

Saimaan ammattikorkeakoulu
Liiketalous Lappeenranta
Liiketalouden koulutus
Yritysten ja taloushallinnon juridiikka

Emma Tuomainen & Mervi Pesonen

Alkon monopoliaseman tarpeellisuus uuden alkoholilainsäädännön myötä

Tiivistelmä

Mervi Pesonen & Emma Tuomainen

Alkon monopoliaseman tarpeellisuus uuden alkoholilainsäädännön myötä 40 sivua, 1 liite

Saimaan ammattikorkeakoulu

Liiketalous Lappeenranta

Liiketalouden koulutusohjelma

Yritysten ja taloushallinnon juridiikka

Opinnäytetyö 2019

Ohjaaja: lehtori Jarmo Kemppinen

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää uudistuneen alkoholilainsäädännön vaikutukset Alkon toimintaan ja sen monopolin kyseenalaistettuun asemaan. Tarkoituksena oli saada kattava näkökulma siitä, pidettiinkö monopoliasemaa enää hyödyllisenä nyt ja tulevaisuudessa. Alun perin monopoliasema ajoi vankkaa asemaa kansanterveydellisistä syistä ja Alkon kannalta sitä pidettiin suurimpana alkoholihaittojen ehkäisijänä.

Tutkimus koostui pääosin laajasta teoreettisesta analyysistä. Opinnäytetyöhön sisältyi laaja katsaus Alkon historiaan, monopolien termeihin, uuteen alkoholilainsäädäntöön sekä monopoliasemaan EU:n näkökulmasta. Tutkimuksessa haastattelimme Alkon toimitusjohtajaa Leena Laitista. Tutkimus toteutettiin laadullisena, eli kvalitatiivisena tutkimuksena. Poikkeuksena tyypilliselle laadulliselle tutkimukselle tutkimuksessa oli empiirinen osio, josta saimme tärkeää tietoa kokonaisuutta varten Terveys- ja hyvinvointilaitoksen tekemistä tutkimuksista.

Laajempia vaikutuksia uuden alkoholilainsäädännön myötä ei voida täysin vielä havaita, mutta Terveys- ja hyvinvointilaitoksen tekemien tutkimusten avulla johtopäätöksiä tämän hetkisestä tilanteesta pystytään tulkitsemaan. Monopoliasema Suomen alkoholipolitiikassa tulee säilymään ainakin toistaiseksi. Mahdollinen purkaminen on todennäköistä tulevaisuudessa ja se tapahtuisi asteittain vuosien saatossa. Alkoholimonopoli Suomessa ei ole tutkimuksen perusteella kansanterveydellisistä syistä tarpeellinen, sillä alkoholikulutus tai kuluttajien alkoholikäyttäytyminen ei ole uuden lievemmän lainsäädännön myötä radikaalisti noussut.

Asiasanat: monopoli, ETA-sopimus, alkoholi, lainsäädäntö, alkoholipolitiikka

Abstract

Mervi Pesonen & Emma Tuomainen

The Effect of New Alcohol Legislation on Alko's monopoly status

40 pages, 1 appendix

Saimaa University of Applied Sciences

Faculty of Business Administration Lappeenranta

Degree Programme in Business Administration

Specialization in Business Law

Bachelor's thesis 2019

Instructor: Mr. Jarmo Kemppinen, Senior Lecturer, Saimaa University of Applied Sciences

The purpose of this study was to find out how the new alcohol legislation affects Alko's monopoly status. The main reason why Alko had the monopoly status was public health issues and it was considered the largest preventer of harms caused by alcohol. This thesis' aim was to find out if the monopoly status is useful anymore, or in the future.

This study was based mainly on an extensive theoretical analysis. It includes a wide review on Alko's history and the terminology of monopoly. Thesis also studies the new alcohol legislation and its effects on the monopoly status and how European Union sees Alko's position. For the purpose of this study Alko's CEO Leena Laitinen was interviewed. The research is a qualitative study. But there is a little empirical research which was important for this whole research.

It is difficult to see the wide affects yet but with Health and Welfare Institutions studies, conclusions of today's situation can be made. For now, Alko will maintain its monopoly status. However, there is a possibility that the monopoly status will be torn apart, if not all the way, partly. It will happen in the future and in a long run. For public health reasons monopoly is no longer needed, because consumption of alcohol or consumer's behavior with alcohol has not increased.

Keywords: monopoly, ETA-contract, alcohol, legislation, alcohol politics

Sisälllys

1 Johdanto.....	5
1.1 Tutkimuksen tausta	5
1.2 Tutkimuksen tavoite.....	5
1.3 Tutkimusmenetelmä	6
1.4 Teoreettinen viitekehys ja tutkimuskysymykset	7
2 Täydellinen kilpailu ja monopoli	7
2.1 Monopolin muodot	8
2.2 Monopolin toiminta käytännössä	10
3 Alkoholimonopolit	11
3.1 Pohjoismaiden alkoholimonopolit	12
3.2 Ruotsi	13
3.2 Norja.....	14
3.3 Islanti	15
4 Alkon historia ja monopolin muodostuminen	15
4.1 Kotipolton kieltämisestä kohti kieltolakia.....	15
4.2 Talvisodan vaikutukset	17
4.3 Ostajaintarkkailu Suomeen.....	17
4.4 Kulutuksen merkittävä kasvu 1959–1974	18
4.5 Alkon uusi aikakausi 1985 –1998	20
4.5.1 ETA-sopimus.....	22
4.5.2 ETA-neuvottelut ja Suomen alkoholipolitiikan muutokset	23
4.5.3 EY:n komission lausunto Ruotsin alkoholimonopolista.....	24
4.6 Alko 2000-luvulla	24
5 Alkon monopoliasema ja Euroopan Unioni.....	26
5.1 Suomen sopeutuminen Euroopan unioniin	27
5.2 Euroopan unionin asettamat määräykset	28
6 Alkoholilain kokonaisuudistus.....	29
6.1 Uudistuksen tärkeimmät periaatteet	30
6.2 Muutokset alkoholijuomien mainontaan.....	30
6.3 Muutokset alkoholijuomien anniskeluun	30
6.4 Muutokset alkoholijuomien vähittäismyyntiin	31
6.5 Alkoholilainsäädännön uudistusten vaikutukset Alkoon.....	32
6.6 Alkon toimitusjohtajan haastattelu	32
6.7 Terveysten- ja hyvinvoinnin laitoksen tutkimukset.....	34
7 Tutkimuksen johtopäätökset ja yhteenveto.....	35
7.1 Alkon tulevaisuus.....	37
7.2 Jatkotutkimukset.....	38
Lähteet	38

Liitteet

Liite 1 Haastattelulomake

1 Johdanto

1.1 Tutkimuksen tausta

Alkoholilain kokonaisuudistus saatiin päätökseen osittain vuoden 2018 tammikuussa. Virallisesti uudistus saatiin kokonaisuudessaan voimaan 01.03.2018. Uudistunutta alkoholilakia alettiin valmistella ensimmäistä kertaa jo vuonna 2016. Uudistuksen vaiheet hyväksyntään asti olivat pitkiä ja monimutkaisia, eikä uudistus meinannut saada riittävästi kannatusta. Uudistus kävi läpi monta istuntoa ja äänestystä, ja viimein joulukuussa 2017 se sai myös tasavallan presidentin hyväksynnän. Lainsäädännön uudistuksen myötä on noussut keskustelua monopolin tarpeellisuudesta sekä ajatuksia jopa monopoliaseman vaiheittaisesta purkamisesta. Alkoholilain kokonaisuudistuksen myötä Alkon monopoliasema ei ole ennallaan ja tulevaisuudessa on mahdollista, että Suomessa ei vallitse enää alkoholimonopoli. Mahdollisesti lähivuosina Suomen alkoholipolitiikkaa saadaan enemmän Pohjoismaiden kaltaiseksi. Opinnäytetyössä tarkastellaan uudistuksen vaikutuksia Alkon monopoliasemaan.

Aiheesta ei ole tehty tuoretta tutkimusta uudistuksen jälkeen. Alkoa ja monopoliasemaa koskien on tehty tutkimus vuonna 2012, joka on toteutettu case tutkimuksena Alko Oy:lle. Siinä on tarkasteltu Alkon asiakastyytyväisyyttä ja tutkittu alkoholimonopolin haittoja ja hyötyjä. Ravintoloiden kannalta on myös tehty tutkimus uudistuksen vaikutuksista. Tutkimus on tehty vuonna 2015. Myös monopoleista yleisesti on tehty lukuisia erilaisia tutkimuksia vuosien varrella.

1.2 Tutkimuksen tavoite

Opinnäytetyön päätehtävänä on selvittää, minkälaisia vaikutuksia uudella alkoholilainsäädännöllä on Alkon monopoliasemaan. Tutkimus pyrkii selvittämään miten ja miksi muutokset vaikuttavat Alkon toimintaan. Tarkastelussa ovat syyt, joiden vuoksi monopoliasema olisi horjumassa. Työssä esitellään myös hyvin perinpohjaisesti Alkon historiaa ja sen aikaisia monopolin kynnyskysymyksiä. Tässä tutkimuksessa analysoidaan, miten asiat ovat johtaneet tähän päivään, miten monopoli on muodostunut ja minkälainen

asema sillä on mahdollisesti tulevaisuudessa. Tavoitteena tällä tutkimuksella on selvittää, onko todellisuudessa nykyaikana alkoholimonopoli tarpeellinen sekä tulevaisuuden mahdolliset muutokset koskien monopoliasemaa. Alkoholimonopoli on perustettu aikoinaan kansanterveydellisiin syihin vedoten ja sitä on alusta asti kyseenalaistettu, etenkin EU:n toimesta. Se on myös ollut ristiriidassa EU:n kilpailusäädöksiä kanssa.

1.3 Tutkimusmenetelmä

Tutkimus on tehty laadullisena, eli kvalitatiivisena tutkimuksena. Laadullisessa tutkimuksessa pyritään ymmärtämään tutkittavaa ilmiötä. Tällä tavoin tutkitaan ilmiön merkityksen tai tarkoituksen selvittämistä sekä kokonaisvaltaisen ja syvemmän käsityksen saamista ilmiöstä. Laadulliselle tutkimukselle tyypillistä on induktiivinen päättely, jossa pyritään tekemään yleistyksiä ja päätelmiä aineistosta nousevien seikkojen perusteella. Aineistoa pyritään tarkastelemaan monitahoisesti ja yksityiskohtaisesti nostaen esiin merkityksellisimmät asiat. Tässä tutkimuksessa se tarkoittaa monipuolista tarkastelua monopolien käsitteistä, Alkon historiasta sekä pääosin lainsäädännöstä. Tutkimusaineiston laadullinen käsittely on loogiseen päättelyyn ja tulkintaan perustuvaa sisällön erittelyä, jonka tarkoituksena on luoda hajanaisesta tiedosta mielekäs, selkeä, tiivis ja yhtenäinen tutkittavaa ilmiötä kuvaava tietokokonaisuus (Pitkäranta 2014, 10-15.)

Kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä soveltuu erityisesti tutkimukseen, jossa tutkimuksen kohteena on luonnolliset tilanteet, joiden järjestäminen kokeeksi ei ole mahdollista tai jossa ei voida kontrolloida kaikkia mahdollisia vaikuttavia tekijöitä. Keskeiset laadullisen tutkimuksen metodit ovat havainnointi, tekstianalyysi, haastattelu ja litterointi. (Metsämuuronen 2006, 88.) Laadullisessa tutkimuksessa ei nosteta esiin tilastoja. Kvalitatiivisessa tutkielmassa voidaan hyödyntää avuksi työhypoteeseja eli omia arvauksia tutkimuksen tuloksista. Työhypoteesit ovat yksi suuri apuväline, sillä tutkimuksessa pohditaan eri näkökulmien kautta mahdollista monopolin purkautumista tulevaisuudessa. (Taloustutkimus.)

Terveys- ja hyvinvointilaitoksen tutkimuksien tilastoja, missä esitellään teoreettisten faktojen lisäksi empiiristä osuutta. Tilastojen ansiosta saadaan kokonaiskuva alkoholin kokonaiskulutuksen nousemisesta uuden alkoholilainsäädännön myötä sekä kuluttajien mielipiteitä nykyisen monopolin asemasta ja sen säilyttämisestä jatkossa. Tutkimuksen empiirisessä osiossa haastatellaan Alkon toimitusjohtajaa Leena Laitista. Tällä tavoin tutkimukseen saadaan myös teoreettisia faktoja, mihin työ pääosin pohjautuu. Tutkimuksessa haluttiin myös haastatella kilpailu- ja kuluttajavirastoa, mutta lukuisista yhteydenotoista huolimatta emme saaneet vastausta haastatteluun.

1.4 Teoreettinen viitekehys ja tutkimuskysymykset

Teoreettisen viitekehysten tarkoitus on käsittää keskeiset määritelmät ja näkökulmat opinnäytetyössä. Tämän työn teoreettinen viitekehys kulminoituu yksinkertaisuudessaan kolmeen osaan: monopoliiin, Alkon tarinaan tähän päivään asti sekä uuden lainsäädännön muodostumiseen ja sen peilaaminen vanhaan lainsäädäntöön.

Teoreettisen viitekehysten tukena työssä on tutkimuskysymys sekä sen avulla syntynyt lisäkysymys. Opinnäytetyön tutkimuskysymys on:

Onko alkoholimonopoli tulevaisuudessa tarpeellinen?

Alakysymys tutkimuksessa on:

Pystyykö Alko säilyttämään monopoliasemansa?

2 Täydellinen kilpailu ja monopoli

Täydellisestä kilpailusta puhuttaessa tulee muistaa, että se on ainoastaan teoreettinen malli. Kyseistä mallia käytetään hyödyksi hintamekanismin ymmärtämisessä. Täydellisen kilpailun pääperiaate on yksittäisten yritysten tai kuluttajien vaikuttamattomuus markkinoilla olevaan hintaan. Hinta määräytyy siis markkinoiden kokonaiskysynnän sekä tarjonnan mukaisesti. Kuluttajat tekevät päätöksiä tuotteiden ostamisesta ja yritykset puolestaan tuotteiden myynnin määrästä. (Pohjola 2014, 78) Yksinkertaisesti selitettynä täydellisen

kilpailun tilanne suosii siis kuluttajia, sillä myyjien tulee löytää tuotteelle juuri oikea hinta, jotta tuote pysyisi kuluttajien suosiossa.

Kun ajatellaan täydellisen kilpailun tilannetta, olettamuksena on, että yritys pitää markkinoilla vallitsevaa hintaa itselleen annettuna. Tämä tarkoittaa, että yksittäisellä yrityksellä ei ole lainkaan valtaa markkinoilla eikä se yksin pysty vaikuttamaan markkinahintaan. Markkinoiden kokonaistarjonnasta yksittäinen yritys muodostaa vain murto-osan. Yrityksellä on siis haasteenaan valikoida oma tuotantonsa kapasiteetti siten, että yrityksen rajakustannus vastaa sille annettua hintaa. (Pohjola 2015, 80)

Monopolista puhuttaessa tarkoitetaan markkinatilannetta, jossa on vain yksi ainoa hallitseva yritys, jonka tuotteelle tai palvelulle ei ole saatavilla vastaavaa korviketta. Tällaista etua kutsutaan kilpailueduksi, jonka avulla monopoli käytännössä saadaan syntymään. Monopolissa markkinoilla on periaatteessa vain yksi palvelun tarjoaja, joka mahdollistaa yritykselle oman markkinahinnan määrittämisen. Markkinahinnan määrittäminen tulee kuitenkin tehdä huolella, jotta se tukee vallitsevia markkinoita sekä erityisesti niiden kysyntää. (Pohjola 2014, 78–79.)

2.1 Monopolin muodot

Suurin syy monopolin syntyyn on esteet, joiden vuoksi uudet yritykset eivät pääse astumaan markkinoille. On olemassa kolme yleisintä syytä, joiden takia markkinoille pääsy on estynyt. Yhdellä yrityksellä on omistuksessaan tietty resurssi, jota tarvitaan hyödykkeen tuottamiseen. Valtio voi antaa yhdelle ainoalla yritykselle monopoliaseman esimerkiksi erilaisten patenttien kautta. Viimeisenä syynä on suurtuotannon kustannusedut, joiden kautta syntyy luonnollinen monopoli. (Mankiw 2009, 312–313.)

Valtiot voivat myöntää monopoleja erilaisten patenttien, tekijänoikeussuojan ja tavaramerkkien avulla. Tällaisten monopolien tavoitteena on uusien innovaatioiden tai luovan työn tukeminen, vakaiden markkinoiden saavuttaminen sekä kuluttajien suojeleminen. Kun valtio antaa tällaisen suojan jollekin tavaramerkille, voidaan sitä pitää tietynlaisena sekaantumisena markkinoilla vallitsevaan vapaaseen toimintaan. Tällaista sekaantumista

voidaan kuitenkin perustella sillä, että kuluttajan on pystyttävä luottamaan tuotteeseen ja sen koostumukseen sekä sen laadunvalvontaan. (Warsell 2005, 16.)

2.1.1 Resurssiperäinen monopoli

Kun yhdellä yrityksellä on omistuksessaan keskeinen resurssi tietyn palvelun tai hyödykkeen tuottamiseen, syntyy resurssiperäinen monopoli. Tämä on yksinkertaisin tapa monopolin syntymiseen markkinoille. Esimerkkinä tästä toimii etelä-afrikkalainen timanttiyritys, DeBeers. Yrityksellä on ollut parhaimmillaan maailman timanttien tuotannosta hallinnassaan noin 80 prosenttia. Yrityksen ei kuitenkaan katsota olevan täysin monopoliasemassa, sillä sen markkinaosuus on ollut alle 100 prosenttia. Sillä on kuitenkin hyvin suuri vaikutus markkinoihin sekä sen hinnoitteluun.

Maailmassa on olemassa vain kourallinen yrityksiä, jotka omistavat yksinoikeuden resurssiin, jolle ei ole olemassa helposti saatavaa korviketta. Tämän myötä tällaisen monopolin syntyminen on äärimmäisen harvinaista, vaikkakin kaikista yksinkertaisinta. Harvinaisuuteen vaikuttavat myös markkina-alueen laajuus sekä sen kansainvälisyys. (Mankiw 2009, 313.)

2.1.2 Valtion muodostama monopoli

Yleisin tapa, jolla monopoli syntyy, on lakisääteiset syyt. Hyvänä esimerkkinä voidaan käyttää Alkoa, joka on perusteltu aikoinaan kansanterveydellisin syin. Valtion muodostaman monopolin tunnistaakin sen perusteella, että sen olemassaolo on perusteltu muiden kuin taloudellisten syiden avulla. (Pohjola 2014, 78.) Monopoliaseman saavuttaminen voi tapahtua myös patentin turvin. Tällaisia monopoleja on esimerkiksi lääketehneiden kehittämät lääkkeet. Tällaisessa tilanteessa se tarkoittaa, että tehtaat voivat hakea useimmissa maissa patenttia lääkkeelle. Jos lääke todetaan täysin uudeksi, tehdas saa yksin oikeuden sen valmistamiseen ja jälleenmyyntiin jopa 20 vuodeksi. (Mankiw 2009, 313.)

Patenttien ja tekijänoikeuksien muodostaman monopolin seurauksena on hintojen kohoaminen korkealle. Ilmiöllä on kuitenkin myös positiivinen vaikutus. Hintojen ollessa korkealla yritysten tuotot luonnollisesti nousevat. Tämä toimii

yriyksille eräänlaisena kannustimena. Esimerkkinä tästä on lääketehaat, joilla on yksinoikeus kehittämien lääkkeidensä vähittäismyyntiin. Tällä tavalla kannustetaan lääketehaita jatkamaan aktiivista tutkimustyötä, joilla kehitetään uusia lääkkeitä markkinoille. (Mankiw 2009, 313.) Vuosien kuluessa syyt valtioiden myöntämille tai omistamille monopoleille ovat vaihdelleet. Hyödykkeen tai palvelun myynnistä saatavien tulojen maksimoiminen on kuitenkin ollut vuosien ajan suosituin syy. Myyntitulojen näkökulmasta kaikista ideaalisin hyödyke on sellainen, jonka kysynnässä ei ole joustoa, mutta jota ei pystytä helposti paikallisesti tuottaa. (Warsell 2005, 16.)

2.1.3 Luonnollinen monopoli

Luonnollinen monopoli syntyy suurtuotannon kustannuseduista. Tällaisessa tapauksessa yksikkökustannukset eli kokonaiskustannukset tuotettua yksikköä kohden laskevat tuotannon laajetessa. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että tuotannon yksikkökustannukset nousevat, jos tietty tuotannon määrä jaetaan monen eri yrityksen kesken. Näin yhdellä yrityksellä on kaikki keinot tuotteiden tai palveluiden tuottamiseen alemmin kustannuksin kuin monilla pienillä yrityksillä yhteensä. Näin ollen tuotannon keskittäminen on luonnollisessa monopolissa edullista. Luonnollisia monopoleja ei käytännössä ole paljoa, vaikka taloudellinen tehokkuus puoltaisi tällaisen monopolin sallimista. Erittäin hyvänä esimerkkinä luonnollisesta monopolista on sähköverkon ja rataverkon ylläpito sekä kunnallinen vesijohtoverkosto. (Pohjola 2014, 78.)

2.2 Monopolin toiminta käytännössä

Olettamuksena on, että monopoliasemassa oleva yritys tuntee oman tuotteensa tai palvelunsa kysyntäkäyrän. Tämän tiedon avulla yritys pystyy valitsemaan siltä itselleen sopivimman pisteen. Kun yritys valitsee tuotteelleen tai palvelulleen tietyn hinnan, kuluttajat päättävät, kuinka paljon sitä ostavat. Toisessa tilanteessa, jossa yritys valitsee tuotetun määrän, kysyntäkäyrältä voidaan lukea, millä hinnalla tuote menee parhaiten kaupaksi. Tämän vuoksi monopoliasemassa oleva yritys ei pysty valitsemaan ihan mitä tahansa hinnan ja määrän yhdistelmää vaan markkinoilla vallitseva kysyntä pystyy rajoittamaan mahdollisuuksia. Kysyntäkäyrän avulla pystytään selvittämään, kuinka paljon

tuotteen valmistaja saa kaupaksi kullakin hinnalla. Monopolissa kysyntäkäyrä laskeutuu oikealle. (Pohjola 2015, 80–81)

Myyntihintaa alhaisempi rajatulo on monopolille hyvin ominaista. Rajatulon avulla yritykset pystyvät mittaamaan, miten myynnistä saadut kokonaistulot käyttäytyvät, kun tuotanto muuttuu yhden yksikön verran. Tilanteessa, jossa monopoli kohtaa kysyntäkäyrän, joka laskeutuu oikealle, tulee yrityksen alentaa hintaansa myynnin edistämiseksi. Myynnin lisäyksen lisäksi myydystä määrästä yksikköä kohden saatu tulo alenee. Tähän vaikuttaa markkinoilla vallitseva, yksi ja ainoa hinta. (Pohjola 2015, 80–81.)

3 Alkoholimonopolit

Suurimmassa osassa tapauksista valtion alkoholimonopolit on perustettu ilman kansanterveyteen liittyviä argumentteja ja useimmiten kieltolain pohjalle. Suomi lukeutuu myös tähän kategoriaan: Oy Alkoholiliike Ab perustettiin alkuperäisesti 1932 kieltolain purkamisen yhteydessä. Sen tavoitteena oli laittoman alkoholikaupan estäminen ja laillisen kaupan voittojen kerääminen valtion kassaan. Kansanterveysargumentti on syntynyt vasta myöhempään, tarkemmin ottaen 1970-luvulla. (Warsell 2005, 17.) Monissa maissa alkoholijuomien saatavuuden rajoittamisella, eli alkoholimonopolilla, pyritään edistämään juurikin väestön hyvinvointia sekä ehkäisemään sosiaalisia, taloudellisia ja taloudellisia haittoja, jotka johtuvat alkoholista. (Päihdelinkki 2009.)

EU:n kauppaa- ja kilpailupolitiikkaa ja alkoholimonopolia tarkastellessa keskeisin elementti on näyttö siitä, miltä erilaiset monopolioikeudet näyttävät todellisuudessa kansanterveyden kannalta. Tutkijat ovat olleet yksimielisiä siitä, että kansanterveyden kannalta olennaisin osa monopolia on vähittäismyyntimonopoli. Tämä mielipide perustuu siihen, että vähittäismyyntimonopolin avulla pystytään rajoittamaan alkoholijuomien saatavuutta ja joillain tapaa pystytään vaikuttamaan myös kuluttajien ostokäyttäytymiseen. Tämän myötä sillä oletetaan olevan vaikutusta alkoholin haittojen vähentymiseen. Maat, jotka ovat valinneet alkoholimonopolijärjestelmän, käyttävät siis argumenttinaan voimakasta

perustaa sen puolesta, että alkoholin saatavuutta tulisi rajoittaa eikä tyrkyttää kuluttajille. (Poikolainen, 2016.)

EU:n periaatteista keskeisin on tavaroiden ja palveluiden vapaa kauppa sekä liikkuvuus. Suomi on kuitenkin onnistunut hankkimaan itselleen tästä vapauden, sillä se on onnistunut ylläpitämään alkoholijuomien vähittäismyyntimonopolia. Valtio perusteli tämän kansanterveydellisillä syillä, erityisesti argumentilla, että alkoholi on täällä poikkeuksellisen suuri ongelma verrattuna muihin maihin. Toinen monopolin perustelu on niin sanottu kokonaiskulutusteoria. Teorian mukaan alkoholijuomien aiheuttamien haittojen vähentämiseksi on pienennettävä maan kokonaiskulutusta; kokonaiskulutus vähenee, kun alkoholipolitiikkaa kiristetään. Tämä tapahtuu vaikeuttamalla tarjontaa ja korottamalla hintoja. Kansanterveys ei kuitenkaan tällä mallilla parane, sillä ainoastaan niin sanotut kohtuukäyttäjät vähentävät alkoholin kulutusta huomattavasti. (Poikolainen 2016.)

Alkoholijuomien vähittäismyyntimonopolin avulla alkoholin saatavuutta pystytään rajoittamaan tasapuolisesti. Käytännössä tämä tarkoittaa, että kuluttajille pystytään tarjoamaan sama tuote samaan hintaan eri puolilla maata. Alkoholijuomien vähittäismyyntimonopoli myös takaa kuluttajille tuotteiden korkean laadun sekä laajan valikoiman. Pohjoismaissa on tunnetuimmat alkoholimonopolit. Kuitenkaan alkoholimonopoleiden hyväksi käyttäminen ei rajoitu vain Pohjoismaihin, vaan se on käytössä esimerkiksi monissa Yhdysvaltojen osavaltioissa sekä Kanadan eri maakunnissa. (Österberg 2009.)

3.1 Pohjoismaiden alkoholimonopolit

Kolme merkittävintä Pohjoismaiden alkoholimonopolia ovat Suomen, Ruotsin ja Norjan monopolit. Näiden lisäksi myös Islannilla ja Färsaarilla on omansa. Kaikissa maissa kuluttajien käyttäytyminen on suhteellisen samankaltaista. Kuitenkin, kaikilla monopoleilla ja markkinoilla ovat omat erityispiirteensä sekä huomattavia eroja. Pohjoismaiden alkoholimonopoliin myymälätoiminta on kaikissa maissa hyvin samanlaista. Näihin kuuluvat vakio- ja tilausvalikoimat sekä samansuuntaiset myymälämäärät. Ruotsissa kuitenkin myymälöissä on huomattavasti laajempi henkilökunta kuin muissa Pohjoismaissa. Monopoliin

suurimmat erot ovat liittyvät yleisesti myymälöiden verkkokauppoihin ja avoimuuden kulttuuriin. (Viisitähteä toimitus 2018.)

Alkoholin vähittäismyynti valtio-omisteisten monopolien myötä muun muassa pois sulkee yksityiset voittojen tavoittelumotiivit kyseisiltä markkinoilta. Pohjoismaissa on tehty säännöllisesti tutkimuksia ja ne osoittavat, että alkoholimonopoleilla on kuluttajien tuki ja niiden palveluita arvostetaan. (European Alcohol Policy Alliance 2016, 10.) Viranomaiset voivat valtio-omisteisten monopolien avulla valvoa alkoholin jakelua ja myyntiä sekä rajoittamalla myyntiaikoja – ja päiviä sekä säätelemällä myyntipaikkoja ja niiden tiheyttä. (European Alcohol Policy Alliance 2016, 9.)

Suomi, Norja sekä Ruotsi lukeutuvat maihin, joiden asukkaat kannattavat entistä rajoittavampaa alkoholipolitiikkaa. Myös Islannissa ollaan samalla linjalla, jonka myötä nykyinen rajoittava alkoholipolitiikka on saanut valtavaa kannatusta ja nauttii vakiintuneesta asemastaan. 1990-luvun jälkeen alkoholimonopolin kannatus on ollut suhteellisen tasaista Pohjoismaissa. Monopolin saamaan vahvaan tukeen ja kannatukseen on voinut vaikuttaa esimerkiksi asiakaspalvelun laadun huomattava parantuminen, laatu ja tuotteiden helppo saatavuus. Mahdollisesti asiaan on vaikuttanut myös huoli alaikäisten alkoholinkäytöstä. Erityisesti kuluttajia huolestuttaa alkoholin saannin helppous sekä terveydellisten haittojen kasvaminen, jos monopolit lakkautettaisiin kokonaan. (Pohjoismainen hyvinvointi keskus 2013, 7.)

3.2 Ruotsi

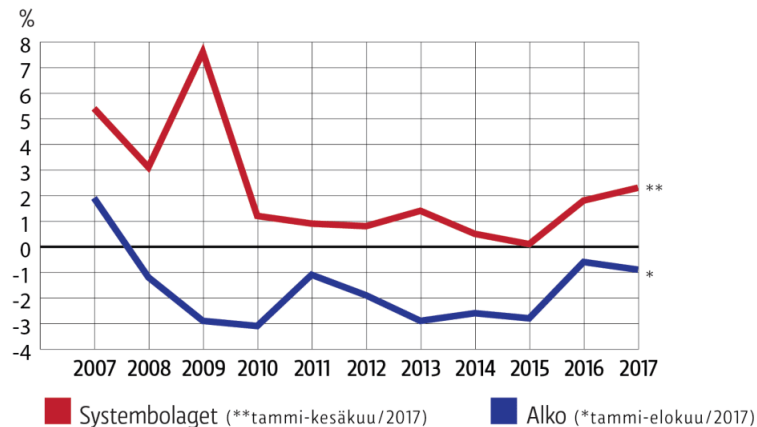
Ruotsi omistaa Pohjoismaiden vanhimman alkoholimonopolin. Monopoli perustettiin 1800-luvun puolella välissä ja vuonna 1995 yritykset yhdistyivät, jonka myötä syntyi Systembolaget. Ruotsin alkoholilaki säätelee yrityksen toimintaa ja se toimii valtion alaisena. (European Alcohol Policy Alliance 2016, 10.) Yrityksen olemassa ololle on vain yksi syy: alkoholista syntyvien haittojen vähentäminen. Yritys pyrkii siihen myymällä alkoholia vastuullisella tavalla, tavoittelematta voittoa ollenkaan. (Systembolaget)

Kivijalkamyymälöiden lisäksi Systembolagetilla on oma verkkokauppa. Toisinkuin Alkon verkkokauppa, se toimittaa tuotteet kotiin valikoiduilla aluilla,

jos kuluttaja on valmis maksamaan ison kuljetusmaksun. Halutessaan kuluttaja pystyy ostamaan myös ulkomaisista verkkokaupoista esimerkiksi viinejä. Tässä täytyy kuitenkin huomioida, että kuluttajan tulee itse maksaa niistä syntyvät verot. (Viisitähteä toimitus, 2018.) Kuvassa 1 on Alkon sekä Systembolagetin myynnin kehitykset vuosina 2007–2017.

Alkon ja Systembolagetin myynnin kehitykset

Suomen ja Ruotsin alkoholimonopoliin litramyyntien kehitykset 2007-2017 prosentteina:



Kuva 1. Alkon ja Systembolagetin myynnin kehitykset 2007-2017 (THL 2017)

3.2 Norja

Norjan alkoholipolitiikan keskeisin elementti on yksityisten liikkeiden voiton tavoittelemisen estäminen viinien, väkevien juomien ja voimakkaiden oluiden osalta. Näiden seikkojen myötä Vinmonopolet on täysin valtion omistuksessa. (Strand.) Vinmonopolet on perustettu vuonna 1922. Se perustettiin alun perin yksityiseksi yritykseksi Norjan valtion alaisuuteen. Vinmonopoletilla on ollut kaikkien alkoholijuomien tuontimonopoli ja viinojen vientimonopoli. Tuontimonopoli on ulottunut myös olueen. Sillä on ollut yksinoikeus ulkomaisen oluen tukkumyyntiin. 2016 asti se on ollut kokonaan terveys- ja sosiaaliministeriön omistuksessa. Samana vuonna Norjan hallitus vapautti tiettyjen, EEA-sopimuksen ulkopuolelle jäävien juomien tilamyyntin ja näitä kyseisiä juomia voidaan myydä kuluttajille niiden omassa valmistuspaikassa. (European Alcohol Policy Alliance, 2016. 10) Vinmonopoletilla on ollut yksinoikeus alkoholijuomien valmistukseen, tuontiin, vientiin, myyntiin ja

viinon anniskeluun. Vinmonopolet on määrännyt viinon hinnat ja anniskeluehdot. Viinien ja oluiden hinnoittelu on ollut vapaata. (Julkari 2002.)

3.3 Islanti

Vínbúð on Islannin alkoholimonopoli, joka on perustettu vuonna 1961. Se on täysin valtion omistuksessa ja siihen kuuluu 46 myymälää. Yritys on Islannin ainoa alkoholin myyjä, joka saa myydä alkoholia anniskelualueiden ulkopuolelle. Käytännössä kuitenkin useat ravintolat ja baarit eivät estä asiakasta poistumasta alueelta ostettujen juomien kanssa. Lupamaksut tähän kuitenkin ovat erityisen kalliit ja alkoholin hinta on vähintään kaksinkertainen muualla kuin Vínbúðssa. (European Alcohol Policy Alliance 2016, 10.)

4 Alkon historia ja monopolin muodostuminen

Alkon historia alkaa vuodesta 1932, jolloin yhtiö sai alkunsa. Ennen virallista perustamista on historia käytännössä alkanut jo vuodesta 1866, kun tie yhtiön perustamiseen on alkanut. Alkon historia tähän päivään asti on ollut tapahtumarikas ja kasvattava. Vuodesta 1932 seuraavat 25 vuotta kuvaavat tarkasti, miten Oy Alkoholiliike Ab perusti toimintansa ja miten se toimi ensimmäiset 25 vuotta. Toiminnan alkuvuosina kuvataan laajimmin, sillä silloin muodostuivat varsinaiset toimintatavat Alkolle sekä ratkaistiin valmistusta ja anniskelua koskeva rajaveto sekä työnjako valtiomonopolin ja yksityisten yrittäjien välille. (Häikiö 2007, 22.)

4.1 Kotipolton kieltämisestä kohti kieltolakia

Talonpojat saivat vaikutusvaltaa alkoholipolitiikkaan, kun Suomen valtiopäivätoimikunta käynnistyi vuonna 1862. Maanomistajat vastustivat tehdaspolttimoja. Valiokunnan enemmistö oli kuitenkin enemmän tehdaspolttimojen kannalla, tavoitteena viinanvalmistuksen hyödyn ohjaaminen maanomistajille. Senaatti vastusti viinanpolton luovuttamista kunnille. Asia sai ratkaisun vuonna 1864, kun kotitarvepolttoa kannatettiin säilyttäväksi ainakin toistaiseksi. Vuoden 1866 alussa astui voimaan "Keisarillisen Majesteetin Armollinen asetus palowiinan valmistuksesta, myymisestä, varustossa-pidosta

ja kuljetuksesta Suomessa.” Asetuksen tarkoitus oli kieltää kotitarvepolttoa ja sallia viinan valmistus maalla sekä kaupungissa. Kieltolakia ehdotettiin jo vuosina 1909, 1911 ja 1914. Sitä ei kuitenkaan ikinä hyväksytty, sillä se ei saanut keisarin vahvistusta. (Häikiö 2007, 50–57.)

Vuonna 1919 Suomessa astui voimaan kieltolaki. Kyseinen laki kielsi kokonaan alkoholin valmistamisen, myynnin sekä varastoinnin. Alkoholit jaoteltiin laillisiin ja laittomiin osioihin. Laittomia alkoholeja olivat kaikki ne, jotka olivat kieltolain aikaan valmistettu, myyty, varastoitu tai kuljetettu. Laillista alkoholia varten perustettiin Valtion Alkoholiliike – Statens Alkoholrörelse. Hallitus joutui kuitenkin kumoamaan loppujen lopuksi kieltolain sen tehottomuuden vuoksi. Katsottiin, että kieltolaki kaatui sen omaan mahdottomuuteensa. Toisaalta taas kieltolain valvonta alkoi toimia ja päätavoite oli saavutettu. (Alko Oy 2010.)

Alkoholin kulutus saatiin pysymään vähäisenä mutta maailmanpulan leviäminen Suomeen johti hallituksen etsimään verotuloja alkoholikaupasta. Tämän jälkeen lääkinällisiin, teknisiin ja tieteellisiin tarkoituksiin tarvittavan alkoholikaupan hoitoon päätettiin perustaa jo yllä mainittu valtion omistama Valtion Alkoholiliike – Statens Alkoholrörelse. Vuonna 1931 valtio järjesti neuvoa antavan kansanäänestyksen koskien kieltolain kumoamista. Äänestyksen tuloksena yli 70 prosenttia kansalaisista oli kieltolain kumoamisen puolella. Vuonna 1932 kieltolaki kumottiin osittain. Alkoholin myynti ja valmistaminen oli sallittua vain kaupungeissa ja kauppaloissa. Kieltolaki oli voimassa vielä maaseuduilla. Se sai eduskunnan äänestyksessä äänet 120–45. Samana vuonna vahvistettiin myös väkijuomalaki. Valtion omistama väkijuomaliike sai täydet oikeudet alkoholijuomien valmistukseen, vientiin, tuontiin, tukkumyyntiin sekä vähittäismyyntiin. Yksityiset ravintolat saivat anniskella vain ja ainoastaan Oy Alkoholiliike Ab:n täydellisessä kontrollissa. Alkon toiminta sai alkunsa ja monopolin rajauksia mietittiin tarkasti. Alko perustettiin merkittävässä poikkeus oloissa. Pula-aika uhkasi valtiontaloutta ja lapuanliike koetteli puolestaan demokratiaa. Alkon toiminnan alkuvuosia vaikeutti huomattavasti taistelu pirtun salakuljetusta vastaan. (Häikiö 2007, 51–59.)

Kieltolakia purettaessa pinnalla oli kysymys siitä, miksi kieltolaki kumottiin vain kaupungeissa sekä kauppaloissa eikä myös maaseuduilla. Maaseuduilla asui silloin kuitenkin suurin osa väestöstä, eli suurin osa alkoholin kuluttajistakin. Tällaisella rajauksella olisi voitu vaikuttaa alkoholin kulutukseen merkittävästi. Suomen väestöstä vuonna 1932 asui 725 855 asukasta kaupungeissa, maaseudulla 2 994 397 asukasta, joka on 80% silloisesta väestönmäärästä. (Häikiö 2007, 81.)

4.2 Talvisodan vaikutukset

Vuosina 1939–1940 talvisodan sytyttyä alkoholijuomien myyntiä rajoitettiin erilaisin toimin. Maaherrat saivat kieltää alkoholijuomien myynnin sekä anniskelun tilapäisesti tai jopa kokonaan. Talvisodan alettua marraskuussa noin puolet myymälöistä suljettiin. Koko sodan ajan suljettuna pidettiin sotatoimialueeseen rajoittuvat myymälät. Rajoituksia noudatettiin seuraavan vuoden toukokuuhun asti (Häikiö 2007, 100–113.) Keväästä 1941 lähtien Suomi valmistautui jatkosotaan. Jatkosota kesti kesäkuusta 1941 syyskuun 1944 välirauhaan asti. Alkon toimintaan toi seuraavan suuren muutoksen kesällä 1941 toteutettu uusi liikekannallepano. Tämä johti jokaisen myymälän väliaikaiseen sulkemiseen ja anniskelun voimakkaaseen rajoittamiseen. Vuonna 1942 alkoholijuomien ostomäärää rajoitettiin väliaikaisesti vuoden 1945 syksyyn asti. Alkoholijuomia myytiin kuluttajille kerrallaan enää yhden litran verran. Samana vuonna hintoja nostettiin reilusti, mikä lisäsi valtion tuloja. Viinan hinta nousi keskimäärin 51 prosenttia, muut väkevät juomat 33 prosenttia, mallasjuomat 25 prosenttia ja miedot viinit 18 prosenttia. Alko perusteli hintojen nostamisen olevan pyrkimys sosiaaliseen oikeudenmukaisuuteen (Häikiö 2007, 115-125.)

4.3 Ostajaintarkkailu Suomeen

Vuoden 1943 raaka-ainepulan, salakaupan sekä levottomuuksien takia alettiin Helsingissä antamaan myymälätodistuksia. Tämä järjestelmä oli nimeltään ostajaintarkkailu, joka levisi pikkuhiljaa läpi Suomen. Suomeen oli syntynyt uusi alkoholijärjestelmä, "viinakortti", eli henkilötodistus, joka oikeutti ostamaan alkoholijuomia Alkon myymälästä. Vuonna 1946 "viinakortista" ryhdyttiin

tekemään eduskunnan toivomuksesta sosiaalisen tarkkailun välinettä. Tämän seurauksesta kaikki yksityishenkilöiden alkoholijuomaostot kirjattiin sekä alkoholiyhtiöön perustettiin ostajaintarkkailuorganisaatio. Vuonna 1949 miedot viinit vapautettiin kokonaan ostajaintarkkailusta (Häikiö 2007, 99.)

1950-luvulla tapahtui kaksi suhteellisen merkittävää muutosta Alkon kannalta. Kassajärjestelmät otettiin käyttöön ja ryhdyttiin ohjaamaan kulutusta miedompaan suuntaan. Väkevät juomat vapautettiin ostajaintarkkailusta vuonna 1952. Samana vuonna otettiin myyntiin long drink-juomat. Vuonna 1952 Alkolla oli Suomessa jo yhteensä 92 myymälää. Henkilökuntaa näissä työskenteli yhteensä 974, joista 215 oli ostajaintarkkailuhenkilökuntaa. 1940-luvulla käyttöön otettu ostajaintarkkailuorganisaatio purettiin lopulta vuonna 1958. (Häikiö 2007, 100–102.)

Seuraavana vuonna käynnistyi viinikampanja. Kampanjan tavoitteena oli siirtää kulutusta mietoihin juomiin ja vähentää humalahakuista juomista. Mietojen viinien hinnat laskivat selvästi ja vastaavasti viinojen hintaa nostettiin muutamalla prosentilla. Alko kehitti itselleen iskulauseen "Mieluummin mietoja kuin väkeviä." Myymälät saivat viiniosastot ja jaettavaksi viineistä kertovia esitteitä kuluttajille. (Alko Oy 2010.)

4.4 Kulutuksen merkittävä kasvu 1959–1974

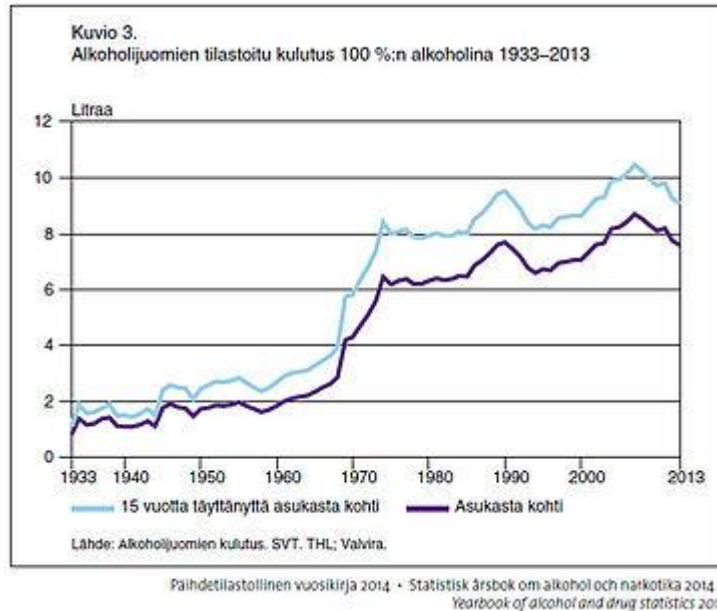
Perustamisestaan asti Alko oli suosinut olutta ja perustamisen jälkeen myös viinejä. Kansan suurimmassa suosiossa oli kuitenkin kirkkaat viinat. Alko otti kuitenkin asiakseen suosia enemmän mietoja viinejä, jotta saataisiin nouseva kulutus laskemaan. Keinoina olivat hintojen alentaminen ja toisaalta taas väkevien alkoholijuomien hintojen nostaminen. Väkevien hintojen nousun oletettiin laskevan kahdella prosentilla. Mietojen viinien suosion oletettiin nousevan kymmenellä prosentilla. Hintapäätöksiin liittyi arvio niiden tuottamasta taloudellisesta tulosta. Oletettiin, että Alkon tulot nousisivat 150 markalla (3 miljoonalla eurolla). Samalla ryhdyttiin valmistelemaan olutmyymälöiden perustamista. Tällä tavalla saataisiin maaseudun kieltolakia murrettua (Häikiö 2007, 159–162.) Alko pyrki suosimaan oluen valmistamista myös edistämällä panimoiden rakennejärjestelyitä. Suomessa oli voimassa

pääasiassa vain yhden panimon oluen varaan rakentuva alueellinen monopolijärjestelmä. Olutkaupan rakennetta muuttivat myös EFTA:n olutta koskevat määräykset. Tanskan painostuksesta Suomi joutui suostumaan siihen, että Suomen olutmarkkinat avautuisivat myös EFTA-maiden panimoille. Vuonna 1961 marraskuussa kaikille panimoille annettiin oikeus valmistaa A-olutta. (Häikiö 2007, 172–178.)

Yksi merkittävimpiä käännteitä tapahtui vuonna 1965 kun Suomen Kansanpuoluetta edustanut sosiaaliministeri Juho Tenhiälä antoi alkoholilakiesityksen eduskunnalle. Hallitus esitti anniskelun sallimista maaseututaajamissa ja samalla saada oikeus perustaa Alkon myymälä niihin. Myymälöiden kohdalla hallitus asetti kokorajaksi taajamiin 2 000 asukasta ja anniskelun osalta 1 000 asukasta. Hallitus halusi pitää keskioluen Alkon myymälöissä. Alkoholilakiin tuli loppujen lopuksi muutos, joka koski keskioluen myyntiä elintarvikeliikkeissä ja ravitsemisliikkeissä. Myyntiin ja anniskeluun tarvittiin kuitenkin valtuuston suostumus. Uusien lakien tärkein sisältö oli alkoholitarjonnan merkittävä lisääminen: keskioluen myynti vähittäiskaupoissa, Alkon myymälöitä perustettiin maaseudulle sekä anniskelupaikkoja lisättiin ja niitä myönnettiin alempiin veroluokkiin. (Häikiö 2007, 200–205.)

Vuoden 1969 alusta entinen Alkoholiliike nimi lyheni Alkoksi. Alko syyllistyi vakavaan virheeseen koskien alkoholin kulutuksen arviointia. Alko arvioi keskioluen vaikutuksen alkoholin kulutukseen väärin. Oletettiin, että kulutuksen kokonaiskasvu olisi merkittävä, sillä keskiolut korvaisi muita juomia, erityisesti väkeviä. Todellisuudessa keskioluen vapauttaminen kauppoihin johti siihen, että alkoholin kulutus nousi aivan uudelle tasolle. Alkoholin kulutus kasvoi kaksinkertaiseksi vuodesta 1968 vuoteen 1974 asti. Inflaatio eteni voimakkaasti, mutta valtioneuvosto ei sallinut alkoholin hintojen kohota läheskään samassa tahdissa. Vuonna 1970 kulutuksen kasvu koki tasaantumisen. Kuitenkin seuraavan vuoden alkupuolella kulutus otti tuulta alleen, ja nousi jälleen jyrkästi. Sosiaaliministeri Pekka Kuusi toi esityksen Alkon edustajistolle syyskuussa 1971. Esityksen tarkoitus oli olla tavoiteohjelma kulutuksen tasaantumiseen. Pyrittiin nostamaan hintoja, joka näinä vuosina kohdistui lähinnä vähävaraiseen väestöön. Esityksen myötä pyrkimys tasa-arvoon sekä johdatella tiukkaa alkoholipolitiikkaa horjui. Edustajisto hyväksyi

yhtiön ensimmäisen kulutusohjelman, ja tämä oli voimassa seuraavat 8 vuotta. Samana vuonna myös Suomen ensimmäisen Alkon valintamyymälä avautui Espooseen, joka sisälsi kaikki juomaryhmät (Häikiö 2007, 200–220.) Kuvassa alkoholijuomien tilastoitu kulutus vuosina 1933–2013.



Kuva 2. Alkoholijuomien tilastoitu kulutus 1933-2013. (THL 2014)

4.5 Alkon uusi aikakausi 1985 –1998

Suomessa ei koettu vuosina 1985–1998 suuria muutoksia alkoholipolitiikassa. Tämän aikakauden yleinen aate taloudellisesta ja julkisen vallan suhteen oli sääntelyn purkaminen eli deregulaatio. Alkon kannalta näiden vuosien merkittävin tapahtuma oli koko alkoholijärjestelmän perustan muuttuminen. Suomen alkoholijärjestelmä muutettiin Euroopan unionin vaatimuksia vastaavaksi. Tämä merkitsi kokonaan uutta järjestelmää ja vanhan Alkon kuolemaa. Maailmalla monopolien purkaminen alkoi yleistyä 1980-luvulla. Suurin käänne tapahtui, kun Neuvostoliitto uudisti talousjärjestelmäänsä. Samoja ajatuksia alkoi pikkuhiljaa virrata Suomen alkoholijärjestelmään, kun kilpailulaki koki kokonaisuudistuksen vuonna 1985. Tämä johti Alkon kannalta merkittävään muutokseen vuonna 1987, kun voimaan tuli laki valtion liikelaitoksista. Muutos oli siirtymä kohti kilpailutaloutta. Muutokset johtivat Alkon ensimmäiseen kuukauden mittaiseen lakkoon, joka järjestettiin 1985.

Lakko enteili vanhan Alkon kuolemaa, ja osoittautuikin Alkon kohdalla uuteen aikakauteen ryhtymistä. (Alko Oy 2010.)

Suhteellisen pitkän tasaisen kehityksen jälkeen alkoholin kulutus lähti nousuun vuonna 1986. Hintoja korotettiin neljä prosenttia ylöspäin. Hallitus koki kulutuksen nousun kiusalliseksi, sillä Suomi oli valittu Maailman terveysjärjestön mallimaaksi. Tämä tarkoitti sitä, että kulutuksen tulisi laskea 25 prosenttia vuoteen 2000 mennessä. Ensisijaisena tavoitteena oli kokonaiskulutuksen hillintä valistuksen, hintojen nousun sekä saatavuuden rajoittamisen keinoin. Tavoitteita oli myös alkoholin aiheuttamien terveyshaittojen vähentäminen, alkoholin kokonaiskulutuksen supistaminen ja eri väestöryhmien alkoholin käytönhallintakyvyn vahvistaminen. Tavoitteille julkaistiin Suomen terveystalitiikan pitkän aikavälin tavoite- ja toimintaohjelma ”Terveyttä kaikille vuoteen 2000 mennessä” (Häikiö 2007, 270–280.)

Ennen vuotta 1988 Euroopan yhteisöt (EEC, EY) eivät juuri vaikuttaneet Suomen alkoholipolitiikan kasvuun. EEC-vapaakauppasopimus koski 1970-luvulla vain mallasjuomia, maustettuja viskejä, vermuttia, liköörejä, katkeroita ja niiden kaltaisia munaasokeria sisältäviä väkeviä alkoholijuomia. EEC:n ja EFTA:n yhteistyön tiivistyminen johti Euroopan talousalueen (ETA) syntymiseen vuodesta 1994. Suomi jätti hakemuksensa EEC:n jäseneksi vuonna 1992, Ruotsi 1991 sekä Norja 1992. Suuri kynnyskysymys jäsenyydelle oli alkoholipolitiikan puuttuminen EEC:n piirissä verrattuna Pohjoismaihin. (Häikiö 2007, 2078-282.)

Euroopan Unionin kehittyessä tähdättiin vapaakauppaan estävien monopolien purkamiseen. Suomessa oli kuitenkin Pohjoismaiden kattavin monopoli. Suomi joutui kohtaamaan Euroopasta vyöryvän monopolien vastaisen aallon. EY:n komissio vaati alkoholimonopoleja purettavaksi vuonna 1992. Komissiolla oli negatiivisia mielipiteitä monopolien säilyttämiseen. Suomen kohdalla komissio oli sitä mieltä, että terveyden suojelemiseen olisi muitakin keinoja kuin alkoholin kulutuksen vähentäminen. Samalla Suomeen kaavailtiin uutta verotusjärjestelmää. Erityistavoitteena oli sopeuttaa Suomen alkoholiverotus EY:n vaatimuksien mukaan. Asiasta tehtiin esitys Sosiaali- ja terveysministeriölle, joka tuottikin tulosta. Vuoden 1991 alusta lähtien tuli

voimaan uusi alkoholiverolaki, jossa jaoteltiin alkoholijuomat alkoholipitoisuuden mukaan neljään eri veroluokkaan. Alkon tavoite oli kuitenkin edelleen ohjata kulutusta alaspäin sekä turvata monopolin edut. Taistelu monopolin säilyttämisestä on alkanut. Suomen oli mukauduttava EY:n vaatimuksiin. Työryhmä von Hertzen teki alustavan esityksen alkoholijärjestelmän kehittämiseksi. Muutokset tapahtuivat kolmessa vaiheessa turhien monopolien lakkauttamiseksi. Vähittäismyyntimonopoli säilytti asemansa (Häikiö 2007, 380–410.)

Vuonna 1995 Oy Alko Ab jakautui kolmeksi eri yhtiöksi. Näitä olivat alkoholijuomien valmistaja ja markkinoija Primalco Oy, alkoholijuomien vähittäis- ja tukkukauppaa harjoittava Alko Oy sekä hotelli- ja ravintolatoimintaa harjoittava Arctia Oy. Nämä yhtiö saivat emoyhtiön Alko-Yhtiöt Oy. Konserni sai osakseen vuonna 1997 uuden yhtiön Havistra Oy:n. Yhtiö oli alkoholijuomien tukkumyyntiä ja jakelua Itämeren alueella harjoittava yritys. Alko erotettiin konsernista vuonna 1999 ja siirrettiin kokonaan sosiaali- ja terveysministeriön alaisuuteen. (Altia Industrial.)

4.5.1 ETA-sopimus

ETA-sopimus eli Euroopan talousaluetta koskeva sopimus on solmittu yhteismarkkina-alueen luomiseksi. Tämän sopimuksen perusteella EFTA-maat sisällyttävät useiden eri alojen EY-säännöksiä (entinen Euroopan Yhteisö, nykyinen EU) omiin kansallisiin lainsäädäntöihinsä. ETA-sopimus on luotu käyttäen viitetekniikkaa, joka tarkoittaa sitä, että sopimuksessa itsessään on vain ja ainoastaan luettelo niistä eri EY-oikeussäännöksistä, jotka kuuluvat sopimukseen. (Koroma, 1992. 1.) ETA:n ja EY:n tavoitteena oli yhteismarkkinoiden muodostaminen, jonka tehtävänä oli mahdollistaa tavaroiden, palveluiden, pääomien sekä työntekijöiden vapaa liikkuvuus. (Warsell 2005, 78.)

Eta-sopimukseen kuuluu neljä eri soveltamisalaa: neljä vapautta eli tavaroiden, henkilöiden ja pääomien ja palveluiden vapaa liikkuvuus; yhdenmukaiset toimintaolosuhteet yrityksille koko Eta-alueella eli yhteiset kilpailusäännöt; neljään vapauteen liittyvä yhteistyö, johon kuuluu esimerkiksi tutkimus ja

kehitystyö, koulutus ja ympäristönsuojelu sekä juridisinstitutionaalinen järjestelmä, jonka päätehtävänä on varmistaa, että yhteisiä sääntöjä noudatetaan kaikkien osalta. Sopimusta päivitetään jatkuvasti silloin, kun EY:n piirissä hyväksytään uusia säännöksiä sopimusalueelle. Eten sekakomitea hyväksyy uudet säännökset ja komitea noudattaa sopimuksen sisältämää päätöksentekomenettelyä. Joidenkin kohtien osalta sopimuksessa on sovittu siirtymäajoista, jolloin säännökset astuvat voimaan vasta silloin, kun siirtymäaika on kulunut täysin. Eri EFTA-maiden osalta siirtymäaika on sovittu kuitenkin erikseen, sillä niiden pituudet voivat vaihdella maakohtaisesti. (Koroma 1992, 2-3.)

4.5.2 ETA-neuvottelut ja Suomen alkoholipolitiikan muutokset

Vuonna 1992 alkoivat Suomen alkoholipolitiikan muutokset ja ne edistyivät nopeasti. Suomi neuvotteli EY:n jäsenyydestä ja samalla syntyivät uudet alkoholipoliittiset linjaukset. Linjausten tavoitteena oli sopeutua vapaaehtoisesti velvoitteisiin, jotka syntyvät EY-jäsenyydestä. Suomella oli selkeä tavoite. Haluttiin välttää sellaisia kannanottoja, joiden myötä jäsenyysneuvottelut olisivat voineen vaarantua. Jo suhteellisen varhaisessa vaiheessa neuvotteluja tuli selkeästi ilmi, että Alkon monopoliasema muuttuu tulevaisuudessa. Vähittäismyyntimonopolin säilyttäminen ei tuottaisi ongelmia, sillä verotuksellisiin syihin pystyisi vetoamaan. Valmistusmonopolilla ei kuitenkaan olisi samanlaista kohtaloa, sillä sen säilyttämiseen ei olisi enää perusteita. (Häikiö 2007, 307–308.)

Havaittavissa oli huolta Alkon johdon puolelta sekä pelko, että monopolin purkaminen aiheuttaisi järjestelmän kokonaisvaltaisen romahtamisen. Suomen integraationeuvotteluissa oli Alkosta mukana Bertil Roslin, mutta muuten siitä vastasi valtioneuvoston ministeriryhmä, jolla oli apunaan virkamiesryhmä. Jaoston ensimmäisessä kokouksessa keskusteltiin monopolin sopeuttamisesta. EY:n sääntöjen puitteissa vähittäismyynti- ja anniskelumonopolit pystyttäisiin säästämään, sillä niiden ylläpitäminen oli perusteltavissa kansanterveydellisin syin. Tuontimonopolin kokonaisvaltaisen purkaminen olisi edessä. Valmistus- ja tukkumonopoliin osalta ainakin toisen toimintaa tulisi sopeuttaa. (Häikiö 2007, 312.)

4.5.3 EY:n komission lausunto Ruotsin alkoholimonopolista

Heinäkuussa 1992 komissio antoi lausunnon Ruotsin soveltuvuudesta EY:n jäseneksi. Yhdeksi suurimmista neuvottelukysymyksistä nousi Ruotsin alkoholimonopoli ja sen sopeuttaminen, sillä Ruotsi oli määritellyt reunaehdot jäsenyydelleen, jotka koskivat erityisesti alkoholipolitiikkaa. Komissio epäili alkoholimonopolin yhteensovittamista EY:n lainsäädännön kanssa. Suomen ulkoministeriön johtava EY-neuvottelija Antti Satuli muodosti Suomen osalta johtopäätöksensä Ruotsin alkoholimonopolin saaman kohtelun mukaan. Suomen monopoli oli kattavampi kuin Ruotsin. Siitä syystä Satuli uskoi komission olevan vieläkin kriittisempi Suomea kohtaan. Tutkija Trygve Ugland pitää komission kannanottoa Ruotsia kohtaan eräänlaisena käännekohtana. Silloin EY selvästi ilmaisi ensimmäistä kertaa pohjoismaiden alkoholimonopoliin selkeän ristiriidan EY:n lainsäädännön kanssa. (Häikiö 2007, 313–317.)

4.6 Alko 2000-luvulla

2000-luvulta yhdeksi tärkeimmistä vuosista muodostui vuosi 2004. Neuvottelut Euroopan unionin kanssa päättyivät koskien turisti tuonnin siirtymäaikoja ja alkoholin maahantuonnista tuli käytännössä vapaata. Viron liittyessä EU:n jäseneksi, pelättiin turisti tuonnin räjähtävän käsiin. Tämä johti Suomen kannalta isoon verojen huojennukseen. Koko historian suurin alkoholiverojen alennus tapahtui noin 33 prosentilla. Samana vuonna keskialut päättyi kauppaliikkeiden suosituimmaksi tuotteeksi ja sitä myytiin halvemmalla kuin esimerkiksi ravintoloiden sisäänostohinta oli. Vuonna 2004 matkustajatuonti kasvoi huomattavasti, noin kymmenen prosenttia (Alko Oy 2010. Häikiö 2007, 450–455.)

2000-luvulla Alko-konserni hajosi. Itsenäistetyn Alko Oy:n toimintaa jouduttiin miettimään tarkoin uudelleen. Hallituksen mielestä strategioiden tekeminen tuleville vuosille olisi välttämätöntä. Uusi Alkon hallitusryhmä julkaisi edellisen vuoden toimintakertomuksen kuvaamalla yhtiötä sen olevan vastuullisesti, tasapuolisesti ja tehokkaasti toimiva alkoholijuomien erikoisliikeketju, jolla on koko maata kattava myymäläverkosto sekä laaja ja laadukas tuotevalikoima.

Vähittäismyynnissä Alko toimii alkoholilain puitteissa olevana alkoholiyhtiönä, jolla on keskeinen tehtävä suomalaisessa alkoholijärjestelmässä (Häikiö 2007, 412–414.) Hajoamisen jälkeen alkoholipolitiikan käsite jouduttiin käsittelemään uudelleen. Ruvettiin ajattelemaan asioita kansainvälisellä ja kansallisella tasolla. Suomen ja Euroopan unionin jäsenmaiden hintaerot olivat suuria, joten ryhdyttiin hintasopeutukseen. Suomen oli laskettava hintoja jälleen. Alkoholitutkijat seurasivat hintatason laskun taloudellisia ja yhteiskunnallisia vaikutuksia. Laskelmissa päädyttiin kokonaiskulutuksen olevan 9,6–11,7 litran välillä asukasta kohden. Viinien valmisteveroa laskettiin 17 prosenttia vuoden 1998 alusta asti 2000 luvulle. Kokonaisuutena alkoholin valmistevero saavutti 2000-luvulla realistisen tason, noin miljardin euron rajan. (Häikiö 2007, 415.)

Alko oli varustautunut huomattavaan myynnin vähenemiseen ja kilpailun tiukkenemiseen vuonna 2004. Valtioneuvosto antoi sosiaali- ja terveysministeriöille ohjeeksi laatia tarkan alkoholiohjelman koskevan suunnitelman vuosille 2004–2007. 2000-luvun periaatteita olivat alkoholipolitiikan tarkat linjaukset. Alkoholin haittoja haluttiin vähentää huomattavasti. Ohjelman tarkoituksena oli valvoa ikärajoja tarkemmin ja kieltäytyä myymästä päihtyneille. Ohjelma perustui myös ajatukseen kumppanuudesta, jossa jokainen osapuoli on mukana itsenäisesti ja omilla varoillaan. Mukana oli monia eri toimijoita: valtionhallinto, lääninhallitukset, kirkot, kunnat, sosiaali- ja terveysalan ammatilliset järjestöt sekä työmarkkina- ja elinkeinojärjestöt. Alkon tärkeimmäksi rajoittamisen keinoksi tulivat jo kaksi käytössä ollutta menetelmää koskien ikärajojen valvontaa ja kieltäytyä myymästä päihtyneille. (Alko Oy 2011.)

Vuonna 2010 Alkon hallitus päätti siirtää eläkevakuuttamisen omasta eläkesäätiöstä muiden vakuutusyhtiöiden hoidettavaksi. Samana vuonna Alkolla oli myymälöitä 343, ja luku kasvoi seuraavana vuonna vielä viidellä uudella myymälällä. Strategiaa tarkistettiin uudestaan kesäkuussa 2011. Toiminnan vastuullisuus, asiakaspalvelun kehittäminen, henkilöstön sitouttaminen ja osaamisen vahvistaminen olivat strategian keskeiset päätavoitteet. Alko alkoi painottaa vastuuta kokonaisvaltaisesti: ympäristövastuusta, vastuullisesta hankinnasta sekä vastuu henkilöstöstä olivat tärkeimmät vastuualueet. Seuraavana vuonna Alkon liikevaihto kasvoi

vajaat kolme prosenttia pääosin alkoholiverojen korotuksen myötä. Tulos oli merkittävästi alhaisempi edelliseen vuoteen verrattuna hinnoittelukertoimien muutoksen takia. (Alko Oy 2012.)

Hille Korhonen aloitti Alkon toimitusjohtajana vuonna 2013, mutta ei toiminut virassaan kuin muutaman vuoden. Vuonna 2013 käytiin erittäin paljon alkoholipoliittista keskustelua alkoholijuomaverojen korotuksiin ja tuleviin alkoholilakiuudistuksiin ja mainonnan rajoituksiin. Alkon toiminnan osalta vuosi oli myös haasteellinen. Liikevaihto laski, markkinatilanne oli haastava, johtuen tuonnin merkittävästä noususta. Alkolle yksi suurimmista tapahtumista oli myös vuonna 2016 laajentunut digitalisoituminen, joka johti Alkon verkkokaupan avautumiseen. (Alko Oy 2015, 2016.) Vuosi 2016 oli ensimmäinen askel kohti alkoholilain uudistusta, jolloin ensimmäinen esitys alkoholilain kokonaisuudistuksesta saatiin koottua eduskunnalle. Leena Laitinen siirtyi Alkon toimitusjohtajan rooliin vuonna 2017 (Alko Oy 2017.) Vuonna 2018 alkoholilainsäädännön kokonaisuudistus saatiin voimaan enemmistön äänillä.

5 Alkon monopoliasema ja Euroopan Unioni

Uuden alkoholilain myötä vuonna 1994 alkoi Alkon monopoliasemien asteittainen menetys. Alun perin tehty alkoholipoliittinen strategia perustuen asteittaiseen etenemiseen ja vähittäiseen sopeuttamiseen, oli kaatunut samalla kun Suomen ja EU:n välinen sopimus syntyi vuonna 1993. Silloisen pääjohtaja Kosken mukaan vaiheittaisen etenemisen ajatus jatkuisi kuitenkin vielä matkaansa sosiaali- ja terveysministeriön piirissä. Koski otti asiakseen kiirehtiä alkoholilain ja uuden alkoholiverolain käsittelyä. Sosiaali- ja terveysministeriön lakiehdotus käsitti käytännössä vain Alkon valmistus- ja tukkumonopolin purkamista asteittain. Tähän Alkon hallintoneuvosto vastasi haluavansa luopua asteittaisesta etenemisestä ja kokonaisuudistus olisi toteutettava kerralla. Tämä tarkoitti sitä, että kaikki muut vähittäismyyntimonopoli olisi purettava välittömästi kokonaisuudessaan. Näin suuri muutos vaikutti siihen, että Alkon asema selkiintyi huomattavasti. Alkon oli kuitenkin oltava liiketoiminnassaan vähittäismyyntiä lukuun ottamatta täysin samassa asemassa kuin muutkin yrittäjät. (Häikiö 2007, 404–409.)

Alkon palvelustrategia koki suuren muutoksen monopoliaseman tarpeellisuutta miettiessä. Alkon monopolia uhkaavat tekijät olivat pääasiassa läntinen integraatio ja kuluttajien vaatimukset. Tästä johtuvat paineet edellyttivät voimakasta myyntijärjestelmän sopeuttamista. Yhteiseksi linjaukseksi sovittiin lähentyminen kohti kaupan yleisiä periaatteita niin myymälöiden aukioloaikojen kuin sijoittelunkin suhteen. Erityinen huomio kuitenkin kohdistui palvelun parantamiseen, joka johti kansalaisten haluun pitää kiinni monopoliasemasta. Palvelutason parantamista pidettiin monopoliaseman yhdestä tärkeimmistä monopolin puolustuksen keinoista. Parempaa palvelutasoa kohti vaadittiin henkilöstön jatkuvaa koulutusta, laajaa tuotetietoutta ja tuotevalikoimaa, asiakaspalvelun parantamista sekä monopolin sosiaalisten ja terveystaloudellisten perusteiden kattavaa ymmärrystä. (Häikiö 2007, 405–420.)

5.1 Suomen sopeutuminen Euroopan unioniin

Vuoden 1995 alussa muodostettiin uusi konserni. Konsernin muodostivat vähittäismyyntiä yksinoikeudella harjoittava Alko Oy, teollisuutta ja vientiä harjoittava Primalco Oy sekä Alko-Yhtiöt Oy. Alko-Yhtiöt Oy toimi emoyhtiönä sekä omisti Alkon ja Primalcon. Konsernin muodostuessa myös ravintolayhtiö siirtyi Alko-Yhtiöt Oy:n tytäryhtiöksi. Yli 4,7 tilavuusprosenttia alkoholia sisältävien juomien vähittäismyynti jäi Alko Oy:n yksinoikeudeksi. Poikkeuksena tästä oli suomalaiset tilaviinit. Nämä muutokset olivat riippuvaisia ainoastaan siitä, että Suomi oli vihdoinkin liittymässä Euroopan talousalueen jäseneksi. EU tarkkaili jatkuvasti, miten eri jäsenmaissa perittiin valmisteveroja. Alkoholijuomien matkustaja tuonnissa on pitkälti kysymys verotuksesta. Tässä tapauksessa kysymys oli valmisteverojen perimisestä tai niiden perimättä jättämisestä. (Häikiö 2007, 399.)

Suomi ja Ruotsi ottivat EU:n kanssa käymissään jäsenyysneuvotteluissa esiin kysymyksen alkoholijuomien matkustaja tuonnista kotimaahan toisesta EU-jäsenmaasta. Suomen ja Ruotsin kannalta yhteinen ongelma oli muita EU-maita selvästi korkeampi alkoholijuomien verotuksen taso. Ongelmana verotuksen tason kanssa oli EU-maiden sisäisessä liikenteessä lähes rajaton matkustajien oikeus tuoda alkoholijuomia kotimaahan. (Häikiö 2007, 400.)

Suomen liittyessä Euroopan unioniin oli Alkon sopeuduttava EU:n sisäiseen vapaaseen kauppaan. EU:n silmissä haittoja ehkäisemään pyrkivä vähittäismyyntimonopoli oli sinänsä hyväksyttävissä, jos se kohtelisi kaikista EU-maista, myös kotimaasta, tulevia tuotteita samalla tavalla ja hinnoittelisi ne samoin läpinäkyvin periaattein. EU:n kanssa päästiin yhteisymmärrykseen siitä, ettei EU puutu Alkon vähittäismyyntimonopoliin, mikäli se ei ole diskriminoiva. (Häikiö 2007, 420–425.)

5.2 Euroopan unionin asettamat määräykset

Suomen ja Euroopan unionin välisessä kokouksessa 21.12.1993 päästiin yhteisymmärrykseen Alkon monopoliasemasta. Kokouksessa käytiin läpi yksityiskohtia ja Alkon tulisi täyttää näistä jokainen. Kokouksessa hyväksyttiin pöytäkirja tarkoista yksityiskohdista, jotka vaikuttivat Alkon toimintaan jokainen omalta osaltaan. Ensimmäisenä käsiteltiin syrjimättömyyden yleiset periaatteet. Syrjimättömyysperiaatteen toteuttamiseksi komissio esitti kolme yleisperiaatetta, joita olivat objektiivinen, kaikkia koskeva sekä läpinäkyvä. Sitten hyväksyttiin vapaa pääsy. Yhteisön kaikilla kansalaisilla tuli olla vapaa pääsy kaikkiin elinkeinoihin ja ammatteihin. Tämä tarkoitti mahdollisuutta esimerkiksi avata ravintoloita sekä työskennellä Alkossa. Kotimaisia tuotteita ei saanut suosia muualta yhteisöstä tuleviin tuotteisiin nähden. Syrjintäkielto koski kaikkia liiketoimintoja juomien raaka-aineista tuotteiden mainontaan asti. Tuontia harjoittavilla agenteilla tuli olla mahdollisuus saada tuotteitaan myyntiin myös vähittäiskaupassa. Jos yksityinen asiakas esimerkiksi halusi ostaa jonkun erikoisemman tuotteen, hänen tuli voida saada se siihen hintaan eikä hintaan saanut lisätä muita kuin todelliset lisäkustannukset erikoiserän hankkimisesta. (Häikiö 2007, 421–430.)

Suomen oli vakuutettava EU siitä, että vähittäismyyntimonopolin säilyttämisenä olivat sosiaali- ja terveystaloudelliset syyt eikä kotimaisen tuotannon suosiminen. Sopimukseen kirjattiin yksityiskohtaisia määräyksiä koskien tuotteiden hyväksymistä myyntilistalle, mainontaan ja hinnoitteluun liittyen, anniskelulupien määräykset, pullotukset ja valvonta. Anniskelulupien sääntöjen tuli olla objektiivisia sekä julkisia, eikä luvan myöntäjällä saanut olla mahdollisuuksia diskriminointiin. Asiakkaila tuli olla mahdollisuus saada niitä

muiden EU-maiden tuotteita, jotka eivät ole monopolin myyntilistoilla, mahdollisimman nopealla aikataululla ja samoilla kustannuksilla kuin monopolin tuotevalikoimaa. Kaikkien tuotteiden ottamisen valikoimaan tuli tapahtua kiinteässä yhteistyössä sellaisen paneelin kanssa, jossa olivat edustettuina kuluttajat ja tuottajat. Promootiota ja julkisuutta koskevien sääntöjen tuli olla samat kansallisille sekä EU-tuotteille. Voittomarginaalien tuli perustua objektiivisiin kriteereihin ja läpinäkyviin hinnoitteluperiaatteisiin. Myös alkoholijuomien pullottamisen tuli olla avointa kaikkien EU-maiden kansalaisille samoilla ehdoilla, eikä tätä toimintaa ollut varattu vähittäismyyntimonopolille. Kaiken lisäksi diskriminoinnin estäviä toimenpiteitä tuli seurata päivittäin ja raportoida kahdesti vuodessa komissiolle (Häikiö 2007, 336–340.)

6 Alkoholilain kokonaisuudistus

Alkoholilain kokonaisuudistus saatiin päätökseen kokonaisuudessaan 01.03.2018. Eduskunta hyväksyi alkoholilainsäädännön 19.12.2017 ja tasavallan presidentti hyväksyi sen 28.12.2017. Osa lainsäädännöstä astui voimaan jo 01.01.2018. (Valvira, 2017.) Valtioneuvoston asetus alkoholilain täytäntöönpanosta sekä sosiaali- ja terveysministeriön asetus alkoholilain valvonnasta ovat uuden lainsäädännön täydentävät osat (Sosiaali- ja terveysministeriö 2018.)

01.01.2018 astui poikkeuksellisesti voimaan muutamia uusia vapautuksia. Yksi suurimmista oli se, että 5,5-prosenttisten alkoholijuomien myynnin vähittäiskaupassa sai aloittaa. Tämä aiheuttaa suurta kilpailua vähittäiskauppojen ja Alkon välillä. Tammikuun ensimmäisenä päivänä aukesi myös mahdollisuus käsityöläisöluiden myyntilupien hakemiseen aluehallintovirastoilta. Samana päivänä ravintolat saivat aloittaa niin sanotun Happy hour-mainonnan sekä ravintoloiden aukioloajat vapautuivat. Aukiolojen vapautuminen ei kuitenkaan vaikuttanut millään tavalla alkoholin anniskeluaikoihin. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2018.)

6.1 Uudistuksen tärkeimmät periaatteet

Suomen entinen alkoholilainsäädäntö koostui vuoden 1994 alkoholilaista ja 13 annetusta asetuksesta, jotka täydensivät itse alkoholilakia. Uusi alkoholilaki poikkeaa jo hyvin paljon vanhasta, sillä lainsäädännön nojalla annetut asetukset on pyritty kokoamaan mahdollisimman kattavasti yhteen lakiin. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2018.)

Uuden alkoholilain, kuten vanhentuneenkin, pääasiallinen tehtävä on alkoholista aiheutuvien terveydellisten haittojen ehkäiseminen. Uudistuksen tärkeimpinä periaatteina on esimerkiksi Alkon vähittäismyyntimonopoliaseman säilyttäminen tulevaisuudessa. Periaatteisiin kuuluvat myös nykyisen lupajärjestelmän säilyttäminen sekä alkoholilainsäädännön tarpeettomien ja vanhentuneiden normien purkaminen ja nykyaikaistaminen. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2018.)

6.2 Muutokset alkoholijuomien mainontaan

1.1.2018 astui voimaan uudistus, jonka myötä lyhytaikaisen tarjoushintoilmoittelun kieltä poistui alkoholijuomien anniskelussa. Anniskelupaikat saavat halutessaan ilmoittaa vuoden alusta lähtien lyhytaikaisista, mietoja alkoholijuomia koskevista juomatarjouksista anniskelupaikan ulkopuolella. Tämä käsittää esimerkiksi ikkunan, oven tai jonkin muun paikan, joka sijaitsee välittömässä läheisyydessä, esimerkiksi A-ständissä. Näistä tarjouksista ilmoittaminen myös Internetissä tai lehdissä on alkuvuodesta asti ollut luvallista. (Valvira 2017.) Tällaista tarjoushintoilmoittamista on esimerkiksi anniskelupaikkojen Happy hour-ilmoitukset. Uusi laki myös mahdollistaa omien tuotteiden esittelemisen esimerkiksi erilaisissa verkkohinnastoissa. Näihin tahoihin kuuluvat väkevien alkoholijuomien valmistajat, tukkumyyjät sekä tuotteita myyvät ravintolat (Sosiaali- ja terveysministeriö 2018.)

6.3 Muutokset alkoholijuomien anniskeluun

Ravintoloiden aukioloajat vapautettiin 1.1.2018 alkaen. Alkoholijuomien anniskeluaikojen koskevat uudistukset astuivat sen sijaan voimaan vasta

maaliskuussa. (Valvira 2017.) Aukioloaikojen vapauttaminen käytännössä tarkoittaa, että anniskelu-aika päättyy jatkossakin samaan aikaan, eli 01:30, mutta anniskelua saa jatkaa aluehallintovirastolle tehdyn ilmoituksen puitteissa enintään 04:00 saakka. Tämän uudistuksen myötä aiempi lupakäsittely poistuu kokonaan, mutta ravintoloille tulee uusia vaatimuksia järjestyksen valvonnasta. Ravintolan ei tarvitse enää sulkeutua heti anniskelun päätyttyä, mutta anniskellut alkoholijuomat tulee nauttia tunnin kuluessa siitä, kun ravintolan anniskelu-aika on päättynyt. Viranomaisilla on kuitenkin edelleen oikeus puuttua ravintoloiden toimintaan, eli käytännössä kieltää tai rajoittaa anniskelua erilaisten häiriöiden ehkäisemiseksi. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2018.)

Maaliskuussa astui voimaan uudistus, joka vapautti anniskeluluvat. Käytännössä tämä tarkoittaa, että yhdellä anniskeluluvalla saa jatkossa anniskella kaikkia alkoholijuomia, eikä erillisiä lupia tarvitse enää hakea. Lisäksi ravintoloilla on mahdollisuus halutessaan hakea lupaa alkoholijuomien vähittäismyyntiin. Uusi laki velvoittaa, että ravintoloilla on jokaisessa työvuorossa täysi-ikäinen vastuhenkilö. Vastuuhenkilölle ei enää aseteta minkäänlaisia päteviä erityisvaatimuksia, ainoastaan anniskelupassi riittää. Jos ravintolassa on 16-vuotias työntekijä, täytyy hänen työskennellä vuorovastaavan valvonnassa, jotta hän saa anniskella. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2018.)

6.4 Muutokset alkoholijuomien vähittäismyyntiin

Normaalissa ruokakaupassa, eli vähittäismyyntikaupassa, sai 1.1.2018 ruveta myymään alkoholijuomia, joiden väkevyys on vähintään 5,5 prosenttia. Tuotevalikoimamuutokseen ei tämän uudistuksen myötä tarvitse hakea minkäänlaista lupaa. Saman uudistuksen myötä poistui vaatimus alkoholijuomien valmistamisesta käymisteitse. (Valvira 2017.) Käytännössä uudistus merkitsee sitä, että esimerkiksi kaupat, kioskit sekä huoltamot saavat jatkossa myydä muun muassa A-olutta, vahvaa siideriä sekä long drink -juomia. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2018.)

Panimot pystyvät hakemaan vuoden alusta lähtien aluehallintovirastolta lupaa, jolla he saavat myydä käsityöläisolutta suoraan paikanpäältä (Valvira 2017.)

Panimoiden koolle on kuitenkin rajoituksia. Uudistus käsittää vain itsenäiset ja pienpanimot. Pienen panimon raja on enintään 500 000 litran alkoholijuomien tuotantomäärä vuodessa. Jotta panimo saa kyseisen luvan, käsityöläisluvet eivät saa olla esimerkiksi oluiden ja virvoitusjuomien sekoituksia. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2018.)

6.5 Alkoholilainsäädännön uudistusten vaikutukset Alkoon

Nimenomaisesti itse Alkoon alkoholilaki uudistus vaikutti ainoastaan aukioloaikojen myötä. Alkot saavat ympäri maata olla nykyään tunnin pidempään auki, eli kello 21 asti. Uuden alkoholilain vaikutukset Alkon toimintaan ovat suhteellisen laajat. Suurimpana uhkana Alkon kannattavuudelle on vähittäiskauppojen oikeudet myydä enintään 5,5 prosentin vahvuisia juomia. Ennen Alko oli ainut paikka, mistä kuluttajat pystyivät näitä alkoholijuomia ostamaan, nyt niitä saa vähittäiskaupoista, kioskeista tai huoltoasemista. Kuitenkin Alko säilyttää monopoliasemansa viinien ja muiden väkevien alkoholijuomien osalta.

6.6 Alkon toimitusjohtajan haastattelu

Alko Oy:n hallitus nimitti yhtiön uudeksi toimitusjohtajaksi Leena Laitisen syksyllä 2017. Leena Laitinen on koulutukseltaan kauppatieteiden maisteri ja on toiminut monien isojen ketjujen johtajana kuluneina vuosina. Haastattelimme Leena Laitista sähköpostitse alkoholilain kokonaisuudistuksen vaikutuksista nyt ja tulevaisuudessa. Haastattelun avulla saimme asiantuntijan ja asianomaisen näkökulmaa ja ajatuksia siitä, miten uudistus on tähän hetkeen vaikuttanut sekä mitä mahdollisesti tulevaisuus tuo tullessaan. Laitinen kommentoi uuden alkoholilainsäädännön vaikuttaneen Alkon toimintaan vahvojen lonkeroiden ja oluiden odotettuna myynnin laskuna. Lainsäädännön muutoksen myötä vuoden 2018 alussa enintään 5,5-prosanttien alkoholien myyntipisteiden määrä kasvoi Alkon 355 myymälän verkostosta noin 5000 päivittäistavarakauppaan, kioskiiin sekä huoltoasemaan. Laitinen kommentoi muutoksien vaikutuksien arvioimisen olevan vielä hieman hankalaa, sillä alkoholilain kokonaisuudistus on ollut voimassa vasta niin vähän aikaa, eli noin puoli vuotta. Kokonaismuutos nähdään kokonaisuudessaan vaikutuksineen vasta myöhemmin.

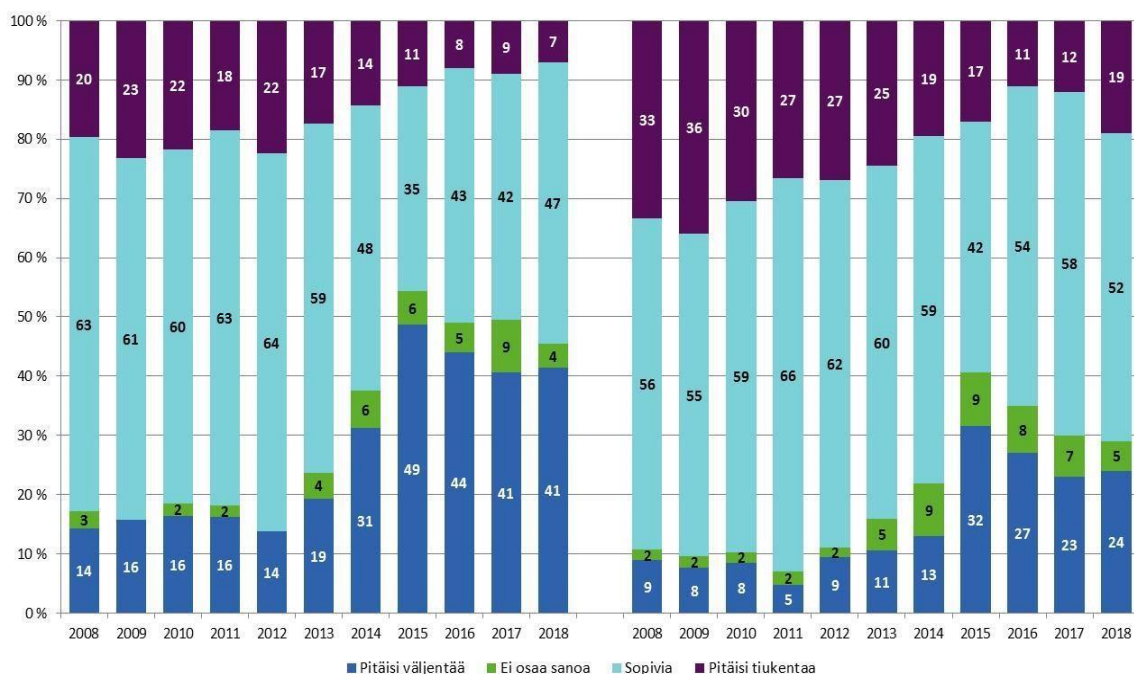
Laitisen mukaan kannattavuudessa tammi–lokakuun aikana tapahtunut muutos on ollut litramyynnin lasku 8,6 prosenttia. Viime aikojen trendi suosia laadukkaita tuotteita on jatkunut myös tänä vuonna, mikä tarkoittaa sitä, että asiakkaiden ostojen keskihinta on korkeampi. Tällä on ollut myynninlaskua pehmentävä vaikutus yrityksen talouden kannalta. Alkon puolivuosisikatsauksessa kesäkuun tulos oli edellisen vuoden vastaavaa aikaa parempi. Alkon monopoliaseman hyödyllisyyttä miettiessään Leena Laitinen tuo esiin Suomessa vielä vallitsevan alkoholihaittojen nousun veronkorotuksista huolimatta. Alkon tehtävälle alkoholihaittojen vähentäjänä sekä valtion alkoholipolitiikan välineenä on Laitisen mukaan edelleen tarvetta, sillä Alkon päätehtävänä on kuitenkin alkoholihaittojen ehkäisy. Alkon asiakkaat ovat olleet myös erittäin tyytyväisiä yrityksen toimintatapoihin; Alko on valittu seitsemän vuotta peräkkäin parhaaksi myymäläksi kansainvälisessä asiakaspalvelututkimuksessa kaikista vähittäiskaupoista. Laitisen sanoin monopoliaseman purkaminen tulevaisuudessa ei ole välttämättä tapahtumassa. Lainsäätäjät eli eduskunta säättää, millaista alkoholipolitiikkaa halutaan Suomessa edistää. Monopoliaseman tärkeys on edelleen osa tätä politiikkaa. Nykyisen eduskunnan linjaus koskien Alkon monopoliasemaa on ollut myönteinen; asemaa ei haluta purkaa. Vaikutukset toki riippuvat siitä, miten ja millä tavoin mahdollinen purkaminen tapahtuisi, jos päätös purkamisesta lopulta tehtäisiin. Purkaminen vaikuttaisi volyymeihin, sillä jakelupisteet laajenisivat reilusti.

Toimitusjohtaja pohtii Alkon tulevaisuuden olevan valoisa muutoksista huolimatta. Henkilöstö on sitoutunut kehittämään yhtiön toimintaa, mikä on Alkolle erittäin suuri voimavara. Laitinen painottaa yrityksen panostavan erityisen paljon henkilöstön kehittämiseen ja hyvinvointiin. Tämä kaikki vaikuttaa yhtiön toimintaan positiivisesti. Alkon uusi strategia on lähtenyt hyvin liikkeelle, joka mahdollistaa myös asiakkaiden mielipiteet ja vaikutukset yhtiön toimintatapoihin. Verkostoa uudistetaan uuteen konseptiin, sekä kehityksessä on tapahtumassa paljon mielenkiintoisia asioita. Kaiken kaikkiaan Laitisen mukaan Alkon monopoliasema ja rooli monopolipolitiikassa halutaan tulevaisuudessakin sen tärkeytensä vuoksi säilyttää.

6.7 Terveyden- ja hyvinvoinnin laitoksen tutkimukset

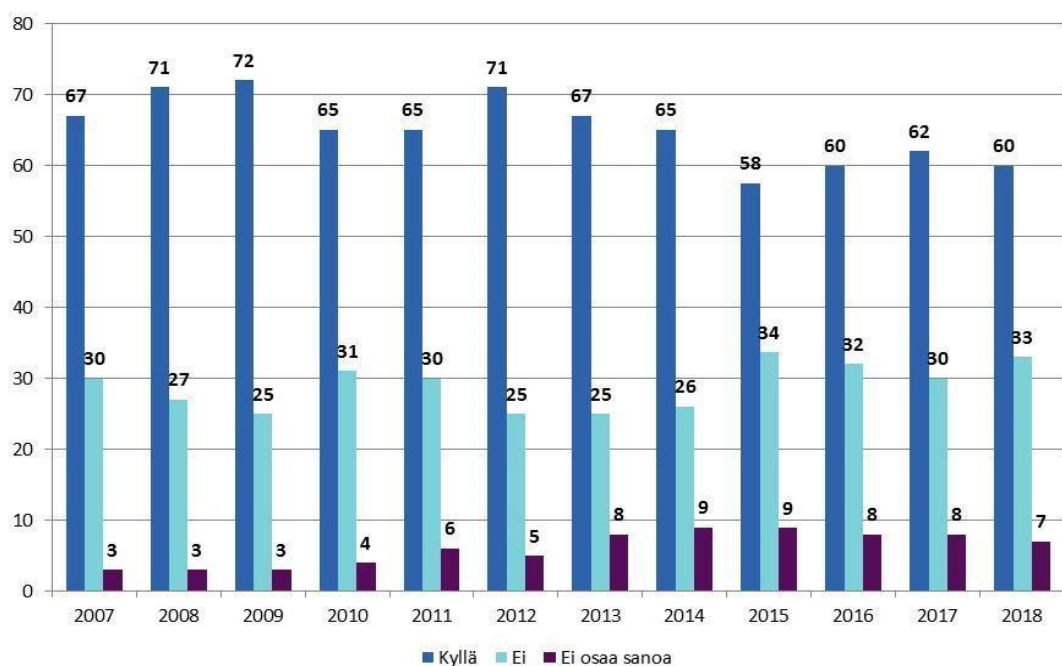
Suomalaisten alkoholin kulutus ei ole uuden alkoholilainsäädännön myötä kasvanut huomattavasti. Tammi–elokuussa 2018 kulutus kasvoi 1,1 prosenttia verrattuna 2017 samaan ajanjaksoon. Alkoholin matkustajatuonti väheni samana ajanjaksona 2,9 prosenttia. Kulutuksen nousuun on vaikuttanut long drink–juomien, eli 5,5 prosenttisten juomien, saapuminen vähittäiskauppoihin ja huoltoasemille. Etenkin long drink – juomien myynti on viime vuoteen verrattuna noussut 47,2 prosenttia. Alkon myynti taas puolestaan putosi 4,9 prosentilla. (Terveyden ja hyvinvoinnin laitos 2018.)

Vuonna 2018 THL järjesti alkoholipolitiikkaa koskevan mielipidekyselyn. 49 prosenttia vastanneista oli sitä mieltä, että nykyisen alkoholipolitiikan linjaukset ovat sopivia. 13 prosenttia vastaajista kannatti alkoholipolitiikan tiukentamista. Noin kolmannes vastaajista, 32 prosenttia, kannatti väljempää alkoholipolitiikkaa. Vastaajista miehet olivat huomattavasti enemmän väljemmän alkoholipolitiikan kannalla, kun taas naiset halusivat tiukennusta linjauksiin. Kuvassa 3 vasemmalla vastanneet ovat miehiä ja oikealla naisia.



Kuva 3. Miesten ja naisten suhtautuminen vallitseviin alkoholipoliittisiin rajoituksiin vuosina 2008–2018, prosenttia vastanneista (THL 2018a)

Vahvojen oluiden myyntipaikkojen muutokset saivat mielipidekyselyn perusteella vahvaa kannatusta. Jopa kaksikolmasosaa vastaajista on sitä mieltä, että päivittäistavarakaupoista tulisi saada vahvaa olutta. Puolet kyselyyn vastanneista kannattivat myös viinien saapumista päivittäistavarakauppoihin. Väkevien juomien pitäminen Alkon yksin oikeutena sai suuren kannatuksen, sillä jopa 85 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä. (Terveystieteiden tutkimuslaitos, 2018.) Kuva 4 kuvaa mielipiteitä siitä, onko Alkon monopoli ja sen yksinoikeus alkoholijuomien vähittäismyyntiin hyvä tapa rajoittaa alkoholista aiheutuvia haittoja.



Kuva 4. Mielipiteet siitä, onko Alko ja sille annettu yksinoikeus alkoholijuomien vähittäismyyntiin hyvä tapa rajoittaa alkoholihaittojen laajuutta 2007-2018, prosenttia vastanneista (THL 2018)

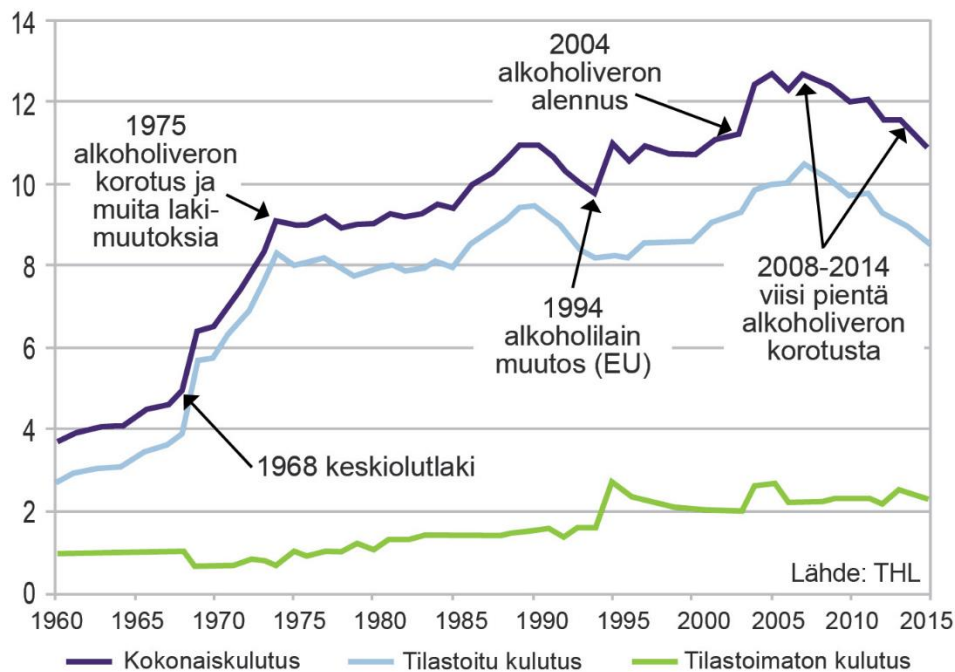
7 Tutkimuksen johtopäätökset ja yhteenveto

Uuden alkoholilainsäädännön tullessa voimaan oli paljon spekulatiota ja jopa pelkoa siitä, että alkoholin kulutus nousisi rajusti. Vuoden 2018 alkupuolella tapahtunut alkoholilain kokonaisuudistus mahdollisti muun muassa päivittäistavarakauppoihin enintään 5,5 tilavuusprosenttiset alkoholijuomat. Uudistuksen tärkeimpänä päätavoitteena oli elinkeinopoliittisten tavoitteiden

painoarvon lisääminen sekä sääntelyn yleinen keventäminen ravintoloiden ja kauppojen osalta.

Kun mietitään tulevaisuuden muutoksia monopoliaseman puolesta, ovat ne osaltaan riippuvaisia myös eduskunnan päättäjistä. Leena Laitinen kertoi haastattelussaan, että tällä hetkellä eduskunta on sitä mieltä, ettei alkoholimonopolin purkaminen ole tähtäimessä ja monopoliasema halutaan vielä säilyttää. Alkon monopoliaseman tarpeellisuutta heijastetaan vielä kansanterveydellisiin syihin sekä Alkon osuutta vankkana asemana alkoholihaittojen ehkäisyyn. Kun Suomen alkoholihistoriaa erinäisine osineen käydään läpi, on erittäin selvää, että alkoholin käyttö Alkon historian alkupuolelta ja jopa ennen Alkon syntyä, on ollut ja on edelleen suhteellisen runsasta. Alkoholijuomien kokonaiskulutus Suomessa 3,5-kertaistui 1960-luvun alusta vuoteen 2007 asti. Tuolloin alkoholinkulutus oli maassamme suurimmillaan. Kokonaismäärä oli 12,7 litraa jokaista 15 vuotta täyttäneeltä kohti. Vuodesta 2008 vuoteen 2016 kehitys on ollut kuitenkin positiivista. Vuoden 2007 huippuluvuista kulutus on alentunut 12,7 litrasta 10,8 litraan. (THL 2018.)

Vuonna 2004 tapahtuneet muutokset kuten matkustajatuontikiintiöiden poistaminen, alkoholiverojen alentaminen ja Viron liittyminen EU:n jäseneksi myötävaikuttivat alkoholin kulutuksen kasvuun. Tilastoimaton alkoholinkulutus kohosi noin neljänneksen matkustajatuonnin lisääntyessä huomattavasti 70 prosentilla. Erityisesti väkevien alkoholijuomien kotimainen myynti ja maahantuonti lisääntyivät reilusti. Jakelupuolella Alkon osuus tilastoidusta alkoholimyynnistä lisääntyi 44 prosenttiin, kun puolestaan ravintoloiden osuus väheni jopa 17 prosenttiin. Verotus koki myös muutoksia vuonna 2018. Suomessa alkoholijuomien valmisteveroja korotettiin 1.1.2018. Korotus koski kaikkia alkoholijuomaryhmiä. Korotus kuitenkin painottui lievästi muihin kuin väkeviin alkoholijuomiin. Virossa alkoholijuomien valmisteveroja korotettiin puolestaan 1.7.2017, mikä todennäköisesti on vähentänyt suomalaisten matkustajatuontia Virosta kotimaahan. Kuvasta 5 voidaan nähdä alkoholilain historian pääpiirteet ja kulutuksen nousu vuosina 1960–2015.



Kuva 5. Alkoholilain historian pääpiirteet vuosina 1960–2015 (THL 2016)

Vuoden 2018 alkoholitilastoja ei ole vielä julkaistu. Tilastosta on kuitenkin tehty suuntaa antava arvio, jonka mukaan alkoholin kulutus alkoholilain muutoksen myötä ei ole noussut merkittävästi. Pidemmän aikavälin vaikutuksia on vielä mahdotonta arvioida kokonaisuudessaan.

7.1 Alkon tulevaisuus

Alkon tulevaisuus näyttää tällä hetkellä vakaalta. Monopoliasemaa tuskin puretaan lähivuosina, sillä Alkolla on vakiintunut markkina-asema sekä kuluttajien tuki. Tutkimuksen alakysymyksen vastausta miettiessä on selvää, että osittainen monopolin purkaminen on mahdollista ja tulevaisuudessa erittäin todennäköistä. On hyvin mahdollista, että tulevaisuudessa Suomi saattaa saada alkoholipolitiikkansa enemmän Pohjoismaiden kaltaiseksi. Jos tapahtuisi verojen alennukset naapurimaiden kaltaisesti, olisi sillä vaikutuksia matkustajatuontiin. Mahdolliset muutokset alkoholipolitiikassa luultavasti tapahtuvat vuosien saatossa asteittain ja hitaasti. Suurin vaikuttaja Suomen alkoholilainsäädäntöön sekä alkoholipolitiikkaan kuitenkin on eduskunta. Mahdollista on, että seuraavat kansanedustajat puoltavat monopoliaseman purkua ja muutoksia tapahtuukin oletettua nopeammin. Niin kuin Leena Laitinen

haastattelussaan korosti, tällä hetkellä päättäjät puoltavat monopolia ja sen asema tämänhetkisessä alkoholipolitiikassa halutaan säilyttää.

Tutkimuksen valmistuttua ja THL:n tilastojen analysoinnin avulla päästiin miettimään tutkimuksen pääkysymyksen vastausta. Johtopäätöksenä on, että monopoliasema sellaisenaan ei ole kuitenkaan enää tarpeellinen. Kansanterveydellinen argumentti ei ole enää ajankohtainen, sillä uuden alkoholilainsäädännön ja sen suomien vapautuksien myötä kuluttajien keskimääräinen alkoholikulutus ei ole huomattavasti noussut. Kuluttajilla kuitenkin on vielä vahva mielipide siitä, että monopoli on tehokas alkoholin haittojen ehkäisijä, joten toistaiseksi Alkon asema on turvattu.

7.2 Jatkotutkimukset

Tulevaisuudessa voitaisiin tutkia, millaiset ovat olleet alkoholinkulutuksen haitat pitkällä aikavälillä ja millaisia vaikutuksia uudella, väljemmällä alkoholipolitiikalla on ollut. Tämän tutkimuksen tekeminen kuitenkin edellyttäisi odottamista, sillä alkoholilainsäädäntö on astunut voimaan vasta viime vuonna. Hintakilpailulla sekä alkoholijuomien verohuojennuksilla saataisiin tutkimus koskien matkustajatuontia.

Lähteet

Alko Oy 2011. Vuosikertomus ja yhteiskuntavastuuraaportti.
<https://www.alko.fi/INTERSHOP/static/WFS/Alko-OnlineShop-Site/-/Alko->

OnlineShop/fi_FI/pdf_t/Muut%20pdf_t/vuosikertomus-ja-yhteiskuntavastuuraportti-2011.pdf Luettu 12.10.2018.

Alko Oy 2012. Vuosikertomus ja yhteiskuntavastuuraportti. https://www.alko.fi/INTERSHOP/static/WFS/Alko-OnlineShop-Site/-/Alko-OnlineShop/fi_FI/pdf_t/Muut%20pdf_t/vuosikertomus-ja-yhteiskuntavastuuraportti-2012.pdf. Luettu 12.10.2018.

Alko Oy 2013. Vuosikertomus ja yhteiskuntavastuuraportti. https://www.alko.fi/INTERSHOP/static/WFS/Alko-OnlineShop-Site/-/Alko-OnlineShop/fi_FI/pdf_t/Muut%20pdf_t/vuosikertomus-ja-yhteiskuntavastuuraportti-2013.pdf. Luettu 14.10.2018.

Alko Oy 2014. Vuosikertomus ja yhteiskuntavastuuraportti. https://www.alko.fi/INTERSHOP/static/WFS/Alko-OnlineShop-Site/-/Alko-OnlineShop/fi_FI/pdf_t/Muut%20pdf_t/vuosikertomus-ja-yhteiskuntavastuuraportt-ja-tasekirja-2014.pdf. Luettu 14.10.2018.

Alko Oy 2015. Vuosikertomus ja yhteiskuntavastuuraportti. https://www.alko.fi/INTERSHOP/static/WFS/Alko-OnlineShop-Site/-/Alko-OnlineShop/fi_FI/pdf_t/Muut%20pdf_t/ALKO_2015_vuosikertomus%20ja%20yhteiskuntavastuuraportti.pdf Luettu 14.10.2018.

Alko Oy 2016. Vuosikertomus ja yhteiskuntavastuuraportti. https://www.alko.fi/INTERSHOP/static/WFS/Alko-OnlineShop-Site/-/Alko-OnlineShop/fi_FI/pdf_t/Muut%20pdf_t/Alko_Vuosikertomus_2016.pdf. Luettu 14.10.2018.

Altia Industrial 2017. Altian historia. <https://www.altiaindustrial.com/fi/altian-historia> Luettu 14.10.2018.

European Alcohol Policy Alliance 2016. Euroopan alkoholipolitiikkaa käsittelevä raportti, 9-10. http://www.ehyt.fi/sites/default/files/ajankohtaista/Euroopan_alkoholipolitiikka_kasitteleva_raportti_netti.pdf Luettu 9.9.2018.

Koroma, J. 1992. Eta-sopimus ja teollisuus. Teollisuuden kustannus Oy.

Mankiw, N. Gregory 2009. 5. Painos. Principles of Economics.

Metsämuuronen, J. 2006. Laadullisen tutkimuksen käsikirja. Jyväskylä. Gummerus Kirjapaino Oy.

Pohjoismainen hyvinvointikeskus 2013. Alkoholipoliittiset mielipiteet Pohjoismaissa. 7. https://nordicwelfare.org/wp-content/uploads/2017/10/Inspirasjonshefte_finsk.pdf Luettu 13.11.2018.

Pohjola, M. 2014. Taloustieteen Oppikirja. 7.-10. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Pohjola, M. 2015. Taloustieteen Oppikirja. 11.-13. painos. Helsinki. Sanoma Pro Oy.

Poikolainen, K. 2016. Tarvitaanko alkoholimonopolia. <https://www.libera.fi/blogi/tarvitaanko-alkoholimonopolia/> Luettu 9.9.2018.

Strand, S. Vinmonopolet. Nykypäivän Vinmonopolet – moderni ketju sosiaalisella vastuulla. <https://www.vinmonopolet.no/social-responsibility> Luettu 9.9.2018.

Systembolaget. <https://www.omsystembolaget.se/english/> Luettu 9.9.2018.

Terveiden ja hyvinvoinnin laitos 2018a. Alkoholipoliittiset mielipiteet 2018. http://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/136126/Alkoholipoliittiset_mielipiteet%207-2018.pdf?sequence=2&isAllowed=y. Luettu 23.1.2019.

Terveiden ja hyvinvoinnin laitos 2018b. Ennakkotieto: Alkoholijuomien kulutus tammi-elokuu 2018. <https://thl.fi/fi/tilastot-ja-data/tilastot-aiheittain/paihteet-ja-riippuvuudet/alkoholi/alkoholijuomien-kulutus> Luettu 25.11.2018.

Terveiden ja hyvinvoinnin laitos 2016. Alkoholilain historian pääpiirteet vuosina 1960–2015. <https://thl.fi/fi/web/alkoholi-tupakka-ja-riippuvuudet/alkoholi/alkoholipolitiikka/lait-ja-linjaukset/lainsaadannon-kehitys> Luettu 16.11.2018.

Tilastokeskus 2017. Alkon myynninkehitys. <https://thl.fi/fi/tilastot-ja-data/tilastot-aiheittain/paihteet/alkoholi/alkoholijuomien-kulutus> Luettu 16.11.2018.

Tilastokeskus 2014. Päihdetilastollinen vuosikirja. Alkoholijuomien tilastoitu kulutus 1933-2013. <http://www.julkari.fi/handle/10024/125383> Luettu 16.11.2018.

Tuominen, I. 2018. Alkoholilain kokonaisuudistus. <https://stm.fi/alkoholilain-kokonaisuudistus>. Sosiaali- ja Terveysministeriö. Luettu 11.10.2018.

Viisitähteä toimitus 2018. Pohjoismaiset alkoholimonopolit vertailussa – Alko on kallis ja tehoton. <https://viisitahtea.com/artikkelit-2/pohjoismaiset-alkoholimonopolit-vertailussa-alko-on-kallis-ja-tehoton/> Luettu 9.9.2018.

Valvira 2017. Mikä muuttuu alkoholijuomien myynnissä, mainonnassa ja anniskelussa 1.1.2018. <https://www.valvira.fi/-/mika-muuttuu-alkoholijuomien-myyntissa-mainonnassa-ja-anniskelussa-1-1-2018-> Luettu 12.10.2018.

Warsell, L. 2005. Perikato vai uuden alku? Alkon purku 1990-luvulla. Gummerus Kirjapaino Oy.

Österberg, E. 2009. Päihdelinkki. Alkoholimonopoli. <https://www.paihdelinkki.fi/fi/tietopankki/tietoiskut/paihteet-ja-yhteiskunta/alkoholimonopoli> Luettu 12.10.2018.

1. Koetko, että uusi alkoholilainsäädäntö on vaikuttanut Alkon toimintaan? Miten?
2. Onko kannattavuudessa ollut huomattavia muutoksia uuden lainsäädännön myötä?
3. Mietteitä Alkon monopoliasemasta; koetko, että se on vielä hyödyllinen/tarpeellinen?
4. Jos tulevaisuudessa monopoliasema poistuisi, millaisia vaikutuksia sillä olisi Alkon toimintaan?
5. Millaiselta Alkon tulevaisuus mielestäsi näyttää?