkisomisteisella yhtiöllä on vähittäismyyntimonopoli kahdessa osavaltiossa ja tukkumyyntimonopoli 13 osavaltiossa. Lisäksi useissa osavaltioissa sekä yksityiset että julkiset toimijat hoitavat väkevien tukku- ja/tai vähittäismyyntiä.

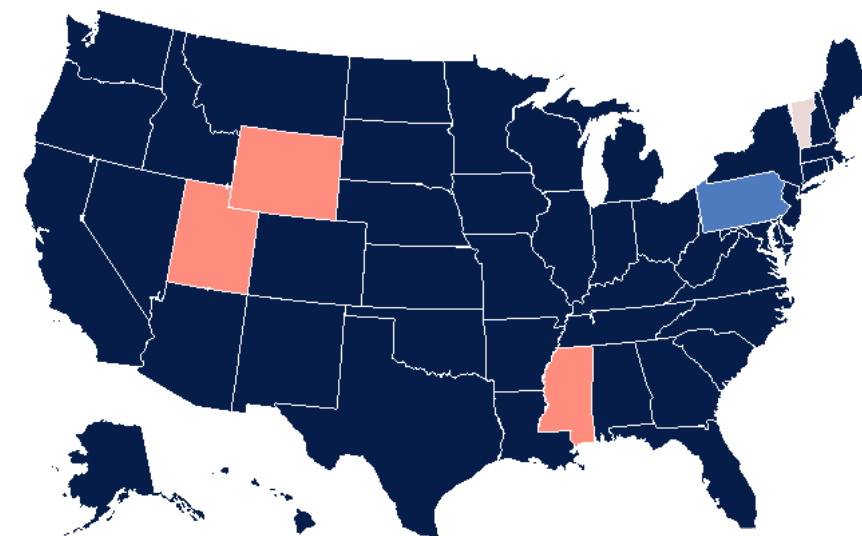
Viinien vähittäismyynti

■ Yksityinen ■ Yhdistelmä



Viinien tukkumyynti

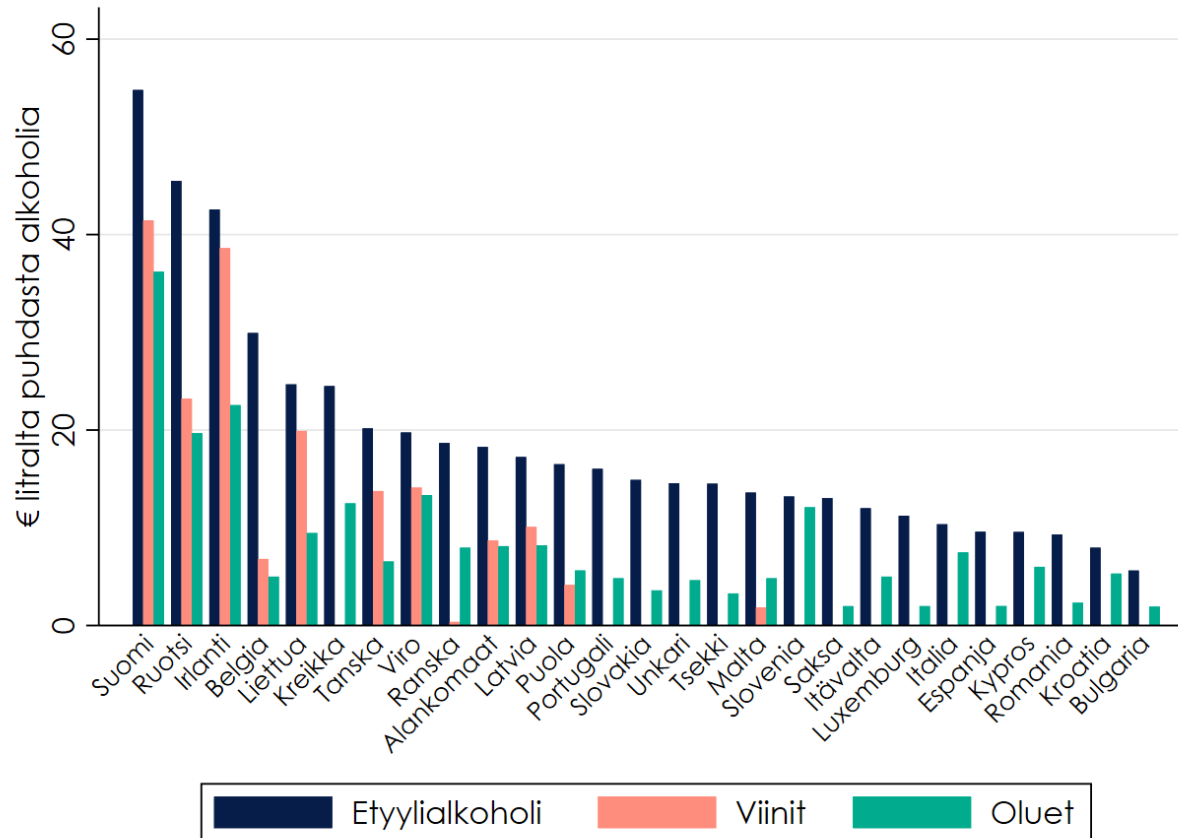
■ Yksityinen ■ Yhdistelmä ■ Julkinen monopoli ■ Yksityinen sopimuskauppias



Muu sääntely

- Eri Euroopan maissa alkoholijuomien vähittäismyyntiä säännellään myös sen suhteen, miten alkoholijuomien myynti on järjestettävä pt-kauppojen myymälätiloissa.
- Esimerkkejä:
 - [Virossa](#) alkoholijuomat on sijoitettava kaupoissa erilleen muista tuotteista. Alkoholijuomia ei saa sijoittaa siten, että kuluttajat väistämättä altistuvat niiden näkemiselle myymälässä käydessään.
 - [Irlannissa](#) alkoholijuomat on pidettävä kaupan sisällä omalla erillisellä alueella. Juomia voi säilyttää myös suljetuissa kaapeissa.
 - [Belgiassa](#) viinejä vahvemmat alkoholijuomat on saatavilla erilliseltä myymälätiskiltä.
 - [Alankomaissa](#) yli 15-prosenttisia alkoholijuomia saa myydä vain erillisissä myymälöissä.

Alkoholiverotus



Lähde: Veronmaksajien keskusliiton [keräämät](#) tiedot Euroopan Komission TEDB-tietokannasta. Vuoden 2024 tiedot.

- Saatavuuden rajoittamisen lisäksi alkoholin kulutusta voidaan pyrkiä vähentämään verotuksella.
- Suomessa alkoholijuomien verotus on Euroopan korkeinta kaikissa juomatyypeissä. Suomessa esimerkiksi yhden litran 40-prosenttisen väkevän alkoholijuoman vero on tällä hetkellä noin 22 euroa ja 0,75 litran 15-prosenttisen viinin noin 3,4 euroa.



Kokemukset viinien ja väkevien myynnin vapauttamisesta

Muiden maiden kokemusten hyödyntäminen vaikutusarvioinnissa

- Yksi tapa arvioida viinien myynnin vapauttamisen vaikutuksia Suomessa on tarkastella, millaisia vaikutuksia vastaavilla uudistuksilla on ollut muissa maissa. Kiinnostavia uudistuksia ovat erityisesti:
 - 1) Uudistukset, joissa tietyn alkoholituoteryhmän myynti on vapautettu valtion yksinoikeudesta.
 - Voidaan tarkastella, millaisia vaikutuksia vapauttamisella on ollut esim. hintoihin ja saatavuuteen sekä näiden muutosten seurauksena alkoholin kulutukseen ja alkoholihaittoihin.
 - Haasteena tällaisten tutkimusten hyödyntämisessä on se, että esim. muu sääntely ja päivittäistavarakaupan markkinarakente voivat olla täysin erilaisia kuin Suomessa. Lisäksi myynnin vapauttamisen ohella saatetaan toteuttaa muita sääntelymuutoksia, jolloin ei ole mahdollista erottaa myynnin vapauttamisen vaikutusta muiden sääntelymuutosten vaikutuksesta.
 - Esim. juomien hintoja on saatettu säännellä ennen myynnin vapauttamista, ja myynnin vapauttamisen yhteydessä hintasääntelystä luovutaan ja alkoholiverotusta kiristetään. Tällöin uudistuksella on voinut olla kokonaisuutena hintojen nostava vaikutus. Tällaisen uudistuksen vaikutus alkoholin kulutukseen on todennäköisesti hyvin erilainen kuin sellaisella uudistuksella, jonka seurauksena hinnat laskevat.
 - 2) Uudistukset, joilla on ollut samanlaisia vaikutuksia esim. tuotteiden saatavuuteen ja hintoihin kuin myynnin vapauttamisella olisi.
 - Jos myynnin vapauttamisen vaikutus hintoihin, valikoimiin ja saatavuuteen osataan arvioida, voidaan vaikutusta alkoholin kulutukseen ja alkoholihaittoihin arvioida hyödyntämällä tietoa vastaavien hinta-, valikoima- ja saatavuusmuutosten vaikutuksesta. Tällöin tarkasteltava uudistus voi olla muukin kuin myynnin vapauttaminen, eli esimerkiksi veronkorotus tai myyntipaikkarajoitusten muutos.

Luotettavan vaikutusarvioinnin mahdollistavat uudistukset

- Sääntelyuudistusten vaikutusarvioinnin kannalta ihanteellisia uudistuksia ovat sellaiset, joissa tietty sääntely vallitsee aluksi kaikilla alueilla ja joissa sääntelyä muutetaan vain osassa alueita. Tällöin sääntelyä muuttamattomat alueet toimivat verrokkiryhmänä sääntelyä muuttaneille alueille, ja sääntelymuutoksen vaikutukset voidaan arvioida luotettavasti.
- Yhdysvalloissa toteutetut alkoholimyynnin vapautukset ovat vaikutusarvioinnin näkökulmasta kiinnostavia, sillä niissä myynnin vapauttanutta aluetta voidaan verrata osavaltioihin, joissa myyntiä ei vapautettu. Moni USA:n osavaltio vapautti viinien myynnin 1980- ja 1990-luvulla ja Washingtonin osavaltio vapautti väkevien myynnin vuonna 2012.
- Euroopassa tehtyjen vastaavien uudistusten vaikutusarvioinnin haasteena on tyypillisesti uskottavan vertailuryhmän puute, sillä eri maiden alkoholilainsäädännöt ja juomakulttuurit poikkeavat jo lähtötilanteessa toisistaan. Myös Euroopassa tehdyistä uudistuksista on kuitenkin vähemmän luotettaviin tutkimusasetelmiin perustuvia tutkimuksia, joista voi saada viitteitä myynnin vapauttamisen vaikutuksista.

Viinien myynnin vapauttaminen Yhdysvaltojen osavaltioissa

- Yhdysvaltojen osavaltioista Alabama, Idaho, Iowa, Maine, Montana, New Hampshire ja West Virginia vapauttivat viinien vähittäismyynnin aikavälillä 1968–1991.
 - Alabama: Ns. pöytäviinien myynti vapautettiin. Pöytäviini viittaa ns. tavalliseen viiniin, joka ei ole väkevöityä tai kuohuvaa.
 - Idaho: Ns. pöytäviinien myynti vapautettiin.
 - Iowa: Ennen uudistusta yli 4-prosenttiset juomat olivat osavaltion monopolissa, vapautuksen jälkeen vain väkevät.
 - Maine: Enintään 14-prosenttisten viinien myynti vapautettiin.
 - Montana: Ensin enintään 14-prosenttisten viinien myynti vapautettiin ja raja nostettiin sittemmin 16 prosenttiin.
 - New Hampshire: Ennen uudistusta yli 6-prosenttiset juomat olivat osavaltion monopolissa, vapautuksen jälkeen 14-prosenttiset.
- Wagenaar ja Holder ([1991](#) ja [1995](#)) ovat tutkineet kyseisten uudistusten vaikutuksia mm. vertaamalla viinien myynnin kehitystä kyseisissä osavaltioissa muihin Yhdysvaltojen osavaltioihin. He havaitsivat mm. seuraavanlaisia vaikutuksia:
 - Viiniä myyvien myymälöiden määrä moninkertaistui. Tutkimuksissa ei arvioitu vaikutusta hintoihin.
 - Viinien myynti lisääntyi myynnin vapauttaneissa osavaltioissa selvästi muuta maata enemmän. Viinien myynti lisääntyi tyypillisesti kymmeniä prosentteja, Idahossa ja Mainessa jopa yli kaksinkertaistui.
 - Muiden alkoholijuomien myynti tyypillisesti väheni, mutta vain muutamia prosentteja. Estimaatit eivät olleet tyypillisesti tilastollisesti merkitseviä.
 - Uudistukset lisäsivät alkoholin kokonaiskulutusta.

Väkevien alkoholijuomien myynnin vapauttaminen Washingtonin osavaltiossa

- Washingtonin osavaltio vapautti väkevien, yli 24 prosenttia alkoholia sisältävien juomien myynnin vuonna 2012. Samassa yhteydessä väkevien juomien verotusta kiristettiin. Uudistuksen vaikutuksista on julkaistu useita tutkimuksia. Useimmat niistä perustuvat tutkimusasetelmaan, jossa Washingtonin osavaltiota verrataan viereiseen Oregonin osavaltioon, jossa väkevien myyntiä ei vapautettu.
 - Uudistuksen jälkeen väkeviä myyvien myymälöiden määrää lisääntyi noin 300:sta noin 1 600:aan. ([Barnett ym., 2020](#)).
 - Väkevien alkoholijuomien hinnat nousivat uudistuksen jälkeen, mikä selittyy pääosin veronkorotuksilla. ([Seo, 2019](#)) Hintavariaatio kasvoi uudistuksen jälkeen. Väkeviä alkoholijuomia sai ostettua uudistuksen jälkeen myös aiempaa halvemmalla, vaikka keskimäärin hinnat nousivat. ([Kerr ym., 2015](#)) [Illanes ja Moshary \(2020\)](#) tutkivat, vaikuttiko paikallisen kilpailun lisääntyminen tuotteiden hintoihin, mutta heidän havaintojensa mukaan alueen myymälämäärän kasvulla ei ollut vaikutusta hintoihin.
 - [Illanesin ja Mosharyn \(2020\)](#) mukaan paikallisen kilpailun lisääntyminen kasvatti väkevien juomien valikoimia. Kilpailun lisääntyminen kasvatti hiukan myymäläkohtaisia valikoimia, mutta ennen kaikkea alueen kokonaisvalikoimaa, sillä kilpailijoiden valikoimat erosivat toisistaan. [Greenfieldin ym. \(2018\)](#) mukaan kuluttajat ovat olleet uudistuksen jälkeen tyytyväisempiä mm. valikoimiin, myyjien ammattitaitoon, myymälän sijaintiin ja aukioloaikoihin. Tyytymättömyys henkilöstön määrään ja tietämykseen puolestaan lisääntyi.
 - Uudistuksen on arvioitu lisänneen kuluttajaylijäämää (ks. esim. [Seo, 2019](#) ja [Illanes & Moshary, 2020](#)). Kuluttajaylijäämän arvioitu kasvu on osin seurausta lyhentyneistä ostosmatkoista ja parantuneista valikoimista, mutta merkittävässä määrin myös ns. one-stop shoppingin mahdollistumisesta, eli siitä, että juomia on voinut ostaa muiden ostosten yhteydessä.
 - Väkevien ja puhtaan alkoholin kulutus on uudistuksen jälkeen lisääntynyt metropolialueilla, joissa juomien saatavuus on parantunut. ([Barnett ym., 2020](#)). [Illanes & Moshary \(2020\)](#) arvioivat, että paikallisen kilpailun lisääntyminen myymälämäärän kasvaessa lisäsi kulutusta.
 - Haittojen osalta näyttö uudistuksen vaikutuksista on ristiriitaista. [Illanesin ja Mosharyn \(2020\)](#) mukaan kilpailun lisääntyminen ei vaikuttanut liikenneonnettomuuksien määrään. [Phillips ym. \(2021\)](#) arvioivat alkoholiliitännäisten onnettomuuksien lisääntyneen metropolialueilla, muttei muissa kaupungeissa ja harvaan asutuilla alueilla. He eivät havainneet vaikutusta alkoholiliitännäisiin sairauksiin.

Euroopassa toteutetut alkoholin vähittäismyynnin sääntelyn muutokset (1/2)

- Euroopasta ei ole käytännössä lainkaan tuoreita esimerkkejä viinien tai väkevien vähittäismyynnin vapauttamisesta, mikä selittyy sillä, että valtaosassa Euroopan maita niiden myynti on vapaata. Niissä harvoissa tapauksissa, kun uudistuksia on tehty, ei näyttöä uudistusten kausaalivaikutuksista juuri ole. Uudistuksia koskevilla tutkimuksilla ongelmana on uskottavan vertailuryhmän puute.
- Suomessa keskioluen myynti vapautettiin lähes koko maassa vuonna 1969.
 - Keskiolutta saattoi alkaa myydä yli 17 000 elintarvikeliikkeessä ja liki 3 000 ravintolassa, kun se oli ennen uudistusta sallittua vain noin 130 Alkon myymälässä ja alle tuhannessa ravintolassa.
 - Vuonna 1969 alkoholin kokonaiskulutus lisääntyi 46 prosenttia edeltävän vuoden tasoon verrattuna ja oluen myynti peräti 124 prosenttia. Vuoteen 1975 mennessä oluen kulutus oli lisääntynyt 158 prosenttia ja alkoholin kokonaiskulutus 115 prosenttia vuoden 1968 tasoon verrattuna. ([Beauchamp, 1981](#)). Toisaalta vuosina 1968–1975 Alkon yksinoikeudessa säilyneiden väkevien alkoholijuomien myynti lisääntyi 97 prosenttia ja viinien 87 prosenttia. Alkoholin ravintolamyynti lisääntyi 112 prosenttia. Muutokset kulutuksessa voivat siten selittyä myös esim. elintason kasvulla, yleisellä juomatottumusten muutoksella ja saatavuuden paranemisella.
- Ruotsissa keskioluen myynti päivittäistavarakaupoissa kiellettiin vuonna 1977, jonka jälkeen sitä on saanut myydä vain valtionyhtiö Systembolagetin myymälöissä.
 - Uudistuksen jälkeen alkoholin kulutus Ruotsissa väheni. [Ramstedt \(2002\)](#) on arvioinut, että useat alkoholihaitat vähenivät uudistuksen jälkeen. Myöskään tässä tutkimuksessa ei ollut vertailuryhmää, joten tulosta ei voi tulkita uudistuksen kausaalivaikutukseksi.

Euroopassa toteutetut alkoholin vähittäismyyntin sääntelyn muutokset (2/2)

- Suomessa 4,7–5,5-prosenttisten alkoholijuomien ja enintään 5,5-prosenttisten, tislatusa alkoholista valmistettujen juomasekoitusten vähittäismyynti vapautui vuonna 2018. Samalla alkoholijuomien verotusta kiristettiin.
 - [Anttinen ym. \(2024\)](#) arvioivat, että uudistus paransi vapautettujen tuotteiden saatavuutta, kasvatti niiden valikoimia ja alensi niiden hintoja. Vapautettujen tuotteiden myynti lisääntyi merkittävästi, mutta muiden tuotteiden myynti samanaikaisesti väheni. Vuoden 2018 uudistuksilla (myyntin vapautus ja veronkorotus) ei vaikuttanut olleen alkoholin kokonaiskulutusta tai alkoholihaittoja lisäävää vaikutusta.
 - Myös [Kosonen ym. \(2024\)](#) arvioivat, että vapautettujen tuotteiden myynti lisääntyi, mutta alkoholin kokonaiskulutus ei kasvanut, sillä muiden alkoholijuomien kulutus väheni.
 - [Mäkelä ja Norström \(2022\)](#) arvioivat, että vähittäismyyntin vapauttaminen lisäsi hiukan alkoholin kokonaiskulutusta, mutta samanaikainen veronkorotus vähensi kulutusta suunnilleen yhtä paljon kuin myyntin vapauttaminen lisäsi.

Tutkimukset hintojen vaikutuksista

- Alkoholijuomien myynnin vapauttaminen voi johtaa esimerkiksi hintojen laskuun ja saatavuuden paranemiseen. Siten viitteitä myynnin vapauttamisen vaikutuksista voi saada myös tarkastelemalla tutkimuksia, joissa on arvioitu hinnan ja saatavuuden vaikutuksia muun muassa alkoholin kulutukseen ja alkoholihaittoihin.
- Tutkimusten perusteella alkoholin korkeampi hinta vähentää sen kulutusta. [Wagenaarin ym. \(2009\)](#) metatutkimuksen perusteella viinien ja väkevien juomien hintajousto on $-0,3$, oluen $-0,2$ ja koko alkoholikategorian $-0,4$. [Conlonin ja Raon \(2024\)](#) tuoreessa amerikkalaisessa tutkimuksessa väkevien hintajoustoksi arvioitiin $-0,5$.
 - Esimerkiksi $-0,3$ hintajousto tarkoittaa sitä, että 10 prosentin hintojen nousu vähentää kulutusta kolme prosenttia.
- Tietoa alkoholin hinnan vaikutuksista voidaan saada myös tutkimalla, miten alkoholin kulutus ja siitä aiheutuvat haitat muuttuvat valtioiden rajan läheisyydessä, kun toinen valtioista muuttaa merkittävästi alkoholin verotusta.
 - [Johansson ym. \(2014\)](#) tarkastelivat Suomen 2004 alkoholiveron alennuksen vaikutusta Ruotsissa Suomen rajan läheisyydessä. He havaitsivat, että alkoholin myynti kasvoi huomattavasti lähellä rajaa olevissa Alkoissa ja laski rajan läheisissä Systembolageteissa. Veronalennuksella ei havaittu olevan tilastollisesti merkitsevää vaikutusta alkoholikuolemiin tai alkoholiliitännäisiin sairaalakäynteihin, mutta työpoissaolot lisääntyivät.
 - [Asplund ym. \(2007\)](#) tarkastelivat, miten Tanskan alhaisemmat alkoholin hinnat ja alkoholiveron alennus vaikuttivat alkoholin kulutukseen Ruotsissa Tanskan rajan läheisyydessä. Heidän havaintojensa mukaan Tanskan alkoholiveron alennus vähensi alkoholin myyntiä ja alkoholiverotuloja Ruotsissa.

Tutkimukset saatavuuden vaikutuksista

- Alkoholin maantieteellisellä saatavuudella, eli sillä kuinka läheltä alkoholia voi ostaa, voi ajatella olevan vaikutusta siihen, kuinka paljon alkoholia kulutetaan. Jos alkoholin saatavuus on heikkoa, eli sitä joutuu hakemaan pitkien matkojen päästä, alkoholin hankintakustannukset kasvavat ja oletettavasti sen kysyntä vähenee. Toisaalta heikkoon saatavuuteen voidaan reagoida niin, että ostetaan kerralla varastoon suurempia määriä, joka voi puolestaan lisätä alkoholin kulutusta, sillä tällöin juomat ovat kotona helposti saatavilla ympäri vuorokauden.
- Alkoholin maantieteellisen saatavuuden (outlet density) vaikutuksista on julkaistu ainakin kaksi katsausartikkelia ([Sherk ym., 2018](#); [Gmel ym., 2016](#)). Katsaukset päättyvät keskenään erilaisiin johtopäätöksiin, vaikka käsittelevät osin samoja tutkimuksia. Valtaosa maantieteellistä saatavuutta käsittelevistä tutkimuksista tarkastelee saatavuuden ja kulutuksen välistä korrelaatiota, mutta vain harvassa pystytään erottamaan saatavuuden kausaalivaikutuksia.
- Kiinnostavana pohjoismaisena esimerkkinä voidaan mainita [Nordlundin \(2010\)](#) tutkimus, jossa tarkastellaan Norjan monopolimyymälöiden lisäämisen vaikutuksia. Tutkimuksessa hyödynnetään vertailuryhmiä, joten se antaa tietoa saatavuuden kausaalivaikutuksista. Norjassa valtion monopolimyymälöitä avattiin 2000-luvun alussa useisiin uusiin kuntiin. Tutkimuksen tulosten perusteella alkoholin kulutus lisääntyi vain sellaisissa kunnissa, joissa oli alkoholimyymälä jo ennen tarkasteluajanjaksoa. Alkoholimyymälän avaamisella ei näyttänyt siten olevan vaikutusta alkoholin kulutukseen alueella.

1. Johdanto
2. Muiden maiden sääntely ja kokemukset
- 3. Vuoden 2024 alkoholilakiuudistuksen vaikutukset**
4. Viinien myynnin vapautuksen vaikutus Alkon kannattavuuteen
5. Alkoholisaatavuuden muutokset
6. Kompensoivat sääntelytoimenpiteet
7. Arviot viinien myynnin vapauttamisen vaikutuksista

Johdanto

- Kesällä 2024 vapautettiin 5,6–8 prosenttia alkoholia sisältävien, käymisteitse valmistettujen alkoholijuomien myynti päivittäistavarakaupassa.
- Uudistuksen myötä kauppoihin tuli tarjolle huomattava määrä mietoja viinejä ja viinijuomia. Ennen uudistusta kaupoista oli saatavilla hyvin rajallinen määrä viinityyppisiä juomia.
- Selvityksessä kuvataan alkoholimyynnin ja hintojen kehitystä ennen ja jälkeen vuoden 2024 uudistuksen.
- Selvityksessä hyödynnetään Alkolta, SOK:lta, Keskolta ja Lidliltä hankittua myyntiaineistoa. Aineisto kattaa kaiken kyseisten yritysten alkoholimyynnin ja se ulottuu vuoden 2024 marraskuuhun.
- Analyysi on kuvailevaa ja perustuu pääasiassa ennen–jälkeen-vertailuun.



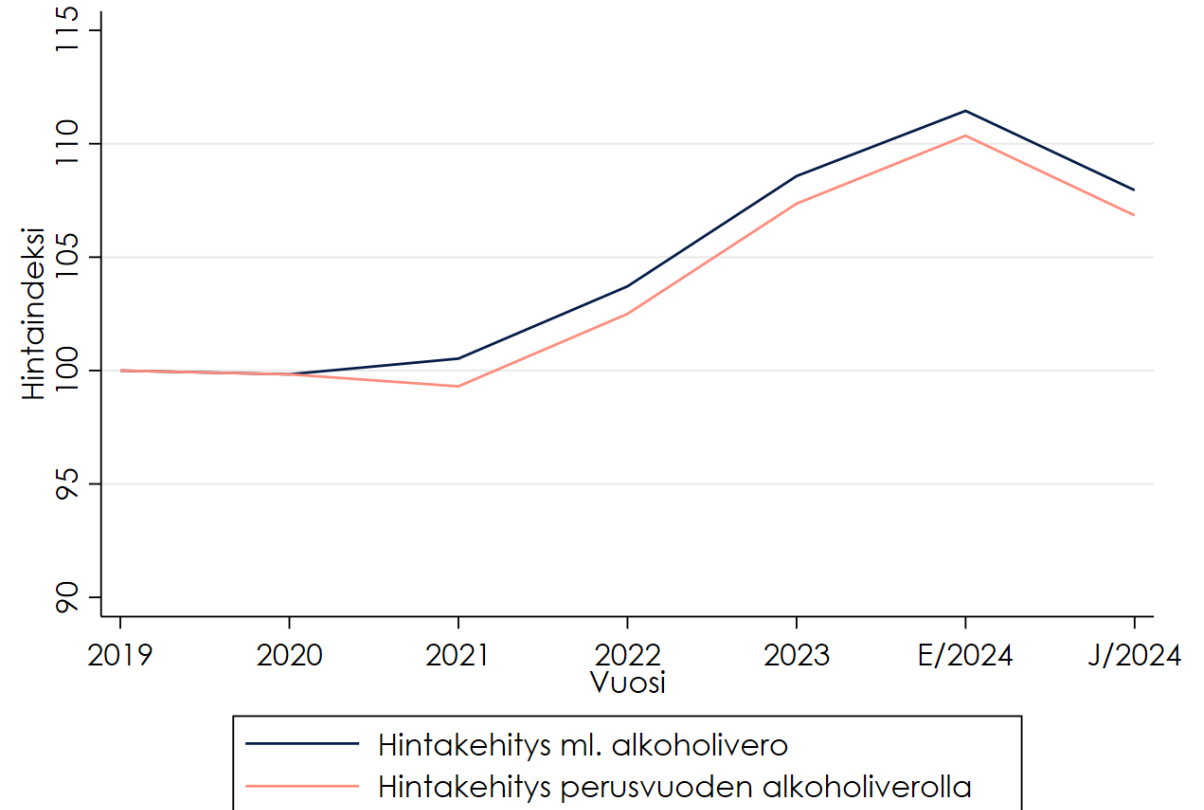
Vaikutukset hintoihin

Hintojen tarkastelu

- Seuraavaksi on tarkasteltu vapautettujen tuotteiden hintakehitystä uudistuksen jälkeen. Tarkastelu perustuu Alkon ja päivittäistavarakaupan toimittamiin myyntiaineistoihin, jotka kattavat ajanjakson 01/2016–11/2024.
- Tarkastelu perustuu pääasiassa sellaisiin tuotteisiin, joita on myyty joko täsmälleen samanlaisena jo ennen uudistusta tai joita on myyty uudistuksen jälkeen sekä Alkossa että päivittäistavarakaupassa. Tämä käytännössä rajaa tarkastelun vain noin neljännekseen päivittäistavarakaupan vapautettujen tuotteiden myynnistä.
 - Tarkastelusta rajautuu pois esimerkiksi suosituin vapautettu tuote (Olvin tuplapukki), jota myydään 8,5 % vahvuksena Alkossa ja 8,0 % vahvuksen pt-kaupoissa. Tarkastelusta rajautuu myös toiseksi suosituin tuote (Sandels Lager 8,0 % 0,5 l), koska sitä myydään Alkossa eri pakkauskoossa (0,33 l). Lisäksi useita suosittuja mietoja viinejä, joita ei ole saatavilla Alkossa (esim. Feher Bor Valkoinen 3 l ja Happy Grape Blanco 8 % 1 l), rajautuu tarkastelun ulkopuolelle.
 - Rajoitetta on pyritty huomioimaan tarkastelemalla halvimman miedon viinin litrahintaa eri myyntikanavissa sekä myynnin jakautumista erihintaisiin tuotteisiin.

Hintakehitys

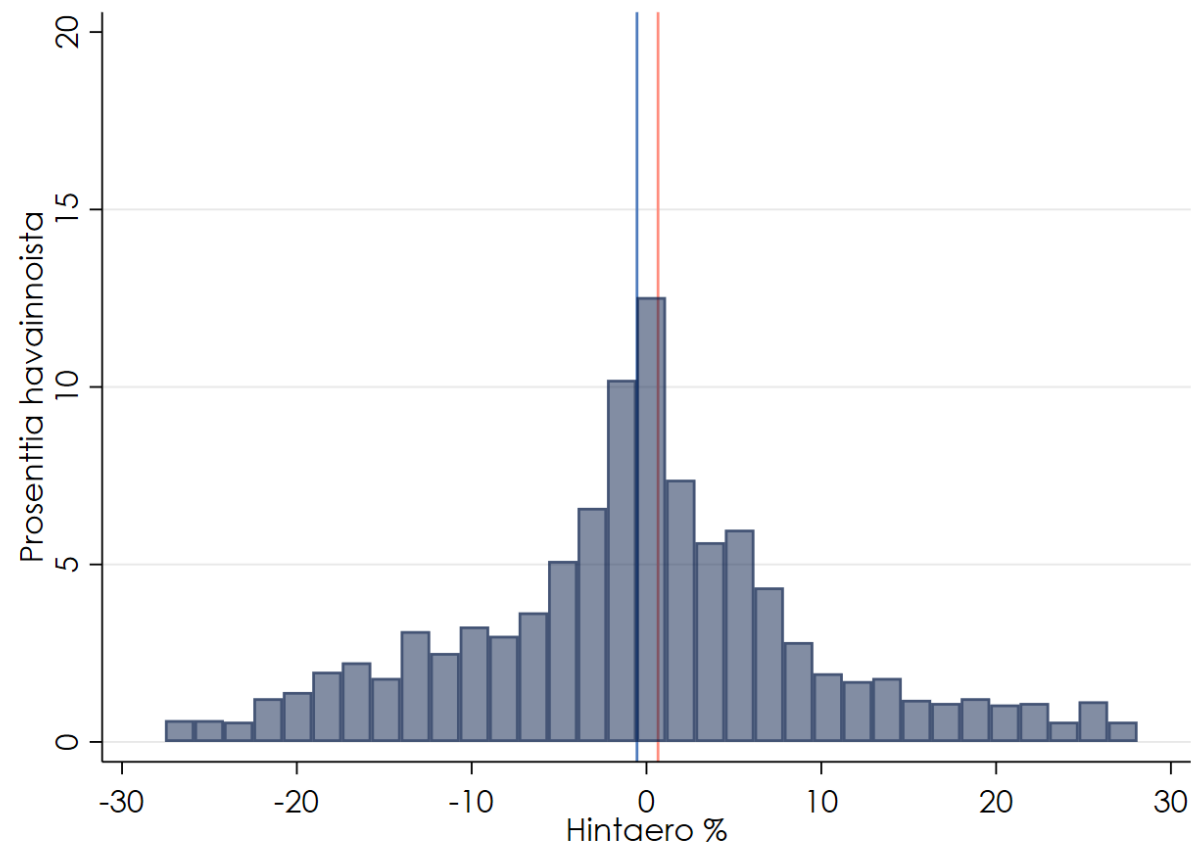
- Oheisessa kuviossa kuvataan sekä Alkosta että päivittäistavarakaupasta löytyvien suosituimpien vapautettujen 5,6–8,0-prosenttisten juomien hintakehitystä.
- Uudistuksen jälkeen vapautettujen tuotteiden hinnat laskivat keskimäärin hieman yli kolmella prosentilla.
- Hintakehitystä tarkastellaan siten, että alkoholiverojen taso pidetään vakiona (vuoden 2020 tasolla). Näin esimerkiksi vuoden 2024 alussa voimaantullut oluen alkoholiveron lasku ei vaikuta tuloksiin.



Huomiot: Yksi havainto tarkastelussa on tietty tuote tietyssä vuotena. Vuosi 2024 on jaettu aikaan ennen (E) ja jälkeen (J) uudistuksen. Tarkastelussa on ensin valittu Alkon 100 suosituinta 5,6–8,0-prosenttista tuotetta vuonna 2023 ja sen jälkeen rajattu tarkasteluun vain tuotteet, joita myyty jokaisena vuonna vähintään 2 500 eurolla ja tuote on tullut myyntiin uudistuksen jälkeen johonkin päivittäistavarakauppaan. Näiden rajausten jälkeen jäljelle jäi 36 tuotetta. Tarkasteltujen tuotteiden kokonaismyynti vuonna 2024 on hieman yli 18 miljoonaa euroa. ALV on poistettu hinnoista. Myyntipainot perustuvat kappalemääräiseen myyntiin.

Alkon ja pt-kauppojen hintaero (1/2)

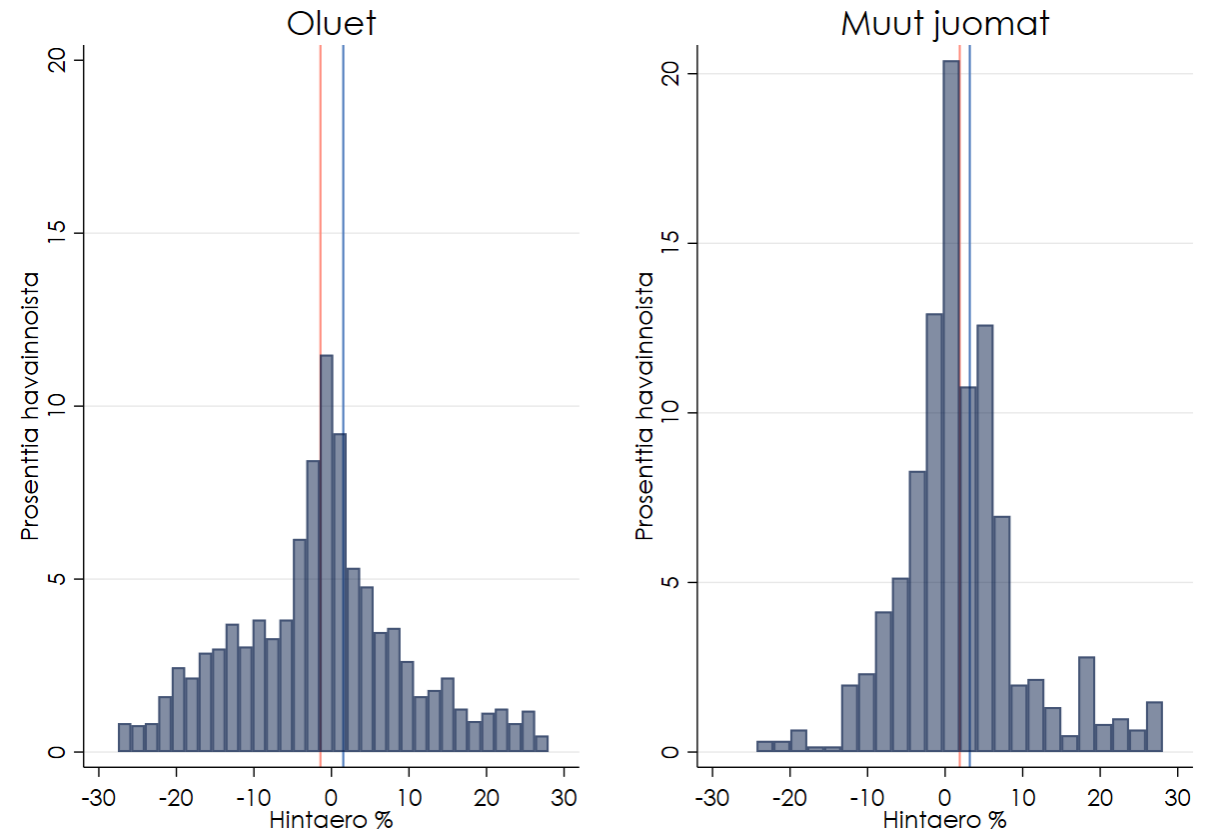
- Oheisessa kuviossa on verrattu Alkon ja päivittäistavarakaupan vapautettujen tuotteiden keskihintoja tuotteittain.
 - Nollan vasemmalla puolella pt-kaupassa myyty tuote on halvempi kuin Alkossa myyty vastaava tuote, oikealla puolella päinvastoin.
- Pt-kaupassa myyty vapautettu tuote on ollut keskimäärin 0,5 prosenttia halvempi kuin vastaava tuote Alkossa. Myyntipainotettuna Alkossa myydyt tuotteet ovat olleet kuitenkin 0,7 prosenttia pt-kauppaa halvempia.
- Vapautetuista tuotteista 57 prosenttia oli halvempia pt-kaupassa ja 43 prosenttia Alkossa.



Huomiot: Yksi havainto tarkastelussa on tietty tuote tiettynä kuukautena. Päivittäistavarakaupan hinta kuvastaa eri toimijoiden kaikista myymälöistä laskettua myyntipainotettua keskihintaa. Sininen pystyviiva kuvaa Alkon ja pt-kaupan keskimääräistä hintaeroa ja punainen myyntipainotettua hintaeroa. Tarkasteltujen tuotteiden kokonaismyynti vuonna 2024 on ollut hieman yli 20 miljoonaa euroa. Myyntipainot perustuvat kappalemääräiseen myyntiin.

Alkon ja pt-kauppojen hintaero (2/2)

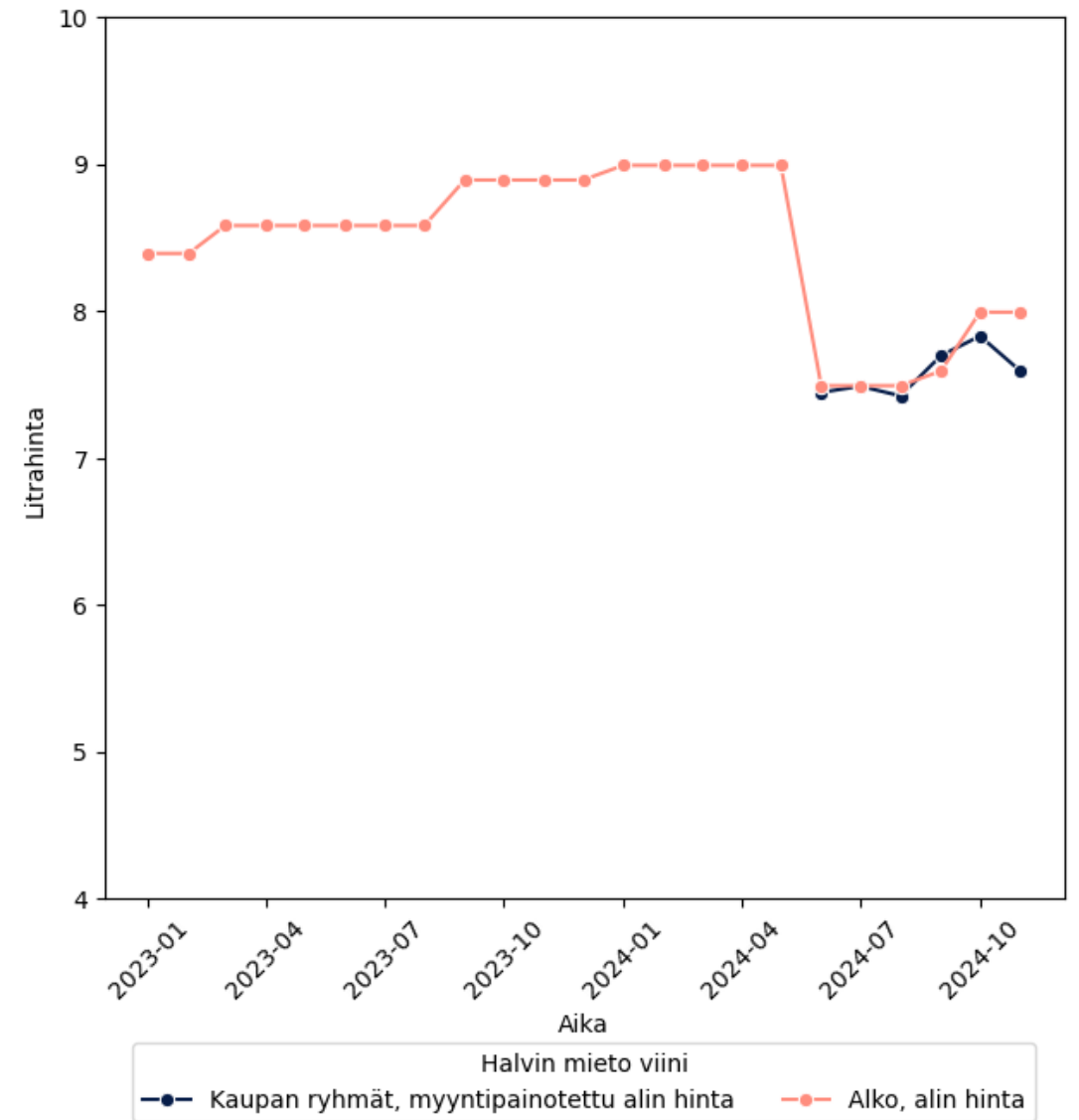
- Oheisessa kuviossa on vertailtu Alkon ja päivittäistavarakaupan hintaeroa erikseen oluille ja muille juomille (pääosin miedot viinit).
- Oluissa myyntipainotettu keskihinta on ollut matalampi päivittäistavarakaupoissa, kun taas muissa juomissa Alko on ollut päivittäistavarakauppaa halvempi.



Huomiot: Yksi havainto tarkastelussa on tietty tuote tietyinä kuukautena. Päivittäistavarakaupan hinta kuvastaa eri toimijoiden kaikista myymälöistä laskettua painotettua keskihintaa. Sininen pystyviiva kuvaa Alkon ja pt-kaupan keskimääräistä hintaeroa ja punainen myyntipainotettua hintaeroa. Tarkasteltujen tuotteiden kokonaismyynti vuonna 2024 on ollut hieman yli 20 miljoonaa euroa.

Halvin mieto viini

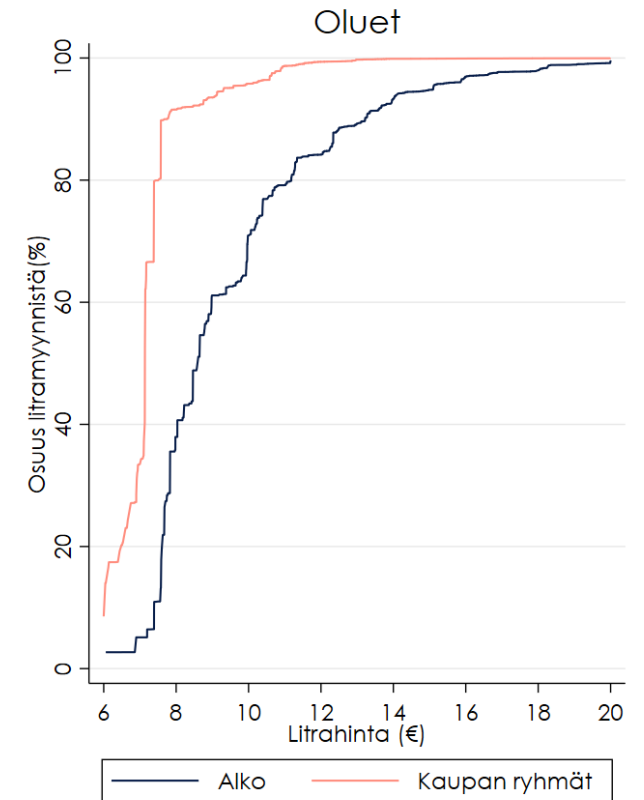
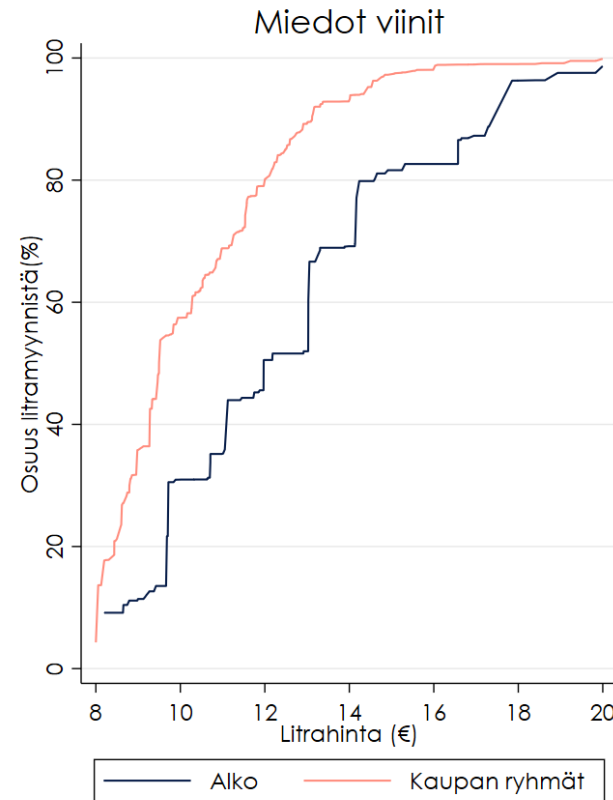
- Oheisessa kuviossa on tarkasteltu halvimman, enintään 8 prosenttia alkoholia sisältävän viinin litrahintaa eri myyntikanavissa.
- Alkon halvimman miedon viinin hinta laskee selvästi uudistuksen jälkeen.
- Uudistuksen jälkeen halvimman tarjolla olevan miedon viinin hinta Alkossa alitti uudistusta edeltävän hintatason noin 15–20 prosentilla.
- Päivittäistavarakaupan myymälöissä halvin mieto viini on ollut uudistuksen jälkeen keskimäärin suunnilleen saman hintainen kuin Alkossa.



Huomiot: Tarkastelussa on huomioitu jokaisen myyntikanavan halvin enintään 8 prosenttia alkoholia sisältävä viini, jota on myyty kuukauden aikana vähintään 500 yksikköä ja jonka pakkauskoko on enintään 1 litra. Tummansininen viiva kuvaa kaupan ryhmien halvimman tuotteen myyntipainotettua keskihintaa tietyinä kuukautena. Halvin tuote voi vaihtua tarkasteluajanjaksolla. Sangriaa ei ole tässä tarkastelussa katsottu miedoksi viiniksi.

Myynnin hintajakauma

- Oheisessa kuviossa on esitetty myynnin hintajakauma päivittäistavarakaupassa ja Alkossa erikseen oluille ja miedoille viineille. Tarkastelu on rajattu 5,6–8,0-prosenttisiin juomiin.
- Päivittäistavarakaupassa myynti on keskittynyt litrahinnaltaan halvempiin tuotteisiin molemmissa kategorioissa.
- Oluissa myynti on painottunut viinejä selkeämmin muutamaan matalan litrahinnan tuotteeseen.



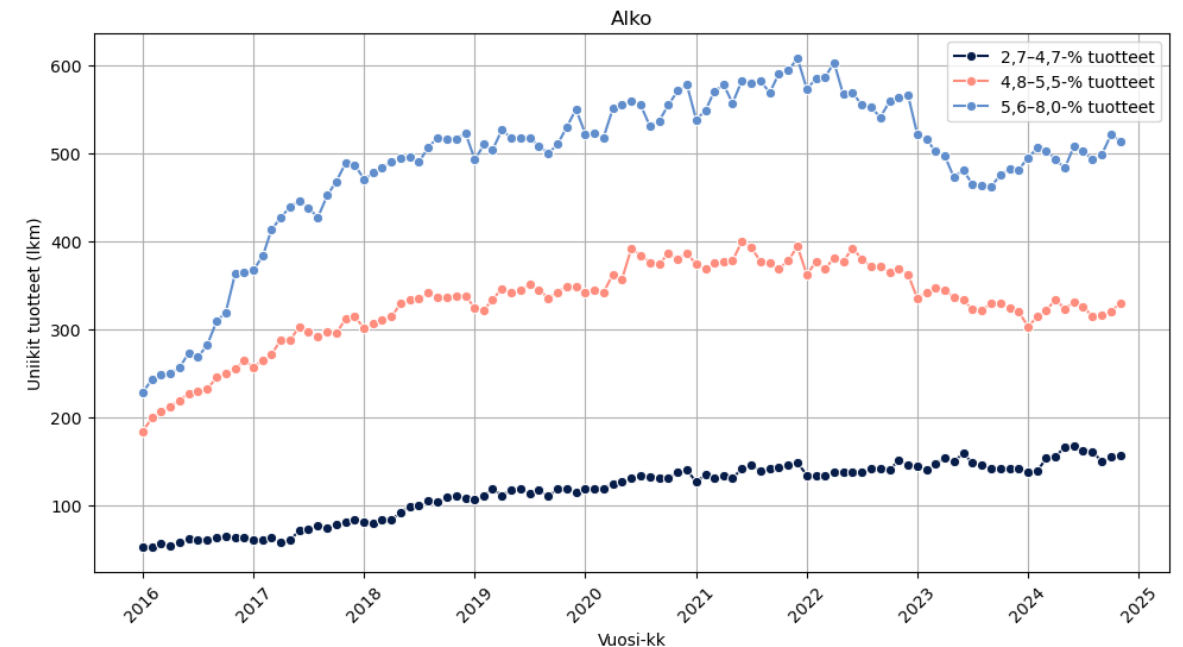
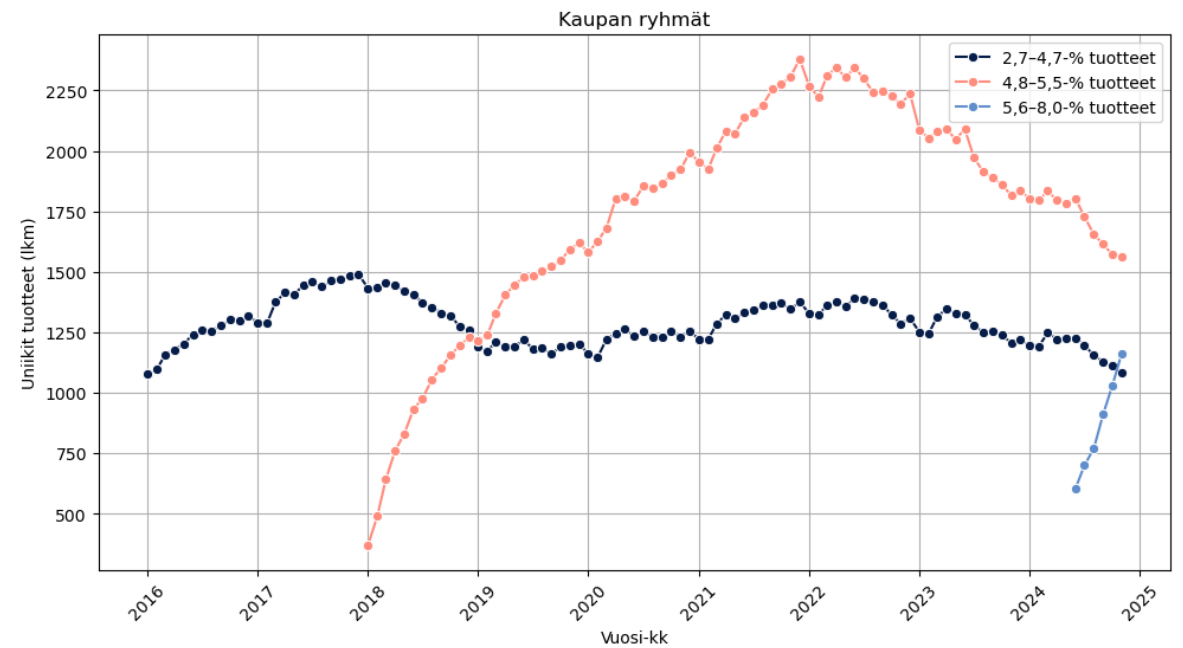
Yhteenveto hintatarkasteluista

- Tarkastelun perusteella uudistus johti vapautettujen tuotteiden hintojen laskuun keskimäärin hieman yli kolmella prosentilla.
 - Sekä Alko että päivittäistavarakaupat ovat myyneet vapautettuja tuotteita uudistuksen jälkeen aiempaa hintatasoa halvemmalla.
 - Tarkastelun keskeinen rajoite on se, että tässä uudistuksessa markkinoille tuli uusia tuotteita, joita ei sellaisenaan myyty ennen uudistusta.
- Tarjolla olevien halvimpien mietojen viinien litrahinnat ovat olleet uudistuksen jälkeen jopa 15–20 prosenttia halvempia kuin Alkon halvimmassa miedossa viinissä ennen uudistusta.
- Kokonaisuudessaan uudistus vaikuttaa johtaneen hintojen laskuun.

Vaikutukset valikoimiin

Erilaisten juomien kokonaismäärän kehitys

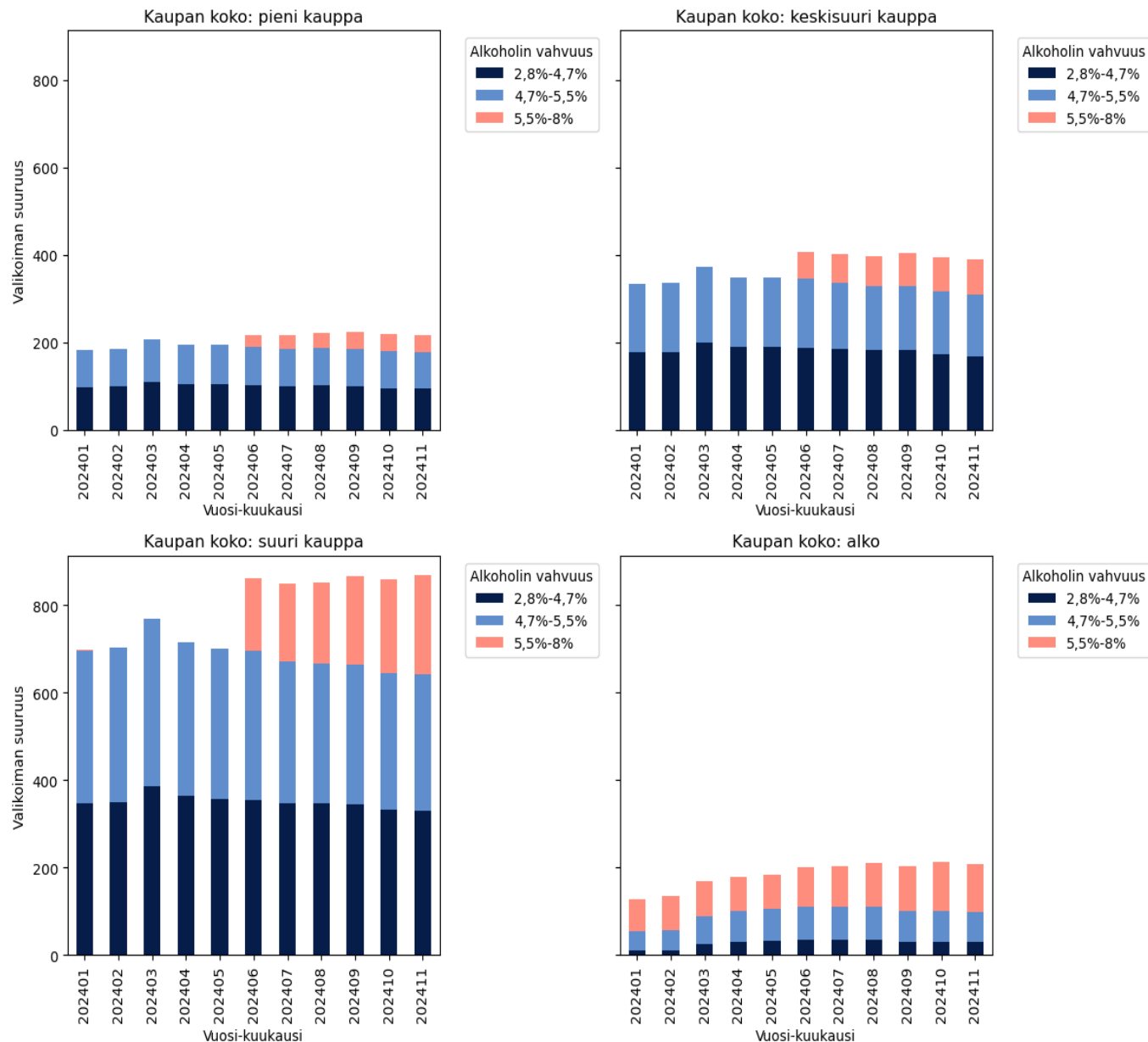
- Vapautettujen 5,6–8,0-prosenttisten tuotteiden kokonaismäärä on kasvanut selvästi kesän 2024 uudistuksen jälkeen.
- Alkon valikoimissa kyseisen tuoteryhmän tuotteita on ollut parhaimmillaan noin 600, kun taas uudistuksen jälkeen niitä on ollut myynnissä päivittäistavarakaupan myymälöissä yhteensä parhaimmillaan noin 1 200.



Huomiot: Kuviossa on huomioitu enintään 8,0 prosenttia alkoholia sisältävät tuotteet. Kuviossa saman tuotteen eri pakkauskoot lasketaan erillisiksi tuotteiksi.

Valikoimien koko myymälätasolla

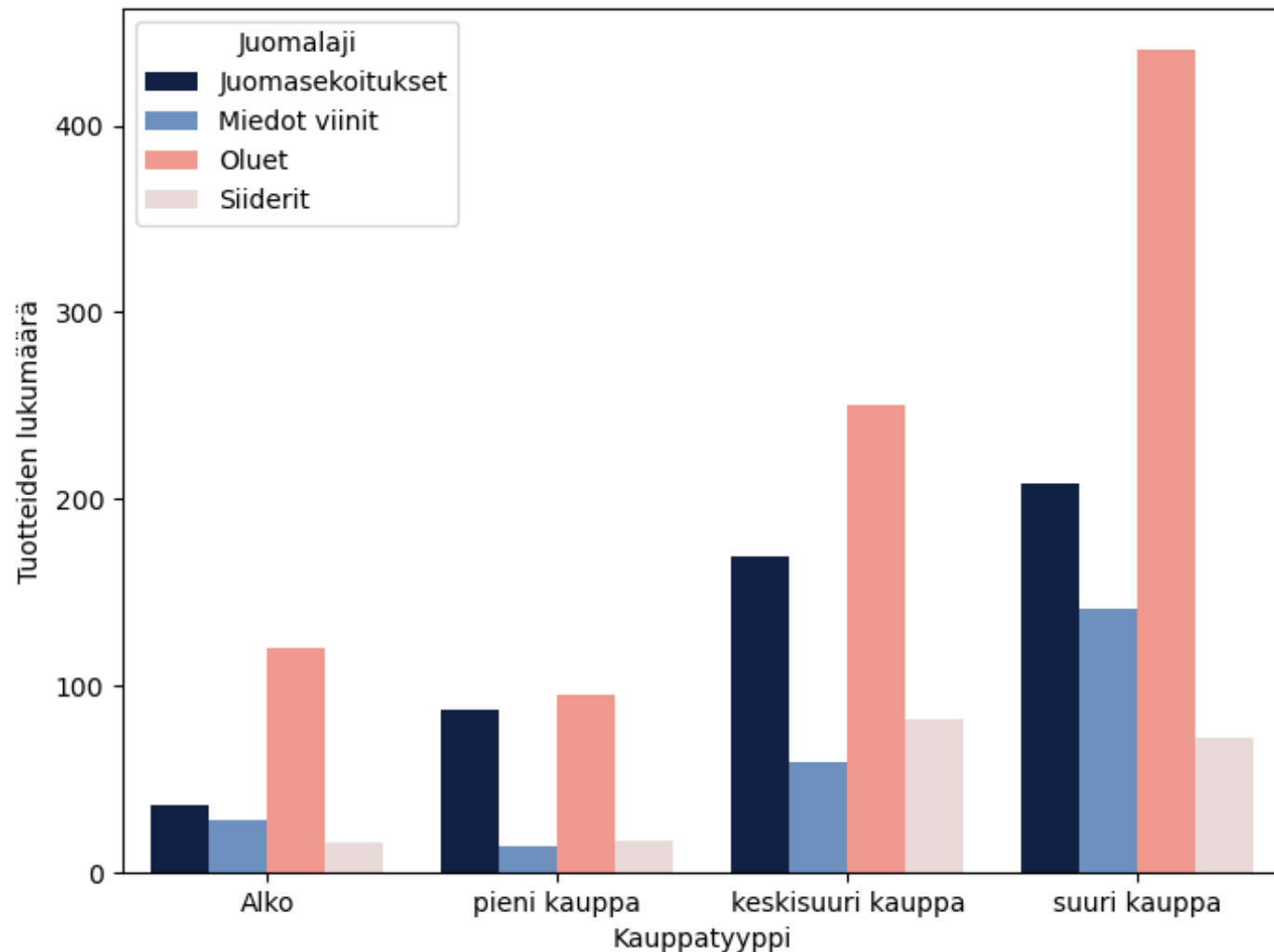
- Kesän 2024 uudistus näyttää kasvattaneen päivittäistavarakaupan juomavalikoimia. Vapautetut tuotteet ovat tulleet valikoimiin aiemmin myynnissä olleiden miedompien tuotteiden lisäksi. Miedompien tuotteiden valikoimat ovat supistuneet vain vähän.
- Päivittäistavarakaupan valikoimat enintään 8-prosenttisissa tuotteissa ovat merkittävästi suuremmat kuin Alkon valikoimat vastaavassa tuoteryhmässä.
- HUOM! Myymäläkohtaisten valikoimien laajuus poikkeaa merkittävästi KKV:n joulukuussa 2024 [julkaisemista](#) tiedoista.**
 - Tätä analyysia laatiessamme havaitsimme virheen aiemmin käyttämässämme koodissa. Koodivirheen johdosta päivittäistavarakaupan valikoimat näyttäytyivät merkittävästi todellista pienempinä.
 - Luvut oikaistaan jo julkaistuun raporttiin.**



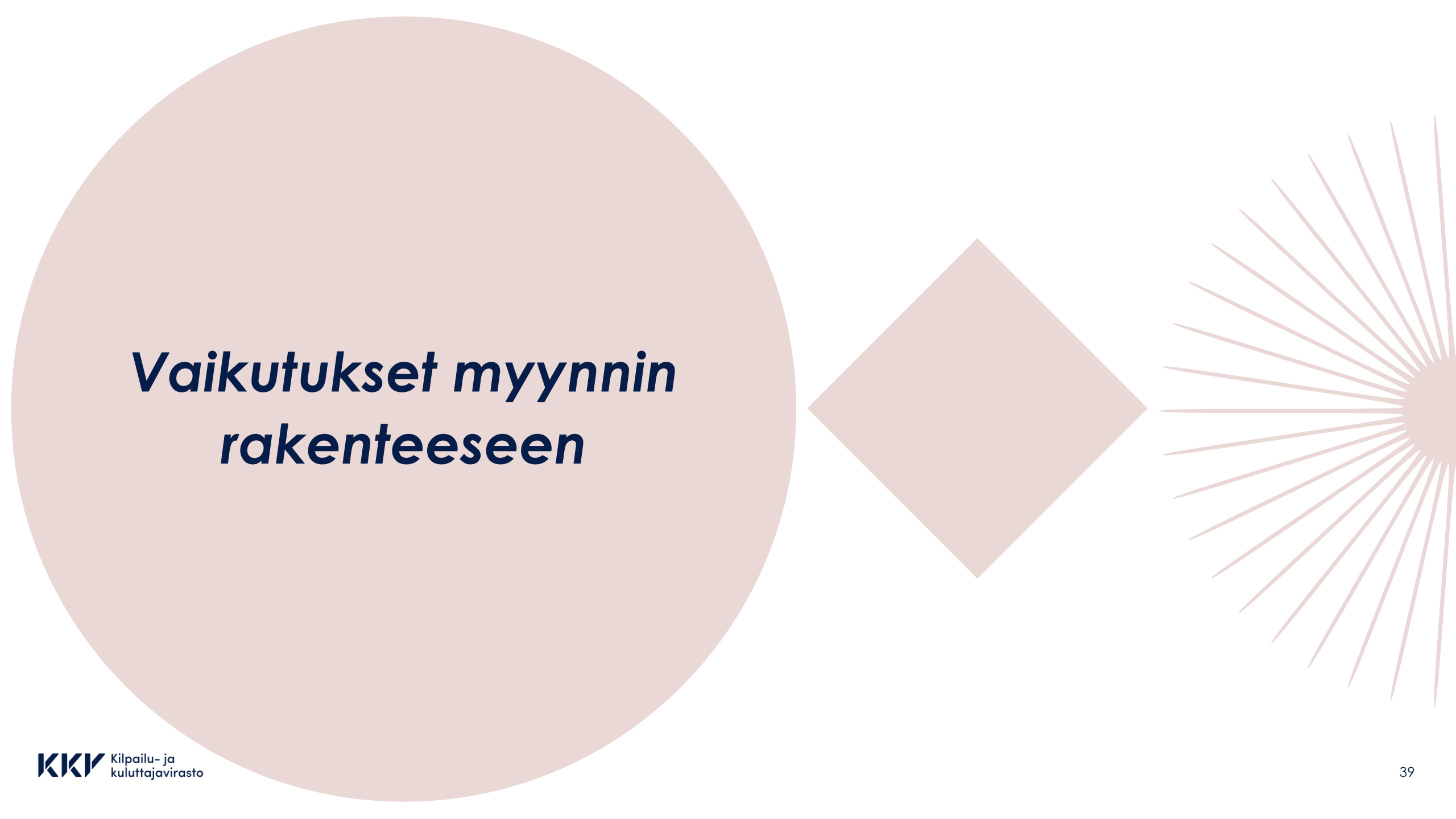
Huomiot: Kuvion valikoimat kuvaavat mediaanimyymälöiden (nimikemäärällä mitattuna) valikoimaa.

Valikoimat tuoteryhmittäin

- Mietojen viinien valikoimat ovat nimikemäärällä mitattuna selvästi olut- ja juomasekoitusvalikoimia pienemmät.
- Suurten ja keskisuurten kauppojen mietojen viinien valikoima on laajempi kuin Alkossa. Toisaalta Alkon mietojen viinien valikoiman kokoon vaikuttaa se, että sillä on valikoimissa myös yli 8-prosenttisia viinejä.



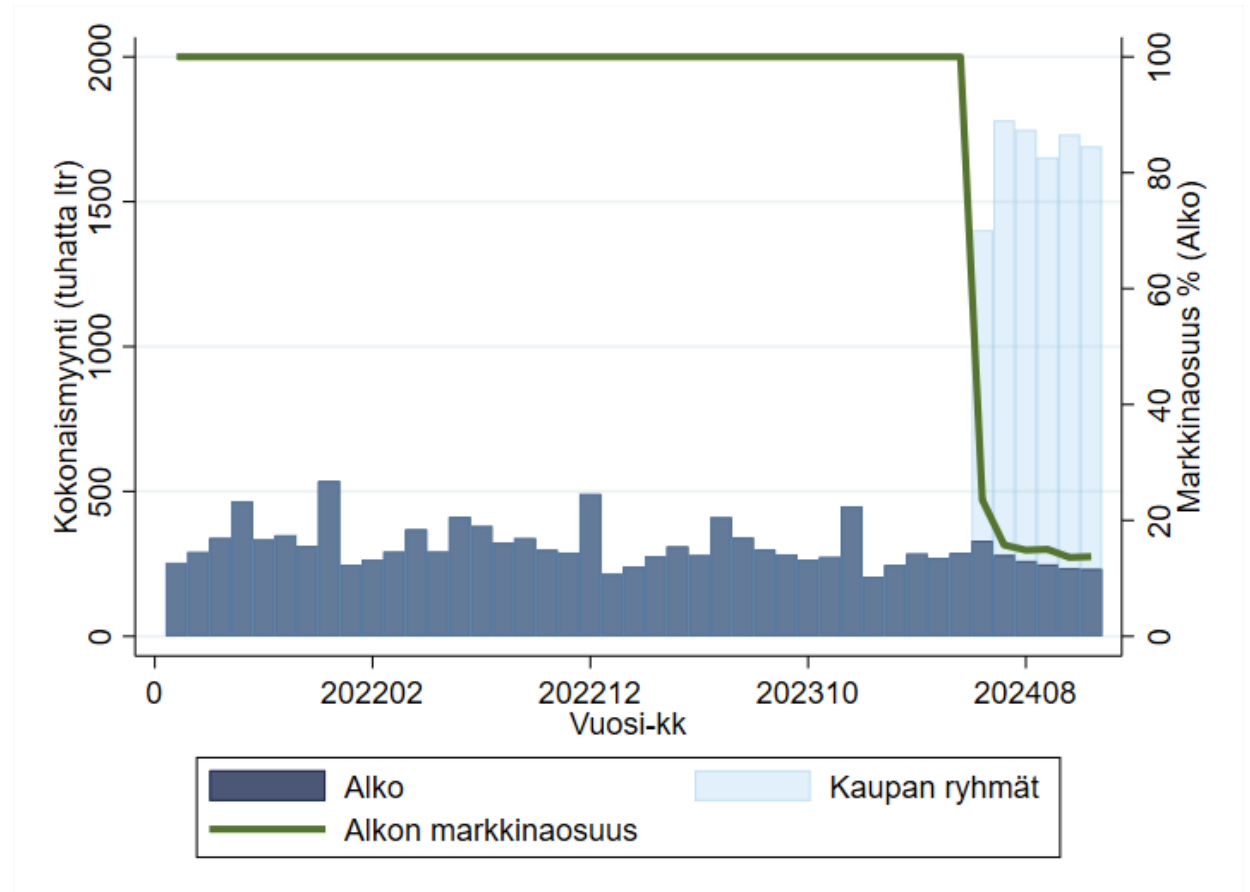
Huomiot: Kuviossa on huomioitu enintään 8,0 prosenttia alkoholia sisältävät tuotteet. Kuvion valikoimat kuvaavat mediaanimyymälöiden (nimikemäärällä mitattuna) valikoimaa.



Vaikutukset myynnin rakenteeseen

Vapautettujen tuotteiden myynti ja Alkon markkinaosuus

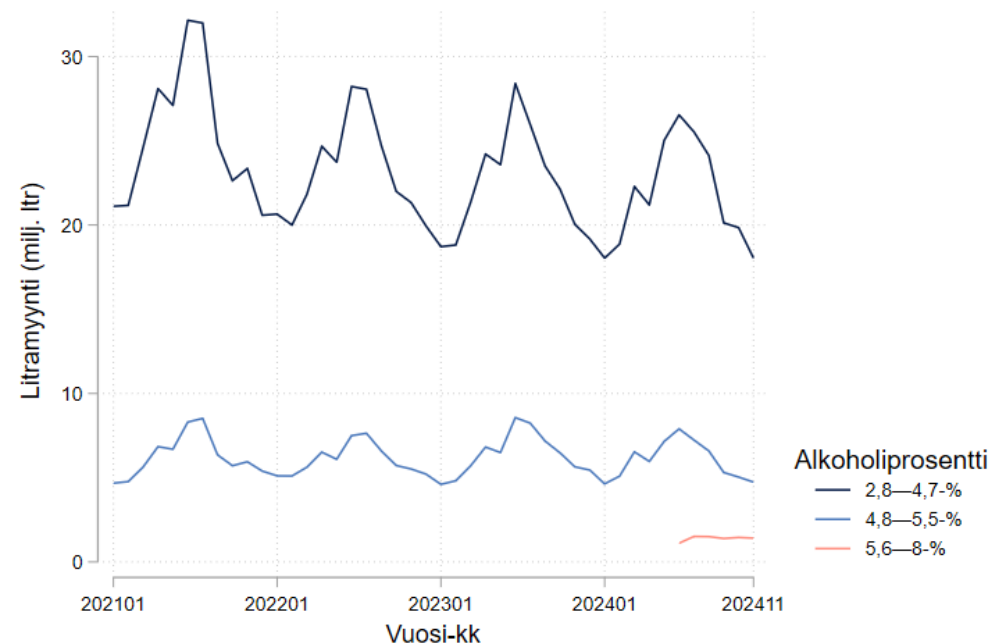
- Vapautettujen 5,6–8,0-prosenttisten juomien myynti on uudistuksen jälkeen lisääntynyt merkittävästi.
- Vaikka Alkossa vapautettujen tuotteiden myynti ei ole uudistuksen jälkeen merkittävästi vähentynyt, on sen osuus kyseisten tuotteiden myynnistä painunut alle 20 prosenttiin.



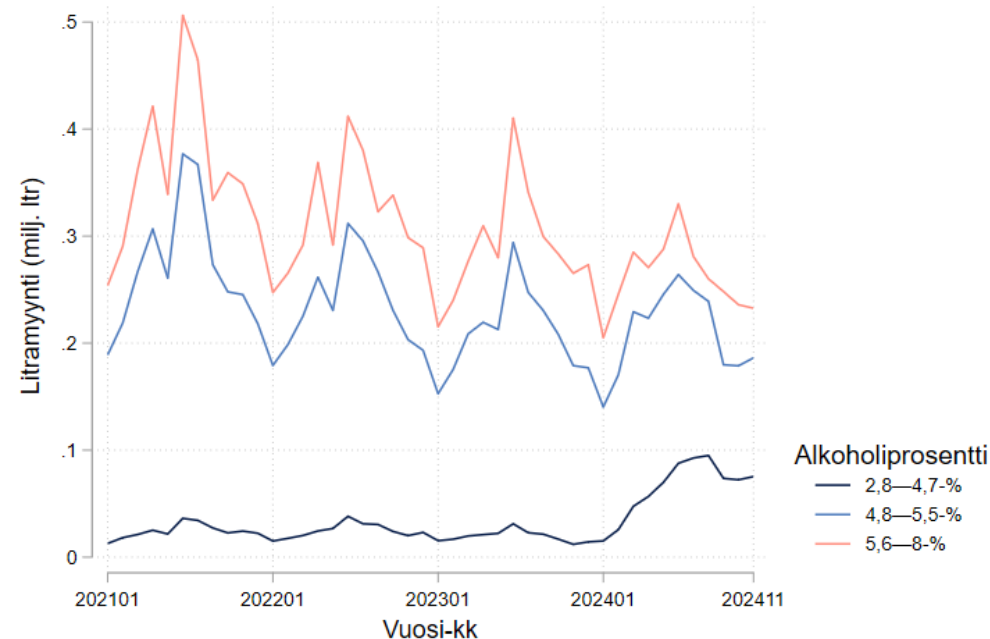
Vähittäismyynnin kehitys myyntikanavittain

- Päivittäistavarakaupassa enintään 4,7-prosenttisten juomien myynti on ollut laskussa ja 4,8–5,5-prosenttisten myynti on pysynyt vakaana. Vapautettujen 5,6–8,0-prosenttisten juomien myynti pt-kaupassa on vielä suhteellisen vähäistä miedompiin juomiin verrattuna.
- Alkossa vapautettujen 5,6–8,0-prosenttisten juomien myynti on ollut viime kuukausina jonkin verran viime vuotta vähäisempää. Enintään 4,7-prosenttisissa juomissa havaitaan merkittävä myynnin lisäys vuoden 2024 aikana.

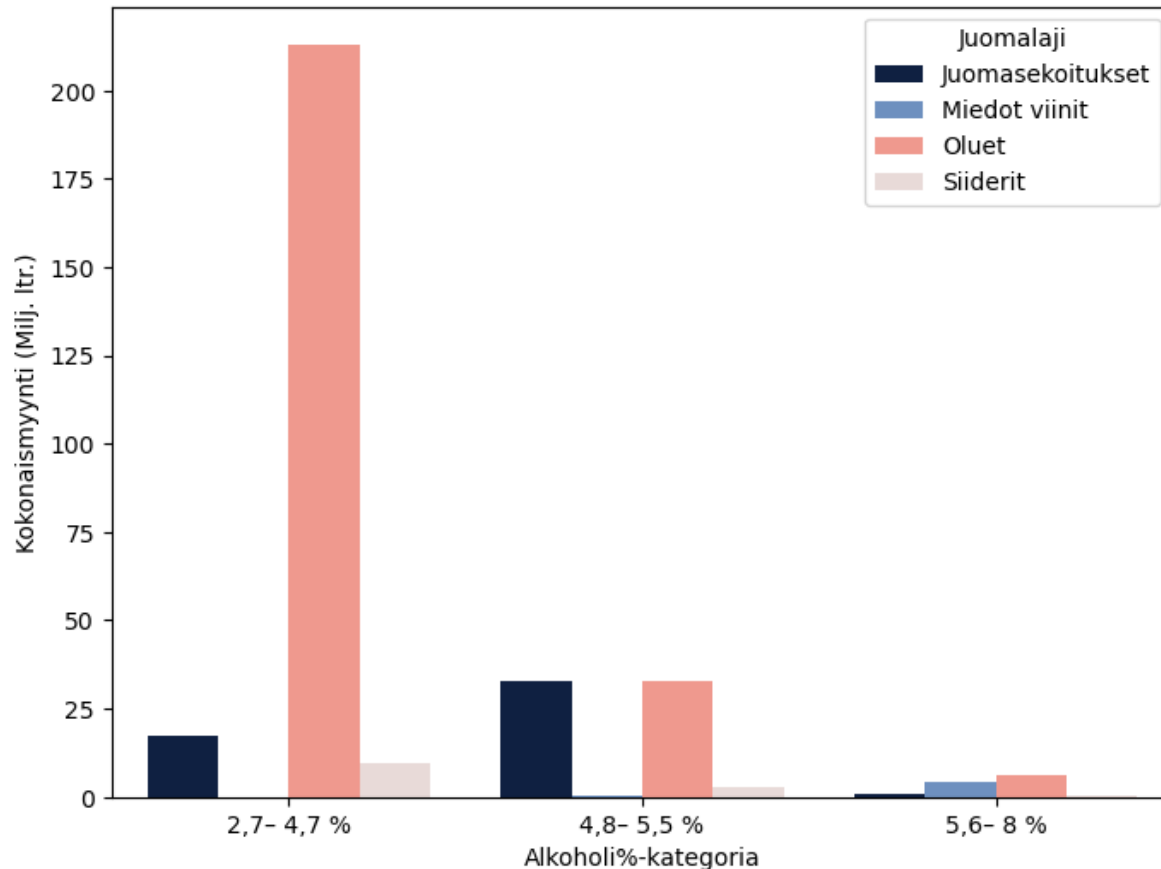
Päivittäistavarakaupat



Alko



Vähittäismyynnin rakenne juomalajeittain



Aineistolähde: Myyntiaineisto

- Kuten edelliseltäkin sivulta havaittiin, on vapautettujen 5,6–8,0-prosenttisten juomien myynti varsin vähäistä verrattuna tätä miedompien juomien myyntiin.
- Valtaosa enintään kahdeksan prosenttia alkoholia sisältävien juomien myynnistä on olutta.
- Vapautettujen 5,6–8,0-prosenttisten juomien myynnistä vajaa 40 prosenttia tulee miedoista viineistä.

Vähittäismyyntin kehitys vuoden 2024 kesä-marraskuussa

- Kesällä 2024 päivittäistavarakaupan myyntiin vapautuneiden 5,6–8,0-prosenttisten alkoholijuomien myynti on kasvanut. Kasvua havaitaan kaikissa tuoteryhmissä.
- Samalla tätä miedompien ja vahvempien juomien myynti on vähentynyt, jonka vuoksi alkoholin litramääräinen myynti ei ole kokonaisuutena lisääntynyt.

Kesä-marraskuun litramääräinen myynti, muutos vuodesta 2023 vuoteen 2024 (1 000 litraa)	Juoman vahvuus			
	≤5,5 %	5,6–8,0 %	>8,0 %	Yhteensä
Oluet	–7 144	4 429	–197	–2 911
Siiderit	–2 273	120	–3	–2 157
Juomasekoitukset	341	241	–32	551
Viinit	–294	3 310	–2 346	669
Väkevät	–	–	–974	–974
Yhteensä	–9 370	8 100	–3 552	–4 822

Kesä-marraskuun litramääräinen myynti, muutos vuodesta 2023 vuoteen 2024 (%)	Juoman vahvuus			
	≤5,5 %	5,6–8,0 %	>8,0 %	Yhteensä
Oluet	–5,0 %	587,0 %	–23,6 %	–2,0 %
Siiderit	–24,5 %	116,2 %	–9,7 %	–22,9 %
Juomasekoitukset	1,2 %	57,2 %	–43,0 %	1,9 %
Viinit	–54,4 %	556,5 %	–9,8 %	2,7 %
Väkevät	–	–	–10,1 %	–10,1 %
Yhteensä	–5,1 %	432,3 %	–10,2 %	–2,2 %

Vähittäismyynnin kehitys vuoden 2024 kesä-marraskuussa myyntikanavittain

Alko

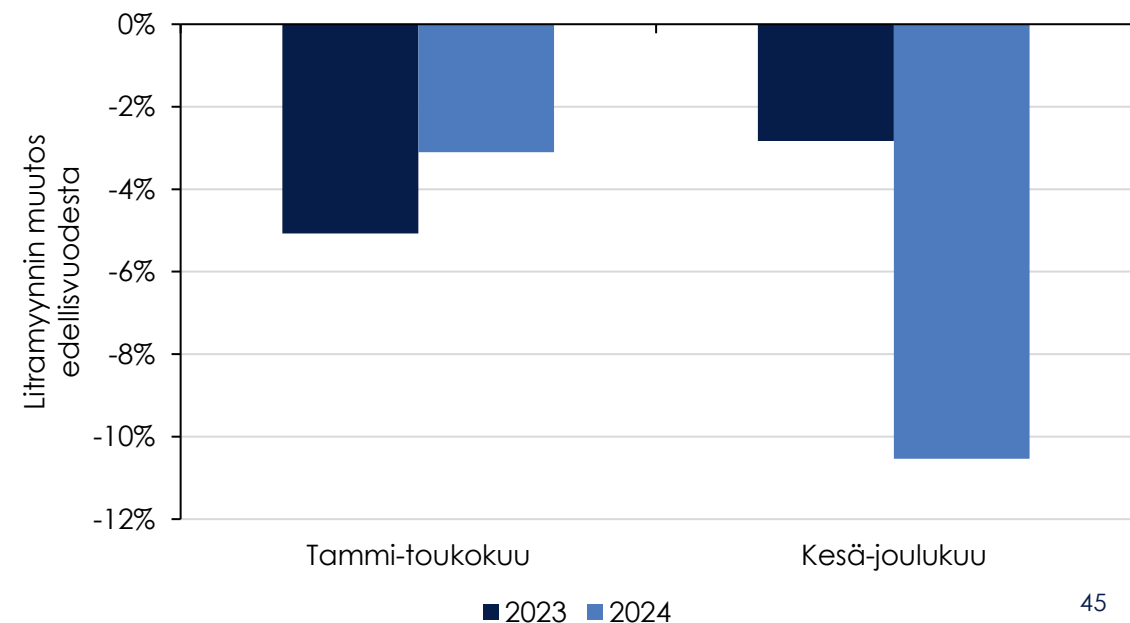
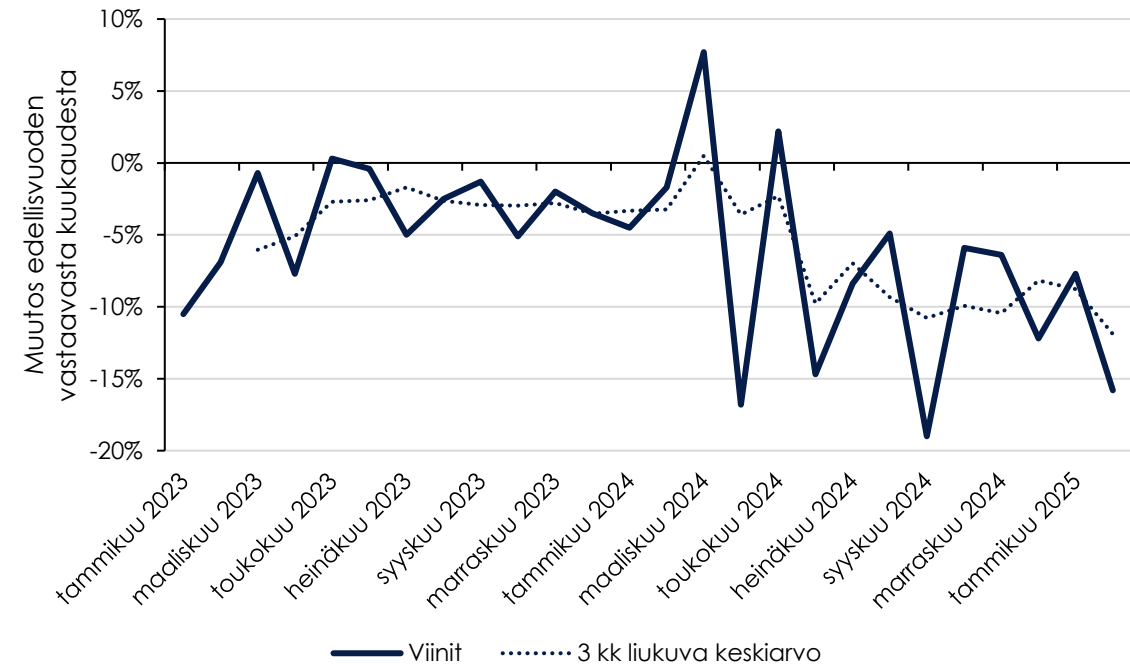
Kesä-marraskuun litramääräinen myynti, muutos vuodesta 2023 vuoteen 2024 (1 000 litraa)	Juoman vahvuus			
	≤5,5 %	5,6–8,0 %	>8,0 %	Yhteensä
Oluet	302	-130	-197	-25
Siiderit	-4	-32	-3	-39
Juomasekoitukset	45	-73	-32	-60
Viinit	-5	-50	-2 346	-2 401
Väkevät	-	-	-974	-974
Yhteensä	339	-285	-3 552	-3 498

Päivittäistavarakaupat

Kesä-marraskuun litramääräinen myynti, muutos vuodesta 2023 vuoteen 2024 (1 000 litraa)	Juoman vahvuus			
	≤5,5 %	5,6–8,0 %	>8,0 %	Yhteensä
Oluet	-7 446	4 561	-	-2 885
Siiderit	-2 270	151	-	-2 118
Juomasekoitukset	296	315	-	611
Viinit	-289	3 359	-	3 070
Väkevät	-	-	-	-
Yhteensä	-9 709	8 386	-	-1 323

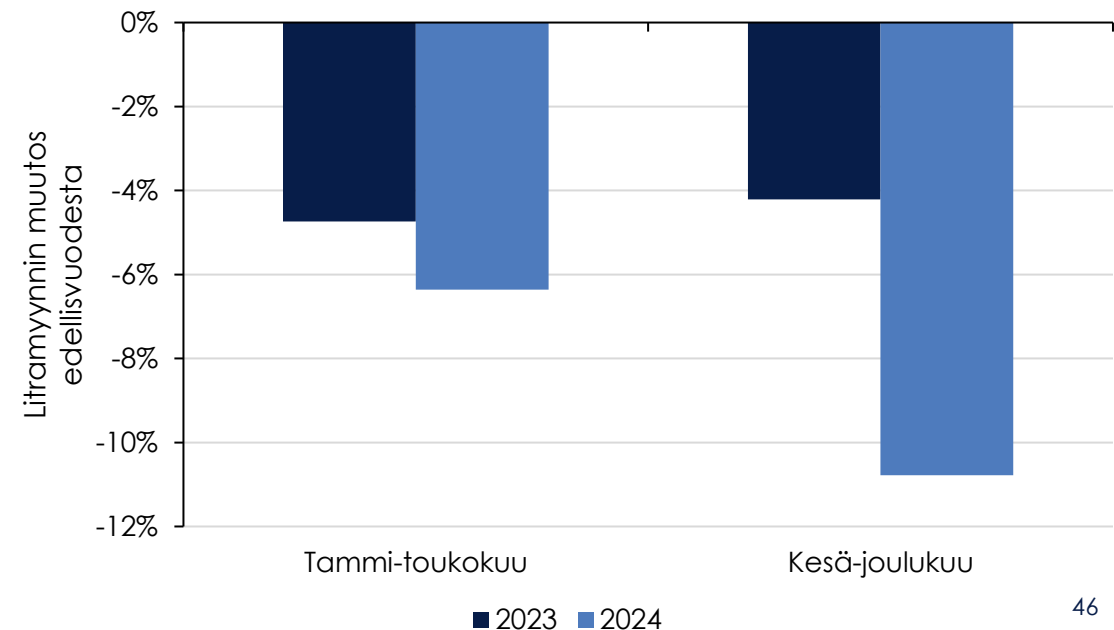
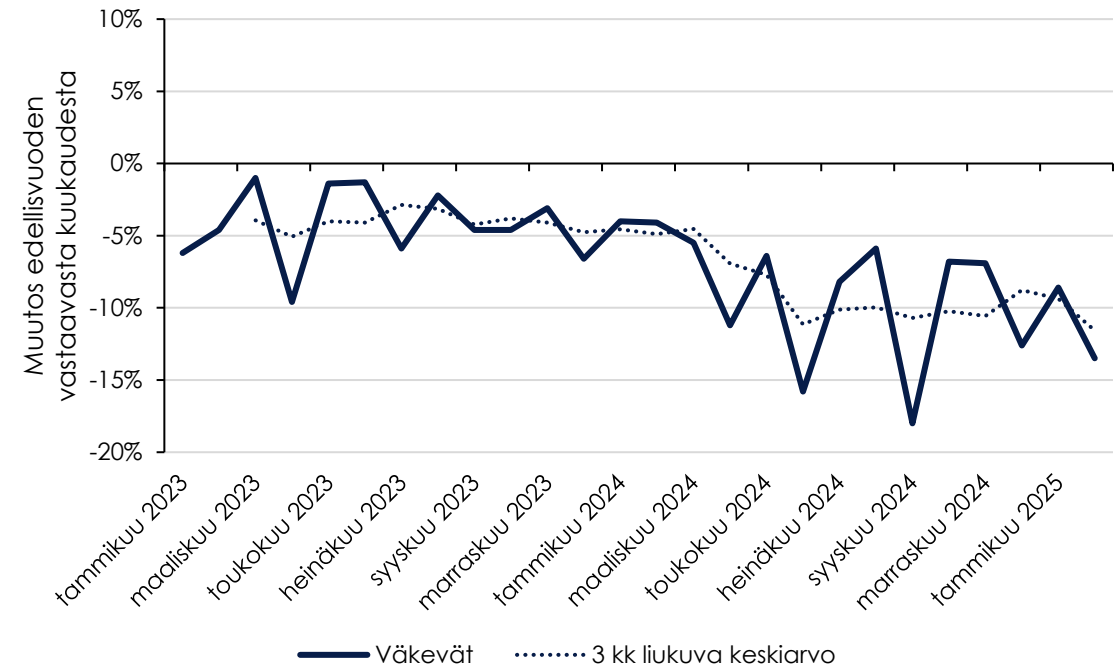
Viinien myynti Alkossa

- Alkossa viinejä on myyty vuonna 2024 selvästi aiempia vuosia vähemmän.
- Viinien myynnin vähenemä loppuvuodesta 2024 ja alkuvuodesta 2025 on selvästi suurempi kuin vuonna 2023.
- Alkuvuodesta 2024 viinien myynti väheni vähemmän kuin alkuvuodesta 2023.



Väkevien myynti Alkossa

- Alkossa väkeviä alkoholijuomia on myyty vuonna 2024 selvästi aiempia vuosia vähemmän.
- Myynti on tosin aiempia vuosia vähäisempää jo alkuvuodesta 2024. Osaltaan tätä selittänee se, että väkevien alkoholijuomien alkoholiveroa korotettiin noin yhdeksällä prosentilla vuoden 2024 alussa.
- Väkevien myynnin vähenemä loppuvuodesta 2024 on selvästi suurempi kuin vuonna 2023.



Puhtaan alkoholin myynnin kehitys

- Myyntiaineiston perusteella kesä-marraskuussa vähittäismyytiin noin 480 000 litraa vähemmän puhdasta alkoholia kuin vuoden 2023 kesä-marraskuussa. Vähennemää on siis noin kolme prosenttia vuoteen 2023 verrattuna.
- Valviran [tilastojen](#) valossa puhtaan alkoholin anniskelumyynti oli vuoden 2024 kesä-elokuussa noin seitsemän prosenttia vähäisempää kuin vuoden 2023 kesä-elokuussa. Myös Valviran vuoden 2024 kesä-elokuun tilastojen valossa puhtaan alkoholin vähittäismyynti on kolme prosenttia edellisvuotta vähäisempää.
- Myöskään alkoholin matkustajatuonti ja verkko-ostot eivät vaikuta THL:n [tilastojen](#) valossa lisääntyneen loppuvuonna 2024.
- Eri tilastolähteiden perusteella vaikuttaa siis siltä, että alkoholin kokonaiskulutus on kesän 2024 uudistuksen jälkeen vähentynyt.

100-% alkoholin kesä-marraskuun myynnin muutos vuodesta 2023 vuoteen 2024 (1 000 litraa)	Juoman vahvuus			
	2,8–5,5 %	5,6–8,0 %	>8,0 %	Yhteensä
Oluet	–327	323	–18	–22
Siiderit	–109	9	0	–101
Juomasekoitukset	17	19	–3	32
Viinit	–16	261	–299	–53
Väkevät			–332	–332
Yhteensä	–435	612	–652	–476

Aineistolähde: Myyntiaineisto

Yhteenveto myynnin rakenteen kehityksestä

- Kesällä 2024 vapautettujen tuotteiden myynti on uudistuksen jälkeen moninkertaistunut.
- Kokonaisuutena alkoholin vähittäismyynti ei kuitenkaan ole lisääntynyt, sillä miedompien ja vahvempien juomien myynti on samanaikaisesti vähentynyt.
- Viinien ja väkevien alkoholijuomien myynti Alkossa vaikuttaa vähentyneen kesällä 2024 enemmän kuin alkuvuodesta tai aiempina vuosina. Tämä voisi viitata siihen, että vuoden 2024 uudistus on vähentänyt myös muiden kuin vapautettujen tuotteiden myyntiä Alkossa.

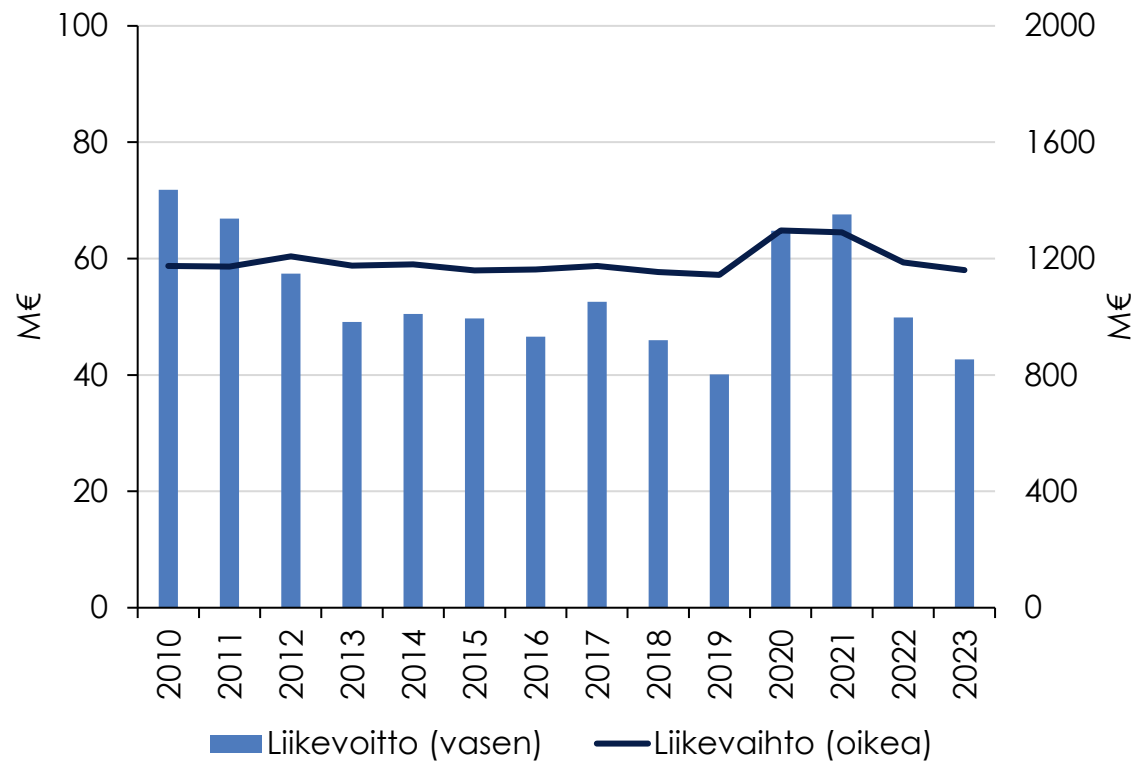
1. Johdanto
2. Muiden maiden sääntely ja kokemukset
3. Vuoden 2024 alkoholilakiuudistuksen vaikutukset
- 4. Viinien myynnin vapautuksen vaikutus Alkon kannattavuuteen**
5. Alkoholisaatavuuden muutokset
6. Kompensoivat sääntelytoimenpiteet
7. Arviot viinien myynnin vapauttamisen vaikutuksista

Johdanto

Johdanto

- Alkon litramääräisestä myynnistä yli 60 prosenttia on tullut viime vuosina viinien myynnistä.
- Viimeisimpien alkoholilain uudistusten jälkeen Alkon myynti on vähentynyt selvästi.
- Tästä syystä on todennäköistä, että viinien myynnin vapauttamisella olisi huomattavia vaikutuksia Alkon kannattavuuteen.

Alkon myynnin ja kannattavuuden kehitys

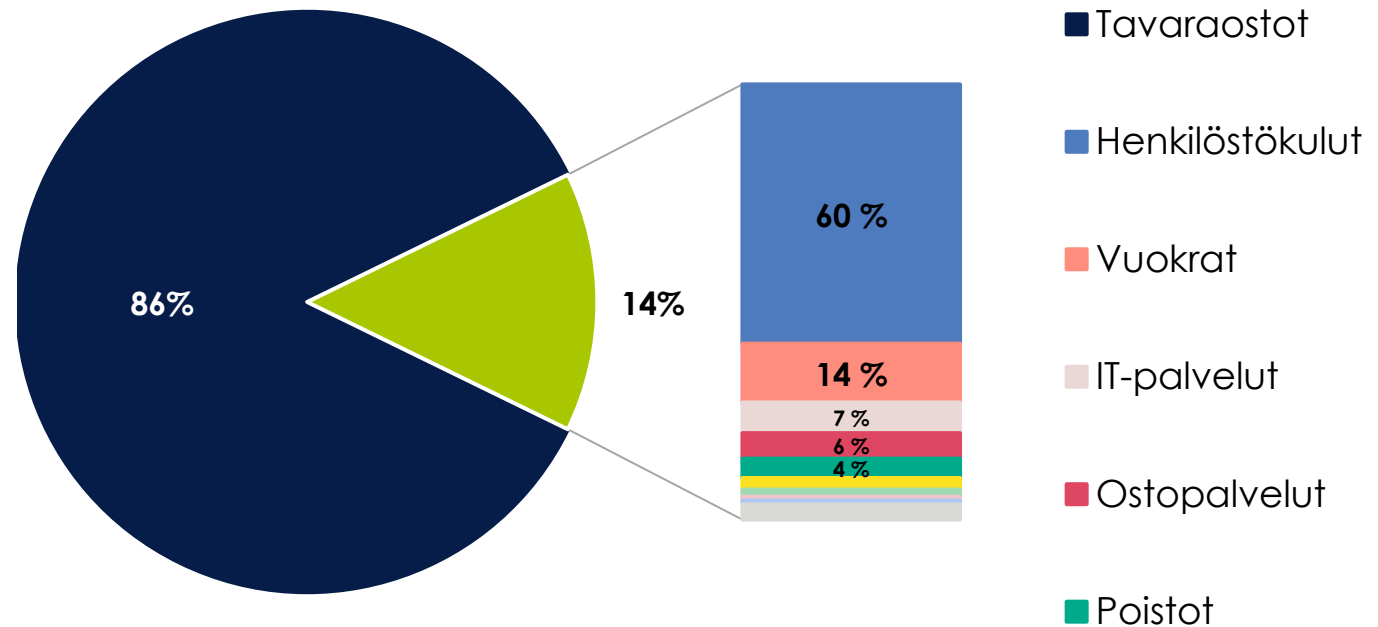


- Alkon liikevaihto on pysytellyt vuosia noin 1,2 miljardin euron tuntumassa. Koronavuosina 2020 ja 2021 liikevaihto oli muita vuosia korkeammalla tasolla.
- Alkon kannattavuus liikevoitolla mitattuna heikkeni käytännössä koko 2010-luvun. Koronavuosina kannattavuus parani selvästi, mutta on sittemmin palautunut pandemiaa edeltävälle tasolle.
- Reaalisesti Alkon liikevaihto on laskenut noin 25 prosenttia ja liikevoitto noin 55 prosenttia vuodesta 2010.

Lähde: Alkon vuosikertomukset

Alkon kulurakenne

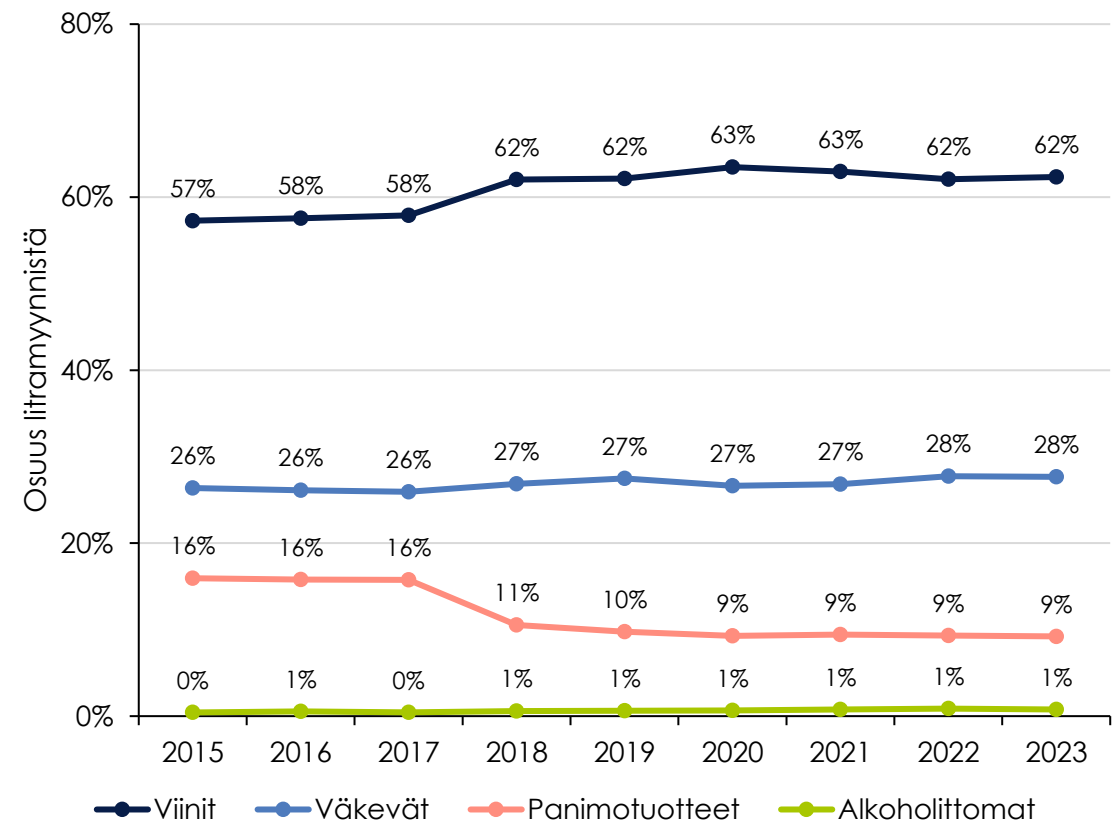
- Valtaosa Alkon kuluista on tavaraostoja, eli käytännössä juomien ostoja tavarantoimittajilta.
- Tavaraostojen jälkeen ylivoimaisesti suurin kuluerä on henkilöstökulut, jotka muodostavat noin 60 prosenttia tavaraostojen ulkopuolisista kuluista ja yhdeksän prosenttia kaikista kuluista.
- Tämän lisäksi vuokrat, IT-palvelut ja ostopalvelut ovat kohtuullisen suuria kulueriä, mutta ne muodostavat kukin vain noin 1–2 prosenttia Alkon kaikista kuluista.



Lähde: Alkon 2023 vuosikertomus

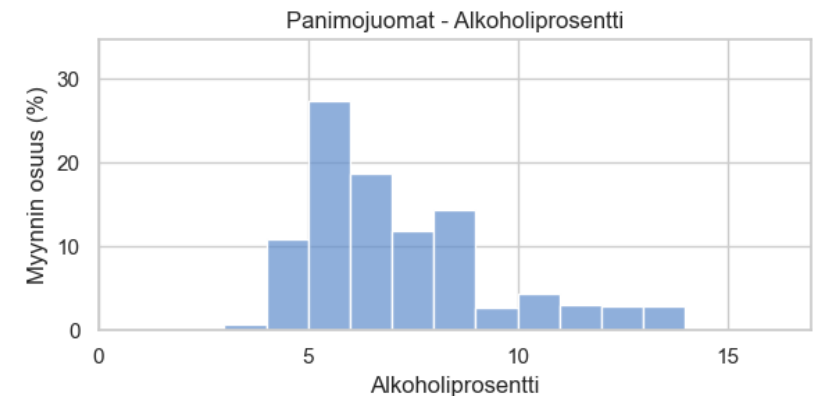
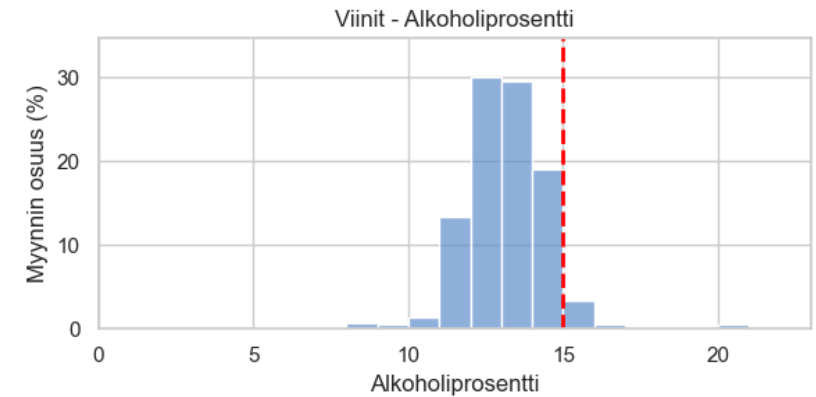
Tuoteryhmien osuus myynnistä

- Viinit ovat Alkon ylivoimaisesti myydyin tuoteryhmä. Viime vuosina ne ovat muodostaneet yli 60 prosenttia Alkon litramääräisestä myynnistä.
- Väkevien myynti on hiukan yli neljännes Alkon litramyynnistä.
- Panimotuotteiden myynti ja sen myötä myyntiosuus väheni selvästi vuoden 2018 alkoholilain uudistuksen jälkeen.
- Yhdessä viinit ja väkevät muodostavat 90 prosenttia Alkon litramyynnistä.



Alkon myynnin tarkempi rakenne

- Viereisessä kuvassa on esitetty Alkon myynnin jakautuminen eri vahvuisiin alkoholijuomiin eri juomatyypeissä ajanjaksolla 01/2024–11/2024.
- Noin 90 prosenttia Alkon litramyynnistä ja 96 prosenttia liikevaihdosta tuli sen yksinoikeuden piiriin kuuluvista yli 8-prosenttisista alkoholijuomista.
- Vuonna 2024 8–15 prosentin vahvuiset viinit vastasivat 98 prosentista koko viinikategorian euromääräisestä myynnistä ja 48 prosentista koko Alkon euromääräisestä myynnistä.



Alkon valikoiman rakenne

- Oheisessa taulukossa kuvataan, miten Alkon valikoimasta löytyvät tuotteet jakautuvat eri juomalajeihin ja erivahvuisiin tuotteisiin.
- Nykyisin Alkon valikoimasta vain noin 11 prosenttia on tuotteita, joiden alkoholipitoisuus on enintään kahdeksan prosenttia.
- Valtaosa, noin 80 prosenttia Alkon nykyisen valikoiman tuotteista on enintään 15-prosenttisia. Siten enintään 15-prosenttisten juomien vapauttaminen jättäisi vain pienen osan Alkon nykyisen valikoiman tuotteista yksinoikeuden piiriin. Yksinoikeuteen jäisi tällä prosenttirajalla käytännössä kaikki väkevät ja noin puolet jälkiruokaviineistä ja väkevöidyistä viineistä.

Tuoteryhmä	Juomalaji	Nimikkeitä yhteensä	Eri vahvuisten juomien osuus valikoimasta		
			≤8 %	8–15 %	>15 %
Panimotuotteet	Oluet	1 253	76 %	24 %	0 %
	Juomasekoitukset	134	91 %	9 %	0 %
	Siiderit	111	97 %	3 %	0 %
Viinit	Punaviinit	3 257	0 %	97 %	3 %
	Valkoviinit	2 311	1 %	98 %	0 %
	Kuohuviinit	1 505	1 %	99 %	0 %
	Roseeviinit	430	1 %	99 %	0 %
	Hanapakkaukset	347	1 %	99 %	0 %
	Jälkiruoka- ja väkevöidyt viinit	310	0 %	49 %	51 %
Väkevät	Viskit	620	0 %	0 %	100 %
	Ginit ja muut viinat	480	0 %	3 %	97 %
	Liköörit ja katkerot	445	0 %	13 %	87 %
	Vodkat ja viinat	221	0 %	0 %	100 %
	Rommit	181	0 %	0 %	100 %
	Konjakit	178	0 %	0 %	100 %
	Brandyt	60	0 %	0 %	100 %
	Armanjakit ja calvadosit	46	0 %	0 %	100 %
Muut	Muut	190	35 %	61 %	4 %
	Yhteensä	12 079	11 %	69 %	20 %

Huomiot: Aineistolähteenä myyntiaineisto. Kuvan tuotejaottelu perustuu Alkon omaan luokitteluun. Yksittäinen havainto on ean-viivakoodin avulla tunnistettu yksittäinen tuote, jota on myyty vuonna 2024.

Tutkimuskysymykset

- Tässä selvityksessä tarkastelemme viinien myynnin vapauttamisen vaikutusta Alkoon kahdesta näkökulmasta:
 1. Millainen vaikutus viinien myynnin vapauttamisella olisi nykyisellä kustannustasolla toimivan Alkon kannattavuuteen.
 - Tässä osiossa tarkastellaan, millainen vaikutus myynnin vähenemisellä olisi Alkoon, jos se jatkaisi muutoin toimintaansa nykyisellä tavalla. Tässä tarkastelussa Alkon kustannukset ja myymäläverkosto pidetään nykyisellään.
 2. Millaisia sopeutuksia vaatii, jotta Alko voisi toimia kannattavasti viinien myynnin vapautuessa.
 - Tässä osiossa tarkastellaan, millaisia sopeutuksia Alkon tulisi tehdä myyntivolyymien laskiessa, jotta toiminnan voisi saada kannattavaksi. Tarkastelussa vähennetään Alkon henkilöstö- ja vuokrakustannuksia vastaamaan pienentyneitä myyntivolyymeja ja suljetaan kannattamattomia myymälöitä. Lisäksi oletetaan, että Alko pystyy supistamaan mm. hallinnon palkoista ja IT-kustannuksista koostuvia yleiskustannuksiaan.



Vaikutukset nykymuotoisen Alkon kannattavuuteen

Viinien myynnin vapautumisen vaikutus Alkon myyntiin

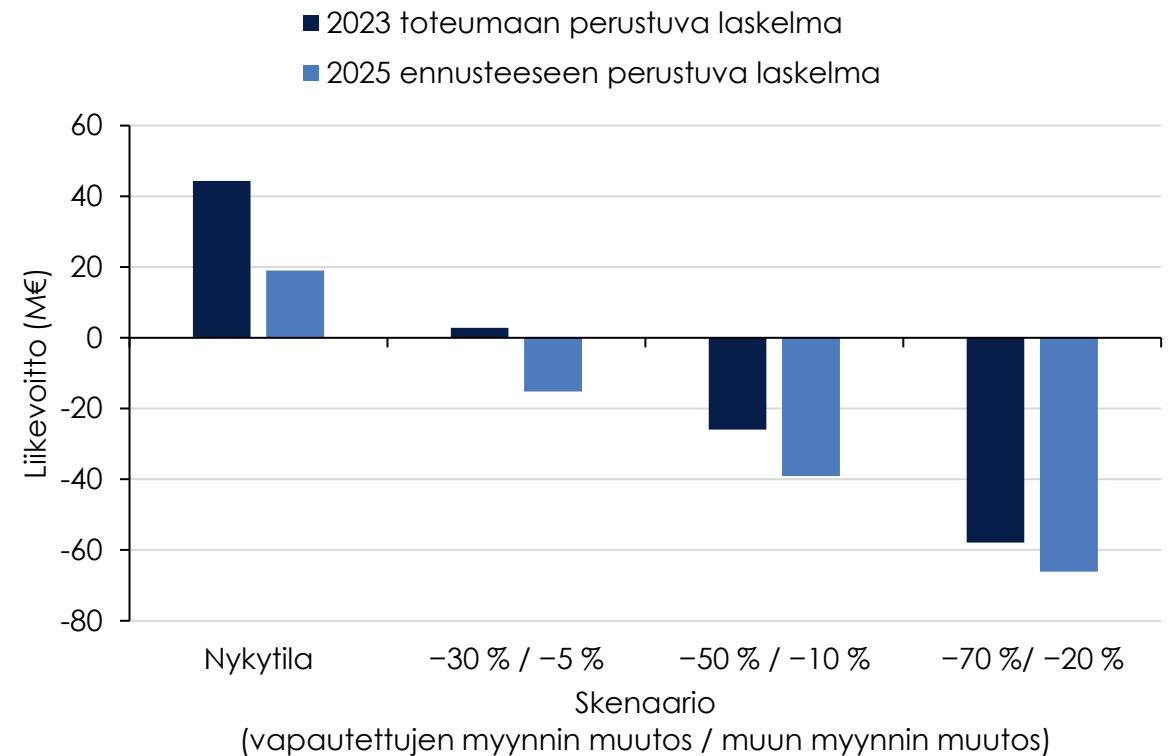
- Viinien myynnin vapauttamisella olisi oletettavasti huomattava vaikutus siihen, kuinka paljon viinejä myydään jatkossa Alkossa.
 - Vuoden 2018 alkoholilain uudistuksessa vapautettujen tuotteiden litramääräinen myynti Alkossa puolittui uudistuksen jälkeisenä vuonna ja on sen jälkeen vähentynyt entisestään. Alkon osuus tuolloin vapautettujen tuotteiden myynnistä on enää muutaman prosentin.
 - Vuoden 2024 alkoholilain uudistuksen jälkeen Alkon viinimyynti on vähentynyt noin 10 prosenttia edellisvuoteen verrattuna, vaikka päivittäistavarakauppamyynniin vapautui vain mietoja, enintään 8-prosenttisia viinejä.
 - Kesän 2024 jälkeen valtaosa panimotuotteiden myynnistä on vapautunut. Vuoden 2024 kesä-joulukuussa Alkon panimotuotteiden litramyynti oli noin 55 prosenttia vähäisempää kuin vuoden 2017 kesä-joulukuussa, jolloin tuoreimpia alkoholilain uudistuksia ei ollut vielä tehty.
 - Noin 50–70 prosentin viinien myynnin vähenemää voidaan mielestämme pitää realistisena, jos niiden myynti vapautuu kokonaisuudessaan.
- Viinien myynnin vapautuminen voi vähentää myös Alkon muiden tuotteiden myyntiä. Jos viinejä saa päivittäistavarakaupasta, vähenee monella ihmisellä tarve asioida Alkossa. Käyntien väheneminen voi johtaa siihen, että muita tuotteita ostetaan Alkosta vähemmän. Myös esimerkiksi vahvempien juomasekoitusten tulo pt-kauppaan voi vähentää tyypillisesti lantrattuna juotavien väkevien myyntiä Alkossa.
 - Vuoden 2018 uudistuksen jälkeen viinien ja väkevien myynti Alkossa väheni uudistuksen jälkeisenä vuonna 3–4 prosenttia. Vuoden 2024 uudistuksen jälkeen väkevien myynti on ollut noin 10 prosenttia edellisvuotta vähäisempää.
 - Kaikkien viinien myynnin vapauttaminen olisi Alkon näkökulmasta kuitenkin monta kertaluokkaa suurempi uudistus kuin vuosien 2018 ja 2024 uudistukset ja vaikutus asiakasmääriin olisi todennäköisesti huomattavasti suurempi. Tästä syystä pidämme 10–20 prosentin muun myynnin vähenemää realistisena.

Alkon kannattavuuden arviointi myynnin vähenemisskenaarioissa

- Kannattavuusarviot on toteutettu seuraavasti:
 1. Ensin myytyjen tuotteiden myyntiä vähennetään eri skenaarioissa tietyn prosenttiosuuden verran jokaisessa Alkon myymälässä. Vapautettavien tuotteiden myyntiä vähennetään 0, 30, 50 tai 70 prosenttia ja muiden tuotteiden myyntiä 0, 5, 10 tai 20 prosenttia verrattuna vuoden 2023 myyntiin.
 2. Tämän jälkeen lasketaan vähentyneen myynnin myyntikate.
 3. Katteet summataan yhteen ja tästä vähennetään Alkon raportoimat kaikkien myymälöiden kustannukset.
 4. Lisäksi olemme toteuttaneet lisätarkastelun, jossa vuoden 2023 myyntiä korjataan alaspäin Alkon vuoden 2025 myyntiennusteen perusteella.
- Laskelmista on syytä huomioida seuraavat seikat:
 1. Tarkastelu perustuu Alkon KKV:lle toimittamaan myyntiaineistoon ja myymäläkohtaisiin tuloslaskelmiin vuodelta 2023. Viimeisessä osassa laskelmaa on hyödynnetty myös Alkon KKV:lle toimittamaa ennustetta vuoden 2025 myynnistä ja myyntikatteesta eri tuoteryhmissä.
 2. Kannattamattomien myymälöiden toiminnan oletetaan jatkuvan.
 3. Yli 5,5 prosenttia alkoholia sisältävien tuotteiden kate on laskettu vähittäismyyntihinnasta Alkon käyttämien hinnoittelukertoimien avulla. Enintään 5,5-prosenttisten tuotteiden katteet on laskettu datasta löytyvän vähittäismyyntihinnan ja ostohinnan avulla.
 4. Vuoden 2023 lukuihin perustuvissa laskelmissa vapautettaviksi tuotteiksi on määritetty kaikki 5,6–15-prosenttiset tuotteet. Jo vapautetut 5,6–8,0-prosenttiset, käymisteitse valmistetut tuotteet on myös laskettu vapautettaviksi tuotteiksi, sillä niiden myyntiä ei ollut vielä vapautettu vuonna 2023. Vuoden 2025 lukuihin pohjautuvissa laskelmissa vapautetuiksi tuotteiksi on määritetty kaikki 8–15-prosenttiset tuotteet.

Myynnin vähenemisen vaikutus Alkon kannattavuuteen

- Oheisessa kuviossa esitetään, miten Alkon kannattavuus muuttuu eri myynnin vähenemisskenaarioissa. Laskelmat esitetään sekä vuoden 2023 lukuihin että vuoden 2025 ennusteeseen pohjautuen.
- Vuoden 2023 lukuihin perustuvassa laskelmassa Alkon liikevoitto painuu liki nollaan, jos 5,6–15-prosenttisten tuotteiden myynti vähenee 30 prosenttia ja muu myynti viisi prosenttia. Vuoden 2025 luvuilla Alko tuottaisi jo tässä skenaariossa yli 15 M€ tappiota.
- Jos 5,6–15-prosenttisten tuotteiden myynti puolittuu ja muiden tuotteiden vähenee 10 prosenttia, tuottaisi Alko vuoden 2023 luvuilla yli 20 miljoonaa euroa tappiota nykyisellä kustannusrakenteella. Vuoden 2025 luvuilla tappio olisi liki 40 M€ vuodessa.
- Vapautettujen tuotteiden 70 prosentin ja muiden tuotteiden 20 prosentin myynnin vähenemä johtaisi luonnollisesti vielä selvästi suurempiin tappioihin.



***Millaisia sopeutuksia Alkon
tulisi tehdä pysyäkseen
kannattavana***

Alkon toiminnan sopeuttaminen

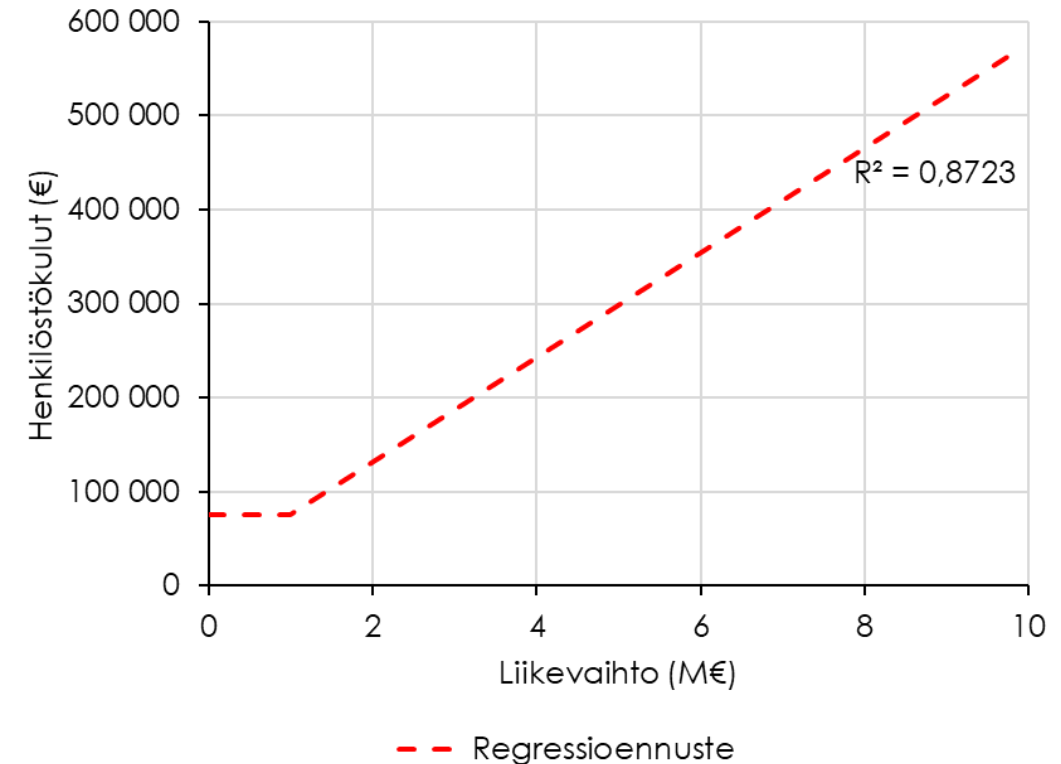
- Kuten edellä havaittiin, realistiset myynnin vähenemisskenaariot johtavat siihen, että Alkon toiminta nykyisellä kustannusrakenteella painuu kannattamattomaksi.
- Tämä ei kuitenkaan välttämättä tarkoita, etteikö Alko pystyisi jossain muodossa toimimaan kannattavasti, vaikka sen myynti vähenisikin huomattavasti. Tämä edellyttää käytännössä toiminnan supistamista ja sen kautta kustannusten karsimista. Toiminnan supistaminen voisi tarkoittaa esimerkiksi aukioloaikojen lyhennyksiä ja myymälöiden sulkemista.
- Tässä osiossa toteutamme esimerkinomaisia kustannussäästölaskelmia, joiden on tarkoitus havainnollistaa, minkä kokoluokan sopeuttamista toiminnan saaminen kannattavaksi vaatisi. Laskelmat havainnollistavat myös sitä, kuinka paljon Alkon olisi karsittava myymäläverkkoaan ja henkilöstöään.

Kulusopeutuslaskelmien toteutus

- Jäljempänä kuvatut laskelmat on toteutettu seuraavasti:
 1. Ensin lasketaan katteet eri myynnin vähenemisskenaarioissa edellä kuvattujen periaatteiden mukaisesti. Laskelmat tehdään sekä vuoden 2023 luvuilla että vuoden 2025 ennustetta hyödyntäen. Kustannuslaskennan pohjana on vuoden 2023 luvut.
 2. Tämän jälkeen jokaisen myymälän henkilöstökustannuksia vähennetään pienentyneen myynnin suhteessa. Henkilöstökulujen määrittämisessä hyödynnetään regressioennustetta, joka pohjautuu vuoden 2023 myymäläkohtaisiin liikevaihto- ja henkilöstökulutietoihin. Regressioennusteen määrittäminen kuvataan tarkemmin seuraavalla dialla. Myös vuoden 2025 luvuilla tehtävissä laskelmissa hyödynnetään vuoden 2023 luvuilla määritettyä regressioennustetta. Koska vuoden 2025 luvuilla myynti on vuotta 2023 vähäisempää, ovat henkilöstökulut näissä laskelmissa vuotta 2023 pienemmät jo lähtötilanteessa.
 3. Tämän jälkeen myymälöiden vuokratuloja vähennetään 10 prosenttia.
 4. Tämän jälkeen lasketaan myymäläkohtainen kannattavuus summaamalla myymälässä myytyjen tuotteiden kate ja vähentämällä siitä myymäläkohtaiset kustannukset. Henkilöstö- ja vuokratuloja on vähennetty kohdissa 2 ja 3 kuvatun mukaisesti. Myymäläkohtaista kannattavuutta laskettaessa ei huomioida sellaisia kulueriä, jotka olemme arvioineet kiinteiksi kustannuksiksi. Kiinteitä kustannuksia ei huomioida laskelmissa, sillä niiden määrä ei todellisuudessa vähene, vaikka myymälä suljetaan.
 5. Tämän jälkeen oletetaan, että Alko sulkee kaikki sellaiset myymälät, joissa myytyjen tuotteiden kate ei riitä kattamaan myymäläkohtaisia kustannuksia (eli liikevoitto <0). Sulkeutuvien myymälöiden myynti ja myymäläkohtaiset kustannukset poistuvat laskelmista.
 6. Tämän jälkeen oletetaan, että Alko pystyy tekemään 10 prosentin säästöt kiinteissä kustannuksissa.
 7. Lopuksi lasketaan koko Alkon kannattavuus summaamalla auki jäävien myymälöiden liikevoitot yhteen ja vähentämällä tästä kiinteät kustannukset.

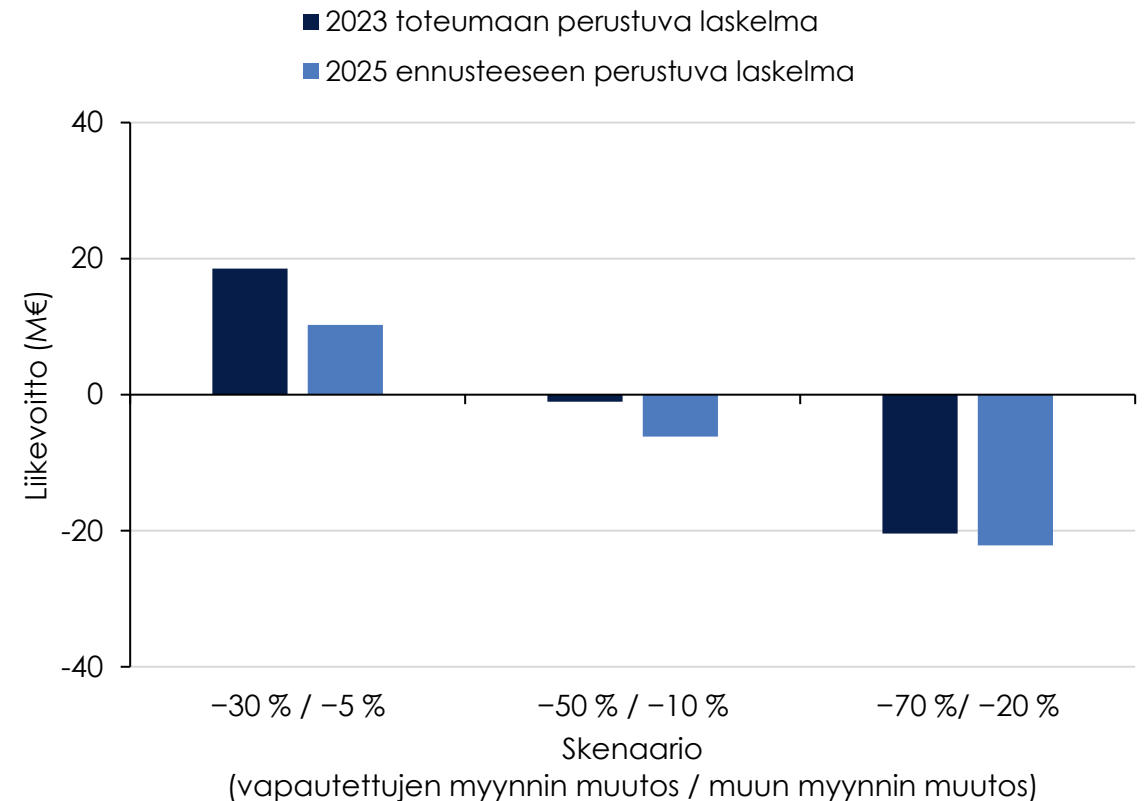
Henkilöstökulujen karsiminen

- Jotta Alko voisi toimia kannattavasti myynnin vähentyessä, sen on pystyttävä karsimaan henkilöstökustannuksiaan, sillä henkilöstökulut ovat Alkon ylivoimaisesti suurin kuluerä, jos tavaraostoja ei huomioida.
- Henkilöstökuluja voi olla mahdollista vähentää esimerkiksi supistamalla aukioloaikoja ja sulkemalla myymälöitä. Joissain myymälöissä voidaan myös vähentää henkilökuntaa.
- Nykyisin Alkon myymälän liikevaihdon ja henkilöstökulujen välillä on voimakas korrelaatio. Jäljemmissä laskelmissa oletetaan, että henkilöstökuluja pystytään karsimaan liikevaihdon laskiessa vuoden 2023 luvuista lasketun regressioyhtälön mukaisesti. Tosin sillä rajauksella, etteivät vuotuiset henkilöstökulut voi laskea alle 75 000 euron. Niiden myymälöiden osalta, joissa henkilöstökulut jo valmiiksi alittavat 75 000 euroa, on henkilöstökulujen oletettu pysyvän ennallaan.
- Vuoden 2025 luvuilla tehtävissä laskelmissa hyödynnetään samaa vuoden 2023 luvuilla määritettyä regressioennustetta. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että henkilöstökulut ovat vuoden 2025 laskelmissa vuotta 2023 alemmalla tasolla. Vuoden luvuilla tehtävissä laskelmissa ei siten hyödynnetä Alkon myymälöiden todellisia vuoden 2025 henkilöstökustannuksia.
- Todellisuudessa henkilöstökulut eivät sopeudu välittömästi myynnin vähentyessä. Laskelmissa oletetaan, että vuoden 2023 luvuista laskettu regressioennuste heijastelee myynnin ja henkilöstökulujen pidemmän aikavälin suhdetta.



Alkon kannattavuus kulusopeutuksen jälkeen

- Edellä kuvatut sopeutustoimet parantaisivat luonnollisesti Alkon kannattavuutta suhteessa siihen, ettei se tekisi sopeutustoimia.
- Kuten edellä todettiin, ilman sopeutuksia Alkon liikevoitto painuisi vuoden 2023 luvuilla liki nollaan, jos vapautettujen tuotteiden myynti vähenisi 30 prosenttia ja muiden tuotteiden myynti noin viisi prosenttia. Vuoden 2025 luvuilla Alko painuisi jo tässä skenaariossa tappiolliseksi. Laskemiemme kulusopeutusten jälkeen Alko olisi kuitenkin tässä skenaariossa kannattava.
- Laskemistamme sopeutustoimista huolimatta Alko tekisi tappiota, jos vapautettujen tuotteiden myynti puolittuisi ja muiden tuotteiden myynti vähenisi kymmenen prosenttia.
- Vapautettujen tuotteiden myynnin 70 prosentin ja muiden tuotteiden 20 prosentin myynnin väheneminen johtaisi kulusopeutuksista huolimatta edelleen noin 20 miljoonan euron vuotuisen tappioon. Tässä skenaariossa Alkon pitäisi kyetä vähentämään kustannuksiaan vielä noin neljänneksellä siitä kustannuspotista, joka jää jäljelle laskemiemme säästötoimenpiteiden jälkeen.



Alkon myymäläverkoston supistaminen

- Edellä kuvatuissa säästölaskelmissa Alko sulkee kannattamattomia myymälöitään. Oheisessa taulukossa on verrattu Alkon myymäläverkoston laajuutta Norjan (Vinmonopolet) ja Ruotsin (Systembolaget) alkoholimonopoliin verkostoihin.
- Nykytilanteessa Alkon myymäläverkosto on pohjoismaisia verrokkeja laajempi sekä maan asukaslukuun että pinta-alaan suhteutettuna.
- Taulukossa on myös esitetty Alkon vastaavat luvut viinien vapauttamisen jälkeen skenaariossa, jossa vapautettujen tuotteiden myynti laskee 50 prosenttia ja muiden 10 prosenttia sekä skenaariossa, jossa vapautettujen juomien myynti vähenee 70 prosenttia ja muu myynti 20 prosenttia. Luvut on esitetty sekä vuoden 2023 että vuoden 2025 luvuilla laskettuna.
- –50/–10 % -skenaariossa Alkon myymäläverkosto olisi asukaslukuun suhteutettuna laajempi kuin Systembolagetin, mutta Vinmonopoletia suppeampi. Pinta-alaan suhteutettuna Alkon myymäläverkosto olisi Pohjoismaisia verrokkeja suppeampi. Puolestaan –70/–20 % -skenaariossa Alkon verkosto olisi kaikilla mittareilla selvästi pohjoismaisia verrokkeja suppeampi.

Toimija	Toimipisteiden lukumäärä	Toimipisteet per 100 000 asukasta	Toimipisteet per tuhatta neliökilometriä
Alko - nykytila	374	6,68	1,11
Alko - viinien vapauttamisen jälkeen –50 %/ –10 % -skenaariossa (2025 lukuihin perustuva arvio)	296 (290)	5,28 (5,16)	0,87 (0,85)
Alko - viinien vapauttamisen jälkeen –70 %/ –20 % -skenaariossa (2025 lukuihin perustuva arvio)	198 (176)	3,53 (3,14)	0,59 (0,52)
Systembolaget	452	4,28	1,01
Vinmonopolet	348	6,31	0,95

Alkon henkilöstön vähennykset

Toimija	Myymälöiden lkm	Henkilötyövuodet	HTV per myymälä
Alko - nykytila	374	1 834	4,90
Alko - viinien vapauttamisen jälkeen –50 %/ –10 % skenaariossa (2025 lukuihin perustuva arvio)	296 (289)	1 222 (1031)	4,11 (3,56)
Alko - viinien vapauttamisen jälkeen –70 %/ –20 % skenaariossa (2025 lukuihin perustuva arvio)	198 (176)	755 (525)	3,81 (2,98)
Systembolaget	452	3 912	8,65
Vinmonopolet	348	1 244	3,57

Huomiot: Alkon henkilötyövuosiarvio viinien vapauttamisen jälkeen ottaa huomioon kustannussopeutuslaskelmassa myymälöissä tehtävät henkilöstökulusäästöt. Myös kiinteisiin kuluihin laskelmissa tehtävät 10 prosentin säästöt todennäköisesti johtaisivat henkilöstömäärän supistumiseen. Näitä ei ole suoraan huomioitu laskelmissa.

- Edellä kuvatut säästötoimenpiteet johtaisivat myös Alkon henkilöstökulujen karsimiseen. Oheisessa taulukossa Alkon henkilöstömäärää verrataan Norjan (Vinmonopolet) ja Ruotsin (Systembolaget) alkoholimonopoleihin.
- Kun Alkon henkilötyövuodet suhteutetaan toimipisteiden lukumäärään, tehdään Alkossa nykytilanteessa vähemmän henkilötyövuosia kuin Ruotsissa ja enemmän kuin Norjassa.
- Taulukossa on myös esitetty Alkon vastaavat luvut viinien vapauttamisen jälkeen skenaariossa, jossa vapautettujen tuotteiden myynti laskee 50 prosenttia ja muiden 10 prosenttia sekä skenaariossa, jossa vapautettujen juomien myynti vähenee 70 prosenttia ja muu myynti 20 prosenttia. Luvut on esitetty sekä vuoden 2023 että vuoden 2025 luvuilla laskettuna.
- Viinien vapauttamisskenaarioissa Alkon myymäläkohtainen henkilötyövuosimäärä painuu laskelmissamme lähemmäs Norjan Vinmonopoletin lukuja tai jopa niiden alle. Ruotsin Systembolagetiin verrattuna myymäläkohtainen henkilötyövuosimäärä jää nykytilanteen tavoin merkittävästi alemmalle tasolle.

Johtopäätökset sopeutustarkasteluista

- Jos viinien vapauttamisen myötä Alkon vapautettujen juomien myynti puolittuisi ja muu myynti vähenisi 10 prosenttia, Alkon tulisi kyetä supistamaan henkilöstökulujaan noin kolmanneksella sekä yleiskustannuksiaan ja avoimeksi jäävien myymälöiden vuokratkustannuksia noin 10 prosentilla, jotta se pääsisi edes nollatulokseen. Laskelmiemme mukaan Alkon kannattaisi tällöin supistaa verkostoaan noin viidenneksellä. Jos laskelmissa käytetään vuoden 2025 myyntiennustetta, edes tämän kokoluokan säästötoimenpiteet eivät riitä kääntämään Alkon tulosta voitolliseksi.
- Skenaariossa, jossa viinien myynti vähenisi 70 prosentilla ja muu myynti 20 prosentilla, Alko tekisi kuvaamistamme säästötoimenpiteistä huolimatta noin 20 miljoonaa euroa tappiota, vaikka se supistaisi myymäläverkostonsa noin puoleen nykyisestä ja vähentäisi henkilöstökulujaan noin kolmannekseen nykyisestä. Tässä skenaariossa Alkon pitäisi kyetä vähentämään kustannuksiaan vielä noin neljänneksellä siitä kustannuspotista, joka jää jäljelle laskelmiemme säästötoimenpiteiden jälkeen.
- Kaiken kaikkiaan näyttää siltä, että Alkon toimintaedellytykset heikkenisivät huomattavasti, jos viinien myynti vapautettaisiin. Edes edellä kuvatun kaltaiset säästötoimenpiteet eivät takaisi sitä, että Alko pystyisi toimimaan kannattavasti. Niidenkin toteuttaminen tarkoittaisi sitä, että Alko toimisi huomattavasti nykyistä pienemmällä henkilöstöllä ja myymäläverkostolla sekä todennäköisesti myös suppeammilla aukioloajoilla.
- Edellä kuvattu ei kuitenkaan tarkoita, etteikö täysin erilaisella konseptilla toimiva alkoholin erikoisliike voisi toimia kannattavasti. Esimerkiksi malli, jossa Alkolla olisi myymälä vain muutamassa suurimmassa kaupungissa ja jossa se muutoin keskittyisi verkkokauppaan, voisi olla liiketaloudellisesta näkökulmasta mahdollinen. Emme ole kuitenkaan tehneet laskelmia tällaisten vaihtoehtoisten toimintamallien kannattavuudesta.
- Säästötoimenpiteitä suurempi vaikutus Alkon kannattavuuteen on sillä, miten se pystyy ylläpitämään markkinaosuuttaan vapautetuissa tuotteissa kilpailun lisääntyessä.



***Asiat, joita ei ole
huomioitu laskelmissa***

Muut mahdolliset Alkon kannattavuuteen vaikuttavat tekijät

- Edellä esitetty ei välttämättä ole tyhjentävä kuvaus siitä, millaisia sopeutustoimia Alko voisi tehdä. Muita mahdollisia toimenpiteitä ovat esimerkiksi seuraavat:
 - Hinnoittelussa tehtävät muutokset
 - Hankintojen tehostaminen
 - Vuokratulujen suurempi karsiminen
 - Henkilöstön vielä suurempi karsiminen
 - Myymälän sulkemisen vaikutus muiden myymälöiden myyntiin
- Lisäksi tarkastelussa on syytä huomioida seuraavat asiat:
 - Alkon kannattavuuden pidemmän aikavälin kehitys ja sen vaikutus kannattavuustarkasteluihin
 - Mahdollisten valmistustaparojoitusten ja erilaisten prosenttirajojen vaikutus
 - Palvelupisteverkoston laajennus, kotiinkuljetusten salliminen ja verkkokaupan mahdollisuudet

Alkon mahdollisuus muuttaa hinnoitteluaan

- Voidaan pohtia, olisiko Alkon mahdollista parantaa kannattavuuttaan hinnoittelua muuttamalla.
- Alko hinnoittelee yksinoikeuden alaiset tuotteet kustannusperusteisesti. Myynnin vähentyessä yksikkökustannukset nousevat ja tämä voisi johtaa väkevien juomien hintojen nousuun. Mahdollinen hintojen nousu voi puolestaan vähentää myyntiä. Tätä ei kuitenkaan ole huomioitu edeltävissä laskelmissa.
- Viinien myynnin vapautuessa Alko voisi hinnoitella ne vapaasti. Tämä mahdollistaa periaatteessa myös hintojen noston. Kilpailun lisääntyminen kuitenkin todennäköisesti tarkoittaisi sitä, ettei hintojen nosto ole mahdollista ilman huomattavaa myynnin vähentymistä. Esimerkiksi kesän 2024 uudistuksen jälkeen Alko näyttää päinvastoin laskeneen vapautettujen tuotteiden hintojaan.

Alkon mahdollisuus tehostaa hankintojaan

- Voidaan myös pohtia, voisiko Alko saavuttaa kustannussäästöjä hankintamenettelyjä tehostamalla.
- Alkoholilainsäädäntö velvoittaa Alkoa kohtelemaan tavarantoimittajia tasapuolisesti, kun se tekee valikoimaannottoa koskevia päätöksiä. Käsityksemme mukaan Alkon olisi todennäköisesti noudatettava pitkälti nykyisenkaltaista hankintaprosessia myös tulevaisuudessa, ellei sääntelyä muuteta.
- Viinien myynnin vapauttaminen ei siten näyttäisi vaikuttavan siihen, miten Alko voi hankintojaan tehdä, eikä hankinnoista ole realistista odottaa merkittäviä säästöjä.
- Hankintojen tehostaminen edellyttäisi lainsäädännön muuttamista. Hankintoja voisi olla mahdollista tehostaa, jos alkoholilainsäädäntöä muutettaisiin niin, että velvoite tavarantoimittajien tasapuolisesta kohtelusta koskisi vain niitä tuotteita, joissa Alkolla on yksinoikeus.

Henkilöstö- ja vuokratulujen suurempi karsiminen

- Edellä on esitetty, että Alko voisi saavuttaa säästöjä henkilöstö- ja vuokratuloissa. Voidaan pohtia, olisivatko vielä esitettyä suuremmat säästöt mahdollisia.
- Etenkin myymälöissä, joissa työskentelee samanaikaisesti vain yksi myyjä, henkilöstökulujen karsiminen edellyttää käytännössä aukioloaikojen lyhentämistä. Vuokratulujen vähennys voi puolestaan edellyttää asiakasvirtojen näkökulmasta huonompiin tiloihin siirtymistä.
- Aukioloaikojen lyhentäminen ja huonompiin tiloihin siirtyminen voivat puolestaan vaikuttaa negatiivisesti myymälän myyntiin. Edellä esitetyissä laskelmissa on oletettu, ettei sopeutustoimet itsessään vähennä myyntiä. Jos haluttaisiin tarkastella laajempia sopeutuksia, olisi vaikutukset myyntiin väistämättä huomioitava.
- Lisäksi on syytä huomata, että vuokratulot ovat melko pieni osa Alkon kustannuksia, eikä niiden merkittäväkään vähentäminen parantaisi olennaisesti Alkon kannattavuutta. Sama koskee myös muita henkilöstökuluja pienempiä kustannuseriä.

Myymälän sulkemisen vaikutus Alkon muiden myymälöiden myyntiin

- Edeltävissä laskelmissa on oletettu, että kun Alko sulkee myymälänsä, sen myynnin vähenemä on kokonaisuudessaan pois Alkon myynnistä.
- On kuitenkin todennäköistä, että vähintään osa suljetun Alkon myynnistä siirtyy muiden Alkon myymälöiden myynniksi. Jos esimerkiksi jossain kunnassa on kaksi Alkon myymälää, joista toinen sulkeutuu, niin todennäköisesti monet ihmiset asioivat jatkossa avoimeksi jäävässä Alkossa ja kyseisen myymälän myynti kasvaisi.
 - Edellä esitellyissä skenaariolaskelmissa on vain muutama sellainen kunta, jossa on alun perin ollut kaksi myymälää, mutta olisi viinien vapauttamisen jälkeen vain yksi.
- Siten myymälän sulkemisen negatiivinen vaikutus Alkon myyntiin tulee laskelmissa todennäköisesti jonkin verran yliarvioiduksi.

Alkon kannattavuuden pidemmän aikavälin kehitys ja sen vaikutus kannattavuustarkasteluihin

- Kuten edellä todettiin, on viinien ja väkevien myynti viime vuosina vähentynyt trendinomaisesti. Sen myötä myös Alkon kannattavuus on heikentynyt. Vuoden 2023 lukujen pohjalta lasketut skenaarit todennäköisesti yliarvioivat Alkon tulevaisuuden kannattavuutta. Vuoden 2025 lukujen käyttö hiukan korjaa tätä ongelmaa, mutta nekin voivat antaa liian positiivisen kuvan tulevaisuuden näkymistä.
- Jos Alkon muista kuin alkoholilainsäädännön uudistuksista johtuva myynnin väheneminen ja kannattavuuden heikkeneminen jatkuu, riittäisi jo edellä kuvattua pienemmät myynnin vähenemiset painamaan Alkon kannattamattomaksi. Alko voi siten joutua tekemään sopeutustoimia riippumatta siitä, tehdäänkö alkoholilainsäädäntöön tulevaisuudessa muutoksia.

Valmistustaparajoitusten ja erilaisten prosenttirajojen vaikutus

- Edellä kuvatuissa tarkasteluissa on oletettu, että vähittäismyynnin vapautus kohdistuisi kaikkiin 8–15-prosenttisiin alkoholijuomiin. On kuitenkin mahdollista, että myynti haluttaisiin vapauttaa vain esimerkiksi käymisteitse valmistetuilta juomilta tai että prosenttiraja asetetaan alemmas, esimerkiksi 12 prosenttiin, jolloin isompi osa tuotteista säilyisi Alkon yksinoikeuden piirissä. Rajaukset, joissa suurempi osa tuotteista pysyisi Alkon yksinoikeudessa, voisivat parantaa Alkon kannattavuutta suhteessa esitettyihin skenaarioihin.
- Myynnin vapautuksen rajaaminen vain käymisteitse valmistettuihin tuotteisiin tarkoittaisi käytännössä sitä, että joitain vahvoja juomasekoitteita jäisi Alkon yksinoikeuteen. Tällaisia tuotteita on Alkon [valikoimassa](#) vain muutamia, joten suoraan myyntiin rajauksella ei olisi olennaista vaikutusta. Olennaisempi vaikutus rajauksella voisi olla Alkon väkevien myyntiin, sillä tällöin päivittäistavarakaupasta ei voisi ostaa tiettyjä juomia valmiiksi sekoitettuna.
- Alhaisemman prosenttirajan vaikutusta on vaikea arvioida. Alkon valikoimissa on huomattava määrä esimerkiksi yli 12-prosenttisia viinejä ja myynnistä valtaosa kohdistuu niihin. On kuitenkin oletettavaa, että jos päivittäistavarakaupasta saisi enintään 12-prosenttisia viinejä, merkittävä osa Alkon yli 12-prosenttisten viinien myynnistä siirtyisi miedompiin, päivittäistavarakaupassa myytäviin viineihin. Siten alhaisemman prosenttirajan vaikutusta ei voida päätellä mekaanisesti Alkon myyntitilastoista.
- Tässä esityksessä ei arvioida sitä, olisivatko edellä kuvatut valmistustaparajoitukset tai prosenttirajat EU-oikeudellisesti mahdollisia.

Kotiinkuljetusten salliminen, verkkokauppa ja palvelupisteverkoston laajennus

- Eduskunnassa käsitellään parhaillaan [lakiesitystä](#), jonka perusteella Alko ja muut alkoholin vähittäismyyjät saisivat alkaa myydä alkoholia verkkokaupasta siten, että tuotteet kotiinkuljetetaan asiakkaille. Esityksen läpimenolla voisi olla merkittävä vaikutus Alkon kannattavuuteen.
- Kotiinkuljetusten salliminen voisi lisätä alkoholin myyntiä, koska se käytännössä parantaisi alkoholijuomien saatavuutta. Suomessa on jonkin verran ihmisiä, joiden kodin lähellä ei ole Alkon myymälää tai palvelupistettä, ja kotiinkuljetukset voisivat lisätä näiden ihmisten alkoholin kulutusta ja lisätä Alkon myyntiä. Esitys voisi myös siirtää osan nykyisin ulkomaisiin verkkokauppoihin kohdistuvasta kulutuksesta kotimaisille vähittäismyyjille.
- Kotiinkuljetusten ja palvelupisteiden avulla Alko voisi palvella kuluttajia mahdollisesti alhaisemmalla kulurakenteella, jos myynti vähenee ja myymälöitä joudutaan sulkemaan.

Yhteenveto ja johtopäätökset

Yhteenveto ja johtopäätökset

- Skenaariotarkastelujen perusteella 8–15-prosenttisten juomien myynnin noin 30 prosentin vähenemä tarkoittaisi sitä, että Alkon toiminta painuu nykyisellä kustannusrakenteella kannattamattomaksi. Kyseisen tuoteryhmän myynnin puolittuminen johtaisi siihen, että Alko tekisi kymmeniä miljoonia euroa tappiota, ellei toimintaa sopeuteta vähentyneeseen myyntiin. Laskelmiemme perusteella näyttää väistämättömältä, että Alkon olisi supistettava toimintaansa, jos viinien myynti vapautetaan.
- Toiminnan sopeuttaminen voisi parantaa Alkon kannattavuutta myynnin vähentyessä. Laskelmiemme perusteella kuitenkin merkittäväkään toiminnan supistaminen ei takaa sitä, että Alko voisi toimia kannattavasti viinien myynnin vapautuessa.
- Viinien myynnin vapauttamisesta päätettäessä on välttämätöntä pohtia huolella myös Alkon tuleva asema ja toimintamalli. Viinien myynnin vapauttamisella on väistämättä vaikutuksia myös väkevien myyntiin ja niiden myynnin sääntelyyn.

1. Johdanto
2. Muiden maiden sääntely ja kokemukset
3. Vuoden 2024 alkoholilakiuudistuksen vaikutukset
4. Viinien myynnin vapautuksen vaikutus Alkon kannattavuuteen
- 5. Alkoholisaatavuuden muutokset**
6. Kompensoivat sääntelytoimenpiteet
7. Arviot viinien myynnin vapauttamisen vaikutuksista

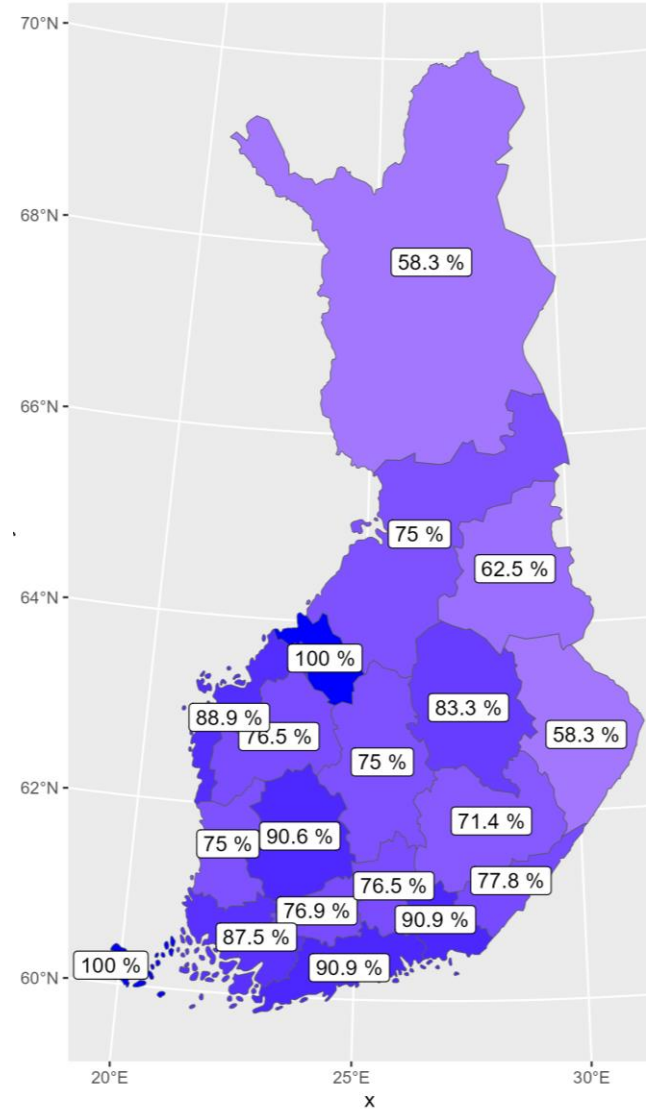
Johdanto

- Viinien myynnin vapauttaminen tarkoittaisi sitä, että osa suomalaisista voisi ostaa viinejä aiempaa lähempää, kun niitä olisi saatavilla myös päivittäistavarakaupan myymälöistä.
- Toisaalta kuten edellä havaittiin, voisi uudistus johtaa Alkon myymäläverkoston huomattavaan supistumiseen. Jos väkevien myynti säilyisi Alkon yksinoikeutena, olisi tällä vaikutuksia väkevien juomien maantieteelliseen saatavuuteen.
- Seuraavassa esitetään arvioita siitä, kuinka alkoholijuomien maantieteellinen saatavuus muuttuisi, jos viinien myynti vapautettaisiin. Tarkasteluissa on hyödynnetty edellä esitettyjä laskelmia siitä, miten Alko sopeuttaisi toimintaansa erilaisissa myynnin vähenemisskenaarioissa.
 - Tarkastelut on tehty skenaariolla, jossa vapautettujen tuotteiden myynti Alkossa puolittuu ja muiden tuotteiden myynti vähenee 10 prosenttia, sekä skenaariolla, jossa vapautettujen tuotteiden myynti Alkossa vähenee 70 prosenttia ja muiden tuotteiden 20 prosenttia. Jälkimmäisen skenaarion osalta on kuitenkin syytä huomata, että laskelmissamme Alko tuottaisi tällöin konsernina huomattavasti tappiota. Laskelmiemme perusteella Alko ei siten jatkaisi lainkaan toimintaansa, jos myynti vähenisi tämän skenaarion mukaisesti. Alkon täytyisi tällöin kyetä vähentämään merkittävästi yleiskustannuksiaan, jotta toiminta olisi tällaisella suppealla verkolla kannattavaa.

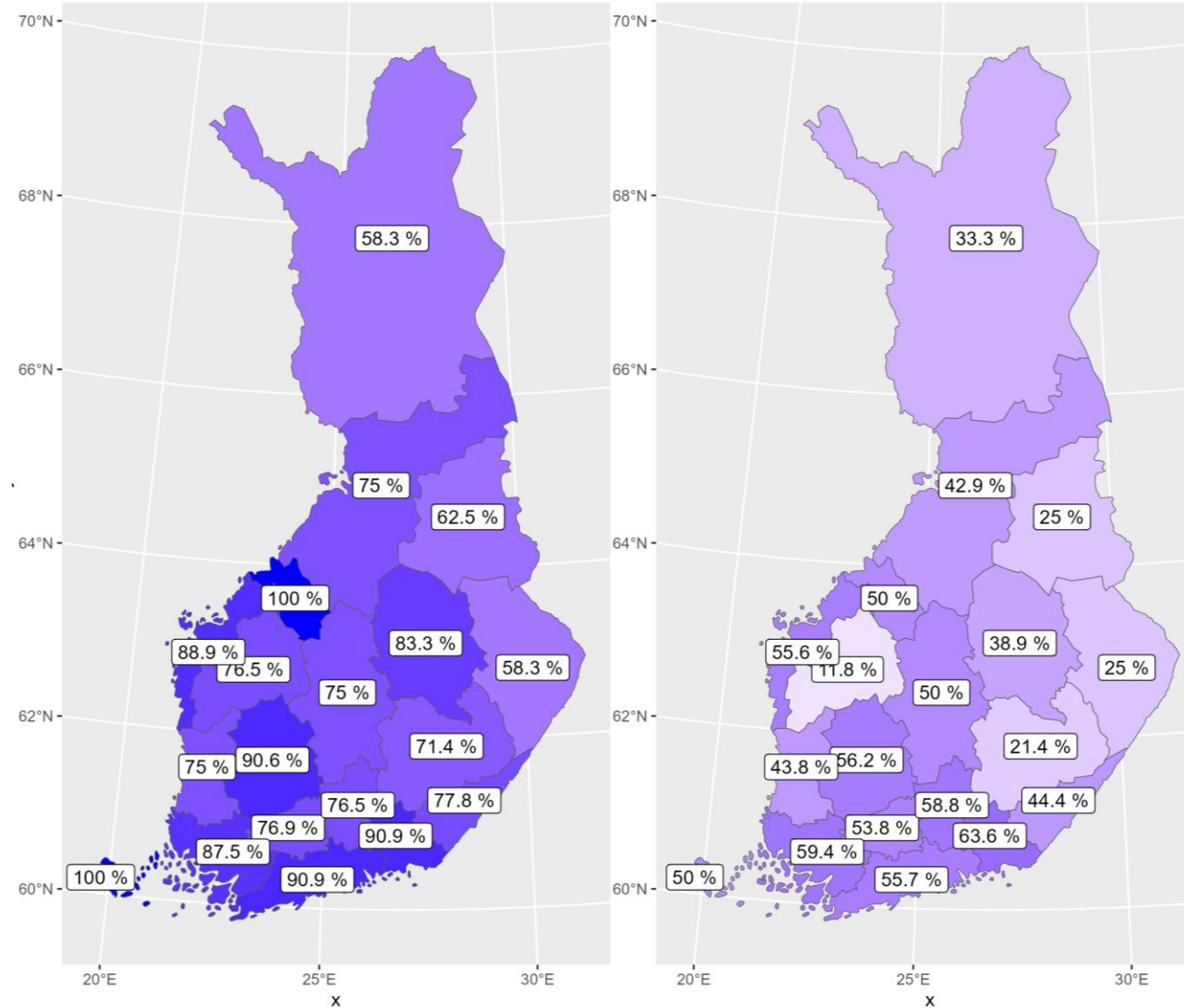
Alkon myymäläverkosto ja sen muutokset

- Viereisissä kuvioissa esitetään kaksi skenaariota siitä, miten Alkon myymälämäärä voisi muuttua, jos viinien myynti vapautettaisiin. Kuvioissa kuvataan, kuinka monta Alkon myymälää kussakin myymälässä jäisi avoimeksi kyseisessä skenaariossa.
 - Kuvioiden myymälämäärät ja avoimeksi jäävien myymälöiden maantieteellinen jakauma pohjautuu luvussa 4 kuvattuihin skenaariolaskelmiin Alkon toiminnan sopeuttamisesta. On kuitenkin epävarmaa, pystyisikö Alko toimimaan näissä skenaarioissa kannattavasti.
- 300 myymälän skenaariossa yli puolet Alkon nykyisistä myymälöistä pysyisi avoinna kaikissa maakunnissa. 175 myymälän skenaariossa myymälämäärä puolittuisi tai yli puolittuisi useammassa kuin joka toisessa maakunnassa.

300 myymälän skenaario

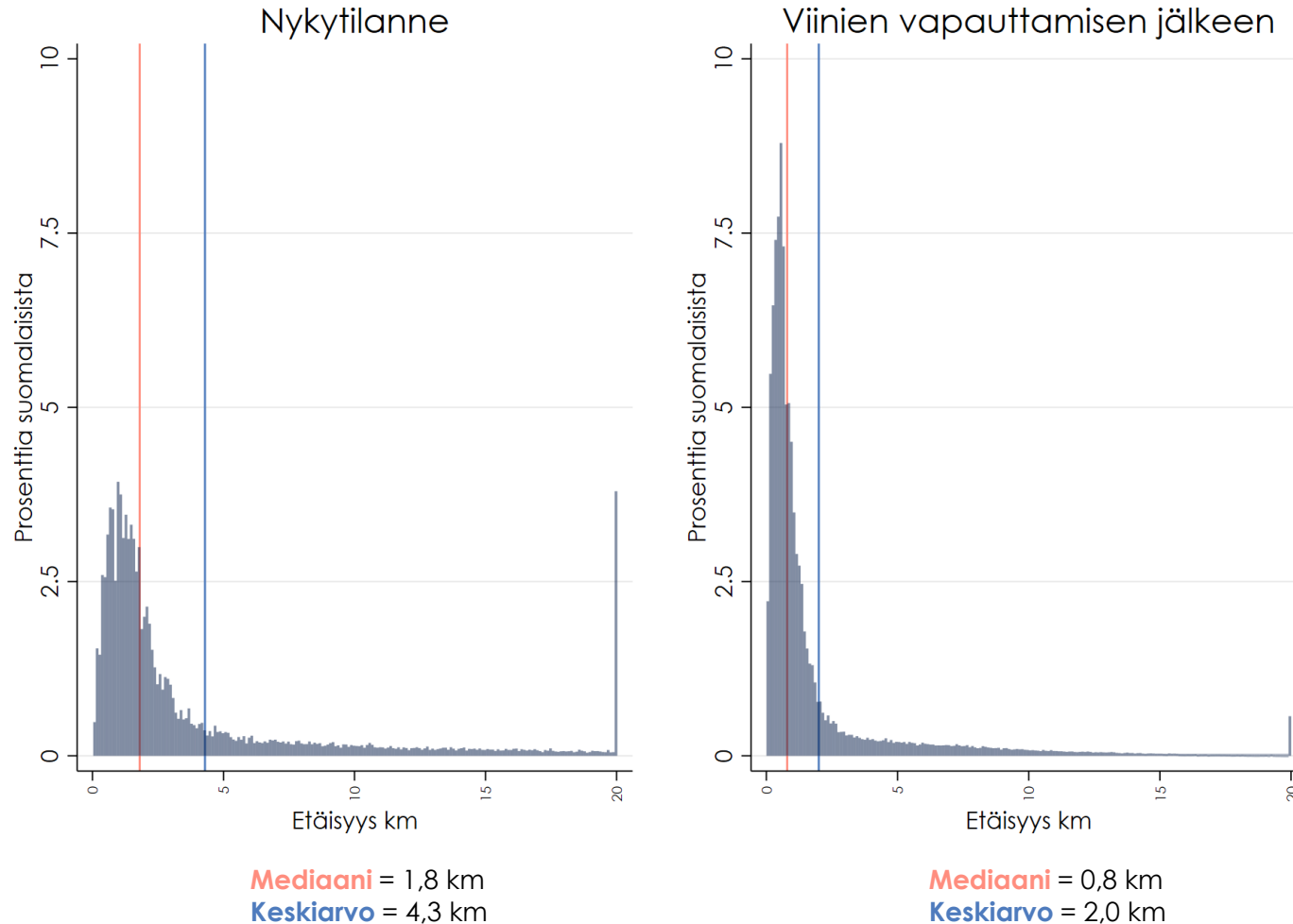


175 myymälän skenaario



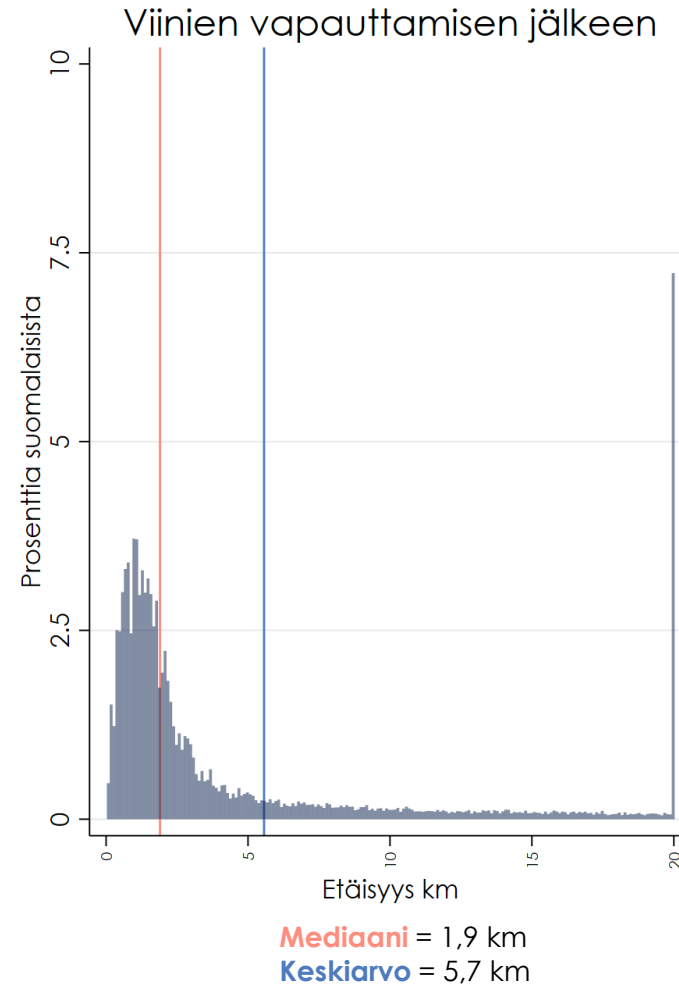
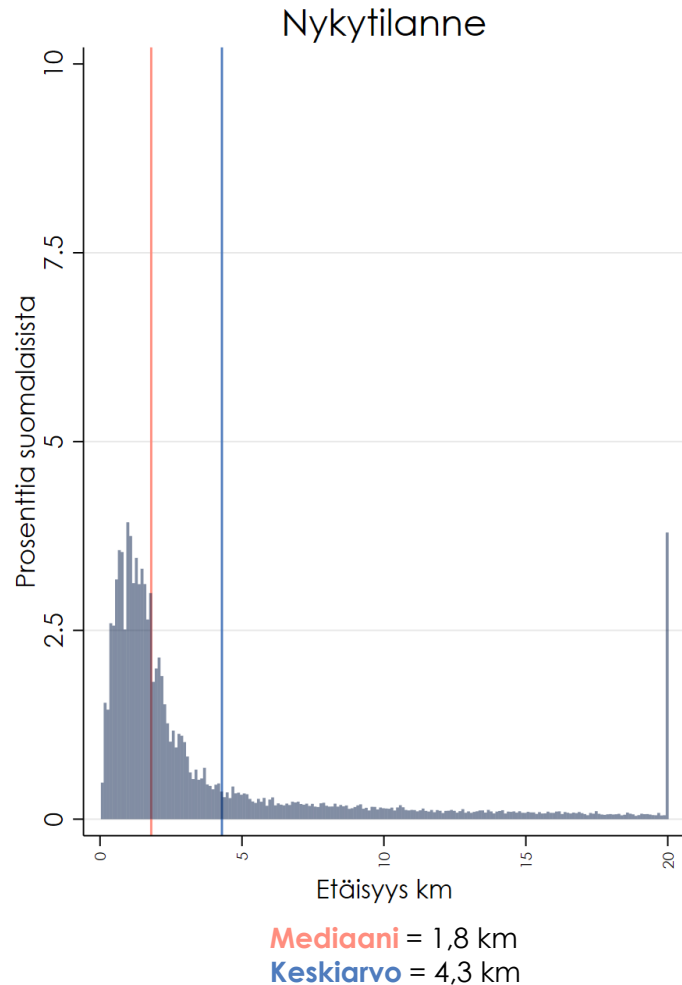
Huomiot: Karttojen prosenttiosuudet kuvaavat sitä, kuinka suuri osa kunkin maakunnan Alkoista pysyisi avoinna laskemillamme sopeutustoimenpiteillä eri skenaarioissa. Vasemmassa kuvassa avoimeksi jäävien myymälöiden määrä ja niiden jakauma pohjautuvat vuoden 2023 luvuilla laskettuun skenaarioon, jossa vapautettujen tuotteiden myynti vähenee 50 muiden tuotteiden myynti 10 prosenttia, ja oikeanpuoleisessa kuvassa vuoden 2025 luvuilla laskettuun skenaarioon, jossa vapautettujen tuotteiden myynti vähenee 70 muiden tuotteiden myynti 20 prosenttia.

Muutokset viinien saatavuudessa



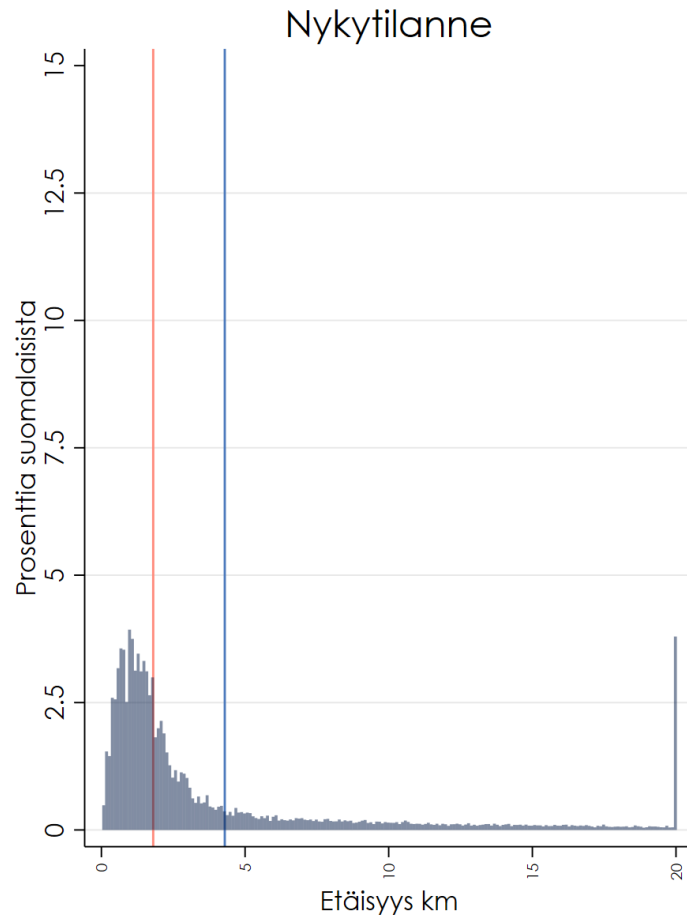
- Tällä kalvolla on tarkasteltu viinien vapauttamisen vaikutuksia viinien saatavuuteen. Tarkastelu perustuu Alkon ja pt-kaupan myymälöiden osoitetietoihin sekä Tilastokeskuksen 1*1 km ruututietokantaan. Etäisyydet on laskettu linnuntietä.
- Viinien myynnin vapauttaminen tarkoittaisi, että yli 8-prosenttista viiniä myyvien myymälöiden määrä kasvaisi hiukan yli 350:stä noin 4 500:aan. Tällöin suomalaisten keskimääräinen etäisyys lähimpään vähittäismyyntipisteeseen lyhentyisi 4,3 kilometristä 2,0 kilometriin. Väestöosuus, jonka etäisyys lähimpään yli 8-prosenttista viiniä myyvään myymälään on yli 20 kilometriä, laskisi 3,7 prosentista noin 0,6 prosenttiin.
 - Uudistuksen jälkeen tarkastelussa on huomioitu kaikki päivittäistavarakaupat ja ne Alkot, joiden on arvioitu pysyvän avoinna luvussa 4 esitellyssä skenaariossa, jossa vapautettujen tuotteiden myynti vähenee 50 ja muiden tuotteiden myynti 10 prosenttia. Tässä skenaariossa Alkoja jää avoimeksi noin 300. Tulokset eivät juuri muuttuisi, vaikka laskelmat tehtäisiin suppeammalla Alkon verkostolla, sillä kaikki Alkot sijaitsevat lähellä päivittäistavarakauppaa.

Muutokset väkevien saatavuudessa (1/2)

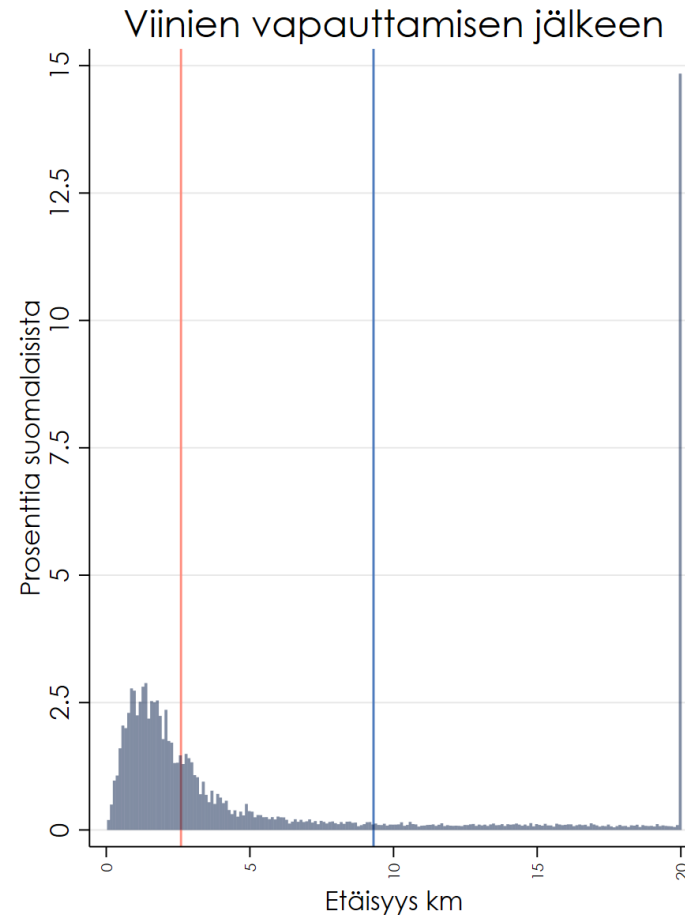


- Tällä kalvolla on tarkasteltu viinien vapauttamisen vaikutuksia väkevien alkoholijuomien saatavuuteen. Tarkastelu perustuu edellä esitetyn tapaan myymälöiden osoitetietoihin ja Tilastokeskuksen ruututietokantaan.
- Vuonna 2023 mediaanietäisyys lähimpään Alkoon oli 1,8 kilometriä (punainen pystyviiva) ja keskimääräinen etäisyys 4,3 kilometriä (vaaleansininen pystyviiva). Jos oletetaan, että Alko supistaa viinien myynnin vapauttamisen jälkeen myymälämääränsä 300:aan, mediaanietäisyys lähimpään Alkoon olisi 1,9 kilometriä ja keskiarvo 5,7 kilometriä. Tällöin noin seitsemälle prosentille väestöstä etäisyys lähimpään Alkoon olisi yli 20 kilometriä.
 - Tarkastelussa on huomioitu Alkot, joiden on arvioitu pysyvän avoinna luvussa 4 esitellyssä skenaariossa, jossa vapautettujen tuotteiden myynti vähenee 50 ja muiden tuotteiden myynti 10 prosenttia, kun käytetään vuoden 2023 talouslukuja.

Muutokset väkevien saatavuudessa (2/2)



Mediaani = 1,8 km
Keskiarvo = 4,3 km



Mediaani = 2,6 km
Keskiarvo = 9,6 km

- Tällä kalvolla esitetään vastaavat laskelmat kuin edellisellä kalvolla, mutta tarkastelussa on huomioituvain ne Alkot, joiden on arvioitu pysyvän avoinna luvussa 4 esitellyssä skenaariossa, jossa vapautettujen tuotteiden myynti vähenee 70 ja muiden tuotteiden myynti 20 prosenttia, ja jossa luvut pohjautuvat Alkon vuoden 2025 myyntiennusteeseen. Tässä skenaariossa avoimeksi jäisi 175 myymälää.
- Nyt mediaanietäisyys kasvaa uudistuksen jälkeen 2,6 kilometriin ja keskimääräinen etäisyys 9,6 kilometriin. Osuus väestöstä, jonka etäisyys lähimpään Alkoon olisi yli 20 kilometriä, olisi noin 15 prosenttia.
- Tässä skenaariossa vaikutus etäisyyteen olisi huomattavasti suurempi kuin edellä kuvatussa skenaariossa, jossa avoinna pysyisi noin 300 Alkon myymälää.

Yhteenveto

- Jos Alkolla säilyisi yksinoikeus väkeviin juomiin, olisi viinien vapauttamisella kahdenlainen vaikutus alkoholin saatavuuteen:
 1. Yli 8-prosenttisten viinien saatavuus paranisi, koska ne tulisivat myyntiin myös päivittäistavarakauppaan. Vähittäismyyntipisteiden määrä, joista saisi yli 8,0-prosenttisia viinejä, 12-kertaistuisi. Keskimääräinen etäisyys lähimpään vähittäismyyntipisteeseen laskisi 4,3 kilometristä 2,0 kilometriin ja mediaanietäisyys 1,8 kilometristä 0,8 kilometriin. Osuus väestöstä, jolla etäisyys lähimpään yli 8-prosenttista viiniä myyvään myymälään on yli 20 kilometriä, laskisi noin 3,7 prosentista noin 0,6 prosenttiin.
 2. Väkevien juomien saatavuus heikkenisi, sillä Alko joutuisi todennäköisesti supistamaan verkostoaan. Tarkastellussa skenaariossa, jossa Alkoja jäisi avoimeksi noin 300, keskimääräinen etäisyys lähimpään väkeviä myyvään myymälään kasvaisi noin 1,5 kilometrillä ja osuus väestöstä, jonka etäisyys lähimpään väkeviä myyvään myymälään olisi yli 20 kilometriä, kaksinkertaistuisi. Skenaariossa, jossa Alkoja jäisi avoimeksi 175, keskimääräinen etäisyys Alkoon yli kaksinkertaistuisi ja osuus väestöstä, jonka etäisyys lähimpään väkeviä myyvään myymälään olisi yli 20 kilometriä, nelinkertaistuisi.

1. Johdanto
2. Muiden maiden sääntely ja kokemukset
3. Vuoden 2024 alkoholilakiuudistuksen vaikutukset
4. Viinien myynnin vapautuksen vaikutus Alkon kannattavuuteen
5. Alkoholisaatavuuden muutokset
- 6. Kompensoivat sääntelytoimenpiteet**
7. Arviot viinien myynnin vapauttamisen vaikutuksista

Johdanto

- Jos viinien myynti päätetään vapauttaa, mutta samalla tavoitteeksi asetetaan, ettei alkoholin kulutus Suomessa lisääntyisi, on todennäköisesti välttämätöntä toteuttaa samanaikaisesti muita sääntelytoimenpiteitä.
- Kulutuksen kasvua voitaisiin hillitä esimerkiksi alkoholiveroja korottamalla ja/tai edellyttämällä, että alkoholijuomia saisi myydä vain erillisistä tiloista.
- Seuraavassa arvioidaan, millaisilla sääntelytoimenpiteillä kulutuksen kasvua voitaisiin hillitä ja millaisia muita vaikutuksia kyseisillä toimenpiteillä olisi.

Veromuutokset

- Alkoholituotteiden hintoihin ja sitä kautta kulutukseen voidaan vaikuttaa verotuksella. Suomessa alkoholiverotus on nykyisellään Euroopan tiukinta.
- Viinien myynnin vapauttaminen lisäisi kilpailua viinien vähittäismyynnissä. Aikaisemmat Suomen alkoholilain uudistukset, joissa on vapautettu tiettyjen alkoholijuomien vähittäismyyntiä kilpailulle, ovat johtaneet noin 5–10 prosentin hintojen laskuun. Jos viinien vapauttamisen ei haluttaisi johtavan hintojen laskuun, voitaisiin samassa yhteydessä nostaa viinien alkoholiveroa. Nykyisellään 0,75 litran viinipullossa (yli 8,0 % alkoholia) alkoholiveroa maksetaan 3,42 euroa. Keskimääräisen viinipullon hinta on noin 12 euroa. Jos kilpailun myötä hinta laskisi viisi prosenttia, tarkoittaisi se 0,6 euron hinnan laskua. Jotta alkoholiverotus kumoaisi kilpailun hintoja laskevan vaikutuksen, tulisi sitä nostaa noin 18 prosentilla (nyt 456 senttiä ja jälkeen 536 senttiä litralta valmista alkoholijuomaa). Tässä laskelmassa on oletettu, että vero siirtyisi suoraan hintoihin. Tällä olisi vuoden 2023 myyntitilastojen perusteella n. 30 miljoonan euron staattinen vaikutus verotuottoihin (viinien alkoholiverokertymä n. 170 M€ vuonna 2023).
- Veromuutokset osaltaan vaikuttavat myös siihen, minkälaiseksi Alkon kannattavuus viinien vapauttamisen jälkeen muodostuisi. Viinien verojen korotus lähtökohtaisesti vähentää viinien kysyntää ja sitä kautta myös Alkon kannattavuutta. Uudistuksen yhteydessä voitaisiin myös muuttaa esimerkiksi väkevien verotusta. Väkevien alkoholijuomien alkoholivero tuotti vuonna 2023 noin 270 miljoonaa euroa. Alkolle kertynyt myyntikate väkevistä taas oli hieman alle 50 miljoonaa euroa. Jos uudistuksen yhteydessä haluttaisiin parantaa Alkon toimintaedellytyksiä, voitaisiin Alkon hinnoittelukertoimia korottaa ja sitä kautta kasvattaa Alkon myyntikatetta. Jos väkevien hintojen ei kuitenkaan haluttaisi hinnoittelukertoimien korotuksen myötä nousevan, voitaisiin väkevien alkoholiverotusta vastaavasti laskea siten, etteivät hinnat nousisi.

Vähittäismyyntiä koskevat velvoitteet

- Edellä viinien vapauttamista on tarkasteltu sillä oletuksella, ettei alkoholilainsäädäntöön tehtäisi muita muutoksia, ja viinejä saisi myydä samaan tapaan kuin alkoholijuomia saa nykyisin vähittäismyydä Alkon ulkopuolella. Nykymallissa alkoholin vähittäismyynti vaatii myyntiluvan Valviralta ja alkoholia saa myydä kello 9 ja 21 välisenä aikana. Alkoholijuomien sijoittelua tai sijaintia myymälässä ei ole säännelty.
- Yksi mahdollisuus olisi rajata viinien vähittäismyyntiä Alkon ulkopuolella niin, että sitä saisi myydä vain erillisissä tiloissa myymälän sisällä (nk. shop-in-shop -malli) tai erillisissä myymälöissä päivittäistavarakauppojen ulkopuolella. Vastaavia malleja on käytössä muissa Euroopan maissa. Lisäksi viinien vähittäismyyntiaikaa voitaisiin rajata nykyistä aikaikkunaa lyhyemmäksi.
- Molemmat toimet todennäköisesti vähentäisivät jonkin verran vähittäismyyntin kasvua päivittäistavarakaupassa. Shop-in-shop -malli vaatisi myymälöiltä investointeja ja riittävän suuret tilat. Käytännössä se voisi johtaa siihen, että viinit tulisivat päivittäistavarakaupoissa vain suurempiin myymälöihin. Toisaalta tällöin myös merkittävä osa viinien saatavuuden paranemiseen liittyvistä hyödyistä jäisi saavuttamatta.

1. Johdanto
2. Muiden maiden sääntely ja kokemukset
3. Vuoden 2024 alkoholilakiuudistuksen vaikutukset
4. Viinien myynnin vapautuksen vaikutus Alkon kannattavuuteen
5. Alkoholisaatavuuden muutokset
6. Kompensoivat sääntelytoimenpiteet
- 7. Arviot viinien myynnin vapauttamisen vaikutuksista**

7.1 Vaikutukset hintoihin, valikoimiin, saatavuuteen, myyntiin ja kulutukseen

Viinien myynnin vapauttamisen vaikutus hintoihin

- Tutkimustietoa alkoholin vähittäismyynnin hintavaikutuksista on vähän. Lisäksi esimerkiksi Yhdysvalloissa toteutettujen uudistusten kokemuksia voidaan soveltaa Suomeen vain rajallisesti, sillä siellä alkoholimarkkinoiden rakenne on hyvin erilainen kuin Suomessa. Sääntelyuudistuksiin on usein yhdistynyt myös veromuutoksia, joka hankaloittaa hintavaikutusten arviointia.
- Suomessa viime vuosina toteutettujen alkoholilain uudistusten perusteella viinien vähittäismyynnin vapautuksella voisi olla niiden hintoja laskeva vaikutus. Vuoden 2018 ja 2024 uudistukset ovat laskeneet vapautettujen tuotteiden hintoja keskimäärin muutamia prosentteja. Tarjolle on tullut myös aiempaa edullisempia tuotteita ja myynti vaikuttaa painottuneen halvemman pään tuotteisiin.
- Arviomme mukaan yli 8-prosenttisten viinien vapautuksella voisi olla samansuuntaisia vaikutuksia niiden hintoihin kuin Suomen aiemmilla alkoholilainsäädännön uudistuksilla, eli vapauttaminen todennäköisesti laskisi hiukan myytyjen viinien keskimääräisiä hintoja. Etenkin edullisimmat myydyt viinit olisivat todennäköisesti nykyistä halvempia. Vaikutus vähittäismyyntihintoihin ei kuitenkaan tule arviomme mukaan olemaan suuri (esim. >10 % lasku). Verojen osuus alkoholijuomien hinnasta on merkittävä, mikä vähentää mahdollisuuksia laskea hintoja huomattavasti nykyisestä.

Viinien myynnin vapauttamisen vaikutus valikoimiin

- Kokemukset Yhdysvaltojen alkoholin vähittäismyynnin vapautuksista ja Suomen viimeaikaisista alkoholilainsäädännön muutoksista viittaavat siihen, että vähittäismyynnin vapauttaminen kasvattaa kuluttajille tarjolla olevien erilaisten alkoholijuomien määrää.
- Asiakkaille tarjolla oleva tuotemäärä kasvaa erityisesti siitä syystä, että eri toimijoiden valikoimat eroavat toisistaan ja niiden yhteenlaskettu nimikemäärä on selvästi suurempi kuin yksittäisellä toimijalla.
- Suomessa suurten ja keskisuurten päivittäistavarakauppojen valikoimat ovat olleet kilpailulle vapautetuissa tuotteissa laajempia kuin Alkon mediaanimyymälässä. Alkon mediaanimyymälän kokonaisnimikemäärä on kuitenkin suurempi kuin suurissa päivittäistavarakaupan myymälöissä keskimäärin.
- Kauppojen myymäläkohtaiset valikoimat voisivat jonkin verran kasvaa, jos viinien myynti vapautettaisiin, mutta tilojen rajallisuuden vuoksi valikoimiin tulevat uudet viinit tulisivat todennäköisesti jossain määrin pienentämään miedompjen juomien valikoimia.
- Arvioimme, että viinien vähittäismyynnin vapauttamisen myötä Suomessa myytäisiin nimikemäärällä mitattuna enemmän erilaisia viinejä kuin aiemmin ja kauppojen myymäläkohtaiset valikoimat jonkin verran kasvaisivat. Myymälätasolla päivittäistavarakaupan viinivalikoimat eivät kuitenkaan välttämättä yltäisi Alkojen nykyvalikoimien tasolle muutoin kuin suurimmissa myymälöissä.
 - Ada Insights on [tarkastellut](#) alkoholijuomien valikoimia mm. Virossa, jossa viinien ja väkevien myynti on sallittua päivittäistavarakaupassa. Kahdessa tarkastelussa olleessa Virossa sijaitsevassa hypermarketissa alkoholivalikoimien koko oli noin 1 400 nimikettä ja niistä viinejä oli noin 500–600 nimikettä. Hankkimamme aineiston perusteella tyypillisessä suuressa päivittäistavarakaupan myymälässä on Suomessa hiukan yli 800 alkoholituotetta ja näistä (enintään 8-prosenttisia) viinejä on noin 150 nimikettä. Mediaani-Alkossa erilaisia viinejä on tällä hetkellä noin 600 nimikettä ja alkoholituotteita yhteensä noin 1 100.

Viinien myynnin vapauttamisen vaikutus alkoholijuomien saatavuuteen

- Viinien myynnin vapauttaminen parantaisi viinien saatavuutta. Vähittäismyyntipisteiden määrä yli 10-kertaistuisi ja keskimääräinen etäisyys lähimpään viiniä myyvään myymälän suunnilleen puolittuisi. Vaikutus saatavuuteen olisi vähäisempi, jos viinien myynti sallittaisiin vain myymälän sisällä erillisissä tiloissa, jolloin viinit todennäköisesti tulisivat valikoimiin vain isommissa päivittäistavarakaupoissa.
- Jos väkevät juomat säilyisivät Alkon yksinoikeudessa, viinien vapauttaminen heikentäisi väkevien saatavuutta, koska Alkon olisi pakko supistaa toimintaansa. Alko voisi joutua supistamaan myymäläverkostoaan huomattavasti. Etenkin isommat myymälämäärän vähenemiset tarkoittaisivat sitä, että väkevien saatavuus heikkenee merkittävästi monella suomalaisella.

Viinien myynnin vapauttamisen vaikutus myynnin rakenteeseen

- Suomen aiemmat alkoholilainsäädännön uudistukset ovat merkittäväällä tavalla vaikuttaneet alkoholimyynnin rakenteeseen. Uudistukset ovat ensinnäkin johtaneet siihen, että myyntiä on siirtynyt Alkosta päivittäistavarakauppaan. Myynnin siirtymiä on nähty myös tuoteryhmien välillä, kun vapautettujen tuotteiden myynti on merkittävästi kasvanut ja muiden tuotteiden myynti on samanaikaisesti vähentynyt.
- Viimeisimmissä uudistuksissa Alkon osuus vapautettujen tuotteiden myynnistä on painunut nopeasti alle 20 prosenttiin. Vuonna 2018 vapautetuissa tuotteissa Alkon osuus myynnistä on enää muutamia prosentteja. Arvioimme, että Alkon osuus Suomessa myydyistä viineistä putoaisi merkittävästi, jos 8–15-prosenttisten viinien myynti vapautettaisiin.
- Tuoteryhmien välisiä siirtymiä on hankalampi arvioida. Suomen viime vuosien alkoholilainsäädännön muutokset ovat vapauttaneet vain osia tietyn tuoteryhmän myynnissä, minkä vuoksi siirtymiä on nähty erityisesti tuoteryhmän sisällä ja huomattavasti vähemmän tuoteryhmien välillä. Viinien myynnin vapauttaminen olisi luonteeltaan hyvin erilainen uudistus, joka voisi aiheuttaa myös tuoteryhmien välisiä siirtymiä. Myös väkevien juomien saatavuuden heikkeneminen voisi aiheuttaa tuoteryhmien välisiä siirtymiä.

Viinien myynnin vapauttamisen vaikutus alkoholin kokonaiskulutukseen - Vaikutusmekanismit

- Kuten edellä todettiin, on viinien myynnin vapauttamisen vaikutusta tuoteryhmien välisiin myyntisiirtymiin vaikea arvioida. Tästä syystä arvioita vaikutuksesta alkoholin kokonaiskulutukseen on myös haastava tehdä.
- Viinien tulo päivittäistavarakauppoihin todennäköisesti kasvattaisi niiden myyntiä. On mahdollista, että vähintään osa tästä myynnin lisäyksestä olisi sellaista, ettei se korvaa mitään muuta alkoholin kulutusta. Yhdysvalloissa toteutetuissa viinien vähittäismyyntin vapautuksissa viinien myynti lisääntyi voimakkaasti, eikä muiden tuotteiden myynti juurikaan vähentynyt. Siten alkoholin kokonaiskulutus voisi hyvinkin lisääntyä.
- Alkoholin kokonaiskulutusta lisäävä vaikutus olisi myös sillä, että viinien myynnin vapauttaminen tarkoittaisi todennäköisesti sitä, että kaupoissa nyt myytävien 5,6–8,0-prosenttisten viinien myynti siirtyisi lähes kokonaan vahvempiin viineihin.
- Toisaalta 8,0–15-prosenttisten juomien myynnin vapauttaminen voisi vähentää Alkon asiakasmääriä ja korvata väkevien kulutusta kyseisillä juomilla. Väkevien juomien myynnin vähenemisellä olisi alkoholin kokonaiskulutusta vähentävä vaikutus.
- Esim. [Sherk ym. \(2023\)](#) ovat arvioineet, että viinien ja väkevien myynnin vapauttaminen kasvattaisi Suomen alkoholin kokonaiskulutusta yhdeksällä prosentilla. He eivät ole esittäneet arviota siitä, miten kulutus muuttuisi, jos vain viinien myynti vapautettaisiin.

Määrälliset arviot vaikutuksesta alkoholin kokonaiskulutukseen

Kulutetun 100-% alkoholin muutos		Väkevien myynnin muutos					
		0 %	-5 %	-10 %	-15 %	-20 %	-25 %
Viinien myynnin muutos	0 %	1,2 %	0,4 %	-0,4 %	-1,1 %	-1,9 %	-2,7 %
	10 %	2,8 %	2,1 %	1,3 %	0,5 %	-0,2 %	-1,0 %
	20 %	4,5 %	3,8 %	3,0 %	2,2 %	1,5 %	0,7 %
	30 %	6,2 %	5,4 %	4,7 %	3,9 %	3,1 %	2,4 %
	40 %	7,9 %	7,1 %	6,3 %	5,6 %	4,8 %	4,1 %
	50 %	9,6 %	8,8 %	8,0 %	7,3 %	6,5 %	5,7 %

Huomiot: Laskelmat pohjautuvat myyntiaineiston tietoihin vähittäismyynnin jakautumisesta eri tuoteryhmiin kesä-marraskuussa 2024. Laskelmissa hyödynnetään aineistosta laskettuja eri juomatyyppien keskimääräisiä alkoholipitoisuuksia. Pohjalla on oletus miedomprien viinien ja juomasekoitusten siirtymästä vahvempiin tuotteisiin. Laskelmissa oletetaan, ettei anniskelukulutuksessa, matkustajatuonnissa tai alkoholin verkko-ostoissa tapahdu muutoksia.

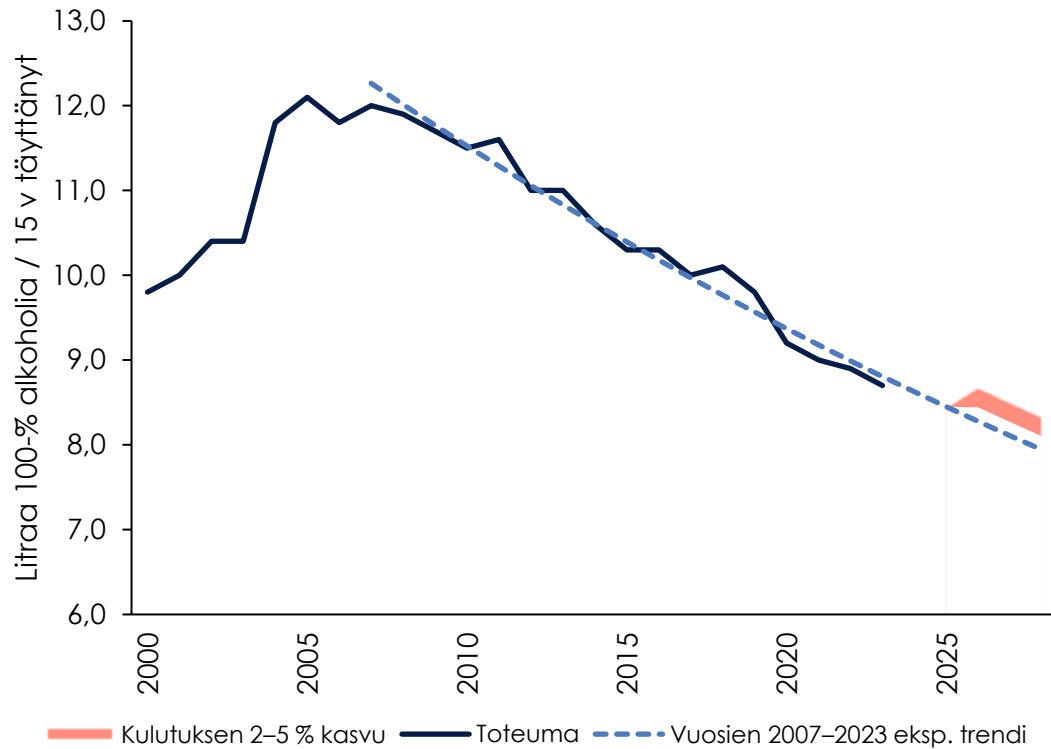
- Jos oletetaan, että kaikki nykyisin myyty 5,6–8,0-prosenttinen mietojen viinien myynti siirtyisi yli 8-prosenttisiin viineihin, nostaisi tämä viinikulutuksen väkevöityminen alkoholin kokonaiskulutusta noin prosentin. Jos taas oletetaan, että enintään 5,5-prosenttisista juomasekoituksista siirtyy kolme kertaa Alkon nykyistä yli 5,5-prosenttisten juomasekoitusten myyntiä vastaava määrä vahvempiin juomasekoituksiin, kasvattaa tämä kulutusta noin 0,2 prosenttia.
- Lisäksi voidaan esittää arvioita siitä, miten kokonaiskulutus muuttuisi erilaisissa myynnin kehitysskenaarioissa. Oheisessa taulukossa kuvataan, miten alkoholin kokonaiskulutus muuttuisi, jos viinien myynti lisääntyy 0–50 prosenttia ja väkevien myynti vähenee 0–25 prosenttia.
- Jos esimerkiksi viinien myynti lisääntyy 30 prosenttia ja väkevien vähenee 10 prosenttia, kasvaisi kokonaiskulutus 4,7 prosenttia, kun huomioidaan myös edellä kuvatut siirtymät. Jos viinien myynti lisääntyisi 50 prosenttia, eikä väkevien myynti vähenisi lainkaan, kasvaisi kokonaiskulutus n. 10 prosenttia.

Määrälliset arviot vaikutuksesta alkoholin kokonaiskulutukseen

	Kulutusmuutos	Selite
Skenaario 1	1,2 %	5,6–8-% viinien myynti siirtyy >8-% viineihin ja yli 5,5-prosenttisiin juomasekoituksiin siirtyy kolme kertaa Alkon myyntiä vastaava määrä miedommista juomasekoituksista
Skenaario 2	2,8 %	Skenaario 1 + viinien myynti +10 %, ei muita muutoksia
Skenaario 3	3,8 %	Skenaario 1 + viinien myynti +20 %, väkevien –5 %, panimotuotteissa ei muutosta
Skenaario 4	3,8 %	Skenaario 1 + viinien myynti +30 %, väkevien –10 %, panimotuotteiden –2 %
Skenaario 5	3,8 %	Skenaario 1 + viinien myynti +40 %, väkevien –15 %, panimotuotteiden –4 %
Skenaario 6	3,9 %	Skenaario 1 + viinien myynti +50 %, väkevien –20 %, panimotuotteiden –6 %

- Edellisen sivun taulukossa kaikki viinien myynnin kasvun ja väkevien myynnin vähenemisen kombinaatiot esitettiin periaatteessa yhtä todennäköisinä. Lisäksi siinä oletettiin, ettei panimotuotteiden myynnissä tapahdu muutoksia.
- Todellisuudessa kaikki edellisen kuvan taulukon yhdistelmät eivät kuitenkaan ole yhtä todennäköisiä. On esimerkiksi epätodennäköistä, että väkevien myynti vähenisi merkittävästi ilman, että viinien myynnissä tapahtuu muutoksia.
- Oletettavasti tuoteryhmien myynnin muutokset menevät jossain määrin käsi kädessä. Viinien myynnin suurempi kasvu aiheuttaa todennäköisesti suuremman väkevien ja panimotuotteiden myynnin vähenemän.
- Oheisessa taulukossa havainnollistetaan, miten kokonaiskulutus muuttuu, jos tuoteryhmien myyntien kehitykselle oletetaan edellä kuvatun kaltainen käänteinen suhde.

Määrälliset arviot vaikutuksesta alkoholin kokonaiskulutukseen



- Alkoholin kokonaiskulutus on viime vuosina laskenut nopeassa tahdissa. Tämä kehityksen voidaan olettaa jatkuvan myös tulevaisuudessa.
- Edellä esitettyjen skenaariolaskelmien pohjalta arvioimme, että viinien myynnin vapauttaminen voisi kuitenkin kasvattaa alkoholin kokonaiskulutusta n. 2–5 prosentilla.
- Oheisessa kuviossa on havainnollistettu sitä, miten kulutus voisi tulevaisuudessa kehittyä, jos kulutuksen väheneminen jatkuisi viime vuosien tapaan, mutta vuonna 2026 toteutettaisiin alkoholin kulutusta 2–5 prosenttia lisäävä uudistus.
 - Viiden prosentin kasvu suhteessa trendiennusteeseen nostaisi kulutuksen suunnilleen vuoden 2023 tasolle.
 - Kuviossa trendiennusteena käytetään vuosilta 2007–2023 määritettyä eksponenttisovitetta.

7.2 Vaikutukset kuluttajille, yrityksille ja julkiselle taloudelle sekä alkoholihaittoihin

Vaikutukset kuluttajille

Johdanto

- Viinien myynnin vapauttamisella olisi kuluttajille mm. seuraavia hyötyjä:
 - **Halvemmat hinnat:** Viinien myynnin vapauttaminen voisi aikaisempien kokemusten perusteella laskea kuluttajahintoja keskimäärin noin 5-10 prosenttia.
 - **Yhden luukun ostamisen hyödyt:** Viinien myynnin vapauttamisen jälkeen kuluttajat voisivat ostaa viiniä päivittäistavarakaupasta ilman, että heidän tarvitsisi asioida erikseen Alkossa.
 - **Lyhyempi etäisyys lähimpään viinimyymälään:** Viinien myynnin vapauttaminen johtaisi siihen, että kuluttajat pystyisivät ostamaan viiniä hieman aiempaa lähempää. Toisaalta etäisyys lähimpään väkeviä myyvään vähittäismyymälään voisi hieman kasvaa, koska Alko joutuisi todennäköisesti supistamaan verkostoaan.
 - **Mahdollisuus valita itselleen mieluisin tuote:** Viinien myynnin vapauttaminen laajentaisi kuluttajien mahdollisuuksia ostaa erilaisia alkoholijuomia päivittäistavarakaupassa, ja sitä kautta johtaisi siihen, että he pystyivät ostamaan itselleen mieluisampia alkoholituotteita päivittäistavarakaupassa asioidessaan. Toisaalta joidenkin kuluttajien kohdalla tarjolla oleva tuotevalikoima voi supistua, jos läheisyydessä oleva Alko sulkeutuu.
- Alkoholin kulutus aiheuttaa kuluttajille myös haittoja. Seuraavassa tarkastellaan kuitenkin alkoholista koituvia kuluttajahyötyjä ja haittoja erikseen.
 - Alkoholin kuluttajahyötyjä on arvioitu vastaavasti kuin minkä tahansa muun kulutushyödykkeen kuluttamisesta aiheutuvia hyötyjä.
 - Alkoholihaittojen tarkastelussa huomioidaan mm. alkoholista aiheutuvat terveydenhuollon kustannukset ja työkyvyn alentumisesta koituvat haitat.

Arviot kuluttajahyötyjen mittaluokasta

- Yhden luukun ostamisen hyötyjä on arvioitu hyödyntäen yhdysvaltalaisia tutkimuksia. Näissä tutkimuksissa yhden luukun ostamisen hyötyjen on arvioitu olevan noin 3–5 €/ostokerta. Näitä lukuja hyödyntämällä voidaan arvioida, että viinien vapauttamisen mahdollistaman yhden luukun ostosten kuluttajahyöty olisi noin 40–70 miljoonaa euroa vuodessa. Yhdysvaltoja koskevat tulokset eivät välttämättä yleisty Suomeen, koska Suomen ja Yhdysvaltojen markkinat ovat erilaisia. Suomessa Alkot sijaitsevat usein samassa rakennuksessa päivittäistavarakaupan kanssa ja tästä syystä ostosten keskittämisen hyöty voi jäädä Suomessa käytännössä Yhdysvaltoja pienemmäksi.
- Uudistuksen hintavaikutushyötyjen kokoluokkaa voidaan havainnollistaa seuraavasti: Jos oletetaan, että viinejä myydään 700 miljoonalla eurolla ja niiden hinnat laskisivat viisi prosenttia, olisi kuluttajien suora säästö 35 miljoonaa euroa vuodessa.
- Arvioidemme mukaan kuluttajat voisivat uudistuksen myötä vähentää viineihin liittyviä ostosmatkojaan yhteensä 8–14 miljoonaa kilometriä vuodessa. Jos oletetaan, että säästetyn kilometrin arvo on 1 €/km, olisi etäisyysmuutoshyötyjen arvo noin 8–14 miljoonaa euroa. Alkon verkoston supistuminen voisi kuitenkin pienentää tätä hyötyä noin 1–13 miljoonalla eurolla.
- Viinien myynnin vapauttaminen voisi myös kasvattaa viinien kulutusta ja mahdollistaa tuotteiden oston laajemmasta valikoimasta. Näiden hyötyjen euromääräistä arvoa emme kuitenkaan ole pystyneet arvioimaan.
- Kokonaisuudessaan edellä haarukoidun perusteella kuluttajahyödyt viinien myynnin vapauttamisesta ovat joistain kymmenistä miljoonista euroista joihinkin satoihin miljooniin euroihin. Tarkan arvion tekeminen on haastavaa ja se perustuu väistämättä useisiin oletuksiin. Kuluttajahyötyjen kokoluokka riippuu joka tapauksessa viinien myynnin kulutuksen muutoksen suuruudesta: mitä suurempi muutos kulutuksessa, sitä suurempia ovat kuluttajahyödyt.
- Kuluttajahyötyjen arviointia on kuvattu tarkemmin liitteessä 2.

Yritysvaikutukset

Vaikutusmekanismien kuvailu

- Viinien vapauttamisella olisi vaikutusta alkoholien vähittäismyyjien voittoihin ja siihen, miten ne jakautuvat päivittäistavarakaupan ja Alkon välillä.
- Aiempien Suomessa toteutettujen uudistusten perusteella vapautettujen tuotteiden myynti keskittyy uudistuksen jälkeen päivittäistavarakauppaan. Tämän seurauksena Alkolle nykyisin vapautetuista tuotteista kertyvää myyntikatetta siirtyy päivittäistavarakauppaan.
- Vuoden 2018 alkoholilain uudistuksessa vapautettujen 4,8–5,5-prosenttisten tuotteiden myyntikatteet olivat päivittäistavarakaupassa keskimäärin samaa tasoa kuin Alkossa ennen uudistusta. ([Anttinen ym., 2024](#)) Tämän perusteella myynnin vapauttamisella ei välttämättä ole suurta vaikutusta viinien vähittäismyyntin myyntikatteisiin.
- Vuoden 2018 uudistuksen yhteydessä vapautettujen tuotteiden hinnat ovat laskeneet noin 5–10 prosenttia ja vaikuttaa siltä, että osa hintojen laskusta on ollut seurausta valmistajien laskeneista myyntihinnoista, eli toisin sanoen vähittäismyyjien alentuneista ostohinnoista. ([Anttinen ym., 2024](#))
- Aiemmista uudistuksista saatujen kokemusten perusteella vapautettujen tuotteiden myynti on merkittävästi lisääntynyt, mutta samanaikaisesti muiden kategorioiden myynti on vähentynyt. Myös tällä korvautumisella voi olla vaikutuksia alkoholijuomien vähittäismyyjille.

Vähittäismyynnin myyntikatevaikutusten laskeminen

- Olemme tarkastelleet viinien myynnin vapautumisen vaikutuksia vähittäismyyjien katteisiin perustuen edellä käsiteltyihin aiempien uudistusten kokemuksiin. Jäljempänä esitetyt laskelmat perustuvat seuraaviin oletuksiin:
 - Uudistuksen jälkeen viinien hinnat (ALV 0 %) laskevat viisi prosenttia.
 - Vähittäismyynnin myyntikate laskee 2,5 prosenttiyksikköä. Käytännössä hintojen laskusta puolet selittyisi vähittäismyynnin katteen pienenemisellä ja puolet valmistajien veloittamien hintojen laskulla. Lisäksi on oletettu, että uudistuksen jälkeen myyntikatteet viineissä ovat samansuuruiset Alkossa ja päivittäistavara-kaupassa.
 - Viinien myynnin vapauttamisen jälkeen koko 2,8–8,0-prosenttisten viinien kategorian myynti korvaantuu vapautetun kategorian viinimyyntillä (8,0–15 %).
 - Uudistuksella ei ole vaikutusta panimotuotteiden myyntiin.
- Laskentamallissa on käytetty seuraavia karkeita lukuja:
 - Myyntikateprosentti on kaikissa viineissä lähtötilanteessa 20 ja väkevissä 11.
 - Vapautettujen viinien liikevaihto on 500 miljoonaa euroa, myyntivolyymi 45 miljoonaa litraa, jolloin keskimääräinen litrahinta on hieman yli 11 euroa (ennen ALV:tä). Uudistuksen jälkeen viinien myyntikate on 17,5 prosenttia ja litrahinta noin 10,6 euroa.
 - Mietojen viinien liikevaihto on 70 miljoonaa euroa ja myyntivolyymi 8 miljoonaa litraa, jolloin keskimääräinen litrahinta on 8,75 euroa.
 - Väkevien liikevaihto on 500 miljoonaa euroa, myyntivolyymi 20 miljoonaa litraa, jolloin litrahinta on 25 euroa (ennen ALV:tä).

Yhteenvedo arvioiduista vähittäismyynnin myyntikatteen muutoksista

- Viereisessä taulukossa on esitetty vähittäismyynnin myyntikatteen muutos miljoonissa euroissa eri skenaarioilla viinien ja väkevien myynnin kehityksestä. Laskelmassa on käytetty edellisellä sivulla kuvattuja oletuksia ja parametrejä.
- Jos väkevien ja viinien myyntimäärät eivät lainkaan muutu, myyntikate laskee nykyisestä. Tämä on seurausta siitä, että laskelmassa on oletettu viinien myyntikateprosentin laskevan. Lisäksi viinien hintojen lasku pienentää vähittäismyynnin euromääräistä katetta. Toisaalta 2,8–8,0-prosenttisten viinien myynnin siirtyminen vahvempiin viineihin, joiden euromääräinen kate on mietoja viinejä suurempi, kasvattaa katekertymää.
- Alkon liikevaihto vuonna 2023 oli noin 1,2 miljardia euroa ja PTY on [raportoinut](#), että alkoholijuomien myynti päivittäistavarakaupassa vuonna 2024 oli noin 1,8 miljardia euroa. Tällä hetkellä alkoholin vähittäismyynnin myyntikate on siis todennäköisesti yhteensä noin puolisen miljardia euroa. Tähän suhteutettuna muutokset vähittäismyynnin voitoissa ovat suhteellisen suurillakin myynnin muutoksilla pieniä. Jos esimerkiksi viinien myynti kasvaisi 30 prosenttia ja väkevien laskisi viisi prosenttia, kasvaisi vähittäismyyjien myyntikate kuudella miljoonalla eurolla, joka on vain reilun prosentin arvioidusta alkoholimyynnin myyntikatteesta.
- Vastaava tarkastelu on tehty myös niin, että vapautettujen viinien keskihinta ja myyntikateprosentti on pidetty uudistusta edeltävällä tasolla. Silloin esimerkiksi skenaariossa, jossa vapautettujen viinien myynti kasvaa 30 prosenttia ja väkevien laskee 5 prosenttia, vähittäismyynnin voitot kasvavat 34 miljoonalla eurolla.

Myyntikatteen muutos (M€)		Väkevien myynnin muutos					
		0 %	-5 %	-10 %	-15 %	-20 %	-25 %
Viinien myynnin muutos	0 %	-16	-19	-22	-24	-27	-30
	10 %	-8	-11	-13	-16	-19	-22
	20 %	1	-2	-5	-8	-10	-13
	30 %	9	6	3	1	-2	-5
	40 %	17	14	12	9	6	3
	50 %	25	23	20	17	14	12

Vaikutukset Alkolle ja päivittäistavarakaupoille

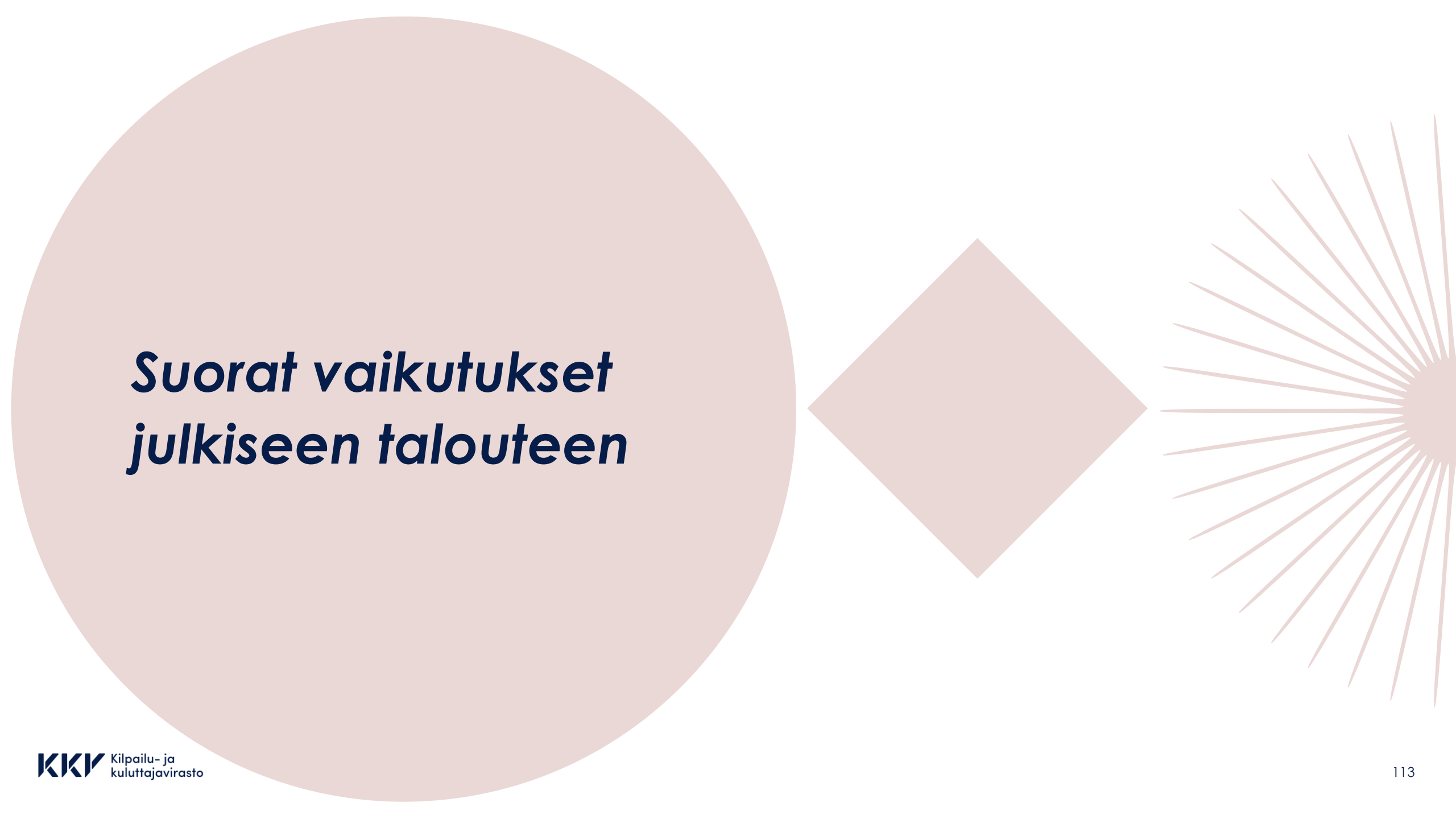
- Edellä tarkasteltiin vähittäismyynnin myyntikatteen muutoksia kokonaisuutena, eikä siinä eroteltu vaikutusta Alkoon ja päivittäistavarakauppoihin.
 - Edellä osiossa 4 tehdyssä analyysissä tarkasteltiin erikseen viinien myynnin vapauttamisen vaikutusta Alkon kannattavuuteen. Eri tarkasteluissa Alkon liikevoitto pieneni useilla kymmenillä miljoonilla euroilla. Käytännössä päivittäistavarakaupan voitot kasvaisivat suurin piirtein samassa suhteessa. Niissä skenaarioissa, joissa vaikutus vähittäismyynnin voittoihin olisi positiivinen, olisi päivittäistavarakaupan voittojen kasvu Alkon voittojen laskua suurempaa.
 - Kuten osiossa 4 todettiin, olisi nykymallisen Alkon jatko viinien myynnin vapauttamisen jälkeen epävarma ja se voisi joutua miettimään liiketoimintamallinsa kokonaan uudestaan.
- Edellinen tarkastelu on keskittynyt myyntikatteeseen, eli käytännössä on oletettu, että viinien myynnin vapauttamisella ei olisi vaikutusta toimijoiden muihin kuluihin kuin suoriin tavaraostoihin.
 - Osiossa 4 käsiteltysti Alko todennäköisesti joutuisi sopeuttamaan toimintaansa ja se osaltaan pienentäisi viinien myynnin vapauttamisen negatiivista vaikutusta Alkon kannattavuuteen.
 - Päivittäistavarakaupassa viinien myynti todennäköisesti syrjäyttäisi ainakin jossain määrin muuta myyntiä ja siten vaikutus kokonaiskannattavuuteen voisi jäädä edellä hahmoteltua pienemmäksi. Toisaalta arvioissa ei ole huomioitu sitä, että kun käynnit päivittäistavarakauppaan viinien myynnin vapautumisen myötä hieman lisääntyisivät, voisi se lisätä muiden tuotteiden myyntiä. Tällaisesta vaikutuksesta on saatu viitteitä Yhdysvalloissa toteutetuissa alkoholimyynnin vapautuksissa (ks. esim. [He, 2022](#)).

Vaikutukset päivittäistavarakaupan kilpailutilanteeseen

- Alkon sijainti voi jossain määrin ohjata sitä, missä päivittäistavarakaupan myymälässä kuluttajat asioivat. Tällä voi puolestaan olla vaikutusta päivittäistavarakaupan toimijoiden väliseen kilpailuun.
 - Alko [julkaisee](#) tilastoja siitä, miten sen myymälät sijaitsevat eri kaupanalan toimijoiden myymälöiden yhteydessä. Alkon myymälöiden sijainnit pt-kaupan toimijoiden myymälöiden yhteydessä heijastelee pt-kaupan toimijoiden [markkinaosuuksia](#). S-ryhmän ja K-ryhmän myymälöiden yhteydessä sijaitsevien Alkojen osuus pt-kaupan myymälöiden yhteydessä sijaitsevista Alkoista on kuitenkin jonkin verran niiden yhteenlaskettua markkinaosuutta korkeampi. Tämä voi kuitenkin selittyä liiketiloilla, joiden yhteydessä päivittäistavarakaupan myymälät sijaitsevat. Kaikkien päivittäistavarakauppojen yhteydessä ei ole sellaisia tiloja, johon Alkon olisi ylipäättään mahdollista sijoittautua.
- Jos viinien myynti vapautuu ja Alkon asiakasmäärät sen myötä vähenevät, Alkon myymälän sijainnin mahdollinen vaikutus päivittäistavarakauppojen väliseen kilpailuun samalla pienenee.

Vaikutukset viinin valmistajiin ja tavarantoimittajiin

- Viinien myynnin vapauttaminen vaikuttaisi myös alkoholin valmistajiin ja maahantuojiin. Aikaisemmat kokemukset viittaavat siihen, että vapautetuissa tuotteissa valmistajien ostohinta on hieman laskenut. Näin oletettiin myös edellä tehdyissä laskelmissa. Valmistajien myyntihintojen lasku lähtökohtaisesti pienentää valmistajien voittoja.
- Osittain aikaisemmat kokemukset ovat saattaneet heijastella sitä, että aikaisemmat uudistukset ovat lisänneet merkittävästi tiettyjen tuotteiden menekkiä ja siten saattanut johtaa isompiin valmistuseriin ja matalampiin valmistuskustannuksiin, jotka ovat heijastuneet valmistajien perimiin hintoihin. Viineissä vastaava vaikutus olisi todennäköisesti pieni, koska niitä ei valmisteta Suomessa ja Suomen osuus kulutuksesta on pieni. Toisaalta esimerkiksi maahantuonnin kustannuksissa saattaisi näkyä se, että viinejä ostettaisiin Suomeen isommissa volyymeissa.
- Viinien myynnin vapauttaminen voisi kokonaisuudessaan kasvattaa alkoholin vähittäismyyntiä. Tämä lähtökohtaisesti kasvattaa alkoholin valmistajien voittoja. Toisaalta viinien myynnin vapauttaminen johtaisi aikaisempien kokemusten valossa siihen, että viinien kulutus keskittyisi vahvasti päivittäistavarakauppaan. Päivittäistavarakaupassa myydään Alkoon verrattuna enemmän halvemman hintaluokan tuotteita, joissa euromääräinen kate jää pienemmäksi.
- Kokonaisuudessaan viinien myynnin vapauttamisella olisi eri suuntaisia vaikutuksia valmistajien ja maahantuojien voittoihin. Koska vaikutus kokonaiskulutukseen olisi todennäköisesti jonkin verran positiivinen, voidaan ajatella viinien vähittäismyyntin vapauttamisen lähtökohtaisesti hieman kasvattavan alkoholinvalmistajien ja maahantuojien voittoja. Tarkempien laskelmien tekeminen näistä vaikutuksista vaatisi kuitenkin tietoa siitä, miten valmistajien katteet vaihtelevat eri tuotteissa.
- Vaikutukset voivat myös vaihdella merkittävästi eri valmistajien ja tavarantoimittajien välillä. Päivittäistavarakauppojen valikoimaanotto eroaa Alkon valikoimaanotosta, ja jotkin toimijat voisivat jatkossa saada tuotteensa huonommin kauppojen valikoimiin kuin nyt Alkon valikoimiin. Toisaalta joidenkin toimijoiden voi olla helpompi saada tuotteensa hyllyvalikoimiin päivittäistavarakaupassa kuin Alkossa.



Suorat vaikutukset julkiseen talouteen

Alkoholiverokertymä

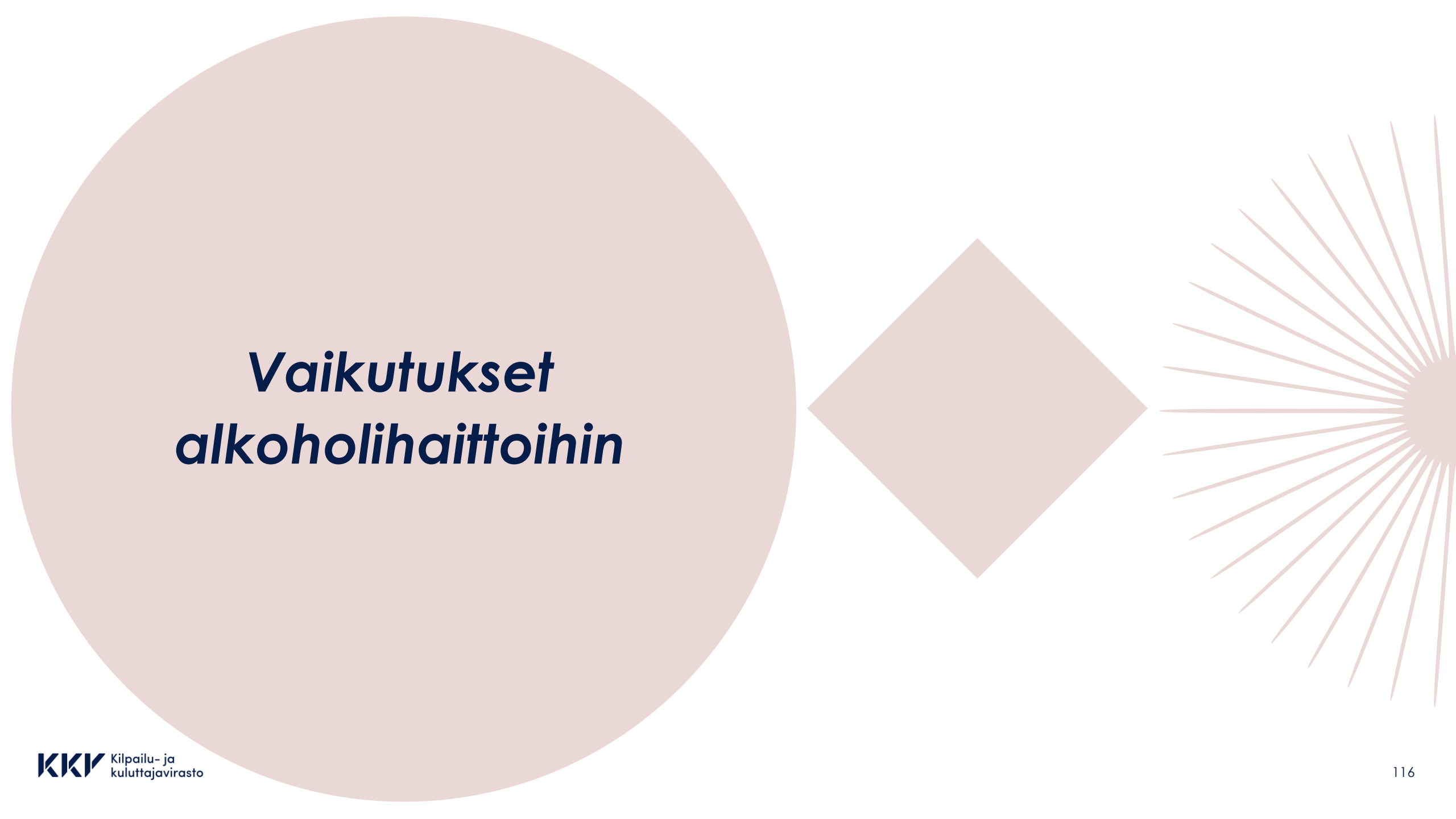
Vähittäismyynnin verokertymän muutos		Väkevien myynnin muutos					
		0 %	-5 %	-10 %	-15 %	-20 %	-25 %
Viinien myynnin muutos	0 %	0,0 %	-1,2 %	-2,3 %	-3,5 %	-4,6 %	-5,8 %
	10 %	1,7 %	0,5 %	-0,6 %	-1,8 %	-2,9 %	-4,1 %
	20 %	3,3 %	2,2 %	1,0 %	-0,1 %	-1,3 %	-2,4 %
	30 %	5,0 %	3,9 %	2,7 %	1,6 %	0,4 %	-0,8 %
	40 %	6,7 %	5,5 %	4,4 %	3,2 %	2,1 %	0,9 %
	50 %	8,4 %	7,2 %	6,0 %	4,9 %	3,7 %	2,6 %

Huomiot: Laskelmat pohjautuvat myyntiaineiston tietoihin vähittäismyynnin jakautumisesta eri tuoteryhmiin kesä-marraskuussa 2024. Verot on laskettu vuoden 2025 verotaulukon mukaisesti.

- Edellä kuvatuilla mahdollisilla viinien ja väkevien myynnin muutoksilla olisi vaikutuksia alkoholiverokertymään.
- Jos oletetaan, että kaikki nykyisin myyty 5,6–8,0-prosenttinen mietojen viinien myynti siirtyisi yli 8-prosenttisiin viineihin, nostaisi tämä vähittäismyynnin verokertymää noin prosentin.
- Tämän lisäksi esimerkiksi 30 prosentin viinien myynnin lisäys ja väkevien viiden prosentin myynnin vähenemä kasvattaisi vähittäismyynnin verokertymää noin neljän prosentin.
- Alkoholiverokertymä on ollut viime vuosina noin 1,5 miljardia euroa. Jos oletetaan, että tästä 75 prosenttia tulee vähittäismyynnistä, tarkoittaisi neljän prosentin vähittäismyynnin verokertymän kasvu noin 40 miljoonan euron lisäverotuloja.

Muut suorat julkistaloudelliset vaikutukset

- Osiossa 4 kuvatusti viinien myynnin vapauttaminen heikentäisi Alkon kannattavuutta ja siten myös sen osingonmaksukykyä. Alko on maksanut viime vuosina valtiolle noin 40 miljoonaa euron vuotuiset osingot. Alkon kannattavuus on kuitenkin viime vuosina heikentynyt, joten se ei välttämättä pystyisi maksamaan enää vastaavan suuruisia osinkoja tulevaisuudessa, vaikka viinien myyntiä ei vapautettaisi. Viinien myynnin vapauttaminen voisi kuitenkin tarkoittaa joitain kymmeniä miljoonia euroa pienempiä vuotuisia osinkotuloja valtiolle.
- Arvioitu vähittäismyynnin voittojen kasvu voisi kasvattaa yhteisöverotuottoja. Tämä kasvu olisi kuitenkin esimerkiksi alkoholiverokertymän muutoksiin verrattuna vähäinen.
- Alkoholimyynnin lisääntyminen voisi kasvattaa alkoholimyynnin arvonlisäverokertymää. Toisaalta arvioitu hintojen lasku vähentäisi alkoholimyynnistä kertyvää arvonlisäveroa. Alkoholien kulutusmuutokset voisivat kuitenkin vaikuttaa myös muiden tuotteiden kulutukseen ja siten myös niiden arvonlisäverokertymään. Kokonaisarviota arvonlisäverokertymän muutoksista on vaikea esittää.



Vaikutukset alkoholihaittoihin

Alkoholista aiheutuvat haitat

- Alkoholista aiheutuu ihmisille ja yhteiskunnalle erinäisiä haittoja. Näitä ovat esim.:
 - Alkoholista aiheutuva psyykkinen ja fyysinen riippuvuus.
 - Alkoholista aiheutuvat kuolemat ja krooniset sairaudet.
 - Päihtyneiden liikenteessä aiheuttamat onnettomuudet.
 - Alkoholin käytöstä kärsivät usein myös perhe ja läheiset sekä erilaisten järjestyshäiriöiden myötä myös muut ihmiset.
 - Alkoholin aiheuttamat terveysongelmat kuormittavat terveydenhuoltoa ja alentavat ihmisten työkykyä, mistä puolestaan aiheutuu muun ohella taloudellisia kustannuksia yhteiskunnalle.
- Eri tahot ovat esittäneet erilaisia arvioita alkoholista yhteiskunnalle aiheutuvista kustannuksista.
 - [Päihdetilastollisen vuosikirjan \(2023\)](#) mukaan alkoholin yhteiskunnalle aiheuttamia välittömiä kustannuksia löytyi tilastoista vuonna 2020 noin 640–940 M€ arvosta. Arvio sisältää julkiselle sektorille aiheutuvia suoria kustannuksia, eikä se sisällä esimerkiksi ihmisten työkyvyn alenemiseen liittyviä haittoja.
 - [EHYT/FCG \(2024\)](#) ovat arvioineet, että alkoholista aiheutuu yhteiskunnalle 2 800 M€ vuotuiset kustannukset ja luku kasvaa 4 400 M€:oon, jos huomioidaan menetetty inhimillinen pääoma.
 - [OECD \(2021\)](#) on arvioinut, että alkoholin kulutuksen vuoksi Suomen BKT on noin 2,2 prosenttia alhaisempi kuin se olisi, jos alkoholia ei kulutettaisi. Vuoden 2023 BKT:stä laskettuna tämä tarkoittaa noin 6 miljardin euron BKT:n alenemaa.
 - Huom! Luvut eivät ole keskenään vertailukelpoisia, ts. ne eivät pyri arvioimaan täysin samaa asiaa.

Viinien myynnin vapauttamisen vaikutus alkoholista aiheutuviin haittakustannuksiin

- Emme ole muodostaneet omaa arviota alkoholin yhteiskunnalle aiheuttamista kustannuksista tai siitä, miten ne muuttuisivat, jos viinien myynti vapautettaisiin. Vaikutuksen mahdollista kokoluokkaa voidaan kuitenkin havainnollistaa muiden tekemien arvioiden pohjalta.
- Yksinkertaisimmillaan viinien myynnin vapauttamisen vaikutusta haittakustannuksiin voidaan haarukoida olettamalla kulutuksen ja haittakustannusten välille lineaarinen suhde. Tällöin esimerkiksi prosentin kulutuksen kasvu aiheuttaisi prosentin lisäyksen haittakustannuksiin. Kuten edellä todettiin, eri tahot ovat tunnistaneeet alkoholista aiheutuvan kustannuksia noin 0,6–6 miljardia euroa vuodessa. Olettamalla lineaarinen suhde kulutukselle ja haittoille, tarkoittaisi prosentin kulutuksen kasvu 6–60 miljoonan euron lisäystä haittakustannuksiin.
- [Sherk ym. \(2023\)](#) ovat arvioineet, että yhdeksän prosentin alkoholikulutuksen kasvu lisäisi Suomessa haittakustannuksia noin 290 M€ vuodessa. Puolestaan 16 prosentin kulutuksen väheneminen vähentäisi haittakustannuksia noin 380 M€ vuodessa. Näissä arvioissa prosentin kulutuksen muutos muuttaa haittakustannuksia noin 25–30 M€ vuodessa.
- Jos oletetaan, että viinien myynnin vapautumisen myötä kulutus lisääntyisi 2–5 prosenttia, kasvaisi eri tavoin määritetyt alkoholin haittakustannukset edellä kuvattuja arvoja käyttämällä noin 12–300 M€ vuodessa. Etenkään haarukan alapään lukemaan ei sisälly kaikkia alkoholista yhteiskunnalle aiheutuvia haittoja. Toisaalta haarukan yläpäässä mukaan luetaan epäsuoria kustannuksia, joiden määrälliseen arviointiin liittyy huomattavasti suurempia epävarmuuksia kuin suorien kustannusten arviointiin.

7.3 Yhteenveto arvioiduista vaikutuksista

Vaikutusalue	Arvio	Kompensoivien sääntelytoimenpiteiden vaikutus
Maantieteellinen saatavuus	Viiniä myyvien vähittäismyyntipisteiden määrä yli kymmenkertaistuu. Kuluttajien etäisyys lähimpään viiniä myyvään myyntipisteeseen laskee keskimäärin noin kaksi kilometriä. Vastaavasti etäisyys lähimpään väkeviä myyvään myyntipisteeseen kasvaa hieman. Väkeviä myyvien vähittäismyyntipisteiden määrä vähenee nykyisestä noin 20–50 prosenttia.	Jos viinien myynti sallittaisiin vain suljetuissa tiloissa, olisi uudistuksella pienempi vaikutus viinien maantieteelliseen saatavuuteen, koska viinit tulisivat silloin todennäköisesti myyntiin vain isompiin päivittäistavarakaupan myymälöihin. Väkevien saatavuuteen tulee vaikuttamaan keskeisesti Alkon kyky ylläpitää sen verkostoa. Eri sääntelytoimenpiteiden vaikutusta Alkon verkoston laajuuteen on käsitelty alla.
Valikoimat	Suomessa myytävien viininimikkeiden lukumäärä kasvaa nykyisestä. Keskimääräisessä päivittäistavarakaupassa viinien valikoima tulee olemaan pienempi kuin nykyisellään Alkossa. Hypermarketeissa viinien valikoima tulee todennäköisesti olemaan samalla tasolla tai jopa ylittämään keskimääräisen Alkon viinivalikoiman. Uudistuksen myötä tarjolle tulee aiempaa enemmän vahvoja juomasekoituksia.	Jos juomasekoitukset rajataan uudistuksen ulkopuolelle, niiden valikoimat eivät vastaavalla tavalla kasvaisi.
Hinnat ja myyntikatteet	Hinnat tulevat laskemaan 0–10 prosenttia. Halvimman viinin litrahinta tulee laskemaan 5–15 prosenttia. Viinien vähittäismyynnin myyntikate ja valmistajien myyntihinnat vähittäismyyjille voivat hieman laskea.	Jos veroja tullaan uudistuksen yhteydessä korottamaan, jää hintavaikutus pienemmäksi.
Vaikutus vähittäismyynnin rakenteeseen	Nykyisten miedompien viinien (enintään 8 %) kulutus tulee siirtymään lähes täysimääräisesti vapautettuihin viineihin (8–15 %). Myös juomasekoituksissa tulee tapahtumaan myynnin siirtymää vahvempiin juomiin. Viinien kulutus tulee kokonaisuudessaan kasvamaan 10–30 prosenttia ja selvästi yli puolet vapautettujen viinien myynnistä tapahtuu päivittäistavarakaupoissa. Väkevien kulutus laskee 5–20 prosenttia. Jos viinin kulutus kasvaa merkittävästi (yli 20 %), on tämä oletettavasti vähintään osittain siirtymää panimotuotteista.	Verojen korottaminen viinien vapauttamisen yhteydessä pienentää viinien myynnin kasvua. Viinien myynti tulee kuitenkin kasvamaan, vaikka uudistuksella ei olisi hintavaikutuksia. Väkevien kulutuksen muutos riippuu siitä, kuinka suureksi Alkon myymäläverkosto muodostuu uudistuksen jälkeen. Alko voi ylläpitää suurempaa verkostoa uudistuksen yhteydessä, jos väkevien hinnoittelukertomia nostetaan, etenkin jos hinnoittelukertoimien noston hintoja korottavaa vaikutusta kompensoidaan väkevien verotusta keventämällä. Myös viinien myynnin rajoittaminen erillisiin tiloihin pienentäisi myynnin siirtymää Alkosta päivittäistavarakauppaan ja osaltaan parantaisi Alkon mahdollisuutta ylläpitää kannattavasti laajempaa verkostoa. Jos uudistuksen yhteydessä ei sallittaisi vahvempien juomasekoitusten myyntiä päivittäistavarakaupassa, väkevien myynnin lasku voisi olla hieman vähäisempää.
Kokonaiskulutus	Kokonaiskulutus tulee kasvamaan 2–5 prosenttia.	Verojen nostaminen viinien vapauttamisen yhteydessä vähentäisi kulutuksen kasvua. Alkon verkoston koolla uudistuksen jälkeen on vaikutusta kokonaiskulutukseen. Mitä pienemmäksi Alkon verkosto supistuu, sitä heikompaa on väkevien saatavuus, joka puolestaan vähentää niiden kulutusta. Eri sääntelytoimenpiteiden vaikutusta Alkon verkostoon on käsitelty yllä. Juomasekoitusten rajaaminen uudistuksen ulkopuolelle pienentäisi hiukan kokonaiskulutuksen kasvua.

Vaikutusalue	Arvio	Kompensoivien sääntelytoimenpiteiden vaikutus
Yritykset	Vähittäismyyjien yhteenlasketut voitot tulevat kasvamaan muutamalla kymmenellä miljoonalla eurolla. Alkon liikevoitto laskee useita kymmeniä miljoonia euroja ja päivittäistavarakauppojen voitot tulevat kasvamaan. Viinin maahantuojien ja valmistajien voitot kasvavat etenkin, jos viinien myynnin kasvu on merkittävää.	Yritysten voitot ovat suurempia, jos muutos kulutuksessa on suurempi. Alla on listattu sääntelyvaihtoehtoja, joilla voidaan vaikuttaa kokonaiskulutuksen muutokseen. Kompensoivat sääntelytoimenpiteet vaikuttavat myös voittojen jakautumiseen päivittäistavarakaupan ja Alkon välillä. Juomataparajoitukset ja shop-in-shop -malli kasvattavat Alkon voittoja, mutta pienentävät uudistuksen vaikutusta päivittäistavarakaupan voittoihin.
Kuluttajat	Kuluttajahyödyt koostuvat mm. seuraavista tekijöistä: (i) kuluttajat voivat ostaa viiniä päivittäistavaraostosten yhteydessä ("yhden luukun hyödyt"), (ii) matka lähimpään viiniä myyvään vähittäismyyntipisteeseen lyhenee, (iii) viinien hintataso hieman laskee, ja (iv) kuluttajilla on mahdollisuus valita päivittäistavarakaupassa itselleen juoma aiempaa laajemmasta valikoimasta. Kokonaisuudessaan kuluttajaylijäämän kasvu tulee olemaan joistain kymmenistä miljoonista euroista muutamaan sataan miljoonaan euroon. Hyödyt ovat suurempia, jos vapautettujen juomien myynti merkittävästi kasvaa uudistuksen jälkeen.	Verotuksen kiristäminen pienentäisi kuluttajahyötyjen kasvua, mutta kuluttajat hyötyisivät uudistuksesta myös ilman, että sillä olisi suoraa vaikutusta hintoihin. Myynnin rajoittaminen erillisiin tiloihin pienentäisi uudistuksen vaikutusta asiakasmatkoihin ja siten osaltaan vähentäisi uudistuksen kuluttajahyötyjä. Shop-in-shop -malli tekisi viinien ostamisesta päivittäistavarakaupasta vähemmän sujuvaa ja vähentäisi sitä kautta uudistuksesta kuluttajille tulevaa hyötyä.
Vaikutukset julkisen sektorin tuloihin	Alkoholiverotuotot tulevat kasvamaan 20–60 miljoonaa euroa. Alkon maksamat osingot vähenisivät useammalla kymmenellä miljoonalla eurolla. Kokonaisuudessaan uudistuksella voi olla pieni positiivinen vaikutus valtion suoriin tuloihin.	Valtion tuloja voitaisiin pyrkiä kasvattamaan uudistuksen yhteydessä nostamalla vapautettujen tuotteiden verotusta. Alkon osingot ovat jo nykyisellään maltillisia verrattuna alkoholiverokertymään ja uudistuksen jälkeen ne tulisivat olemaan väistämättä hyvin pieniä, vaikka uudistuksen yhteydessä korotettaisiin väkevien hinnoittelukertoimia.
Alkoholihaitat	Kokonaiskulutuksen kasvu 2–5 prosentilla voi johtaa kymmenien tai jopa satojen miljoonien eurojen kasvuun alkoholihaitoissa.	Alkoholihaitat riippuvat osaltaan siitä, kuinka suuri on muutos kulutuksessa. Kulutuksen kasvu jää pienemmäksi, jos (i) uudistuksen yhteydessä kiristetään alkoholijuomien verotusta, (ii) vapautettujen tuotteiden myynti rajoitetaan erillisiin tiloihin (shop-in-shop -malli), (iii) Alkon verkoston koko pienenee merkittävästi, ja/tai (iv) juomasekoitukset rajataan uudistuksen ulkopuolelle.

Huomioita (1/2)

- Edellä tehtyihin arvioihin liittyy paljon epävarmuutta
 - Aiemmat uudistukset ovat olleet luonteeltaan erilaisia. Vuoden 2018 uudistuksessa päivittäistavarakauppaan vapautettiin juomia, joille oli pt-kaupassa jo valmiiksi tarjolla läheinen substituuatti (miedot oluet ja käymisteitse valmistetut lonkerot). Kesän 2024 uudistus koski puolestaan juomia, joiden kysyntä on ennen uudistusta ollut rajallista (miedot viinit).
 - Lisäksi alkoholihaittojen ja kuluttajahyötyjen suuruuteen liittyy itsessään merkittävää epävarmuutta. Tutkimuksissa ja selvityksissä on esimerkiksi päädytty hyvin erilaisiin arvioihin Suomen nykyisten alkoholihaittojen mittaluokasta. Tässä selvityksessä ei ole pystytty myöskään arvioimaan kaikkia viinien myynnin vapauttamiseen liittyviä kuluttajahyötyjä ja myös niihin eriin, joita on arvioitu, liittyy huomattavaa epävarmuutta.
- Edellä on oletettu, että väkevien myynti säilyisi Alkolla.
 - Tässä selvityksessä ei arvioitu olisiko tällainen järjestely mahdollinen EU-oikeudellisesti.
 - Jotta Alko voisi ylläpitää koko Suomen kattavaa verkostoa kannattavasti viinien vapauttamisen jälkeen (nykyisellä verotasolla ja hinnoittelukertoimilla), sen markkinaosuuden viineissä tulisi olla merkittävästi suurempi kuin Alkon nykyinen markkinaosuus vapautetuissa tuotteissa. On epäselvää missä määrin korkeamman markkinaosuuden säilyttäminen on realistista.

Huomioita (2/2)

- Selvityksessä ei olla eritelty vaikutuksia eri väestöryhmiin. Uudistuksen hyödyt ja haitat jakautuisivat todennäköisesti epätasaisesti väestössä.
 - Uudistus voisi lisätä alkoholin ongelmakäyttöä ja sitä kautta aiheuttaa haittaa alkoholiongelmaisille ja heidän läheisilleen.
 - Toisaalta uudistuksesta voisivat hyötyä erityisesti sellaiset henkilöt, joille alkoholin kulutuksesta ei aiheudu välittömiä haittoja, ja joille alkoholiostosten teko olisi uudistuksen jälkeen vaivattomampaa.
- Mahdolliset kompensoivat sääntelytoimenpiteet vaikuttavat uudistuksen hyötyihin ja haittoihin erisuuntaisesti.
 - Kompensoivat sääntelytoimenpiteet – kuten kireämpi verotus, myynnin rajoittaminen erillisiin tiloihin ja valmistustaparajoitukset – voisivat vähentää uudistuksen vaikutusta alkoholikulutukseen ja siten lieventää siitä aiheutuvia haittoja. Toisaalta nämä toimenpiteet vähentäisivät uudistuksesta kuluttajille ja yrityksille tulevia hyötyjä.

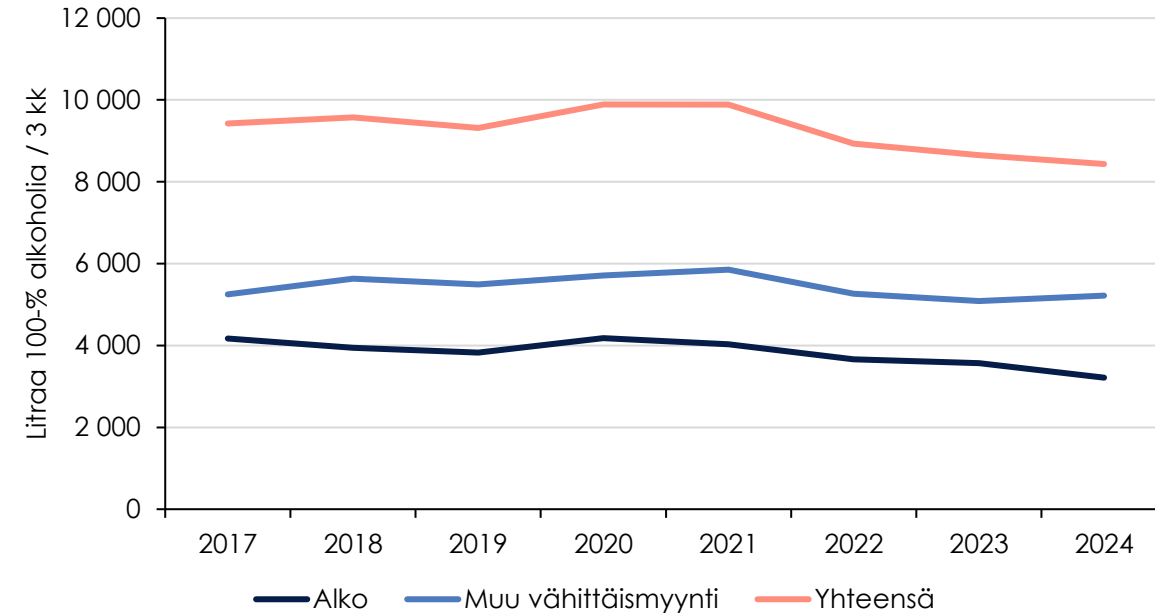
Liitteet

***Liite 1:
Vähittäismyynnin
kehitys Valviran
tilastojen valossa***

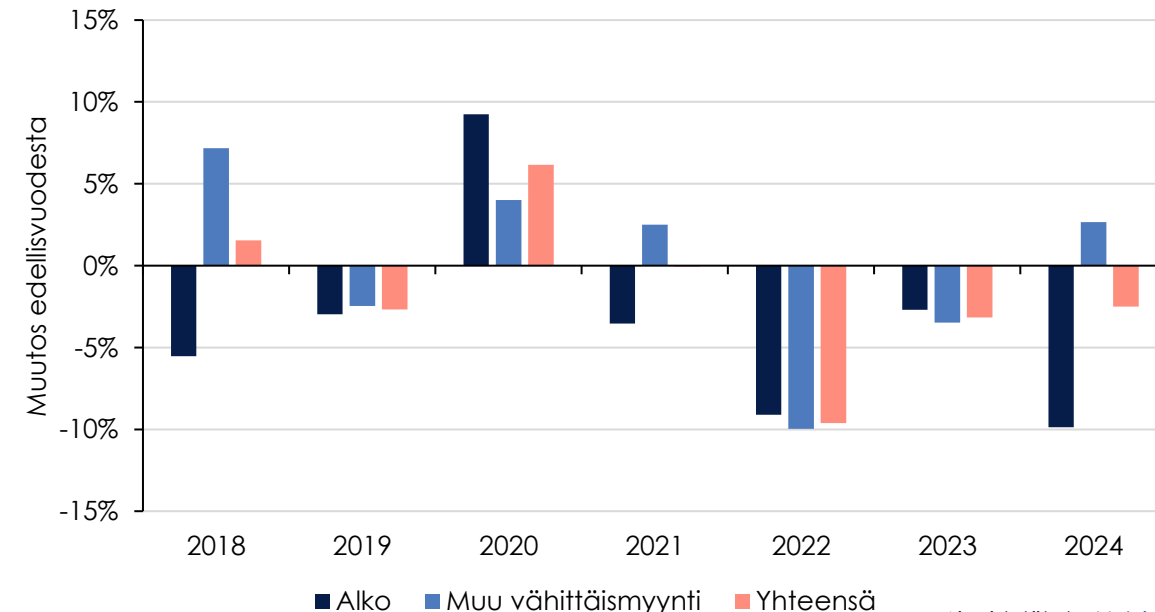
Puhtaan alkoholin myynnin kehitys

- Alkoholin vähittäismyynti on jatkanut kesällä 2024 laskua 100-prosenttisena alkoholina mitattuna. Vähittäismyynnin trendi on jatkunut samanlaisena kuin ennen uudistusta, mikä viittaisi siihen, ettei uudistus ole lisännyt puhtaan alkoholin vähittäiskulutusta.
- Kesä-elokuussa 2024 alkoholia vähittäismyytiin noin kolme prosenttia vähemmän kuin vuotta aikaisemmin samana ajankohtana.
- Myynti on vähentynyt erityisesti Alkossa. Muussa vähittäismyynnissä myynti on kasvanut kesällä 2024.

100-% alkoholin myynti kesä-elokuussa



100-% alkoholin myynti kesä-elokuussa



Vähittäismyyntin kehitys vuoden 2024 tammi-elokuussa

- Myös Valviran julkaisemien tietojen valossa kesällä 2024 päivittäistavarakaupan myyntiin vapautuneiden 5,6–8,0-prosenttisten alkoholijuomien myynti on kasvanut. Kasvua havaitaan kaikissa tuoteryhmissä.
- Samalla tätä miedompien ja vahvempien juomien myynti on vähentynyt, jonka vuoksi alkoholin litramääräinen myynti ei ole kokonaisuutena kasvanut.
- Toisin kuin KKV:n keräämä aineisto, Valviran aineisto ei suoraan mittaa vähittäismyyntiä, vaan se perustuu valmistus- ja tukkumyyntiluvan haltijoiden raportointiin myynteihin. Siten tiedot voivat esimerkiksi ajallisesti poiketa vähittäismyyjien raportoimista tiedoista.

Tammi-elokuun litramääräinen myynti, muutos vuodesta 2023 vuoteen 2024 (1 000 litraa)	Juoman vahvuus			
	≤5,5 %	5,6–8,0 %	>8,0 %	Yhteensä
Oluet	–3 539	2 560	21	–958
Siiderit	–968	84	–1	–885
Juomasekoitukset	546	1 009	0	1 555
Viinit	–221	1 886	–1 815	–150
Väkevät	-	-	–1 081	–1 081
Yhteensä	–4 182	5 539	–2 876	–1 519

Tammi-elokuun litramääräinen myynti, muutos vuodesta 2023 vuoteen 2024 (%)	Juoman vahvuus			
	≤5,5 %	5,6–8,0 %	>8,0 %	Yhteensä
Oluet	–1,7 %	245 %	2,5 %	–0,5 %
Siiderit	–7,7 %	61 %	–2,3 %	–6,9 %
Juomasekoitukset	1,3 %	184 %	0,0 %	3,8 %
Viinit	–34 %	272 %	–5,9 %	–0,5 %
Väkevät	-	-	–8,0 %	–8,0 %
Yhteensä	–1,6 %	229 %	–6,4 %	–0,5 %

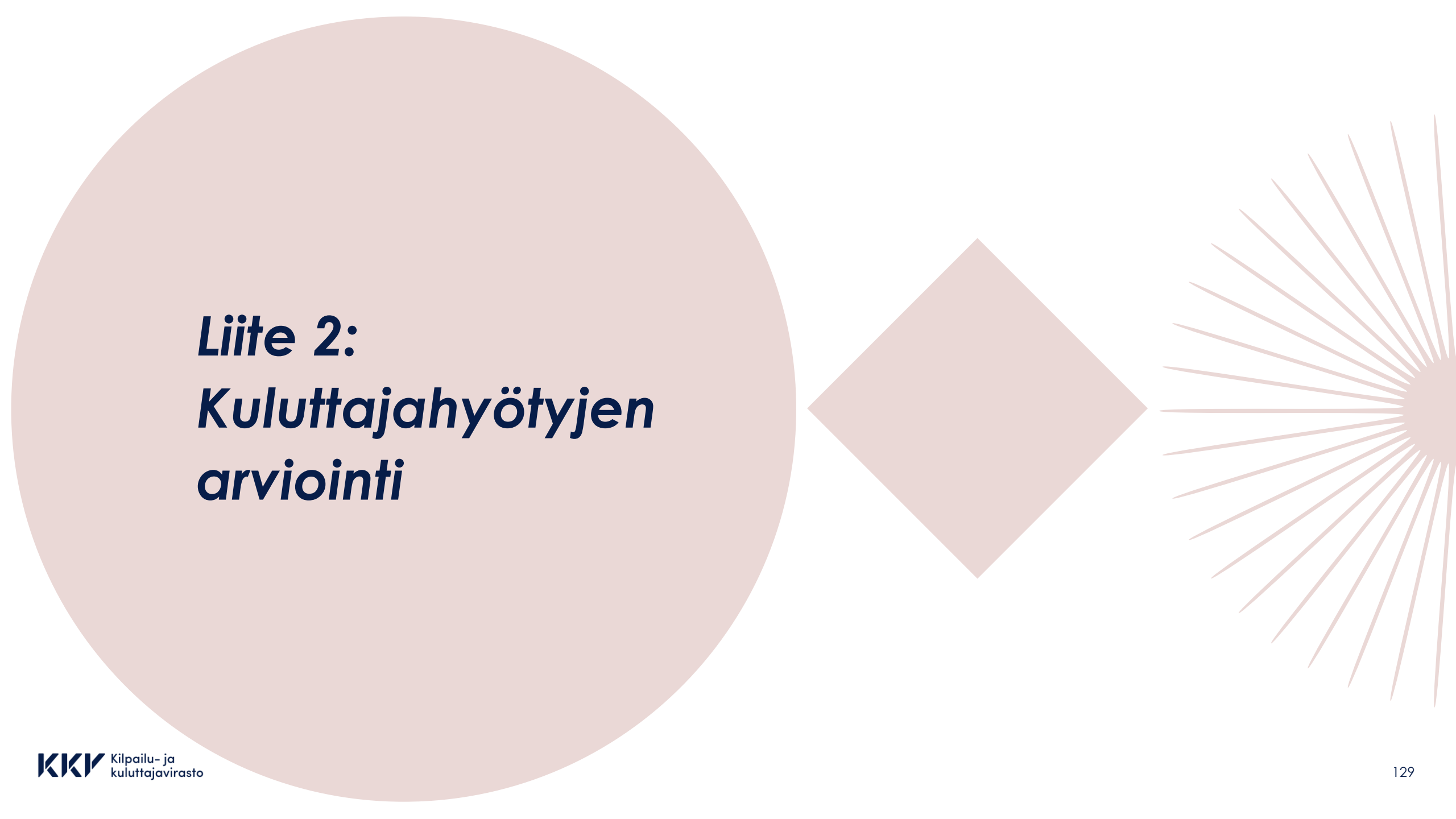
Vähittäismyynnin kehitys vuoden 2024 tammi-elokuussa myyntikanavittain

Alko

Tammi-elokuun litramääräinen myynti, muutos vuodesta 2023 vuoteen 2024 (1 000 litraa)	Juoman vahvuus			
	≤5,5 %	5,6–8,0 %	>8,0 %	Yhteensä
Oluet	247	-131	24	140
Siiderit	-7	-24	-1	-32
Juomasekoitukset	44	-53	0	-9
Viinit	-4	-52	-1 826	-1 882
Väkevät	-	-	-1 081	-1 081
Yhteensä	280	-260	-2 884	-2 864

Muu vähittäismyynti

Tammi-elokuun litramääräinen myynti, muutos vuodesta 2023 vuoteen 2024 (1 000 litraa)	Juoman vahvuus			
	≤5,5 %	5,6–8,0 %	>8,0 %	Yhteensä
Oluet	-3 786	2 691	-3	-1 098
Siiderit	-961	108	0	-853
Juomasekoitukset	502	1 062	0	1 564
Viinit	-217	1 938	11	1 732
Väkevät	-	-	-	-
Yhteensä	-4 462	5 799	8	1 345



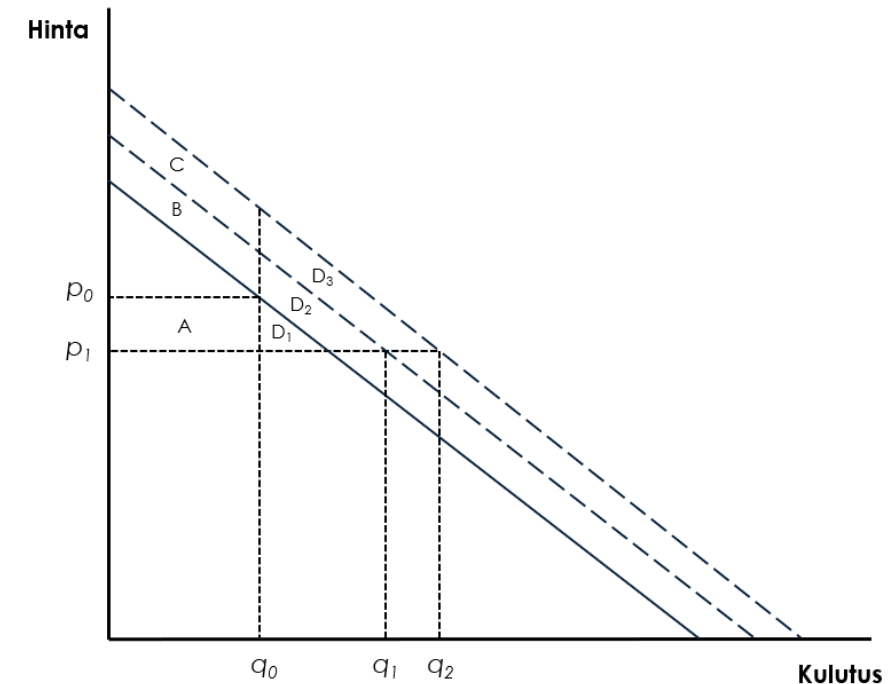
Liite 2: Kuluttajahyötyjen arviointi

Johdanto

- Viinien myynnin vapauttamisella olisi vaikutusta kuluttajiin:
 - **Halvemmat hinnat:** Viinien myynnin vapauttaminen voisi aikaisempien uudistusten kokemusten perusteella laskea kuluttajahintoja.
 - **Yhden luukun ostamisen hyödyt:** Viinien myynnin vapauttamisen jälkeen kuluttajat voisivat ostaa viiniä päivittäistavarakaupasta ilman, että heidän tarvitsisi asioida erikseen Alkossa.
 - **Lyhyempi etäisyys lähimpään viinimyymälään:** Viinien myynnin vapauttaminen johtaisi siihen, että kuluttajat pystyisivät ostamaan viiniä hieman aikaisempaa lähempää. Toisaalta etäisyys lähimpään väkeviä myyvään vähittäismyymälään voisi hieman kasvaa, koska Alko joutuisi todennäköisesti supistamaan verkostoaan.
 - **Mahdollisuus valita itselleen mieluisin tuote:** Viinien myynnin vapauttaminen laajentaisi kuluttajien mahdollisuuksia ostaa erilaisia alkoholijuomia päivittäistavarakaupassa, ja sitä kautta johtaisi siihen, että kuluttajat pystyvät ostamaan itselleen päivittäistavarakaupassa asioidessaan mieluisampia alkoholituotteita. Toisaalta joidenkin kuluttajien kohdalla tarjolla oleva tuotevalikoima voi supistua, jos läheisyydessä oleva Alko sulkeutuu.
- Huom! Tässä liitteessä alkoholin kuluttajahyötyjä on tarkasteltu vastaavasti kuin minkä tahansa muun kulutushyödykkeen kuluttamisesta aiheutuvia hyötyjä. Alkoholin kulutuksesta kuitenkin aiheutuu merkittäviä haittoja. Näitä haittoja on käsitelty edellä osiossa 7.2.

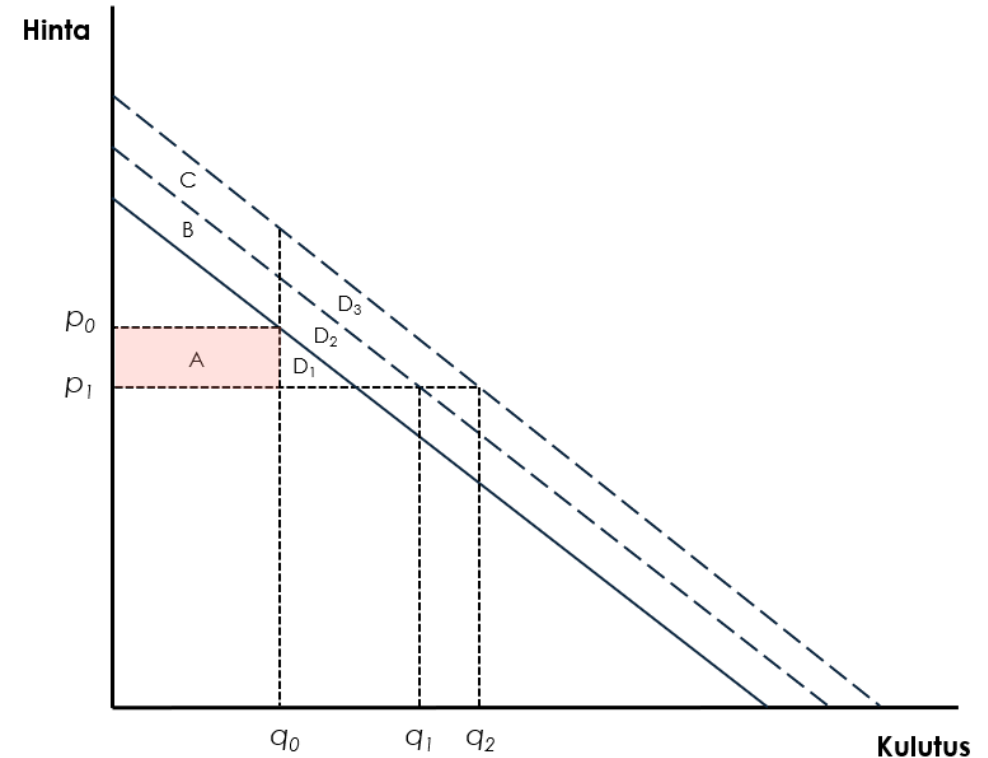
Kuluttajahyötyjen osa-alueet

- Kuluttajahyötyjen arviointia voidaan havainnollistaa oheisella kuvaajalla. Kuvassa havainnollistetaan hinnan alenemisen ($p_0 \rightarrow p_1$) vaikutusta sekä sitä, miten yhden luukun ostamisen mahdollistuminen, lyhyemmät ostosmatkat ja laajemmat valikoimat siirtävät kysyntäkäyrää oikealle (kaksi katkoviivaa).
- Näistä johtuen kuluttajaylijäämä lisääntyy. Kuluttajaylijäämän kokonaismuutos koostuu seuraavista osatekijöistä:
 - A = Nykyisen kulutuksen hintasäästön hyödyt
 - B = Nykyisen kulutuksen yhden luukun ostamisen hyödyt
 - C = Nykyisen kulutuksen valikoima- ja matkasäästöhyödyt
 - D_1 = Niiden lisäkulutuksen hyöty, jotka lisäävät kulutusta pelkän hinnan laskun vuoksi
 - D_2 = Niiden lisäkulutuksen hyöty, jotka lisäävät kulutusta hinnan laskun ja one-stop shoppingin vuoksi
 - D_3 = Niiden lisäkulutuksen hyöty, jotka lisäävät kulutusta hinnan laskun, one-stop shoppingin sekä valikoima- ja matkasäästöhyötyjen vuoksi
- Seuraavilla kalvoilla pyrimme tuottamaan euromääräisen arvion alueiden A ja B kokoluokasta.



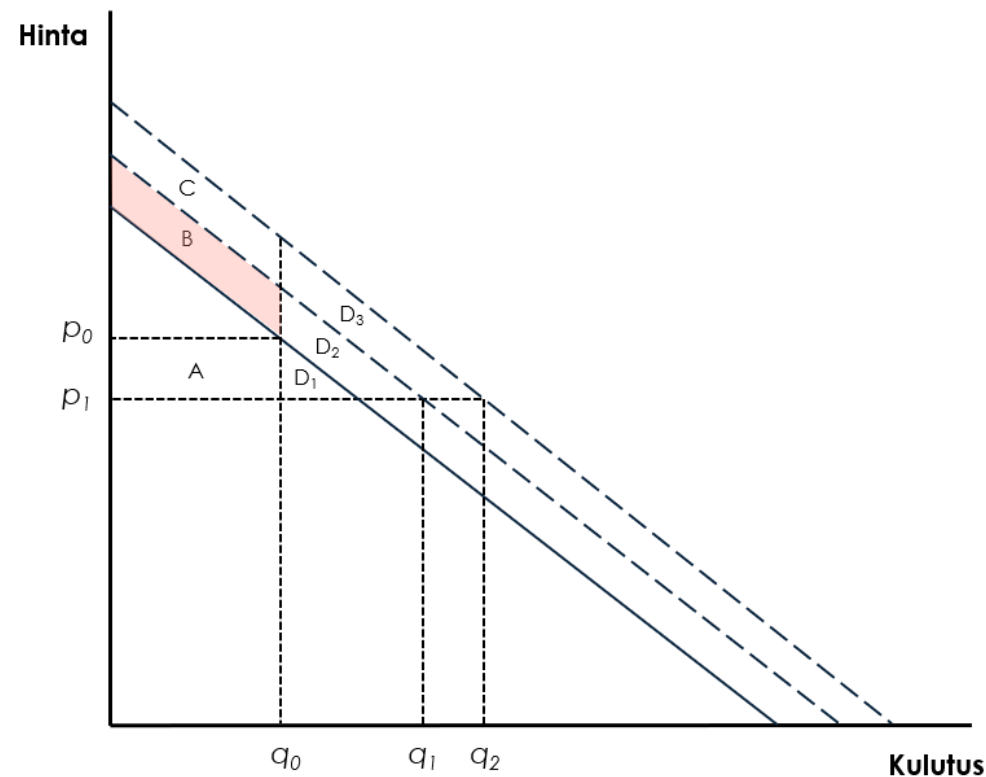
Halvemmat hinnat

- Yksi selkeä potentiaalinen kuluttajahyöty viinien myynnin vapauttamisesta olisi kuluttajahintojen aleneminen.
- Jos oletetaan, että viinien arvonlisäverollinen myynti olisi 700 miljoonaa euroa ja että viinien kuluttajahinnat laskisivat viisi prosenttia, olisi kuluttajien suora säästö 35 miljoonaa euroa.
- Käytännössä uudistus tulisi johtamaan siihen, että kuluttajat eivät ostaisi uudistuksen jälkeen täsmälleen samoja viinejä kuin ennen uudistusta. Edellä tehty yksinkertainen laskelma ei ota huomioon tätä muutosta kuluttajien ostokäyttäytymisessä. Lisäksi viinien myynti voisi kokonaisuudessaan kasvaa ja myös kuluttajien viiniin kokonaisuudessaan käyttämä rahamäärä kasvaa. Näitä vaikutuksia on tarkasteltu myöhemmin jäljempänä.



Yhden luukun ostosten hyödyt (1/2)

- Aikaisempien alkoholilainsäädännön uudistusten yhteydessä kuluttajat ovat keskittäneet vapautettujen tuotteiden ostot päivittäistavarakauppaan. Tämä viittaa siihen, että kuluttajat pitävät hyödyllisenä sitä, että he voivat ostaa alkoholijuomia elintarvikeostosten yhteydessä (ns. one-stop shopping).
- Suomessa ei ole tehty tutkimuksia, joiden avulla voitaisiin suoraan arvioida yhden luukun ostojen kuluttajahyötyjä. Vastaavaa on kuitenkin tutkittu alkoholimarkkinoiden osalta Yhdysvalloissa ja yleisemmin päivittäistavaramarkkinalla Isossa-Britanniassa:
 - [Seo \(2019\)](#) tarkasteli Washingtonin osavaltiossa tehtyä uudistusta, joka salli väkevien alkoholijuomien myynnin päivittäistavarakaupoissa. Tulosten perusteella kuluttajien hyöty alkoholioستosten keskittämisestä päivittäistavarakauppaan on johtanut kuluttajahyötyihin, jotka vastaavat suuruudeltaan 11 prosenttia vapautettuihin alkoholijuomiin käytetystä rahamäärästä. Yhdelle keskitetylle käyntikerralle kertyy tulosten perusteella kuluttajahyötyä noin neljän dollarin verran. Kokonaisuudessaan ostosten keskittämisestä aiheutunut hyöty vastasi tutkimuksen perusteella puolta koko uudistuksen kuluttajahyödyistä. Arvio on muodostettu estimoimalla rakenteellinen kysyntämalli.
 - [Yu, Berman ja Bradlow \(2021\)](#) ovat myös tutkineet Washingtonin osavaltion alkoholilain uudistusta. Heidän rakenteellisen kysyntämallin estimointiin perustuvien tulostensa perusteella kuluttajien maksuhalukkuus ostosten keskittämistä kohtaan on 5,6 dollaria per ostokerta.
 - [Thomassen ym. \(2017\)](#) ovat puolestaan arvioineet, että Ison-Britannian päivittäistavaramarkkinalla ostosten keskittämisen hyöty on noin viisi puntaa. Myös tämä tutkimus perustuu rakenteellisen kysyntämallin estimointiin.



Yhden luukun ostosten hyödyt (2/2)

- Yhdysvaltalaisien tutkimusten tuloksia voidaan yrittää ekstrapoloida Suomen markkinalle:
 - Vuonna 2024 Alkoon kertyi 47 miljoonaa asiakaskäyntiä. Viinit vastaavat noin 60 prosenttia litramyynnistä. Jos käynnit suhteutetaan litramyyntiin, tarkoittaisi tämä sitä, että Alkossa oli noin 28 miljoonaa viineihin liittyvää käyntiä. Jos näistä noin 28 miljoonasta käynnistä puolet siirtyisi vapauttamisen jälkeen päivittäistavarakauppoihin, tarkoittaisi tämä sitä, että keskittämisen hyötyjä syntyisi noin 14 miljoonaan käyntikertaan.
 - Edellä tutkimuksissa keskittämisen hyödyiksi arvioitiin noin 3–5 euroa per käyntikerta. Arvioidut kuluttajahyödyt keskittamisestä olisivat siis noin 43–70 miljoonaa euroa. Tutkimukset ovat joitakin vuosia vanhoja ja inflaation huomioiminen kasvattaisi hieman euromääräistä hyötyä.
 - Suurin piirtein samaan arvioon päädyttäisiin, jos hyödyt suhteutettaisiin Seon (2019) tapaan vapautetun kategorian myynnin arvoon. Tutkimuksessa arvioitiin, että hyödyt olivat 11 prosenttia vapautettujen tuotteiden mynnistä. Jos oletetaan, että viinimyynti on noin 700 miljoonaa euroa, olisi tästä 11 prosenttia noin 77 miljoonaa euroa.
- Arvioihin tulee kuitenkin suhtautua varauksellisesti. Vaikka tutkimukset olisivat estimoineet oikein keskittämisen hyödyt Yhdysvaltojen markkinalle, ne eivät välttämättä yleisty Suomeen, koska Suomen ja Yhdysvaltojen markkinat ja kuluttajat voivat olla erilaisia.
 - Suomessa Alkot sijaitsevat usein samassa rakennuksessa päivittäistavarakaupan kanssa ja tästä syystä ostosten keskittämisen hyöty voi jäädä Suomessa käytännössä Yhdysvaltoja pienemmäksi. Jos hyödyt olisivat esimerkiksi puolet edellä arvioidusta, tarkoittaisi tämä edelleen noin 22–35 miljoonan euron kuluttajahyötyjä.

Hyödyt ostosmatkojen lyhenemisestä (1/2)

- Uudistuksen jälkeen kuluttajien etäisyys viiniä myyvään myymälään pienenisi. Tämän esityksen osiossa 6 esitetysti kuluttajan mediaanietäisyys lähimpään viiniä myyvään vähittäismyyntipisteeseen olisi uudistuksen jälkeen 1,01 kilometriä ja keskimääräinen etäisyys 2,3 kilometriä lyhyempi kuin nykyisin. Laskelma olettaa, että viinit tulisivat myyntiin kaikkiin S-ryhmän, K-ryhmän ja Lidlin myymälöihin.
- Edellä oletettiin, että uudistuksen jälkeen Alkon vuoden 2024 noin 47 miljoonasta käynnistä voisi uudistuksen jälkeen kohdistua päivittäistavarakauppaan hieman alle kolmannes, eli noin 14 miljoonaa. Jos oletetaan, että näissä käynneissä keskimääräinen lyhennys matkassa vastaisi edellä arvioituja eroja etäisyyksien mediaaneissa, säästyisi matkakilometrejä yhteensä noin 14 miljoonaa kilometriä.
 - Mediaanietäisyyden käyttäminen käytännössä olettaa, että Alkon käynneistä suhteellisesti suurempi osa tulee alueilta, joiden lähellä sijaitsee Alko. Keskimääräistä etäisyyttä käytettäessä taas käytännössä oletettaisiin, että Alkon käynnit jakautuvat tasaisesti eri alueiden välillä. Mediaanin käyttäminen on todennäköisesti realistisempi oletus.
- Toinen tapa parametrisoida aikasäästö olisi olettaa, että aikaisemmin kuluttaja on asioinut Alkossa samalla matkalla, kun on tehnyt päivittäistavaraostoksensa. Tällöin keskimääräinen ostosmatkan etäisyyden muutos vastaisi lisämatkaa päivittäistavaraostoksensa Alkoon. Keskimäärin päivittäistavaraostoksensa etäisyys lähimpään Alkoon on 3,7 kilometriä ja mediaanietäisyys on kilometri. Jos lukuja painotetaan myymälässä myydyin alkoholin määrällä, on mediaanietäisyys 0,54 kilometriä ja keskiarvo 2,59 kilometriä. Jos oletetaan samalla tavalla kuin edellä, että etäisyyden muutos vastaisi mediaania, olisi keskimäärin säästyvä matka myyntipainotettuja lukuja käytettäessä 7,6 miljoonaa kilometriä.

Hyödyt ostosmatkojen lyhenemisestä (2/2)

- [Seon \(2019\)](#) tutkimuksessa on arvioitu, että kuluttajat ovat keskimäärin valmiita maksamaan noin 1,65 dollaria siitä, että ostosmatka lyhenee maililla. Yhden kilometrin lyhennyksestä ollaan siis valmiita maksamaan hieman alle euron.
- Kuluttajasäästöjä voidaan pyrkiä haarukoimaan yhdistämällä edellisellä kalvolla esitettyjä lukuja kuluttajien ostosmatkojen lyhenemisestä Seon (2019) tutkimuksessa esimoituihin kuluttajahyötyihin. Jos etäisyys mitataan asiakkaiden kotiosoitteen ja lähimmän viinimyymälän välillä, olisi kuluttajahyöty noin 14 miljoonaa euroa (14,1 milj. km * 1 €). Jos taas lähtökohdaksi otetaan se, että matka lyhenee päivittäistavarakaupan ja Alkon välisen matkan, olisi kuluttajahyöty noin 8 miljoonaa euroa (7,6 milj. km * 1 €). Laskelmissa on käytetty etäisyysmuutoksien mediaaneja. Jos arviot sen sijaan pohjattaisiin keskiarvoihin, olisivat arvioidut kuluttajahyödyt selvästi suurempia.
- Viinien vapauttaminen päivittäistavarakauppoihin johtaisi hyvin todennäköisesti siihen, että Alko joutuisi pienentämään verkostoaan ja väkevien saatavuus heikkenisi. Kannattavuustarkastelussa, joka pohjautui vuoden 2023 talouslukuihin, Alkon verkosto supistui noin neljänneksellä ja mediaanimuutos etäisyydessä lähimpään Alkoon oli 0,1 kilometriä. Jos oletetaan, että 40 prosenttia Alkon asiakaskäynneistä allokoidaan väkeville, ja näistä uudistuksen jälkeen edelleen toteutuisi 90 prosenttia, niin tästä matkan kasvusta aiheutuva kuluttajahaitta on hieman yli miljoonaa euroa (47,4 miljoonaa käyntiä * 30 % * 90 % * 0,1 km * 1 €). Kannattavuustarkastelussa, joka pohjautui vuoden 2025 talouslukuihin, ja jossa viinien myynti väheni 70 prosenttia ja muiden tuotteiden 20 prosenttia, Alkon verkosto supistui noin puolella ja mediaanimuutos etäisyydessä lähimpään Alkoon kasvoi noin kilometrillä. Jos oletetaan, että 30 prosenttia Alkon käynneistä liittyy väkevien ostoihin ja näistä tehdään uudistuksen jälkeen edelleen 90 prosenttia, niin arvioidusta matkan kasvusta aiheutuva kuluttajahaitta on noin 13 miljoonaa euroa (47,4 miljoonaa käyntiä * 30 % * 90 % * 1 km * 1 €).
- Luvut sisältävät paljon oletuksia, joita ei pystytä vahvistamaan: (i) miten kuluttajien matkat tosiasiasa muuttuisivat uudistuksen myötä, ja (ii) kuinka paljon kuluttajat arvostavat matkasäästöjä.

Vaihtoehtoisia tapoja arvioida yhden luukun ja ostosmatkojen lyhenemisen hyötyjä

- Edellä yhden luukun ja ostosmatkojen lyhenemisen hyötyjä arvioitiin Yhdysvaltojen alkoholimarkkinoilta tehtyjen tutkimusten avulla.
- Suomessa aikasäästöjen hyötyjä arvioidaan esimerkiksi tehtäessä tie- ja rautatieliikenteen hankearviointia.
 - [Väylävirasto](#) arvioi, että vapaa-ajan matkan matka-aikasäästön arvo henkilöautoilijalle on 5,4 €/tunti ja kävelen tehtäville matkoille 16,2–18,3 €/tunti. Arvio on muodostettu vuonna 2018. Nykyrahaksi muutettuna aikasäästö henkilöautoilijalle on noin 6,5 €/tunti ja kävelijälle 19,5–21,9 €/tunti (huom: muunnoksissa vuodelle 2018 käytettiin kuluttajahintaindeksin heinäkuun arvoa ja viimeisintä saatavilla olevaa kuluttajahintaindeksin arvoa, eli tammikuun 2025 tietoa).
- Jos, oletetaan, että kuluttaja säästää yhden luukun ja lyhyemmän matkan ansiosta 20 minuuttia, ja se kohdentuisi edellä käsiteltyä noin 14 miljoonaan käyntiin, olisi kuluttajahyöty henkilöautoilijan matka-aikasäästön yksikköarvoja käyttäen 31 miljoonaa euroa ja kävelijän matka-aikasäästön yksikköarvoja käyttäen 92–104 miljoonaa euroa.

Lisäkulutuksesta aiheutuva hyöty

- Edellä viinien vapauttamisen kuluttajahyötyjä on tarkasteltu vanhalla kulutustasolla (alueet A+B+C). Hintojen lasku ja asiointin helpottuminen (kysyntäkäyrä siirtyy oikealle) kuitenkin tulee johtamaan myös kysytyn määrän kasvuun ja myös tästä syntyy kuluttajahyötyjä (alue D).
- Vapautettujen tuotteiden lisäkulutuksesta aiheutuu hyötyjä myös silloin, kun ne eivät kasvata alkoholin kokonaiskysyntää, vaan korvaavat muuta alkoholinkulutusta. Tätä voi havainnollistaa yksinkertaisella esimerkillä:
 - Kuluttajat kuluttivat päivittäistavarakaupoissa noin 8 miljoonaa litraa mietoja viinejä (enintään 8,0 %), joiden keskihinta oli 10 euroa. Oletetaan, että kuluttajien maksuhalukkuus olisi kuitenkin ollut keskimäärin 15 euroa, eli kulutuksesta seuranneet kuluttajahyödyt olivat yhteensä $(15-10) * 8 = 40$ miljoonaa euroa.
 - Oletetaan lisäksi, että uudistuksen jälkeen tämän kategorian myynti siirtyisi täysimääräisesti vahvempiin viineihin. Oletetaan, että niiden keskimääräinen litrahinta olisi 12,5 euroa, mutta kuluttajien keskimääräinen maksuhalukkuus olisi 20 euroa. Tämän kulutusmuutoksen myötä kuluttajien hyöty kasvaisi 60 miljoonaan euroon eli se olisi 20 miljoonaa euroa korkeampi kuin ennen uudistusta.
- Käytännössä kulutuksen komposition muutoksen kuluttajahyötyjen arviointi vaatisi kysyntämallin estimoimista, joka ottaisi huomioon myös siirtymät Alkojen ja päivittäistavarakauppojen välillä. Etenkin jos vapautettujen tuotteiden myynti kasvaa merkittävästi, voidaan lisäkulutuksesta aiheutuvien kuluttajahyötyjen ajatella olevan merkittävät.

Yhteenveto kuluttajahyödyistä

- Kuluttajahyödyt koostuvat useasta osatekijästä: (i) halvemmat hinnat, (ii) yhden luukun ostamisen hyödyt, (iii) lyhyempi etäisyys viinikauppaan, ja (iv) päivittäistavarakaupan laajemmat valikoimat mahdollistavat paremmin kulutusmieltymyksiä vastaavien tuotteiden oston.
- Kuluttajille olisi myös haitallisia vaikutuksia: (i) etäisyys lähimpään väkeviä tarjoavaan kauppaan kasvaisi ja väkevien myynti todennäköisesti vähentyisi, (ii) joillakin kuluttajilla etäisyys lähimpään laajan viinivalikoiman myymälään voisi kasvaa.
 - Näiden haittojen lisäksi tulevat vielä esim. terveyteen ja työkykyyn liittyvät haitat, joita on kuvattu esityksen osiossa 7.2.
- Kokonaisuudessaan edellä haarukoidun perusteella kuluttajahyödyt viinien myynnin vapauttamisesta ovat joistain kymmenistä miljoonista euroista joihinkin satoihin miljooniin euroihin. Tarkan arvion tekeminen on haastavaa ja se perustuu väistämättä useisiin oletuksiin.
- Kuluttajahyötyjen ja alkoholihaittojen kokoluokka riippuu joka tapauksessa viinien myynnin kulutuksen muutoksen suuruudesta: mitä suurempi kasvu kulutuksessa, sitä suurempia ovat kuluttajahyödyt ja alkoholihaitat.