



TOINEN PIRTUAIKA

Mitkä ovat yksityisen alkoholintuonnin vaikutukset Suomessa ja miten ilmiötä mitataan?

Asiantuntijahaastatteluja Suomessa ja Virossa 2013

”Matkustajien ilmoittamien maahantuotujen alkoholijuomien määrä ei mahdollisesta unohtamisesta ja salailusta johtuen välttämättä vastaa todellisuutta. Tämä pulma ei koske vain alkoholin maahantuonnin selvittämistä vaan kaikkia otantaan perustuvia kysely- ja haastattelututkimuksia.”

Erikoistutkija Esa Österberg, Terveiden ja hyvinvoinnin laitos (THL)

”Alkoholin veronkanto Virossa on ollut viime vuosina mahtavaa. Valtio on saanut enemmän kuin on suunniteltu, vaikka samaan aikaan kotimarkkinat ovat pienentyneet. Kastein pani suurenmoisen verotuoton suomalaisturistien ansioksi.”

Virolainen Äripäev –talouslehti 6.6.2013

SISÄLLYSLUETTELO

JOHDANTO	7
YHTEENVETO	9
Matkатуонnin volyymin arvioinnin ongelmat.....	10
Matkатуonti 2004 jälkeen.....	10
Alkoholin kulutuksen kehitys	11
Lieveilmiöt ja rikollisuus.....	12
Veronkorotusten riskit	13
Alkoholipoliittiset tavoitteet ja todellisuus	14
HUOMIOITA MATKUSTAJATUONNIN ARVIOIMISESTA JA ALKOHOLIN KULUTUKSESTA.....	15
HAASTATTELUT	18
ESA ÖSTERBERG	18
<i>Kulutusarvioinnin laskentaperusteet</i>	19
<i>TNS Gallupin matkustajatuontitutkimukset.....</i>	20
<i>Nykyinen tiedonkeruu</i>	20
<i>Pimeät pullot</i>	22
<i>Matkustajatuonti Virosta</i>	24
<i>Verotus ja viinaralli</i>	25
<i>Missä alkoholi juodaan</i>	27
<i>Virolaiset näyttävät tuovan omaan käyttöön eikä myyntiin.....</i>	28
KIMMO VEHKALAHTI	29
<i>Epävarmuuden lähteet</i>	30
<i>Kiintiöpoiminnan ongelmat.....</i>	31
<i>Pitkä aikaväli näyttää trendimuutokset</i>	32
<i>Mustat laatikot.....</i>	32
<i>Suhteellinen totuus</i>	33
<i>Aineistot pitäisi antaa vapaaseen käyttöön</i>	34
MERJA SANDELL.....	35
<i>Matkustajatuontia pidetään silmällä</i>	35
<i>Ravintolaelinkeinon asema.....</i>	37
<i>Suuri osa matkатуonnista työllistää Suomessa</i>	37

<i>Laivamyynänti verotetaan lähtömaassa</i>	38
<i>Laittoman tuonnin seuranta</i>	39
PERTTI RAUHIO	40
<i>Verokilpailu on realiteetti kulutustavarakaupassakin</i>	40
<i>Luulot ja tiedot</i>	41
<i>Suomi yrittää Euroopan alkoholiveroja ylös menestyksettä</i>	42
<i>Viron-tuonnin arviointi ennen galluptiedon aikasarjoja</i>	43
<i>Kun vero kiristyy, myös verokilpailu kiristyy</i>	43
JUSSI HUHTELA	45
<i>Ravintoloihin ei ole valunut verottamatonta viinaa</i>	45
<i>Eikä löydy raksoiltakaan</i>	46
<i>Nuorison juominen kasvussa ja alaikäisille välitetään</i>	47
<i>Juomisen määrä on kasvanut, taito ei</i>	47
<i>Ravintolaelinkeinon pelot ja toiveet</i>	49
SVEN KIRSIPUU	50
<i>Suomen veronkorotukset lisäävät ostoja Virosta</i>	51
MARGUS KASTEIN	53
<i>Rajakauppa ja brändit</i>	54
<i>Ovat ne verot nousseet Virossakin</i>	55
<i>Alkoholivero on erittäin merkittävä Viron valtiontaloudelle.</i>	57
<i>Alan itsesääntelyllä maltillisempaan kulutukseen</i>	57
LIITTEET	59
LIITE 1	59
<i>Taloussanomät 19.3.2012</i>	59
LIITE 2	60
<i>Uutiset, 8.11.2012 Suomen suurlähetystö, Tallinna</i>	60
LIITE 3	61
Äripäev 6.6.2013	61
<i>Suomalaisturistit täyttävät ripeästi Viron valtion kassaa</i>	61
<i>Tuottajat tinkineet katteistaan</i>	62
<i>Kastein varoittaa fiskaaliriskistä</i>	63
LIITE 4	65
<i>Äripäev 25.3.2013</i>	65
<i>Suomen valmisteverot ovat oppitunti Viron poliitikoille</i>	65
NEWSBROKERS & HILJAINEN JOURNALISMI; RIIPPUMATONTA FAKTAA TILAUSTYÖNÄ	69

JOHDANTO

*Toinen pirttuaika*¹ on Suomen panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliitto ry:n keväällä 2013 tilaama Hiljainen reportaasi™ yksityisen alkoholituonnin tilastoinnista sekä tuonnin merkityksestä ja vaikutuksista Suomessa ja Virossa. Raporttiin haluttiin koota faktaa, perusteltuja mielipiteitä ja objektiivisia näkemyksiä paljon keskustelua herättävästä aiheesta.

Hiljaisten reportaasien™ toimitustavan mukaan työn tilaajan osuus on rajoittunut aiheen ja työn laajuuden määrittelyyn. Haastateltavien valinta sekä muu tiedonhankinta on tehty riippumattomasti Newsbrokers Oy:n toimituksessa eikä tilaaja ole missään työn vaiheessa puuttanut reportaasin sisältöön. Se on syntynyt yksinomaan haastattelujen ja reportaasissa mainittujen lähteiden perusteella.

Reportaasin ovat toimittaneet Suomessa Mika Horelli, Jukka Keitele, Pekka Paunio ja Virossa Simo Hämäläinen. Tekstistä omiin laatikoihinsa nostetut poiminnat materiaalista ovat toimituksen korostuksia.

Tätä Hiljaista reportaasia™ voidaan vapaasti käyttää tiedotusvälineissä lähteenä, mutta lähde on mainittava.

Helsingissä 12.6.2013

Mika Horelli
Newsbrokers Oy

¹ Kieltolaki 1919-1932 sai Suomessa aikaan ennennäkemättömän viinan salakuljetuksen aikakauden, jota osuvasti on kutsuttu myös pirttuajaksi. Alkoholiala salakuljetettiin Suomeen alkuvuosina etupäässä Virosta, myöhemmin enenevässä määrin myös Saksasta ja Danzigista. (Lähde: Otavan suuri ensyklopedia, 8. osa (Kemi-Kreikka), art. Kieltolaki. (2. Painos.) Otava 1979. ISBN 951-1-05071-0)

² Viron konjunktuuuri-instituutin edustaja kieltäytyi ainoana pyydetyistä antamasta haastattelua tähän reportaasiin.

YHTEENVETO

Kun alkoholin matkатуonti omaan käyttöön EU-maista vapautui ja etenkin kun Virossa tuli EU-maa 2004, alkoholin matkатуonnin Virossa arviointiin kasvavan suunnattomasti ellei verotusta alenneta. Suuri veronalennus toteutettiin 2004 alusta. Tuonti kasvoi odotetulla tavalla 2004 ja 2005 ja tasaantui sitten, jopa hieman laski noususuhdanteen vielä jatkuessa ja alennetuilla veroilla.



Vuonna 2008 alkaneet veronkorotukset näyttävät lisänneen oluen "kierrätystä" eli Suomessa valmistetun, mutta Virossa myytäväksi vietyyn oluen myymistä suomalaismatkailijoille takaisin siten että verot jäävät Virossa. Tämän perusteella näyttää fiskaalisesti epätarkoituksenmukaiselta kiristää oluen verotusta, vaikka sitä on pidetty olemattoman hinta-kysyntä-jouston takia turvallisena verotuskohteena.

Kasvavan nettikaupan merkitystä ei ole vielä voitu arvioida. Tuonti satamasta noudeettavaksi kasvaa kätevyysyistä. Kätevyys saattaa lisätä motivaatiota ja alentaa kynnystä ohittaa laillisesti Suomen kiristytävä verotus. Nettikaupan läpimurto on joillakin muilla tuotealoilla jo ollut huomattavan raju.

Matkustajatuonnista tulee Virossa 71% ja Ruotsista 14%. Tuontia dominoi alkoholimäärässä väkevien tuonti ja rahtimäärässä oluen. Muualta EU:sta tulee noin 15% ja siinä ryhmässä viinien osuus on merkittävin. Suomessa juoduista viineistä 35%, viinista 25% ja oluesta 6% tuodaan nyt ulkomailta matkojen yhteydessä. Oluen osuus näyttää pieneltä, mutta Suomessa juodusta alkoholista nautitaan oluena noin puolet ja väkevinä alle neljännes. Tuontioluen osuus alkoholin kokonaiskulutuksesta on siten lähes yhtä suuri kuin tuontiväkevien. Rahtimääränä litroissa ja kiloissa oluen tuonti on aivan dominoivaa.

Ennen Suomen EU-jäsenyyttä verovapaa matkustajatuonti laivoilta ja lentomatkoilta oli määrältään suppeaa ja käsitti pääasiassa väkeviä juomia sallitun kaksi litraa per aikuinen matkustaja. Kun Suomi siirtymäkauden jälkeen sopeutui EU-määräyksiin, on voitu tuoda pakettiautollinen juomia "omaan käyttöön".

Matkатуонnin volyymin arvioinnin ongelmat

Alkoholin matkustajatuonti on tilastoimatonta kulutusta, jota on pyritty mittaamaan vuosikymmeniä muun muassa kyselytutkimuksin. TNS Gallupin viikoittaista matkатуonti-tutkimusta pidetään hyvin suuntaa ja muutoksia kuvaavana, mutta matkатуонnin todellisten määrien suhteen epäluotettavana.

Vuodesta 2008 lähtien tehdyt veronkorotukset ovat joka kerta aiheuttaneet matkатуonnin kasvua.

Tilastotutkija Kimmo Vehkalahden mukaan otantakyselyjen vastausprosentit ovat yleisesti laskeneet ja alkaa muodostua ongelmaksi, tarjoutuuko vastaajiksi edustava satunnaisotos vai jokin kokonaiskuvaa vinouttava osa kohdehenkilöistä. Vehkalahti pitäisi tarpeellisena, että tutkimusyhtiöt avaisivat menetelmiään ja lisäisivät läpinäkyvyyttä. Hänen mielestään kyselytutkimusten perusteella ei muodostu riittävän luotettavaa tietoa tuonnin määristä.

Myös Saku-oluttehtaan johtaja Margus Kastein pitää turistien mukaansa ostaman alkoholin määrää monimutkaisena arvioitavana. Lisäksi Viron valtiovarainministeriön Sven Kirsipuun melko leveällä pensselillä antama kuvaus litramäärien arvioinnista jättää sellaisen kuvan, että tilastoina julkaistaan arvauksia.

Viron kansalaisten tuontia Suomeen ei ole mitattu johdonmukaisesti eikä siitä saa aikasarjoja. Vuoden 2011 tutkimuksen mukaan virolaisten tuonti Suomeen joka tapauksessa yöpymisiin suhteutettuna ylitti sekä suomalaisten että virolaisten keskimääräisen alkoholinkulutuksen, joten on epävarmaa joivatko he todella itse kaiken tuomansa ja mahtuuko marginaali kohteliaisiin tuliaisiin.

Nettimyynti eli tuonti satamasta noudettavaksi on toistaiseksi jäänyt katveeseen mutta sen merkityksen arvioidaan kasvavan alkoholiverotuksen nostaessa viinan hintaa Suomessa.

Matkатуonti 2004 jälkeen

Alkoholin salakauppa tyrehtyi 2004 jälkeen, eikä laillista tai laitonta kotivalmistustakaan enää ole havaittu juuri ollenkaan. Pimeää markkinat pidetään pienenä, eikä verottamatonta alkoholia ole juurikaan löydetty anniskelupaikkojen tarkastuksissa.

Tilanne on kuitenkin taas muuttumassa. Vuodesta 2008 lähtien tehdyt veronkorotukset ovat joka kerta aiheuttaneet matkatuonnin kasvua. Alkoholien kokonaiskulutuksessa on havaittu viime vuosina laskua, josta on vaikea eritellä verotuksen ja laman vaikutusta. Pimeiden markkinoiden elpymisestä ei ole havaintoja.

Matkatuonnin määrä vastaa 44% Alkon myynnistä Suomessa. Suomessa juoduista väkeväistä viineistä 35% ja viinasta 25% tuodaan ulkomailta matkojen yhteydessä. Virosta tuodaan runsaasti mietoja juomia kuten olutta. Oluesta vain 6% tulee matkatuontina (tutkija Esa Österberg).

Virolaisten arvioidaan juovan Suomeen tuomansa melkein kokonaan itse.

Veronalennus 2004 onnistui sen valmistelijoiden (mm. Pertti Rauhio) mukaan täsmälleen laskettujen tavoitteiden ja arvioiden mukaisesti. Vuonna 2008 alkaneiden veronkorotusten valmistelu ei näytä perustuneen vastaavanlaiseen "tieteellisyyteen" kuin vuoden 2004 alennus, vaan päätökset on tehty lähinnä laman aikaisen valtiontalouden paikkaamiseksi, ja perusteltu yleisölle osittain myös alkoholi-poliittisilla viikunanlehdillä.

Virossakin verotus on kiristynyt. Sakun johtaja Margus Kastein huomauttaa, että jos Viron hintataso nousee liikaa, suomalaiset eivät enää osta ja omat kuluttajat alkavat rahdata viinansa Latviasta. Virolla ei ole kansantaloudellisesti varaa ottaa kiinni Suomen verotuksen tasoa. Tähän vaikuttaa sekin, että turismi muodostaa 10% Viron bruttokansantuotteesta ja suomalaisten osuus turismista on melkein puolet. Alkoholien hakeminen on eräs keskeinen käyntimotiivi suomalaisille ja ruotsalaisille, jotka käyttävät rahaa myös paljon muuhun. Tätä tulovirtaa ei haluta menettää Latvialle, joka tarjoaisi välittömän vaihtoehdon ja olisi kätevän lähellä myös nettikaupparah-teja ajatellen. Tähän saakka suomalainen verottaja on ajatellut vain Viroa, mutta senkin takana on maailmaa.

Vuonna 2008 alkaneiden veronkorotusten valmistelu ei näytä perustuneen vastaavanlaiseen "tieteellisyyteen" kuin vuoden 2004 alennus, vaan päätökset on tehty lähinnä laman aikaisen valtiontalouden paikkaamiseksi, ja perusteltu yleisölle osittain myös alkoholi-poliittisella kuorrutuksella.

Alkoholien kulutuksen kehitys

Päihdetilastollinen Vuosikirja 2012 kertoo, että anniskelun määrä laskenut kolmanneksellä 1997 jälkeen ja osuus kulutuksesta 26%:sta 14%:iin. Vuoden 1990 jälkeen anniskelu on vähentynyt litroissa 40%. Tämä kehitys on saanut ravintolaelinkeinon

tietenkin huolestumaan, ja elinkeino pelkää jokaisen veronkorotuksen vain siirtävän kulutusta pois ravintoloista.

Oluen osuus kokonaiskulutuksesta on ollut laskussa vuoden 1990 jälkeen. Sen markkinaosuus on vähentynyt saman verran kuin lonkeroiden on noussut. Väkevät ovat menettäneet osuuttaan, siideri ja viini kasvattaneet. Kaiken kaikkiaan kulutus on siirtynyt vuosikymmenien ajan koko ajan miedomprien juomien suuntaan.

Suomessa juodusta alkoholista valtaosa on edelleen kotimaassa valmistettua, merkittävänä poikkeuksena viini. Oluen myynnin kotimaisuusaste vähittäiskaupan tilastojen mukaan on edelleen noin 90%. Matkatuonnin osuus olen kulutuksesta on noin 6 %. Osa tästä on valmistettu Suomessa, mutta määrästä ei ole varmaa tietoa.

Lieveilmiöt ja rikollisuus

Tullin tietoon tulleet alkoholirikokset ovat vuosikirjan mukaan vähentyneet. Vuonna 2002 niitä kirjattiin 2.871, 2003 kirjattiin 2.368; 2004 enää 843 eli neljäsosa veronalennusta edeltävän vuoden rikoksista ja 2011 tullirikoksia oli 829. Veronalennus romautti ne. Hivutuskorotukset eivät ole nostaneet niitä ennalleen. Takavarikoidun alkoholin (mukaan lukien sprii) määrä teki ennätyksen vielä 2004, mutta romahti 2005 yli 90 %, 86 miljoonasta litrasta alle 8 miljoonaan.

Suomesta ei ole saatavissa tutkimustietoa siitä, kuinka moni ostaa alkoholia salakaupasta. Virossa julkaistiin toukokuussa 2013 suhdanneinstituutin tieto, että 6% virolaisista alkoholinnostajista on ostanut pimeää viinaa, ja että pimeän viinan kauppa on suurinta maaseudulla ja pienintä Tallinnan metropolialueella. Todettakoon, että Latviassa alkoholiverotus on Viroa alempi ja sieltä on laillista matkatuontia Viroon. Sitä ei kuitenkaan Sven Kirsipuun mukaan edes yritetä laskea. Sen sijaan halvan vodkan salakuljetusta Venäjältä koetetaan sekä tutkia että estää. Se näyttää painotuvan köyhille itäalueille ja venäläisväestöön.

Suomen matkatuonnin on epäilty merkitsevän verottamattoman alkoholin valumista ravintolamyyntiin varsinkin pieniin ja heikosti kannattaviin paikkoihin. Poliisitarkastaja Jussi Huhtelan mukaan suuressa tarkastusiskussa keväällä 2012 ei löydetty yhtään pulloa verottamatonta alkoholia mistään anniskelupaikasta. Ei ole varmaa, voidaanko sen perusteella sulkea pois uudelleenpullottaminen, mutta Huh-

Suomen suhteellisen lievä ja varovainen liberalisointi on olennaisesti vähentänyt rikollisuutta. Alkoholipolitiikan kiristäminen merkitsee tässä suhteessa riskiä muunkin entisyyden palaamisesta.

tela pitää ilmeisenä ettei ravintolamyyntiin tule kuin poikkeuksellisesti matkatuontialkoholia. Hänen ja tutkija Österbergin mukaan ravintoloissa on jäänyt kiinni yksittäisiä työntekijöitä omista salaviinabisneksistään, ja alan piirissä kilpailijat vahtivat toisiaan tarkasti. Salakapakoita on harvakseltaan paljastunut. Niissä myytävän matkatuontialkoholin määrästä ei ole mitään tilastoimiskelpoista tietoa.

Alaikäisille välittävät trokarit näyttävät hankkivan myytävänsä pääasiassa tavallisista marketeista, koska pääkysyntä kohdistuu siideriin ja keskiolueen. He rahoittavat kaupalla lähinnä omaa juomistaan. Matkatuontitavaran laajasta salamyynnistä on jäänyt kiinni vain keväällä 2013 ”Viina-Seppona” tunnettu tapaus. Pienempää tuttavinkien jakelua ei pystytä arvioimaan, vaikka sitä tietenkin on.

Matkatuonti näyttää olevan pääsääntöisesti juuri sellaista kuin on tarkoituskin. Se ei ole merkittävästi lisännyt alkoholirikollisuutta, joka on monessa suhteessa romahtanut murto-osaan siitä mitä se oli ennen vapaata EU-tuontia ja vuoden 2004 suurta veronalennusta. Suomen suhteellisen lievä ja varovainen liberalisointi on olennaisesti vähentänyt rikollisuutta. Alkoholipolitiikan kiristäminen merkitsee tässä suhteessa riskiä muunkin entisyyden palaamisesta.

Veronkorotusten riskit

Alkoholitutkija Esa Österbergin ja VM:n Merja Sandellin mukaan nimenomaan olutta kannattaa verottaa fiskaalisin perustein, koska sen kysyntä ei jousta hinnan perusteella kuten viinin ja viinan. Hieman ristiriitaisesti verottaja Sandell kuitenkin puhuu myös alkoholipoliittisesta tavoitteesta vähentää nuorison harrastamaa mietojen juomien kulutusta.

Matkatuonti ja sen laajentuminen nettikaupaksi kuitenkin antaa mahdollisuuden tuoda olutta alemmalla hinnalla.

Virosta saapuneiden matkailijain määrä kasvoi 5% vuonna 2011, 3% vuonna 2012. Laivalla myytiin vuonna 2012 olutta 27% enemmän kuin 2011 ja siiderin myynti oli noussut 51%. Veronkorotusten merkitystä ei voida sulkea pois.

Panimoiden viennissä ulkomaanliikenteeseen oli laskeva trendi 1998-2008, nouseva 2008 jälkeen. Suurin lasku tapahtui 2004 kun tuonti kasvoi nopeasti. Oluen matkatuontin kotimaisuusaste on nyttemmin noussut. Vuonna 2008 alkaneet veronkorotukset näyttävät lisänneen oluen ”kierrätystä” Suomesta Tallinaan ja takaisin siten

Kätevyys saattaa lisätä motivaatiota ja alentaa kynnystä ohittaa laillisesti Suomen kiristyvä alkoholiverotus. Netti-kaupan läpimurto on joillakin muilla tuotteilla jo ollut huomattavan raju.

että verot jäävät Viroon. Tämän perusteella näyttää fiskaalisesti epätarkoituksenmukaiselta kiristää oluen verotusta, vaikka sitä on pidetty olemattoman hintakysyntä-jouston takia turvallisena verotuskohteena.

Kasvavan nettikaupan merkitystä ei ole vielä voitu arvioida. Tuonti satamasta noudeuttavaksi kasvaa kätevyysyistä. Kätevyys saattaa lisätä motivaatiota ja alentaa kynnystä ohittaa laillisesti Suomen kiristytvä alkoholiverotus. Nettikaupan läpimurto on joillakin muilla tuotealoilla jo ollut huomattavan raju.

Alkoholipoliittiset tavoitteet ja todellisuus

Vaikka alkoholiverotuksella on kaikkien haastattujen mukaan lähinnä fiskaaliset tavoitteet, myös alkoholipoliittisille tavoitteille osoitettiin haastatteluissa kohteliasta huomiota. Julkisessa poliittisessa keskustelussa äänestäjien edessä ne näyttävät olevan pääosassa. Haastattelujen ja tutkimusaineiston perusteella voidaan hahmottaa eräitä alkoholipoliittisia kysymyksiä joita ei yleensä kysytä.

Veronkorotuksia harkittaessa on varottava, ettei motivoida taloudellisesti sellaisia ei-toivottuja seurauksia joiden estämiseen ei sitten valvonnassa ole resursseja.

Kun kulutus kasvaa, kenen kulutus kasvaa? Naisten alkoholinkäyttö on kasvanut merkittävästi sukupolven vaihtuessa. He ovat muuttuneet harvoin ja vähän ottavista miestensä iltamenokuskeista tasavertaisiksi ottajiksi.

Tilastojen mukaan naisista oli täysraittiita 31% vuonna 1982 ja miehistä 15%. 2011 naisista enää 15% oli täysraittiita ja miehistä 12%. Eurooppalaisten ruokajuomakäytäntöjen yleistyminen on ilmeisesti lisännyt kohtuukäyttöä.

Kun veron nosto alentaa kulutusta kuten viime vuosina on oletettu, tai jos sitä alentaa suhdannetilanne, kenen kulutus alenee?

Juovatko alkoholistit ja juopot vähemmän vaiko kohtuukäyttäjät joille viina on toisijainen väistytävä hyödyke? Alkoholistille kaikki muut tarpeet väistyvät, viina kyllä hankitaan ja juodaan. Vaikuttaako hinta mitään todellisten ongelmajuojujen litramääriin?

Nuorison juomisen on arveltu lisääntyneen, ainakin se on muuttunut näkyvämmäksi kuin ennen. Ilmiö on kansainvälinen eikä näytä korreloivan alkoholipolitiikkaan, vaan pikemminkin perherakenteiden ja kasvatuskäytäntöjen muutokseen. Toisaalta

esimerkiksi koulujen päättäjispäivän jälkeen 2013 poliisit sanoivat mediassa, että nuorison käytös on viime vuosina parantunut ja väkivalta päättäjäsiltana vähentynyt.

Alkoholin salakaupasta tiedetään, että ”alaikäisille on välitetty ja siihen pitää pystyä puuttumaan. Mutta sekin on valvontaresursseista kiinni poliisilla ja tullissa. Eivätkä viranomaisresurssit ole kasvamaan päin.” (Sandell, VM)

Tämän perusteella veronkorotuksia harkittaessa on varottava, ettei motivoida taloudellisesti sellaisia ei-toivottuja seurauksia joiden estämiseen ei sitten valvonnassa ole resursseja.

Huomioita matkustajatuonnin arvioimisesta ja alkoholin kulutuksesta



Matkustajamäärä Suomen ja Viron välillä on kasvanut 32% vuodesta 2003 vuoteen 2012. Viron alkoholivero on kiristynyt 60% vuodesta 2003 vuoteen 2012. Alkoholiverojen tuotto on kasvanut 136% vuodesta 2003 vuoteen 2012. Alkoholijuomat ovat kuitenkin edelleen vähittäiskaupassa lähes puolta halvempia kuin Suomessa.

Tiedämme Viron ja Suomen kokonaiskulutuksen. Emme kuitenkaan tiedä, mikä on matkustajatuonnin tarkka määrä ja sen jakauma virolaisten ja suomalaisten kulu-

tukseen, koska matkustajatuonti Virosta Suomeen arvioidaan pääasiassa suomalaisilla kyselytutkimuksella, johon liittyy myös tutkijoiden myöntämiä epävarmuuksia.

1. On mahdollista arvioida, kuinka luotettavasti ihmiset vastaavat TNS-gallupin kyselyihin
 - a) *Esa Österbergin mukaan ihmiset aliarvioivat oman alkoholin kulutuksensa kyselytutkimuksissa, aliarvioivatko he myös alkoholin tuontinsa?*
 - b) *Kimmo Vehkalahden mukaan olisi tärkeitä lisätä tutkimuksen tuloksiin niihin aina liittyvä tilastollinen vaihteluväli*
 - c) *Kimmo Vehkalahden mukaan vastauksissa voi olla sosiaalisen hyväksyttävyyden harhaa, tuodaan pakettiautollinen ja vastataan, 'tuotiin pari olutta saunakaljoiksi'*
 - d) *VM:n Sandellin mukaan lukuun on pakko luottaa, kun muutakaan ei ole*

2. Tuontialkoholin määrä arvioidaan pelkästään kyselemällä suomalaisilta
 - a) *Virolaisten osuus matkustajista kasvaa koko ajan*
 - b) *Virolaisten matkaajien alkoholin tuontia on kartoitettu vain yksittäisillä selvityksillä*
 - c) *Virolaisten tuonnin oletetaan tulevan pääasiassa omaan käyttöön, mutta siitä ei saa varmuutta*
 - d) *Viron viranomaiset käyttävät suomalaisia arvioita omien "virallisten" tilastolukujensa yhtenä perusteena*

Koska tutkimus on tuotujen alkoholimäärien osalta toteutettu eri vuosina täsmälleen samalla tavalla, voidaan tuloksia pitää ajallisesti vertailukelpoisina ja ne kuvaavat ilmeisen paikkansapitävästi muutostrendejä tuontimäärissä ja juomalajeissa. Sen sijaan matkustajien maahantuomien alkoholijuomien määrä ei mahdollisesta unohtamisesta ja salailusta johtuen välttämättä vastaa todellisuutta.

Virolaisten matkatuonnista Suomeen on tehty 2011 tutkimus, jonka mukaan tuontimäärät suhteutettuna yöpymismääriin vastaavat 11,5 litraa absoluutista alkoholia henkeä kohti vuodessa. Tämä ylittää virolaisten lasketun alkoholinkulutuksen 10,2 litraa vuonna 2011 (Suomi 10,1 litraa), ja moni kertoi ostaneensa alkoholia myös Suomessa. Österbergin mukaan tämän pe-

Ovatko Suomessa lähinnä töissä käyvät virolaiset sitten työaikanaan yli 10% juopompia kuin kummankin maan keskiarvo? Jos eivät ole, voidaan epäillä että heidän tuontiaan sittenkin valuisi myös suomalaiseen kulutukseen sala-kaupan kautta.

rusteella voidaan uskoa, että virolaisten tuontia ei valu suomalaiseen kulutukseen nettomääräisesti, mutta ovatko Suomessa lähinnä töissä käyvät virolaiset sitten työaikanaan yli 10% juopompia kuin kummankin maan keskiarvo? Jos eivät ole, voidaan epäillä että heidän tuontiaan sittenkin valuisi myös suomalaiseen kulutukseen salakaupan kautta. Määrät olisivat kuitenkin varsin marginaalisia Suomen kokonaiskulutuksessa.

Kasvavan nettikaupan merkitystä ei ole vielä voitu arvioida. Tuonti satamasta noudettavaksi kasvaa kätevyysyistä. Juuri helppous saattaa lisätä motivaatiota ja alentaa kynnystä ohittaa laillisesti Suomen kiristytvä verotus.

HAASTATTELUT

ESA ÖSTERBERG

Esa Österberg on Terveiden ja hyvinvoinnin laitoksen (THL) Alkoholi ja huumeet yksikön (ALHU) erikoistutkija.

Erikoistutkija Österbergin työnantaja THL on sosiaali- ja terveysministeriön alainen laitos, joten sillä on suora yhteys alkoholipolitiikkaan. Se tekee yhteistyötä myös valtiovarainministeriön kanssa, joten asiantuntijaorganisaationa sillä on mahdollisuus vaikuttaa myös alkoholiverotukseen.

”Olimme vuoteen 1996 saakka Alkon osasto, ja Alkolla oli toinen osasto *taloudellinen tutkimus ja suunnittelu*, joka hoiti ekonometriset tutkimukset alkoholin kulutuksesta ja siellä tehtiin VM:lle myös laskelmia alkoholiverotuksen muutosten vaikutuksista alkoholin kulutukseen ja alkoholiveron tuottoon”, kertoo Österberg yhteistyön taustasta. ”Kun Suomi liittyi Euroopan Unioniin ja Alkoa ryhdyttiin puhdistamaan sinne kuulumattomista tehtävistä, sieltä lopetettiin myös tämä taloudellisesta suunnittelusta vastannut osasto.”

Vuonna 1996 Alkon Alkoholipoliittinen tutkimuslaitos liitettiin osaksi Stakesia (Sosiaali- ja terveysalan tutkimus- ja kehittämiskeskus), josta tuli Kansanterveyslaitoksen kanssa yhdistettynä THL vuonna 2009.

Verotuksen vaikutuksen arviointi tuli Österbergin osalle yllätyksenä. ”Kesällä 1996 soi puhelin ja Irmeli Virtaranta VM:stä kysyi että koska teiltä tulee se ennuste alkoholin kulutuksen kehityksestä ja laskelma alkoholin valmisteveron tuotosta. Jaa että mikä laskelma? No se minkä te olette aina toimittaneet meille. Sanoin, että nyt voi olla väärä ihminen puhelimesta, mutta ainahan voin yrittää. Koska se pitäisi olla valmiina? Huomenna.” Ensimmäinen ennusteeni osui aika oikeaan, ja siitä lähtien olen ollut tavalla tai toisella mukana, kun valtiovarainministeriössä on arvioitu alkoholin tulevaa kulutusta ja pohdittu alkoholiverotuksen muutosten vaikutuksia. ”En usko että roolini on mikään ihmeellinen ollut, mutta on ollut mukavaa olla mukana ennakointi- ja suunnitteluprosessissa”, tähdentää Österberg.

Kulutusarvioinnin laskentaperusteet

Alko hoiti alkoholitilastoinnin vuoteen 1996 saakka. Sitten se siirtyi Tuotevalvontakeskukseen, nykyiseen Valviraan (Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto) ja Valvira kehitti oman systeeminsä, jossa tukkumyyjät raportoivat Valviralle myyntinsä niin Alkole ja päivittäistavarakaupoille kuin anniskeluravintoloille. Valvira kerää tiedot, mutta THL julkaisee ne, näin ovat laitokset sopineet. THL ei voi tällaisia valvontatietoja kerätä. Kulutustiedot saadaan siis alkoholikaupan valvontatiedoista ja Alkon raportoimista myyntitiedoista.

Monessa maassa tyydytään Österbergin mukaan niin pelkistettyyn kokonaiskulutuksen arviointiin kuin että kotimaan tuotannosta vain vähennetään vienti, lisätään tuonti ja lasketaan varastojen muutos. Edes matkustajien ostoja ei välttämättä laske- ta. Suomessa on aina pyritty erittelevään tarkkuuteen.

Mutta entä tilastoimaton kulutus kuten laillinen tuonti omaan käyttöön?

”Tilastoimaton kulutus oli vielä 1950-luvulla pontikkaa, kiljua ja muuta kotona valmistettua alkoholia sekä salakuljetettua alkoholia”, kertoo Österberg. ”Toki myös laillista kotivalmistusta, kuten viiniä, sahtia ja olutta. Ajoittain mukana oli myös merkittäviä määriä korvikkeita, kuten esimerkiksi T-spriitä. ”Mutta elämä on muuttunut niin, että korvikkeet, salakuljetus ja kotivalmistus ovat melkein jääneet pois.”

Nykyään tilastoimaton kulutus koostuu suurimmaksi osaksi matkustajatuonnista ja kulutuksesta ulkomailla. Suomi on niitä harvoja maita, jotka yrittävät sitä tilastoida. Viro taas vähentää kotimaisesta myynnistä matkustajien ostot, koska muuten sen tilastot näyttäisivät 15-16 litran kulutusta asukasta kohti. Koska Viron asukasluku on noin neljäsosa Suomen asukasluvusta, on suomalaisten asukasta kohti keskimäärin Virosta tuoma yksi alkoholilitra vähentämässä Viron keskimääräistä kulutusta neljällä litralla. Turistien alkoholiostojen huomioonoton jälkeenkin virolaisten alkoholinkulutus on silti Suomea korkeampi.

”Kun matkustajatuonti ei ollut näin laajaa, seurasimme sitä juomatapatutkimuksissa joka kahdeksas vuosi”, Österberg selostaa. ”Seuraavassa vaiheessa 1990-luvun alussa Suomen Gallup teki meille vuosittain marraskuussa tuhannen hengen otokseen

Ongelmahan on, että kun ihmisiltä kysytään, kuinka paljon olette juoneet alkoholijuomia, ei kyselyissä ja haastatteluisissa saada kiinni kuin suurin piirtein puolet siitä alkoholista, mitä tässä maassa on myyty. Osittain tämä perustuu valehteluun, osittain unoh- tamiseen.

perustuvan tutkimuksen, jossa katsottiin alkoholin matkustajatuontia, kotivalmistusta ja salakuljetusta. Samoihin aikoihin vastaavanlaista tutkimusta tehtiin myös panimoliitolle.” Vuonna 1996 alkoholin matkustajatuonnin arviointiin tuli mukaan myös Tilastokeskus. ”STM osti siltä tietoja tupakan maahantuonnista. Ne soittivat minulle ja kysyivät, haluanko sinne muutaman alkoholikysymyksen. Totta kai halusin, kun niistä ei edes tarvinnut maksaa. Tilastokeskus teki tupakka- ja alkoholikartoituksensa suomalaisten matkailu tutkimuksen yhteydessä.”

TNS Gallupin matkustajatuontitutkimukset

Suomesta tuli EU-maa 1995. Viro liittyi jäseneksi vuonna 2004. Tuolloin alkoholin matkustajatuonnin arveltiin lisääntyvän edelleen joten matkustajatuontitietojen tarve kasvoi. Vuonna 2004 Panimoliitto alkoi kerätä näitä tietoja viikoittain, jotta saisi tarkempaa ja reaaliaikaisempaa tietoa. Panimoliiton esikuvana oli Österbergin mukaan ruotsalaisten monitoritutkimus, jonka he aloittivat vuonna 2000. Siinä haastatellaan kuukausittain 1.500 ihmistä ja kysytään heidän neljän viikon aikaista alkoholinkäyttöään ja -tuontiaan. Hieman Ruotsista poiketen Panimoliitto alkoi teettää viikoittaisia haastatteluja, joissa kysyttiin alkoholin matkustajatuontia kahden viime viikon aikana.

Monitorin takana oli tutkimusprojekti, jolla pyrittiin lisäämään kyselyjen luotettavuutta. ”Ongelmahan on, että kun ihmisiltä kysytään, kuinka paljon olette juoneet alkoholijuomia, ei kyselyissä ja haastatteluissa saada kiinni kuin suurin piirtein puolet siitä alkoholista, mitä tässä maassa on myyty. Osittain tämä perustuu valehteluun, osittain unohtamiseen. Nyt kun kysytään kahta viikkoa, unohtamisen osuuden pitäisi olla pieni, varsinkin matkатуonnissa.”

Panimoliiton toimitusjohtaja joutui vuonna 2004 toteamaan, että uusi luotettavimpia tietoja tuottava tutkimusaparaatti oli kallis ja otti yhteyttä muihin alkoholialan osapuoliin. Vuoden 2005 alussa viranomaiset ja elinkeino aloittivatkin yhteistyön, jonka kustannuksista kumpikin osapuoli maksoi puolet.

Nykyinen tiedonkeruu

Vuoden 2004 toukokuusta alkaen suomalaisten matkustajien Suomeen tuomien alkoholijuomien määriä koskevia tietoja on siis kerätty viikoittain TNS Gallupin toimesta ja tämän tutkimuksen käynnistäjänä ja rahoittajana oli aluksi Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliitto ry. Vuoden 2004 jälkeen tutkimuksen tilaajiksi ja rahoit-

tajiksi liittyivät Alko Oy, Elintarviketeollisuusliiton Alkoholijuomateollisuusyhdistys, Matkailu- ja Ravintolapalvelut MARA ry, Päivittäistavarakauppa ry, Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto (Valvira), Suomen Alkoholijuomakauppayhdistys ry, Suomen Kaupan Liitto, Terveiden ja hyvinvoinnin laitos (THL) ja valtiovarainministeriö (VM). Vuoden 2011 lopussa tämä yhteistyö viranomaisten ja elinkeinon välillä kuitenkin loppui, kun alkoholielinkeinojen edustajat sanoivat sopimuksen irti. Vuodesta 2012 alusta alkaen tutkimuksen tilaajina ja rahoittajina ovat olleet Alko, Valvira, THL ja VM.

Tietojen keruu perustuu monivaiheiseen ositettuun otantaan väestötietojärjestelmästä, jossa perusjoukkona ovat 15-79 -vuotiaat Suomen kansalaiset ahvenanmaalaisia lukuun ottamatta jaetaan alueellisiin ositteisiin maakuntajaon perusteella. Jokaisesta ositteesta poimitaan satunnaisesti nimiä viisinkertainen määrä haastateltavien lopulliseen määrään verrattuna. Seuraavassa vaiheessa puhelinhaastattelut toteutetaan kiintiöpoiminnalla pohjaotoksesta. Väestötietojen perusteella määritellään, kuinka monta haastattelua vaaditaan, jotta otos on edustava sekä sukupuolen että eri ikäryhmien ja alueellisten väestöryhmien mukaan.

Kiintiöinneillä taataan, että tutkimustulokset edustavat koko väestöä ja ovat ajallisesti vertailukelpoisia. Haastattelujen jälkeen tuloksia myös painotetaan sukupuolen, iän ja asuinalueen mukaan. Painotusprosentit ovat tarkemmat kuin kiintiöinneissä ja niillä korjataan otannassa mahdollisesti esiintyvät pienehköt vinoutumat.

Haastatteluja tehdään viikoittain 500. Aluksi haastateltavilta tiedustellaan, ovatko he tulleet kahden viimeksi kuluneen viikon aikana kotimaahan ulkomaanmatkalta tai risteilyltä. Kaikilta maahan palanneilta kysytään, miten he ovat palanneet maahan. Sen jälkeen heiltä kysytään mitä alkoholijuomia he ovat tuoneet mukanaan luettelemalla eri alkoholijuomalajit eli väkevät alkoholijuomat, väkevät viinit, viinit, long drink -juomat, siiderit ja oluet. Tämän jälkeen jokaisesta maahan tuodusta juomalajista kysytään tuontimäärä litroina.

Koska otos on rakenteellisesti edustava, niin annetut vastaukset muutetaan suoraan estimointikertoimella koko väestöä koskeviksi. Koska tutkimus on tuotujen alkoholimäärien osalta toteutettu eri vuosina täsmälleen samalla tavalla, voidaan tuloksia pitää ajallisesti vertailukelpoisina. Sen sijaan matkustajien ilmoittamien maahan tuotujen alkoholijuomien määrä ei mahdollisesta unohtamisesta ja salailusta johtuen välttämättä vastaa todellisuutta. Tämä pulma ei koske vain alkoholin maahan tuonnin selvittämistä vaan kaikkia otantaan perustuvia kysely- ja haastattelututkimuksia.

Kysyttäessä matkustamista ja alkoholintuontia kahden viimeksi kuluneen viikon aikana ei unohtaminen saisi olla merkittävä tekijä (Kühlhorn ym. 1999). Salailuun taas vaikuttanee se, että suurienkin alkoholierien maahantuonti aiheuttaa kanssaihmisissä vähemmän moraalista paheksumista kuin tunnustautuminen alkoholin suurkuluttajaksi, koska suurien alkoholierien tuonti voi perustua juhlien kuten tytären häiden tai oman 50-vuotispäivän järjestämiseen. Salailun voi siis arvella olevan alkoholin maahantuojilla vähäisempää kuin silloin, kun haastatellulta kysytään juotuja alkoholimääriä, joiden perusteella vastaaja saattaisi leimautua alkoholin suurkuluttajaksi.

Sikäli kun alkoholijuomien maahantuonti koetaan häpeällisenä, tämä ei ehkä niinkään johda valheellisiin vastauksiin haastattelututkimuksissa kuin siihen, että asianomainen henkilö kanssaliikkujen havainnoiteja välttääkseen jättää alkoholi-juomat kokonaan tuomatta tai tyytyy pienemmän alkoholimäärän tuontiin. Lisäksi alkoholisoituneet ja syrjäytyneet ongelmakäyttäjät eivät aina pysty harjoittamaan alkoholijuomien maahantuontia terveydellisten, sosiaalisten tai taloudellisten syiden vuoksi, joten heidän poisjääntinsä haastattelututkimuksista ei vaikuta alkoholin tuontimääriä koskeviin arvioihin samassa suhteessa kuin heidän poisjääntinsä vaikuttaa esimerkiksi juomatapatutkimuksissa tehtyihin kulutusmäärien arvioon.

Vuoden 2004 toukokuusta alkaen matkustajatuontia koskevat tiedot on kerätty samalla lomakkeella yhtä poikkeusta lukuun ottamatta. Vuoden 2012 alussa alkoholijuomien hankintapaikkaa koskevaa kysymystä muutettiin. Vuosina 2004 - 2011 kysyttiin: "Mistä Te olette ostanut oluen/viinin/väkevät alkoholijuomat, jonka olette tuonut maahan kahden viimeksi kuluneen viikon aikana?" Vastausvaihtoehdoiksi tarjottiin: laivan myymälästä, Virosta, muualta Baltiasta, Ruotsista, Saksasta, jostakin muusta EU-maasta, jostain muusta maasta, ei osaa sanoa. Vuoden 2012 alusta alkaen on kysytty: "Mistä Te olette ostanut oluen/viinin/väkevät alkoholijuomat, jonka olette tuonut maahan kahden viimeksi kuluneen viikon aikana?" Vastausvaihtoehdoiksi on muutettu: Virosta tai laivan myymälästä palatessanne Virosta, Ruotsista tai laivan myymälästä palatessanne Ruotsista, Saksasta tai laivan myymälästä palatessanne Saksasta, jostakin muusta EU-maasta, Venäjältä, jostakin muusta maasta/muualta ja ei osaa sanoa. Lisäksi vuoden 2012 alusta alkaen on kysytty myös: "Kuinka monta litraa tuomistanne siidereistä/long drink -juomista olette ostanut Virosta tai laivan myymälästä palatessanne Virosta?"

Pimeät pullot

Harmaat tai pimeät markkinat ovat Österbergin mielestä hankala kysymys muun muassa siksi, että eri osapuolten mielikuvat poikkeavat niin suuresti toisistaan. Li-

säksi ei ole kovin helppo osoittaa kenen näkemys vastaa parhaiten todellisuutta, koska mahdollisuudet asian tutkimukseen eivät ole kovin hyvät.

”Ruotsissahan ne väittävät aika yleisesti, että pimeät markkinat ovat hirveän laajat ja joka teinillä on puhelinnumero, josta saa tilattua viinaa. Jos laittoman alkoholin hankinta on todella noin helppoa, niin silloin Ruotsin poliisin täytyy kyllä olla hirvittävästi tehoton. Suomessa se ”Viina-Seppo” taitaa olla ainoa tapaus joka on mennyt oikeuden läpi”, toteaa Österberg. ”Ei Viina-Seppo tietenkään ainoa ole, mutta onko Viina-Seppoja kymmeniä vai tuhansia, siitä on kysymys. Viina-Seppo ehti myydä 6000 litraa alkoholijuomia kahdessa vuodessa. Jos nykyinen matkustajatuontimäärä, 65 miljoonaa litraa myytäisiin Viina-Seppojen kautta, täytyisi heitä olla vuositasolla noin 21 600 kappaletta. Venäläisethän kyllä myivät pimeää viinaa aika laajasti 1990-luvulla, se on ihan selvää. Se oli silloin sen verran hurjaa, että pimeän viinan myyjiä seisoskeli jopa Alkojen tuulikaapeissa, joista niitä hätisteltiin kauemmaksi. Kyllä minuakin Kalevankadulla lounaalle mennessäni tultiin selkään koputtamaan, että ostako sijnä pullo viina. En tällaisia trokareita ole enää havainnut eikä niitä Helsingistä itään menevien teiden levähdyspaikoillakaan enää kohtaa.”

Kun poliisi piti tänä keväänä Kampissa ratsian ja sai kiinni kymmenen pimeän alkoholin myyjää, vain yhdellä oli virolaista viinaa. Kaikki muu oli päivittäistavarakaupasta tai Alkosta ostettua. ”Olin luullut että Alkosta ostetun viinan välittäminen olisi jo mennyttä aikaa, mutta ei se sitä nähtävästi olekaan. Entisaikaan Vaasassa, josta olen kotoisin, viinaa sanottiin myytävän takseista ja tietenkin sitä sai myös satamasta ja oli niitä muitakin pimeän viinan välittäjiä. En siis ole täysin varma, että kaikki tämänlainen toiminta on hävinnyt mutta ainakin puheet siitä mistä pimeää viinaa saa ovat hävinneet. Tässä Kampin tapauksessa vaikutti myös siltä, että se ei ollut kovin järjestäytynyttä vaan satunnaista toimintaa, jolla rahoitettiin omaa juomista. Hattettiin lähikaupasta kaljaa ja siideriä ja myytiin sitä teineille.” Katehan voi olla melkoinen, jos teinit maksavat sen mitä maksaisivat ravintolassa, johon he eivät pääse.

On sanottu, että pikku pizzeria tai vastaava ei voisi kovassa kilpailussa toimia voitolla, jollei se möisi pimeästi tuotua olutta. Österbergin mukaan siinä ei ole perää. ”Nyt palataan siihen tilastointiin. Valviran systeemi on sellainen, että tukkumyyjät raportoivat myyntinsä eri vähittäispisteisiin (Alkon myymälöille, päivittäistavarakaupoille, ravintoloille), ja ne raportoivat sen merkki- ja astiakohtaisesti. Valviran tilastoista näkee montako pulloa olutta ja mitä merkkiä on mihinkin pizzeriaan mennyt. Valvontaiskuissa tai muutoin ei ole monta ravintolaa narahtanut. Ja jos on, se on yleensä ollut yksityisen baarimikon tai muun työntekijän oma bisnes.”

Englannissa pimeä myynti on Österbergin mukaan totta. Pubien omistajat tuovat - tai ainakin aikaisemmin toivat - isoja määriä alkoholijuomia kanaalin toiselta puolel-

ta ja myyvät sen pimeästi. Suomessa se on tilastoinnin ja valvonnan takia mahdotonta tai ainakin hyvin hankalaa. Väkevien kohdalla se voisi jollekin anniskeluun osallistuvalla pienessä määrässä onnistuakin. Österberg kuitenkin korostaa, että kova kilpailu tuo mukanaan myös kateuden. Kilpailija narauttaa paikan, jossa tiedetään myytävän pimeää alkoholia.

”Jos haluaa myydä pimeää alkoholia, täytyy perustaa salakapakka”, neuvoo Österberg. ”Ei kannata olla missään paperilla, vaan sen täytyy olla sitten aivan pimeä paikka. Ja onhan niitä, silloin tällöin jäänyt kiinnikin. Mutta virallinen ravintola joka myy myös pimeää alkoholia, se ei oikein taida toimia Suomessa.”

Joten se millä pikkupaikat saavat hintoja alas perustunee siihen, että jätetään veroja ja työnantajamaksuja tai jopa palkkoja maksamatta. Siitä on jäänyt useita kiinnikin. Mutta ei se pimeään alkoholimyyntiin voi perustua. Salakapakoista ei asian luonteen vuoksi tietenkään synny tilastotietoa muuta kuin se mitä poliisi ja tuomioistuimet raportoivat.

Matkustajatuonti Virosta

Suomessa on 350 Alkon myymälää. Laillinen alkoholin matkustajatuonti vastaa noin 150 Alkon myyntiä, ilmoittaa Österberg. Suomessa juoduista väkevista viineistä 35% ja viinasta 25% tuodaan ulkomailta matkojen yhteydessä. Virosta tuodaan runsaasti mietoja juomia kuten olutta muutta niiden osuus kokonaisymyynnistä jää selvästi pienemmäksi. Esimerkiksi kaikesta Suomessa kulutetusta oluesta noin 6 prosenttia on matkustajien tuomaa. Tällaisesta tuonnista vain Suomessa ja Ruotsissa pyritään tuottamaan tarkkaa tilastotietoa, joten kansainvälinen vertailu on hankalaa.

”Useassa Euroopan maassa vain lasketaan tuotanto, lisätään tuonti, vähennetään vienti ja katsotaan varastojen muutos ja siinä on kulutus. Esimerkiksi Portugalissa kulutus sahasi tilastoissa ylös ja alas ja se taisi perustua viinin tuotannon ja viinivarojen vaihteluun. Kulutuksen muutos 20% ylös ja alas yhden vuoden aikana ei voi kuvata todellisuutta”, selostaa Österberg. Eräissä muissa maissa tilastointi perustuu verotukseen. Edes Ruotsi ja Norja eivät pysty samaan tarkkuuteen kuin Suomi.

”Koska Virossa on selvästi vähemmän asukkaita kuin Suomessa ja koska jokainen Virosta tuotu alkoholilitra on pois heidän kulutuksestaan, on tässä eräänlainen tarkistusmahdollisuus matkustajien tuontiluvuille. Jos tuonti olisi kovin paljon suurempi kuin nykyiset tutkimukset kertovat, ei Virossa olisi omille kansalaisille kovin paljon alkoholia juotavaksi”, laskee Österberg.

Laivalla alkoholi myydään Viron verolla, ja myynti tulee tilastoihin. Suomessa julkaistaan laajaa ja tarkkaa alkoholitilastollista vuosikirjaa, josta virolaiset ovat Österbergin mukaan ottaneet mallia. Heilläkin on vuosikirja, jossa on taulukko siitä paljonko turistit ostavat Virosta, paljonko laivoilla myydään alkoholia, ja paljonko turistit juovat alkoholia Virossa.

Alkuaikoina 1990-luvulla laivat pystyivät ostamaan proviantit ja cateringtuotteet mistä vain, ja se oli verotonta. Näin ei asianlaita ole enää. Toki nytkin varustamat voivat ostaa alkoholijuomansa mistä tahansa ja sen puitteissa voi kierrättää laskuja. Mutta alkoholivero ja ALV pitää kuitenkin maksaa. Koska EU-maiden välillä on edelleen veroraja, laivamyynti tapahtuu Viron alueella ja kansainvälisellä vesialueella mutta ei Suomen alueella. Viron ja Suomen välisessä liikenteessä valmistevero on siis järkevää maksaa Viroon, koska sen verotaso on selvästi alhaisempi kuin Suomen. Arvonlisävero maksetaan kuitenkin Suomeen tai Viroon riippuen laivan kulloisestakin lähtösatamasta.

”Vaikka vuonna 2004 Suomessa alennettiin alkoholiveroa, Viron EU-jäsenyys aiheutti sen, että alkoholi-juomien matkustajatuonti lisääntyi samana vuonna yli 70 prosentilla”, THL:n erikoistutkija Esa Österberg kertoo.

Verotus ja viinaralli

Österberg on kautta vuosien vastannut kysymyksiin ”Viron viinarallista” ja verotuksen vaikutuksesta siihen. Kun tuonti oli syksyllä 2010 laman keskellä laskenut, hän kertoi [MTV3:n uutisissa](#) seuraavia faktoja:

”Vaikka vuonna 2004 Suomessa alennettiin alkoholiveroa, Viron EU-jäsenyys aiheutti sen, että alkoholijuomien matkustajatuonti lisääntyi samana vuonna yli 70 prosentilla”, THL:n erikoistutkija Esa Österberg kertoo.

Vuonna 2005 tuonti lisääntyi vielä 10 prosenttia. Seuraavina kahtena vuonna määrät alenivat jonkin verran. Vuoden 2008 veronkorotus käänsi tuonnin jälleen nousuun. Sama jatkui vuonna 2009, jolloin alkoholiveroa kohotettiin Suomessa kahteen kertaan.

Sadan prosentin alkoholiksi muunnettuna alkoholijuomien matkustajatuonti väheni 2010 tammi-elokuussa noin 7 prosenttia vuoden 2009 vastaavaan ajanjaksoon verrattuna.

Määrien vaihtelun suhteen tulee ymmärtää, että on olemassa kahdenlaista alkoholin tuontia.

Ensimmäisen ryhmän muodostavat turistit, jotka menevät Viroon jalan ja kantavat juomat kotiin käsipelillä. Toinen matkustajajoukko koostuu ihmisistä, jotka ovat järjestämässä juhlat ja hakevat sitä varten autolla ison alkoholilastin.

Kun Suomen alkoholivero on noussut, omaan tarpeeseensa alkoholia hakeva porukka on saattanut jatkaa toimintaa kuten ennen. Toinen porukka taas miettii laman myötä, että vaikka alkoholin saisi puoleen hintaan Virosta, juomien tarjoaminen sadalle ihmiselle maksaa.”

Viron viinarallista muodostui käsite erityisesti ensimmäisinä vuosina, jolloin alkoholin tuontirajoitukset Viron ja Suomen välillä poistuivat.

Österberg toteaa, että logiikka on yksinkertainen.

”Jos kerran Suomessa hinnat nousevat ja alkoholi tulee suhteellisesti halvemmaksi Virossa, tuonti lisääntyy.”

Toisaalta mielikuva viinarallista syntyy helposti virheellisin perustein.

”Jos menet laivalla Tallinnaan ja näet, että ihmiset lastaavat pakun täyteen viinaa, sinulle tulee väistämättä mielikuva, että onpas hurjaa tämä tuonti. Mene sen sijaan jonkun Alkon eteen seisomaan ja laske, kuinka paljon ihmiset kantavat ulos alkoholia”, Österberg vertaa.

Österberg on ollut mukana keskustelemassa alkoholi-
verotuksesta. Päätetäänkö veroaste juomalajeittain
joustotutkimusten perusteella, siis sen perusteella miten
hintaa vaikuttaa menekkiin?

”Jos kerran Suomessa hinnat nousevat ja alkoholi tulee suhteellisesti halvemmaksi Virossa, tuonti lisääntyy.”

”Vuoden 2004 suuri alennus perustui Suomen ja Viron hintojen eroon. Sen jälkeen korotukset olivat yleensä 10% kaikille ja viimeksi 10% väkeville ja viineille sekä 15% panimotuotteille. Kai se 15% panimotuotteille perustui ainakin osittain siihen että siiderit, oluet ja lonkerot ovat nuorten suosimia juomia ja kun pitäisi nuorten alkoholin käyttöä vähentää”, Österberg arvioi veropäätösten logiikkaa. ”Mutta onhan se myös niin, että tasaprosenttinen korotus nostaa euromääräisesti enemmän väkevien alkoholijuomien kuin viinien tai oluen veroja.”

Teollistuneissa länsimaissa oluen jousto on Österbergin mukaan alhaisempi kuin muiden alkoholijuomien hintajousto. Kymmenen prosentin hinnankorotus vähentää

oluen kulutusta selvästi vähemmän kuin viinien tai väkevien kulutusta. ”Eli jos haluat kerätä rahaa, niin kohdistaa veronkorotus olueen.” Österberg toisin sanoen myöntää että alkoholipoliittinen tavoite, kulutuksen alentaminen, ei ole ainoa syy alkoholiveroihin ja niiden korottamiseen. ”Ei tämä koske vain olutta. Ei tarvitse kuin lukea hallituksen eduskunnalle tekemät viimeaikaiset esitykset alkoholiveron korottamisesta niin kyllä siellä kahdessa tapauksesta neljästä selvästi ja rehellisesti sanotaan, että verojen korotuksella tavoitellaan valtion verotulojen lisäämistä” toteaa Österberg.

”Kun veroja 2004 laskettiin, valtio menetti vuositason 300 miljoonaa euroa. Tehtyjen neljän alkoholiveron korotuksen jälkeen valtio on kuitenkin saanut alkoholiveroja lisää 400 miljoonaa euroa vuodessa.”

”Kansanterveyden edistäminen ja verojen kerääminen kulkevat käsi kädessä. Onhan se totta, että meidän alkoholiveromme ovat EU:n korkeimpia. Eivät alkoholijuomien hinnat meillä silti näytä niin hirvittäviä olevan, että se karkottaisi alkoholin ostajat Viroon, osan kylläkin”, arvioi Österberg.

Missä alkoholi juodaan

Österberg toteaa, että anniskelussa myydyin alkoholin osuus on vuodesta 1997 lähtien koko ajan laskenut. Kokonaiskulutus on kasvanut.

Onko kysymys missä alkoholi nautitaan mitenkään alkoholipoliittisessa keskiössä? Vai onko se vain kokonaiskulutus mihin kiinnitetään huomiota?

...valvotuissa olosuhteissa on turvallisempaa juoda kuin kotona, ja saattaa se olla tottakin, sikäli kun ravintoloissa todella valvotaan juomista eikä anniskella humalaisille tai nuorille.

”Lähinnä kokonaiskulutukseen kiinnitetään huomiota. Ei maksa tai haima tiedä onko alkoholi nautittu kotona, kadulla vai ravintolassa, ei niillä ole tietoa siitä onko alkoholi peräisin viinasta, viinistä, lonkerosta, siideristä tai oluesta tai onko viina tai olut ostettu Suomesta tai Virossa. Tietenkin anniskelijat ja elinkeino sanovat, että valvotuissa olosuhteissa on turvallisempaa juoda kuin kotona, ja saattaa se olla tottakin, sikäli kun ravintoloissa todella valvotaan juomista eikä anniskella humalaisille tai nuorille. Ei Suomessa kuitenkaan anniskelua suosita ainakaan siten että ravintolat saisivat ostaa alkoholia halvemmalla kuin vähittäismyyntipaikat” toteaa Österberg.

Anniskelijat eivät ole matkатуонnin ystäviä, eivät etenkaan siksi, että matkustukseen liittyy alkoholin tuonnin lisäksi alkoholin nauttimista ja muiden ravintolapalvelujen ostamista matkojen aikana. Valmistajien kannalta tilanne on hieman toinen, koska niillä voi olla tuotantoa molemmin puolin Suomenlahtea ja osa suomalaisten tuomista alkoholijuomista on Suomessa valmistettua ja ulkomaille vietyä.

Virolaiset näyttävät tuovan omaan käyttöön eikä myyntiin

Millaista on virolainen viinaliikenne lautoilla? Paljonko tuodaan laittomaan myyntiin?

”Normaalissa viikkotutkimuksessa virolaisten tuontia ei pysty ottamaan huomioon”

”Normaalissa viikkotutkimuksessa virolaisten tuontia ei pysty ottamaan huomioon”, sanoo Österberg. ”Mutta puolitoista vuotta sitten (2011) siitä tehtiin erillistutkimus kesäkuukausina. Tilastokeskus haastatteli Suomesta lähteviä virolaisia. Perustulos oli, että virolaisten Suomeen saapuessa tänne tuoma alkoholi oli lajeiltaan kovin toisenlainen kuin mitä suomalaiset tuovat tänne itse. Toisin sanoen virolaisten tuonti Suomeen muistutti virolaisten kulutusta Virossa eikä ollut viinapainotteista, josta kuitenkin olisi saanut paremman hinnan ja katteen kuin oluesta. Tästä pääteltiin että virolaisten Suomeen tuoma alkoholi tulee suurimmaksi osaksi heidän itsensä käyttöön Suomessa. Kysyttiin myös, ovatko virolaiset ostaneet alkoholia Suomesta, ja aika moni oli ostanut. Ei olisi kovin loogista tuoda alkoholia ja myydä se suomalaisille ja mennä sitten Alkoon ostamaan itselle.”

Urbaanihuhujen mukaan virolaisilla rakennusmiehillä olisi viinanmyyntipisteitä työmailla, mutta ilmiöllä ei Österbergin käsityksen mukaan ole suurta merkitystä. ”Ei nyt saa olla liian sinisilmäinen, sillä totta kai virolaiset rakennustyömiehet muonittavat virolaisia työkavereitaan ja samalla rakennuksella työskenteleviä suomalaisia. Mutta ehkä sittenkin on hyvä muistaa, että samoin kuin suomalainen lentomatkustaja kalliin alkoholin maahan matkustaessaan ostaa mukaansa alkoholia omaan tarpeeseen eikä myytäväksi niin samalla lailla virolainen rakennustyömies tuo omaan käyttöönsä tarvitsemansa alkoholijuomat mieluummin halvan alkoholin kotimaastaan kuin ostaa ne kalliin alkoholin Suomesta. Ja kyllä virolaiselle rakennustyömiehellekin alkoholi maistuu sekä Suomessa että Virossa.”

KIMMO VEHKALAHTI

Yliopistonlehtori ja soveltavan tilastotieteen dosentti Kimmo Vehkalahti on tilastotieteilijä Helsingin yliopiston sosiaalitieteiden laitoksella.

Dosentti Vehkalahta pyydettiin analysoimaan matkustajatuonnista tehtyjen kyselytutkimusten menetelmäongelmia. Voidaanko kvantitatiivisia asioita arvioida kyselytutkimuksella?

Vehkalahten mielestä kyselyt ovat tärkeä väline yhteiskunnan asioiden tutkimisessa, koska Suomessa on maailman parhaat rekisterit. Ulkomaiset tutkijatkin ovat innokkaita tekemään tutkimuksia suomalaisten rekisterien pohjalta. Väestölaskentaa ei ole Suomessa vuosikymmeniin tehty kentällä, vaan se tehdään painamalla nappia. Siitä eteenpäin edetään sen varassa mitä ihmisiltä voi kysyä. Asenteita ja mielipiteitä ei tietenkään ole rekisterissä, huomauttaa Vehkalahti, se olisi jo orwellilaista.

”Ei ainakaan pidä väittää että kyselytutkimus tuottaisi eksakteja lukuja alkoholin matkатуonnista”

”Tilastollisen tutkimuksen haasteet liittyvät ennen kaikkea otantaan ja mittaamiseen”, sanoo Vehkalahti. ”Otanta on se miten otos valitaan niin että se edustaa perusjoukkoa, ja joskus on pulmana se, voiko perusjoukon määrittellä. Otos pystytään poimimaan rekistereistä. Se puoli toimii kyllä.”

Miten saadaan valittu joukko vastaamaan? ”Vastausprosentit ovat laskeneet voimakkaasti”, sanoo Vehkalahti. ”Jos vastausprosentti on 20, herää kysymys, mikä erikoisjoukko ne ovat jotka vastasivat, kun tyypillistä oli jättää vastaamatta. Olivatko vastaajat jotenkin hyperaktiiveja asian suhteen.”

”Ei ainakaan pidä väittää, että kyselytutkimus tuottaisi eksakteja lukuja alkoholin matkатуonnista.”

Kun otos on poimittu väestörekisteristä, ja kun tiedetään ketkä on tavoitettu ja ketä ei, siis ketä ovat nämä jotka eivät vastanneet, voidaan arvioida kuinka edustava toteutunut otos on. Tarvittaessa pystytään painottamaan otosta vastaamaan sitä mitä sen piti olla. Nämä ovat otantapuolen asioita joissa tehokkuudet tiedetään ja erilaisia otanta-asetelmia pystytään soveltamaan.

Epävarmuuden lähteet

“Tutkimustapa vaikuttaa ihan luotettavalta, mutta virhemarginaaleja voi olla melko vaikea arvioida. Joka tapauksessa kyseessä on tyypillinen rekisteripohjainen otanta-tutkimus”, Vehkalahti sanoo tutustuttuaan TNS Gallupin toteuttaman alkoholin tuontimääriä koskevaan kyselymetodiikkaan.

”Mutta vaikka otantateknikka olisi kuinka hyvin hallussa, mittaaminen sisältää toisenlaisia ongelmia”, Vehkalahti huomauttaa. ”Siis mitä kysytään lomakkeessa tai strukturoidun haastattelun rungossa. Sanamuodoilla on merkitystä. En tiedä mitä kyseisessä tutkimuksessa on kysytty enkä pysty spesifisti ottamaan siihen kantaa.”

Epävarmuuden lähteet tuottavat riski- ja virhemarginaaleja. Pystytään kyllä arvioimaan miten oikeassa suhteessa otos edustaa perusjoukkoa. Jos virhemarginaali on pieni, voidaan operoida pienellä otoksella. 500 tai 1.000 hengen otos voi Vehkalahden mukaan hyvin edustaa ja kuvata miljoonien populaatiota, sen teho on valtavan suuri. Otoksen kasvattamiseen ei kannata tuhata rahaa, koska tarkkuus ei parane suorassa suhteessa. Puoluekannatuskyselyitäkin tehdään parilla tuhannella vastaajalla.

Erikoistutkija Österbergin ilmoituksen mukaan TNS Gallup kysyy 500:lta kerran viikossa, mitä he ovat tuoneet viimeisen 2 viikon aikana Virossa. ”Jos ajatellaan kokonaisväestöä niin siitä on aika pieni prosentti käynyt viimeisen 2 viikon aikana Virossa.” pohtii Vehkalahti. Österbergin mukaan keskimäärin 10%, siis 50 vastaajaa viikossa, on käynyt ulkomailla viimeisen kahden viikon aikana. Toisaalta matkailun volyyymi on kyllä suuri, sillä Liikenneviraston mukaan laivoilla tehdään vuosittain yli 2,5 miljoonaa suomalaiskäyntiä Tallinnaan.

Olisi myös hyödyllistä tietää, onko tutkimus painottunut alueelle jolta on järkevää käydä Virossa ostoksilla. Toisaalta Vehkalahti toteaa, että sinne tehdään bussimatkoja kauempaakin, eikä matkailu painotu loppujen lopuksi maantieteellisesti. ”Ehkä nyt tästä etelärannikolta mennään enemmän mutta tännekin väestökin painottuu.” Maantieteellinen painotus ei vaikuta ongelmalta. Myös Österberg tarkentaa, että tuloksia painotetaan sukupuolen, iän ja asuinalueen mukaan, jolloin saadaan korjattua otannassa mahdollisesti esiintyvät pienehköt vinoutumat.

Kiintiöpoiminnan ongelmat

Vehkalahden mielestä tuontitutkimuksessa on julkisesti saatavilla olevan kuvauksen perusteella joitakin asioita jotka eivät hahmotu kovin tarkasti. Miten 500 ihmisen otos valikoituu? Otetaanko se väestörekisteristä? Millainen on kyselylomake? Tutkimus tehdään puhelimitse, jolloin haastattelijan edessä ilmeisesti on lomake. Kun 500 poimitaan, tavoitetaanko kaikki vai jatketaanko kiintiötannalla niin että haluttu määrä on koossa? Kuinka moni on kullakin viikolla käynyt Virossa?

Menetelmän heikkous on siinä ettei välttämättä raportoida, kuinka moni löi luurin kiinni, koska tutkimusyritykset eivät halua raportoida montako kertaa piti yrittää että sai jonkun haaviin.

”Markkinatutkimusyritykset soveltavat yleensä omaa otantamenetelmäänsä, kiintiöpoimintaa, josta tilastotieteilijät ovat kiistelleet onko se otantamenetelmä ollenkaan. Demografisiin lokeroihin ryhmitellään alueellisesti sukupuoli ja ikä ja mahdollisesti muita parametreja”, selostaa Vehkalahti. ”Kun nyt tästä lokerosta puuttuisi vielä niin monta tällaista, yritetään tavoittaa, no nyt saatiin, ai teitä ei kiinnosta vastata. Menetelmän heikkous on siinä ettei välttämättä raportoida, kuinka moni löi luurin kiinni, koska tutkimusyritykset eivät halua raportoida montako kertaa piti yrittää että sai jonkun haaviin.”

”Se ei ole satunnaisotos vaan kiintiöity näyte, jossa haetaan se haavi täyteen.” Sehän pyrkii totta kai edustavuuteen. Lasketaan montako 30-50-vuotiaasta työtöntä miestä tarvitaan Uudeltamaalta jotta saanto vastaisi porukan suhteellista osuutta. Mutta kun se haalitaan yksin kappalein kokoon, siitä häviää satunnaisuutta. ”Ja tilastollisten menetelmien voimaa lisää satunnaisuus”, tähdentää Vehkalahti, ”että sattuma kerää näytteet eikä niin että ihminen fiksa otosta jostakin reunasta lähtien, jolloin voi ruveta tulemaan harhaa johonkin päin.”

Aito satunnaisuus on Vehkalahden sanoin puolueeton luonnonmekanismi. Vinoutumat korjautuvat pitkällä välillä. Vehkalahti sanoo vakuuttuneensa Österbergin antamista lisätiedoista, joiden perusteella tiedonkeruu on toteutettu mahdollisimman huolellisesti. Kiintiöpoimintaa edeltää monivaiheinen ositettu otanta väestötietojärjestelmästä. Perusjoukkona olevat 15-79 -vuotiaat Suomen kansalaiset ahvenanmaalaisia lukuun ottamatta jaetaan alueellisiin ositteisiin maakuntajaon perusteella. Jokaisesta ositteesta poimitaan satunnaisesti nimiä viisinkertainen määrä haastateltavien lopulliseen määrään verrattuna. Seuraavassa vaiheessa puhelinhaastattelut toteutetaan kiintiöpoiminnalla pohjaotoksesta. Väestötietojen perusteella määritel-

lään, kuinka monta haastattelua vaaditaan, jotta otos on edustava sekä sukupuolen että eri ikäryhmien ja alueellisten väestöryhmien mukaan.

Pitkä aikaväli näyttää trendimuutokset

”Katsoin TNS Gallupin tietoja. 2004 lähtien on tehty tätä gallupia juomaryhmittäin. Olivat tylsän näköisiä lukuja, otin sen datan ja piirsin siitä aikasarjat, ja näytti siltä että ainoa joka siellä on muuttunut rajusti rakenteeltaan ja määrältään on ollut. Muut ovat pysyneet suunnilleen samassa. Mikä tavallaan vahvistaa tätä tutkimusta, sen luotettavuutta”, sanoo Vehkalahti.

”Mitä enemmän otanta on näytteen luontoista ja sisältää epävarmuuksia, sitä tärkeämpi on, että sitä toistetaan pitkän aikaa. Tätä on monta vuotta tehty ja siitä näkee trendejä ajassa, näkee miten asia kehittyy. Vuonna 2012 tuontia koskevan kysymyksen vastausvaihtoehtoja on muutettu, joten uusimmat tulokset eivät ole täysin vertailukelpoisia aiempiin.”

Taloustutkimus tekee YLE:n kanssa ja Gallup Hesarin kanssa puoluekannatuksen seuranta ja molempia voi seurata pitkältä ajalta. ”Ei pidä katsoa yhtä tilannetta jolla media revittelee vaan pitkän ajan muutoksia. Sama koskee tätä.”

Mustat laatikot

Alkoholin matkatuontitilasto kerätään julkista valtaa varten. Vehkalahtien mielestä olisi reilua avata menetelmää enemmän.

Tarvitsisiko tutkimusyhtiön salata metodejaan, jos ne ovat kunnossa?

”Maailman megatrendi on avoimet datat. Journalismin kenttäkin on muuttunut. Puhutaan datajournalismista. Avointa dataa penkomalla saattaa löytää yhtä ja toista. TNS Gallup on kaupallinen toimija joka ei halua avata kaikkea, ja osa menee liikesalaisuuksien puolelle. Mutta läpinäkyvyys voisi tuoda kritiikkiä, joka ei välttämättä ole mollaamista vaan paremman kehittämistä.”

Mutta mielikuva eksaktista tiedosta on kauppatavaraa, jota epävarmuuksien esille päästäminen saattaisi häiritä.

Tarvitsisiko tutkimusyhtiön salata metodejaan, jos ne ovat kunnossa? Vehkalahtien mukaan yhtiöt kyllä käyttävät päteviä menetelmiä, mutta niillä lienee menetelmistä

myös omia virityksiä ja omat ”black boxit” joissa aineiston jalostus tapahtuu. Jos paljastaa koneen toimintakaavan, kilpailija alkaisi myydä samaa halvemmalla. Ja usein on varsinkin palvelualoilla yritysten etu, että niiden tuotteita ja myös hinnoitteluperusteita on mahdollisimman hankala vertailla. Tutkimuslaitokset tuskin tässä suhteessa eroavat paljonkaan pankeista tai vakuutusyhtiöistä.

Vehkalahti arvelee, että yrityksillä voi olla black boxeja joilla tekeminen on halvempaa kuin kunnollisella menetelmällä. Eivät ne muuten pystyisi tuottamaan niin paljon bulkkia. ”Siellä on todennäköisesti pitkälle automatisoitu analysointi. Sitten tulkitaan ja sanallistetaan se, mihin kone ei pysty. Annetaan vaikkapa kuluttajaryhmille nimiä kuten ’edelläkävijät’ tai ’kokeilijat’. Eikä ole aikaa päästää tutkijaa nysväämään kahta viikkoa”, sanoo Vehkalahti. ”Ja kysymyksessä voi olla kansainvälinen konserni jossa black boxit tulevat jostakin ja niillä ajetaan Suomessa.”

Vehkalahti ei usko, että esim. TNS Gallup avaisi menetelmiään. Mutta toisaalta kysymyksessä on julkisen vallankäytön tietopohja. ”Kuka keräisi dataa, ellei työtä ostettaisi näiltä firmoilta. Ei THL tai YLE itse ala tehdä puhelinhaastatteluja. Mutta voisiko sopimukseen panna klausuulin että raakadata olisi teettäjän käytettävissä ja jaettavissa?”

Suhteellinen totuus

Mitä tutkimuksista voi todella lukea? Ainakin kehityssuunnat, kun tutkimus on pitkäkestoista. Mutta muuten eletään virhemarginaalien kanssa.

”Median pitää saada otsikko. Nostetaan headline että jokin on Suomen suurin puolue ja sitten kaikki erot joista otsikot nostetaan mahtuvat virhemarginaaliin. Mutta on viime vuosina aidosti suuria muutoksiakin tapahtunut kuten perussuomalaisten nousu. Sama otsikko-ongelma koskee alkoholituontia: halutaan raflaavia juttuja ja skuppeja.”

”Jos avainkysymys on ’oletteko käynyt Virossa 2 viikon aikana’, saadaan varmasti tarkka tieto kuinka usein Virossa käydään. Muistaminen on tietenkin riski. Jos kysytään esimerkiksi leffakäyntien tai tapaturmien määrää vuoden ajalta, eivät ihmiset muista. Kahden viikon ajalta muistavat”, uskoo Vehkalahti.

”Sitten on sosiaalinen suotavuus. Se voi aiheuttaa erittäin vaikeasti arvioitavia efektejä. Paljonkos toit, pakettiautollinen voi muuttua että kotitarpeiksi pari pulloa”,

Paljonkos toit, pakettiautollinen voi muuttua että kotitarpeiksi pari pulloa”, Vehkalahti arvelee. Myös THL:n Österberg kertoi, että vain puolet alkoholin myynnistä tunnustetaan ostetuksi.

Vehkalahti arvelee. Myös THL:n Österberg kertoi, että vain puolet alkoholin myynnistä tunnustetaan ostetuksi.

”Ei ainakaan pidä väittää että kysely- tai haastattelututkimus tuottaisi eksakteja lukuja”, varoittaa Vehkalahti. ”Eikä saa kertoa tällaisia tutkimustuloksia ehdottomina totuuksina. Virhemarginaalin pitäisi näkyä graafeissa selvemmin vaikka niin että käyrän ympärillä on epävarmuusalue. On paljon mitä ei pysty kvantifioimaan. Yksittäisiä kysymyksiä analysoimalla havaitsee kylläkin, mitkä kysymykset tuottavat relevantteja vastauksia ja mitkä eivät ja ymmärretäänkö kysymys.”

Vehkalahden mielestä ei myöskään voi vaatia täyttä luottamusta, jollei metodista kerrota tarpeeksi eikä pystytä myöntämään että jossakin on klappia, kun sitä väistämättä on.

Julkisen vallan tiedontarpeista ja laatuvaatimuksista tilastomies kertoo ilkeän anekdotin, joka vain välillisesti liittyy alkoholituontiin. ”Ottipa kerran tilastotieteen professori sapattivuoden. Meni keikalle valtiolle ja arveli, että pärjää siellä vähän kevyemmällä metodipakilla, keskiarvolla ja keskihajonnalla. Tuli takaisin ja sanoi, tein virhearvion, ei siellä keskihajontaa tarvittu.”

Aineistot pitäisi antaa vapaaseen käyttöön

”Aineistojen vapauttaminen ruokkii tilastollista sivistystasoa ja sosiaalinen media levittää tuloksia”, sanoo Vehkalahti. ”Se luo kriittistä ilmapiiriä jossa myös hahmotetaan paremmin mistä on kysymys. Ihmiset haluavat tietää miten metodi toimii.”

Alkoholipolitiikan alalla se on osoittautunut hieman hankalaksi. Alan tutkimuksista on käyty polemiikkia jatkuvasti muun muassa mainoskieltoa kannatettaessa ja vastustettaessa. Aikanaan Stakes, THL:n edeltäjä, kieltäytyi antamasta dataansa, koska se oman julkisen ilmoituksensa mukaan pelkäsi että ulkopuolinen tutkija voi sen nojalla päätyä eri tuloksiin kuin viraston omat tutkijat. Ei haluttu antaa yleisölle hämmentävää tietoa vaan virallinen totuus.

”Kun data kerätään, se on arvokas juttu. Suomen Akatemiakaan ei anna enää rahotusta ellei tutkija arkistoi dataa muidenkin käyttöön. Tampereella on yhteiskuntatie-

teellinen tietoarkisto (FSD) josta saa dataa esimerkiksi opetuskäyttöön, siis aidon datan ongelmineen kaikkineen. Tietenkin yksilötunnisteet on poistettu. Pystytään uusiokäyttämään”, sanoo Vehkalahti. ”Sehän on arvokasta jos joku muu löytää toisen näkökulman ja tieto jalostuu.”

MERJA SANDELL

Hallitusneuvos Merja Sandell johtaa valmisteverotusyksikköä Valtiovarainministeriön vero-osastolla.

Hallitusneuvos Sandell muistuttaa, että verotus, myös alkoholiverotus, on talouspolitiikkaa. ”Ensi vuoden veronkorotukseen tuli aloite poliittiselta taholta. Budjetin tasapainottaminen on kysymyksessä ja verotuloja halutaan lisätä. Se on päällimmäinen tavoite. Vuodesta 2008 toteutetut korotukset ovat lisänneet verotuloja.”

Kun veropäätöksiä tehdään juomalajien mukaan, siihen vaikuttavat joustotutkimukset eli laskelmat hinnan vaikutuksesta kysyntään.

”Käytämme tutkittuja ja yleisesti hyväksytyjä hintajoustoja alkoholiverotuksessa, ja totta kai lasketaan tuotot ottaen huomioon hintajoustot. Myös yleinen taloudellinen kehitys samoin kuin matkustajatuonti vaikuttavat siihen, mitä me ennustamme saavamme verotuloja näistä veronkorotuksista”, sanoo Sandell.

Matkustajatuonti korvaa varmasti jonkin verran kotimaisia ostoja ja siten murentaa veropohjaa. Meillä ei kuitenkaan ole tarkkaa käsitystä siitä, missä määrin tuonti lisää alkoholin kokonaiskulutusta sillä tavoin, että tuodaan enemmän kuin kotimaasta ostettaisiin.

Matkustajatuontia pidetään silmällä

”Ministeriössä ollaan koko ajan huolissaan matkustajatuonnista, koska sehän on meillä verottamatonta ja myös tilastoimatonta kulutusta”, Sandell kertoo. ”Mutta tähän saakka verokertymä on koko ajan kasvanut näiden veronkorotusten myötä. Matkustajatuonti korvaa varmasti jonkin verran kotimaisia ostoja ja siten murentaa veropohjaa. Meillä ei kuitenkaan ole tarkkaa käsitystä siitä, missä määrin tuonti lisää alkoholin kokonaiskulutusta sillä tavoin, että tuodaan enemmän kuin kotimaasta ostettaisiin.”

”Kyllä tietysti alkoholipolitiikkakin vaikuttaa. Alkoholiverohan on yksi keino hillitä kulutus-kysyntää Suomessa. Hintojen korottaminen toiselta puolen ja sitten saatavuuden rajoittaminen ovat alkoholipolitiikan välineet”, Sandell sanoo, ”mutta tietenkin tiedetään, että kun EU-maailmassa matkustajatuonti on vapaata, nämä keinot verotuksen ja alkoholipolitiikan kautta eivät ole enää niin rajattomia kuin ne olivat aikaisemmin. Tämä ongelma on hyvin tiedossa.”

Te seuraatte niin sanottua tilastoimatonta kulutusta. Kuinka merkittävä osuus sillä on verotuksen määrittelyssä, ja kuinka luotettavana te pidätte tilastoimattoman kulutuksen arviointimenetelmiä?

”Seuranta eli matkustajatuontigallup käynnistettiin, koska haluttiin tietää 2003 päätetyn ja 2004 voimaan tulleen veroalennuksen vaikutus. Sitä on pitkään seurattu ja VM on nykyisin myös gallupin rahoittajana. Parempaakaan näyttöä tuonnin määrittä ja kehityksestä ei ole mistään saatu, joten kyllä me hyvin pitkälle siihen luotamme”, Sandell sanoo.

Veronkorotukset ovat lisänneet matkustajatuontia jonkin verran. Tuonti on myös ilmeisesti muuttanut muotoaan. Aikaisempaa suurempi osa matkustajista ilmoittaa nyt ettei tuo mitään, ja tuonti on Sandellin käsityksen mukaan keskittyneempää. Niistä jotka tuovat tuo osa todella paljon. THL:n erikoistutkija Österbergin mukaan veronkorotukset ovat joka kerta lisänneet matkustajatuontia.

”Galluptutkimusta on koetettu tukea selvittämällä laivamyynnin määrää, mihin meillä on eri keinoja. On myös tutkittu täällä töissä käyvien virolaisten tuontimääriä, jotka eivät mitenkään osoita että he toisivat poikkeuksellisen suuria määriä kun sitäkin on esitetty. Aika luotettava vertaustieto on se, että virolaisten alkoholinkulutus on korkeampaa kuin suomalaisten, ja he haluavat putsata omia lukujaan vähentämällä turistimyynnin osuuden ettei tilasto näytä pahemmalla kuin todellisuus”, Sandell perustelee galluptietojen pitävyyttä. ”Jos tuonti Suomeen olisi niin suurta kuin kuvitellaan, virolaisten kulutuksen pitäisi olla paljon alemmalla tasolla kuin se on. He pyrkivät tilastoissa rehellisyyteen ja heillä on ilmeisesti aika hyvät tiedot siitä mitä tallinnalaiset yritykset myyvät ja kenelle.”

Veronkorotukset ovat lisänneet matkustajatuontia jonkin verran. Tuonti on myös ilmeisesti muuttanut muotoaan. Aikaisempaa suurempi osa matkustajista ilmoittaa nyt ettei tuo mitään, ja tuonti on Sandellin käsityksen mukaan keskittyneempää. Niistä jotka tuovat tuo osa todella paljon.

”Nämä seikat tukevat näkemystämme siitä, että gallupitutkimus on jotakuinkin paikkansa pitävä.”

Tuovatko täällä työssäkäyvät virolaiset myytäväksi lisätuloja saadakseen, siihen ei ole selvää vastausta. Gallupin viikkotutkimus kohdistuu vain suomalaisiin eikä virolaisiin, joten on mahdollista että katveeseen jää sellaista mikä ei näy. Virolaisten matkailu yli on pääasiassa työssäkäyntiä kun suomalaisten lähinnä vapaa-ajantoimintaa. VHL:n tutkimusten mukaan virolaiset tuovat alkoholia lähinnä omaksi evääkseen.

Sandell vakuuttaa, että elinkeinopolitiikkaa pyritään pitämään silmällä kun veronkorotuksia tehdään. ”Mutta kuten sanoin, nämä ovat pitkälti poliittisia päätöksiä. Ensisijainen tavoite on lisätä verotuloja ja muu on sivujuonteita.”

Ravintolaelinkeinojen asema

Kuusitoista vuotta anniskelumyynnin osuus on vähentynyt ja ravintolaelinkeinojen kilpailukyky on heikentynyt. Sekin vaikuttaa alkoholin verotuspolitiikkaan ja veropolitiikan laajempaan arviointiin.

Sandell vakuuttaa, että elinkeinopolitiikkaa pyritään pitämään silmällä kun veronkorotuksia tehdään. ”Mutta kuten sanoin, nämä ovat pitkälti poliittisia päätöksiä. Ensisijainen tavoite on lisätä verotuloja ja muu on sivujuonteita.”

”Mutta tiedossamme on että anniskelun osuus koko ajan vähenee. Osaksi se johtuu veropolitiikasta, osaksi matkustajatuonnista ja osaksi kuluttajakäyttäytymisestä. Ravintolaan mennään myöhemmin ja alkoholia nautitaan muualla kuin siellä. Kotijuomisen osuus on Suomessa kasvanut. Mutta kun verotus ei voi olla erilainen ravintolaoluelle ja muualla myydylle oluelle, EU ei salli sellaista, meillä on hyvin rajalliset keinot tähän kysymykseen puuttua.”

Suuri osa matkатуonnista työllistää Suomessa

”Olut on ollut aika työllistävä sektori sinänsä, mutta alkoholista puolet tulee väkevien muodossa maahan puhtaaksi alkoholiksi muutettuna”, toteaa Sandell. Toisaalta tuontilitroina 1 litra 40% viinaa olisi 10 litraa olutta. Mietojen juomien rahtivolyymit ovat suuria nimenomaan matkатуonnissa Virosta.

”Nimenomaan virolaiset väkevät ovat niin paljon halvempia siellä kuin meikäläiset väkevät juomat” korostaa Sandell. ”Oluen hintaero ei ole ihan niin suuri ja oluesta

suuri osa on suomalaista.” Galluptutkimukseen lisättiin kysymys nimenomaan oluen alkuperästä, ja 35% ostetuista oluista tunnistettiin suomalaisiksi merkeiksi. Kun se on Suomessa valmistettua ja tuodaan takaisin, sillä on merkitystä panimoelinkeino kannalta. Joukossa on myös Suomessa valmistettuja ulkomaisia merkkejä. Jos 35% tuonnista tunnistetaan suomalaiseksi, markkinaosuus voi hyvin olla paljon suurempi. Kotimaan marketeissa tietysti suomalaisen osuus on isompi mutta ei sekään ole enää lähelläkään sataa. Virosta tuodusta oluesta suuri osa työllistää Suomessa.

”Näin ollen haluamme olla varovaisia nimenomaan väkevien veronkorotuksissa”, perustelee Sandell. ”Niiden verotasohan on meillä puhtaaseen alkoholiin laskettuna korkein. Se on puolitoistakertainen verrattuna muihin juomiin. Eivätkä suomalaiset hae kossupulloja Virosta vaan paikallista erittäin halpaa viinaa, joten väkevien tuonnista mitään ei kierry Suomen kansantalouteen kuten oluen tuonnista”, sanoo Sandell.

Jos väkeviä verotetaan tarpeeksi, kotimarkkinatuotteet kärsivät pahasti. Olut taas on siinä mielessä kiitollinen verotettava että sen kysyntäjousto on alhainen ja tuontivarasta suuri osa on kotimaasta peräisin.

”Viime kierroksella nostettiin oluen ja siiderin veroa isommalla prosentilla kuin muiden. Se perustui muun muassa siihen että olut on päivittäistavarakaupassa hintakilpailtu tuote. Alkon myymälät eivät voi hinnalla kilpailla. Ja olut on saatavuudeltaan helppo verrattuna Alkon tuotteisiin. Plus että nuorison suosimiahän nämä miedot juomat ovat. Ja niiden kulutus kasvaa samoin kuin viinin verrattuna väkeviin. Että tässä oli tällainen alkoholipoliittinen näkemyskin mukana”, Sandell muistuttaa.

Fiskaalinen ja alkoholipoliittinen näkemys lyövät siis kättä. Ja oluthan tuottaa verosta suuren osan kun volyymit ovat niin suuria.

Laivamyynä verotetaan lähtömaassa

”Gallupin mukaan oluesta suurin osa ostetaan laivoilta, mikä on ymmärrettävää helppouden vuoksi”, sanoo Sandell. ”Oluesta 71% ja siidereistä 78% ostetaan laivoilta. Kotimaisuusaste voi olla aika korkea.”

Vero riippuu myyntipaikasta. Laivat eivät myy Suomen vesillä. Ostot verotetaan Virossa. Jos laiva käy Saksassa voi myydä Saksan verolla.

Millaisia kysymyksiä TNS Gallupin viikkokyselyssä kysytään?

”Mitä olette ostanut kahden viikon aikana, ostopaikka – Virosta vai Ruotsista, laivasta vai muualta, mikä on oluen muistinvarainen tuotantomaa, ja nettiostaminen. Viimemainittu on suhteellisen vähäistä”, sanoo Sandell. Nettiostaminen voi kuitenkin kasvaa, tähän kiinnittää haastattelussaan huomiota Eduskunnan hallintojohtaja Pertti Rauhio joka oli valmistelemassa vuoden 2003 veronalennusta finanssiministeriössä.

”Se mikä huolestuttaa on, mieltävätkö ihmiset että matkustajatuonti on vain omaan käyttöön. Että ei saa tuoda naapurille eikä työkaverille eikä kenellekään saati alaikäisille”, Sandell sanoo.

Laittoman tuonnin seuranta

”Muusta tilastoimattomasta kulutuksesta kuten salakuljetuksesta meillä on seurantaryhmä”, Sandell kertoo. ”Se kokoontuu puolivuositain. Siinä on eri viranomaistahojen kuten tullin ja poliisin edustajat. Ryhmä käy läpi ajankohtaisia asioita, kuten mitä merkkejä on laittomasta tuonnista ja katukaupasta joka oli melkoinen ilmiö ennen veronalennusta 2003. Mitään viitteitä sen paluusta ei tällä hetkellä ole.”

”Se mikä huolestuttaa on, mieltävätkö ihmiset että matkustajatuonti on vain omaan käyttöön. Että ei saa tuoda naapurille eikä työkaverille eikä kenellekään saati alaikäisille”, Sandell sanoo. ”Tästä on pohdittu kampanjaa. Tuonnin vapautumisesta on niin monta vuotta aikaa ettei välttämättä enää muisteta mitkä reunaehdot ovat. Siitä voi olla ikäviä seurauksia jos ryhtyy välittämään. On tullut tapauksia joissa alaikäisille on välitetty ja siihen pitää pystyä puuttumaan. Mutta sekin on valvontaresursseista kiinni poliisilla ja tullissa. Eivätkä viranomaisresurssit ole kasvamaan päin.”

Tämän perusteella veronkorotuksia harkittaessa on varottava, ettei motivoida taloudellisesti sellaisia ei-toivottuja seurauksia joiden estämiseen ei sitten valvonnassa ole resursseja.

PERTTI RAUHIO**Verokilpailu on realiteetti kulutustavarakaupassakin**

Eduskunnan hallintojohtaja oik.lis., varatuomari Pertti Rauhio toimi valtiovarainministeri Antti Kalliomäen talouspoliittisena erityisavustajana 2003-2005, kun alkoholiverotusta alennettiin.

Alkoholiveron suuri alennus vuonna 2004 herätti polemiikkia ja arvostelua. Pertti Rauhio selostaa veropäätöksen taustaa, syitä ja tekemistä.

Alkoholin tuontia omaan käyttöön vanhoista EU-maista oli rajoitettu niin pitkään kuin mahdollista. Siirtymäkausi päättyi niiden osalta 1.1.2004. Tuonti Virosta vapautui kun se liittyi Unioniin 1.5.2004. Vanhoista maista Saksa oli tietenkin tärkein, koska sinnekin on lauttaliikennettä ja siellä oli ja on Suomeen nähden huomattavan edulliset alkoholihinnat.

”Oikeuskäytäntö oli hyvin tiedossa. Tanska ei varsinaisesti ole kovan verotuksen maa mutta Saksaan verrattuna on, ja tiedettiin minkälaiset määrät siellä tulkittiin yksityiseksi käytöksi. Oli realistinen ajatus että joku tuo Saksasta pakettiautollisen olutta ja viiniä tai ostaessaan sieltä Bemarkin tuo sen täynnä viskiä”, kertoo Rauhio.

Varsinainen kilpailutekijä oli kuitenkin Viron tulo Euroopan Unioniin. Se mahdollisti helpon ja massiivisen tuonnin muutaman tunnin huvimatkalta.

Budjetinteossa on normaali asia katsoa tulopuolen olennaiset muutokset. Siinä on suhteellisen pitkä virkamiesvalmistelu. Alkoholiveron alentamisesta oli keskusteltu - siitä että alennetaanko sitä asteittain vai kertaheitolle. Rauhion mukaan asteittain siirtyminen jäi joka kerta tekemättä puhtaasti fiskaalisista syistä.

Hänen mielestään oli luontevaa – finanssiministeriön näkökulmasta katsottuna – että vero alennettiin kertaheitolla viimeisenä mahdollisena päivänä.

”Hallitus sai asiaa koskevan virkatyön kohtalaisen hyvin perusteltuna eteensä. Pääministeri Jäätteenmäen kaudella ei tähän ehditty puuttua vaan puhuttiin tuloveron kevennysvaran käytöstä, ja päättäminen alkoi pikemminkin myöhäisessä vaiheessa

Varsinainen kilpailutekijä oli kuitenkin Viron tulo Euroopan Unioniin. Se mahdollisti helpon ja massiivisen tuonnin muutaman tunnin huvimatkalta.

ja varsinaiset keskustelut käytiin kun Vanhanen oli pääministerinä kesästä 2003”, muistaa Rauhio

”Taustatyö mitä Kalliomäen esikunta edellytti oli ennen muuta Vero-osaston valmisteveroyksikön vastuulla. Lähdettiin siitä, että kysymys ei ole lyhyen aikavälin fiskaalisesta ratkaisusta. Kaikilla oli tiedossa mitä alkoholin hinnan joustot ovat, eli tiedettiin että kun alkoholin hinta alenee, sen tilastoitu kulutus kasvaa ja kun kulutus kasvaa, siihen liittyy muitakin tekijöitä kuin fiskaalisia”, kertoo Rauhio. ”Terveyspolitiikasta tai alkoholipolitiikasta keskusteltiin heti lähdössä. Kansanterveydellisiä kysymyksiä ei ohitettu eikä ollut aikomustakaan ohittaa.”

Lähtökohtana oli se, että edessä oli joka tapauksessa veropohjan merkittävä eroosio. Näin ollen ennakoitiin, että kaikissa skenaarioissa kulutus kasvaa ja haittavaikutukset tulevat lisääntymään.

Hintajoustoperusteella tehtiin verotuloarvioita. Valittu ratkaisu ennakoi verotulon putoavan 1,3 miljardista 1,0 miljardiin. Rauhion mukaan ennuste toteutui niin hyvin, että virhe oli 2% luokkaa. Se oli siis erittäin tarkka arvaus, mutta perustui siihen että Suomessa on hyvät pitkän välin aikasarjat siitä miten hinta vaikuttaa tilastoituun kysyntään.

Vähemmälle keskustelulle on jäänyt se, missä määrin todellinen kulutus muuttuu. Tietenkin veropäätöksen tavoitteisiin kuului myös salakaupan vähentäminen. THL:n erikoistutkija Esa Österbergin mukaan salakauppa kaduilla käytännössä loppui veron alennukseen.

Luulot ja tiedot

Veron muutoksen rakenne herätti keskustelua sekä hallituksen sisällä että julkisuudessa. Pyrittiin varautumaan matkustajatuonnin problematiikkaan. Oletettiin kevyemmän kuorman eli väkevemmän alkoholin tuonnin olevan suositumpaa kuin viinin ja oluen. Näin ollen veromuutoksissa painotettiin erityisesti väkevien veron kevenystä. ”Keskustelussa kysyttiin että onko tämä nyt erityisen huonosti harkittu, koska vallitsi tutkimustiedon perusteella täysin virheellinen käsitys että myytävän juoman prosentilla olisi ratkaiseva merkitys alkoholihaittoihin”, kertoo Rauhio. ”Se käsitys kyllä korjattiin. Olennaista on kulutus puhtaana alkoholina. Nuorten juominen ja liikennejuominen lähtee käyntiin oluella ja siiderillä oikein mainiosti. Päätöksenteko oli suoraa tutkimustiedon soveltamista.”

”Myös käsiteltiin sitä, että pystyisikö ravintolaelinkeinoa suosimaan tässä tilanteessa elinkeino- ja työllisyyspoliittisin perustein. Ei pysty, sama valmistevero ja se siitä.” Alkoholin ravintolamyynti oli nimittäin ollut laskussa vuodesta 1997.

Siitä toki sukeutui myöhemmin keskustelu, joka johti ravintolamyynnin ALV:n alentamiseen. Se ei koskenut alkoholia, vaan ajatus oli, että kun ravintolassa syöminen halpenee, se yleistyy, ja ihmiset juovat sen mukana myös isomman osan alkoholistaan ravintoloissa. Sitä kautta saatiin siis tukea elinkeinolle, ja samalla toivottiin että ihmiset joisivat ”valvoituissa olosuhteissa”. Ravintolamyynnin alamäki ei pysähtynyt vaan jatkuu edelleen. Tässäkään asiassa narulla ei voinut työntää.

Ravintolamyynnin alamäki ei pysähtynyt vaan jatkuu edelleen. Tässäkään asiassa narulla ei voinut työntää.

Suomi yrittää Euroopan alkoholiveroja ylös menestyksettä

”Veropäätöksen jälkeen käytiin Ecofinissa pitkä kamppailu Euroopan laajuisten alkoholien minimiverokantojen nostamiseksi. Päävastustaja oli Saksa vaikka keihäänkärkenä toimikin Tshekki, joka totesi että mitä tahansa muuta mutta oluen verotusta ei voi nostaa missään tapauksessa. Se oli heille kampanjakysymys jota kotimaassa ei tarvinnut ujustella”, sanoo Rauhio.

”Pointtihan oli se, että meille keskeinen asia oli Viro, mutta Viro saattoi todeta että Latviassa oli vielä alempi verokanta.”

Suomi uskoo virallisesti yhä, että vielä saadaan läpi korkeampi eurooppalainen alkoholiverotus, onnistuuko se?

”Kokemuksen perusteella se on aika vaikeaa. Paitsi kulttuurikysymyksiä siihen liittyy myös maatalouspoliittisia kysymyksiä etenkin viinin suhteen, joka siirtää sen isompien poikien peliksi kuin terveyspolitiikka on, koska maatalouspolitiikka on EU:ssa kaikista vakavin asia”, huomauttaa Rauhio inhorealisticesti. ”Pyrkimys on jatkuva, mutta kun kysymys on minimiverokannoista, ne ovat todella kaukana siitä mikä saattaisi Suomeen vaikuttaa.”

”Kun puhutaan silloisesta EU 24 tai 27 tai 28 maata, sitten tuli aina esille erityiset kansalliset poikkeukset. Tämä tai tämä viini tai väkevä oli siinä ja siinä merkityksessä siinä maassa. Rakit ja Ouzot käsiteltiin, mutta Suomi ei vienyt sentään Kossua siihen pöytään.”

Viron-tuonnin arviointi ennen galluptiedon aikasarjoja

”Ennestään oli käsitys Alkosta ja päivittäistavarakaupasta ostettavasta alkoholista ja perusteltu arvelu siitä minkä verran käytettiin muuta. Lähtökohtana ajateltiin, että jos meillä olisi tarjolla Viron hintatasolla alkoholia, paljonko sitä ostettaisiin”, Rauhio selostaa. ”Ja mikä se faktinen markkina-alue Virosta haettavalle alkoholille on. Arveltiin että Jyväskylään haetaan vähemmän ja Ouluun tuskin ollenkaan, mutta Etelä-Suomi sitä ostaa ja se voidaan helppoudeltaan melkein rinnastaa siihen että hakisi Alkosta.”

”Oli tehty skenaariot että veroa ei alenneta, alennetaan vähän, tai alennetaan sillä tavalla kuin sitten toteutui, ja kulutuksen osalta se osui kohdalleen.”

Ruotsin esimerkkiä käytiin läpi. Ruotsihan on korkea veron maa. Katsottiin myös Englantia ja Ranskaa. Korkeamman veron Englannissa jälleenmyynti oli muodostunut merkittäväksi. Logistiikka on tehokas kanaalin yli siinä missä Suomenlahden, siellä vain pistäydytään. Tiedossa olivat Suomessakin markettien takapihalla autosta tehdyt nopeat pimeän viinan myyntikampanjat. Oletettiin että ne vähenevät kun verotus laskee, ja niin kävikin. ”Savukkeita on kohdeltu ankarammin koko ajan, ja onhan se käytännössä merkinnyt isoja kiinnikin jääneitä salakuljetusmääriä”, huomauttaa Rauhio.

Kun vero kiristyy, myös verokilpailu kiristyy

Kun veroa taas kiristetään fiskaalisista, tuleeko se käsityksenne mukaan näkymään yksityisessä tuonnissa?

”Miksei se toistuisi, tokihan se nostaa matkustajatuontia.”

Rauhio huomauttaa, että kun vero 2004 aleni ja tuonti vapautui, se tuonti kyllä lisääntyi eikä sen oletettukaan loppuvan, mutta kasvu pysähtyi silloin juuri siihen tasoon kuin oli tähdättykin.

”Kaupan jakelu on muuttunut, nyt ihmiset ovat tottuneet ostamaan netistä”, Rauhio muistuttaa. ”Alkoholi kannattaa hakea satamasta minne se toimitetaan. Tästä seuraa myös se, että markkina-alue ei ole ainakaan pienentynyt.”

Virossa alkoholiverolla on suhteellisen suuri fiskaalinen merkitys kun tuloverot alhaisia. Suomalaisilla ostoilla on toisin sanoen Virossa suuri kansantaloudellinen ja valtiontaloudellinen merkitys. ”Toisaalta kun merkkiuskollisuuskin vallitsee, niin tuossa Keravan Koffin tehtaallahan se olut tehdään (Koff ja Carlsberg) ja jätetään vain se panttileimaus pois”, muistuttaa Rauhio. ”Rahtilaivalla viedään Tallinnaan ja matkustajalaivalla tuodaan pois. Panimoteollisuudelle se kai on myönteistä, mutta sitten taas veropoliittikkaa ja yhteiskuntapoliittikkaa ajatellen on koominen lopputulos, että se oluttölkki tekee kaksi merimatkaa.” Jopa ympäristöpolitiikkana se on huonoa.

Moni panee tuontitölkit roskeen kun palautuskone ei maksa niistä vaikka nielisikin ne. Onneksi jotkut keräävät pantittomia tölkkejä metalliromuna.

Silloisesta keskustelusta ja jälkiviisaudessa Rauhio toteaa, että julkisuuteen ei pysty kommunikoimaan monta asiaa kerrallaan, jos edes yhtä. ”Monella oli ja on vakaa käsitys siitä, että VM halusi x euroon vaihtaa n maksakirroosia tai kuolemantapaturmaa vuodessa, aivan kuin olisi ollut trade off huonolla vaihtosuhteella... Mutta silloin jouduttiin ottamaan annettuna, että vero alenee suomalaisen ostajan kannalta meistä riippumatta, ja kyse on siitä aleneeko se Alkossa vai pelkässä matkatuonnissa. Tämä ei mennyt läpi, koska siinä on kaksi liikkuvaa osaa selitettäväksi. Sen jälkeiset nostot on kyllä ollut helppo tällä yksinkertaisella logiikalla perustella. Vaikka sekään asia ei mene yksikertaisesti.”

”Verokilpailu on kohtalaisen tehokasta kulutustavarassakin, ja kun nettikauppa yleistyy, niin kaiken tavaran kohdalla. ALV maksetaan lähtömaassa eikä tarvitse tulliakaan täällä maksaa. Tämä koskee myös alkoholia. Poikkeuksena ovat vain henkilöautot, mutta varaosatkin kannattaa ostaa muualta”, muistuttaa eduskunnan hallintojohtaja nykytodellisuuden paineista.

Rahtilaivalla viedään Tallinnaan ja matkustajalaivalla tuodaan pois. Panimoteollisuudelle se kai on myönteistä, mutta sitten taas veropoliittikkaa ja yhteiskuntapoliittikkaa ajatellen on koominen lopputulos, että se oluttölkki tekee kaksi merimatkaa.

JUSSI HUHTELA

Viina virtaa, mutta melko lailla säädösten puitteissa. Ongelmat ovat tavassa jolla sitä käytetään.

Poliisitarkastaja Jussi Huhtela Poliisihallituksesta on työskennellyt myös komisariona Helsingin järjestyspoliisissa.

Suomalaisten yksityinen alkoholintuonti näkyy eniten Helsingissä Viron-tuontina. Poliisitarkastaja Jussi Huhtela toteaa, että koska omassa käytössä ei ole rajoitusta, on juridisesti mahdollista tuoda vaikka rekka-autollinen viinaa jos pystyy perustelemaan että se on omaan käyttöön.

...koska omassa käytössä ei ole rajoitusta, on juridisesti mahdollista tuoda vaikka rekka-autollinen viinaa jos pystyy perustelemaan että se on omaan käyttöön.

”Aika paljon sitä ihmiset sitten tuovatkin. Henkilöautot ovat usein aivan täynnä. Jos häitä tai muita juhlia järjestetään, tarjottavaa tuodaan kovastikin”, sanoo Huhtela.

Kun mennään kauemmas satamasta sisämaahan, tuontiviinan merkitys vähenee. ”Tokihan jotkut tulevat kauempaa hakemaan sen kaljakärryn. Mutta kyllähän suurista tuontieristä suurin osa jää tietenkin tähän lähialueelle jo siksikin, että tässähän suurin osa väestöstä asuukin”, Huhtela muistuttaa.

”Pahimmat ongelmat tuontiviinassa ovat, että sitä välitetään nuorille, se on todistettu juttu, jonkin verran on salakapakkatoimintaa, ja yleinen järjestys ja turvallisuus on huonontunut etenkin viikonloppuoina. Mutta vaikuttaahan siihen järjestysongelmaan myös anniskelupaikkojen suuri määrä ja pitkä aukiolo”, sanoo Huhtela.

Ravintoloihin ei ole valunut verottamatonta viinaa

Jossain vaiheessa syntyi epäily, että yksityistuontia päättyisi ravintoloihinkin myyntiin. ”Päätimme sitten muun valvonnan yhteydessä suorittaa ison valvontaiskun, jossa on mukana poliisi, tulli, verottaja, tekijänoikeuden valvontakeskus ja aluehallintovirasto”, kertoo Huhtela. ”Tekijänoikeuskorvauksiakin katsottiin ravintolamusii-kin osalta. Aluehallintovirasto oli mukana anniskeluoikeuksien osalta. Isku tehtiin vuoden 2012 keväällä.”

Nuorison juominen kasvussa ja alaikäisille välitetään

Vantaalla Itä-Uudenmaan poliisilla oli juttu, jossa aikuinen mies oli välittänyt tuontiviinaa alaikäisille. Viina-Seposta oli isot lehtijututkin. ”En tiedä oliko se jäävuoren huippu, mutta kyllähän tuollaisia tapauksia on”, Huhtela sanoo.

Alkosta ja päivittäistavarakaupoistakin ostettua alkoholia välitetään alaikäisille kuten aina on tehty. Kysyntä painottunee mietoihin juomiin. Kysymys on siitä, miten merkittävää matkatuontijuomien välittäminen on. Varmaa tietoa määrästä tai järjestäytyneisyydestä ei ole.

Satamissa on valvottu, tuovatko alaikäiset alkoholia Virosta, ja kyllä niitä tapauksia on. ”Sehän on päivän selvä juttu. Kyllä siitä väkimassasta aina löytyy näitä nuoria”, sanoo Huhtela. ”Mutta nekään ongelmat eivät ole mitenkään massiivisia olleet niin kuin tuontimäärien perusteella voisi luulla. Ainakaan ei tule ilmi.”

Nuorison juopottelu on kuitenkin ilman muuta ja silmin nähden yleistynyt, ja sitä on mahdollistanut alkoholin saatavuus. ”Varmasti osa on kiinni siitä että on luvallista tuoda isoja määriä alkoholia halvalla, juominen ei ole kiinni siitä mitä Alkossa tai ravintolassa myydään”, Huhtela uskoo.

Nuorison juopottelu on kuitenkin ilman muuta ja silmin nähden yleistynyt, ja sitä on mahdollistanut alkoholin saatavuus. ”Varmasti osa on kiinni siitä että on luvallista tuoda isoja määriä alkoholia halvalla, juominen ei ole kiinni siitä mitä Alkossa tai ravintolassa myydään”, Huhtela uskoo.

Juomisen määrä on kasvanut, taito ei

”Kyllähän se matkatuonti yleiseen järjestykseen ja turvallisuuteen vaikuttaa”, sanoo Huhtela. ”Mitä paremmin viinaa on saatavilla, sitä enemmän sitä juodaankin ja sitä enemmän humalassa tapellaan.”

Helsingin ydinkeskusta on Huhtelan mielestä nykyään 24/7 auki oleva viihdekeskus. ”Jatkoaikapaikkoja on niin paljon että se menee neljään viiteen joka aamu ja sen jälkeen on vielä yökahviloita ja pizzapaikkoja ja sitten onkin jo aamu. Kaupunki ei rauhoitu hetkeksikään, kun ennen se rauhoittui tuossa yhden kahden aikaan.”

Vanhemmat ihmiset muistavat myös ajan jolloin kellekään ei soitettu kello 23 jälkeen. Elämäntapojen, vuorokausirytmien ja käytöstapojen muutos alkoi jo ennen

matkatuonnin vapautumista. Sitä ovat vauhdittaneet teknologia ja anniskeluaikojen väljentäminen.

”Se että kaupunki ei koskaan nuku syö paljon viranomaisresursseja” huomauttaa Huhtela. ”Viikonlopun aikaan tarvitaan 40-50 poliisipartioita kaupunkiin etenkin vilkkaina kesäöinä. Valtaosa on kiinni siitä että on niin paljon ravintoloita joissa anniskellaan. Siinä ei voi tuontiviinaan suoraan vedota.”

Toisaalta tiedetään, että alkoholin ravintolamyynä on ollut 16 vuotta laskemaan päin ja etenkin ravintoloitsijoilla on sellainen käsitys, että viinat juodaan kotona etkoilla ja silloin juodaan paljon tuontiviinaa.

Helsingin kesäöinä voi Huhtalan mukaan olla 40-50 kirjattua pahoinpitelyä ja tappe-
lua. ”Ja kaikki johtuvat alkoholista. Kun ravintolat puskevat ihmiset ulos, alkaa mät-
kiminen kadulla. Ja osa on kiinni siitä että alkoholia on niin helposti saatavilla.”

Osa on oletettavasti kiinni myös asenteista, sillä maailmassa on väestöjä jotka juovat paljon ja humalahakuisesti kuten japanilaiset, mutta eivät liitä siihen aggressiota. Suomessa alkoholiin on aina liittynyt väkivalta.

Helsingissä oma lukunsa on puistojuhliminen, jonka jäljiltä jopa Vanhan Kirkon puistossa, hautausmaalla, on aamuisin järkyttävä siivo.

Huhtela kertoo poliisin tiedostavan puistosikailun. ”Nyt on pikkuisen semmoista ajatusta ollut, Helsingin poliisilaitoksen näkökulmasta, että ydinkeskustassa aletaan soveltaa jos nyt ei ihan New Yorkin nollatoleranssia, niin kuitenkin aktiivisempaa asioihin puuttumista”, lupaa Huhtela. ”Säädösten mukaan puistoissa saa juoda jos se on häiriötöntä ja piknikin omaista. Mutta eihän se nyt sitä ole jos puisto on täynnä porukkaa ja kaikki ryyppäävät siellä ja sotkevat ja roskaavat kuin vappuna. Aletaan sakottaa ja tarpeen vaatiessa otetaan kaljat pois. Aletaan ottaa takaisin siitä mihin käytös on lipsahtanut. Poliisin toiminta tulee tiukentumaan, koska se on ainoa keino hillitä loppuyön turpaanlyöntikisää.”

Huhtelan analyysin perusteella tuontiviinalla on kylläkin kannijuomista helpottavaa merkitystä järjestysongelmissa, mutta se ei ole ratkaiseva asia suhteessa muihin muutoksiin, jotka ovat tapahtuneet pitemmän ajan kuluessa. Tai suhteessa siihen mikä ei ole muuttunut, nimittäin suomalaiseen humalakäytökseen.

Ravintolaelinkeinon pelot ja toiveet

Sanotaan, että olisi parempi kun ihmiset joisivat viinansa ravintoloissa valvotuissa oloissa kuin ”puukko kädessä kotona lähiössä” kuten kansanedustaja Kimmo Sasi asian ilmaisi. Onko kysymyksessä myytti?

”On se pitkälti myytti”, sanoo Huhtela. ”On paljon ravintoloita joissa valvotaan järjestystä ja päihtymistä, mutta kun katsoo missä kunnossa ihmisiä purkautuu ravintoloista yöllä, niin päihtyneille anniskelu on lisääntynyt.”

Alkoholilaissa sanotaan, että selvästi päihtyneelle asiakkaalle ei saa enää anniskella. ”Eihän se toteudu, ei sillä pykälällä ole mitään merkitystä ollut”, murahtaa Huhtela. Ongelma korostuu siellä missä ravintolatiheys on suuri. Se ei välttämättä näy pienellä paikkakunnalla missä on pari anniskelupaikkaa. ”Mutta kun niitä on 600 joista jatkoaikapaikkoja 122, niin jos edes osa niistä paikoista antaa asiakkaiden ryypätä itsensä hirveään kuntoon, se näkyy kadulla. Ja maksaa yhteiskunnalle kun pitää olla mielettömät poliisiarmeijat kärräämässä niitä Pasilanmäelle sairaalan päivystyksen kautta, että ommellaan tikit naamaan ja sitten vasta putkaan.”

Valvontaiskuissa on aina havaittu päihtyneille anniskelua enemmän kuin laki sallii.

Kapakoitsijat valittavat, että asiakkaat tulevat nykyään myöhemmin ja enemmän päissään. Ja alkoholin ravintolamyynä on faktisesti laskenut pitkään. Tästä he syyttävät muun muassa matkatuontia ja halvan viinan etkoja. Sulkemisaikojen takaisinvetämistä he kauhistuvat.

”En usko että tulevat enemmän päissään mutta varmasti myöhemmin, koska jatkoaikapaikkoja on niin paljon ja koko iltarytmi on myöhentynyt”, Huhtela sanoo. ”Anniskeluajoista on keskusteltu että pitääkö se olla neljään vai pitäisikö palata kahteen. Ravintoloitsijat kertovat että silloin vain vielä enemmän juotaisiin kotona ja ongelmat siirtyisivät lähiöihin ja niin pois päin. Minä puolestani uskon, että ravintolaan tulon aika vain aikaistuisi takaisin. Selvää on, että kahden viimeisen tunnin, eli sen jatkoajan osuus myynnistä on iso. Muutos on periaatteessa riski ravintoloitsijalle. Mutta sitä ei tiedä ennen kuin kokeilee. Aukiolon loppupäässä on aina kaksi viimeistä tuntia.”

SVEN KIRSIPUU

Sven Kirsipuu on Viron tasavallan valtiovarainministeriön fiskaalipolitiikan osaston apulaisosastopäällikkö

Apulaisosastopäällikkö Kirsipuu sanoo kunnan verottajan tavoin, että jokainen euro on valtion budjetissa tärkeä. Alkoholivero on vero siinä kuin muutkin. Sen osuus Viron budjetista on noin 3 %. Kirsipuun mielestä pelkkä suuruus ei ole tärkeä vaan myös periaate, se miten verotus kohdennetaan.

”Meillä on suunnitelmissa nostaa alkoholiveroa seuraavien vuosien aikana, mikä tarkoittaa sitä, että verokertymän painoarvo kasvaa. Kun kertymä on nyt 3% luokkaa, se on vuonna 2017 enemmänkin viiden prosentin luokkaa”, ennustaa Kirsipuu. ”Jos verrataan toisiin veroihin, niin esimerkiksi polttoaineveroa kannamme noin kaksi kertaa enemmän kuin alkoholiveroa.”

”Me käytämme vertailuissa laajaa informaatiopalettia, kuten esimerkiksi Suomessa tehdyjä analyysyjä, eli suomalaiset tekevät sellaisen hyvin yksinkertaisen tutkimuksen keskuudessa, että miten paljon tuodaan”, selittää Kirsipuu.

Verotus kiristyy, verotusperusteiden yhtenäistymisestä kiistellään

Kirsipuu toteaa, että alkoholiveroja nostetaan lähivuodet 5% vuodessa. Mutta Virossa käydään on keskustelua myös alkoholiverotuksen yhtenäistämisestä.

”Kun me nykyisin verotamme tietyissä tapauksissa pitoisuuden mukaan ja toisissa tapauksissa verotamme litroja, verotus tulisi sitoa etanolisisällön määrään ja olisi sama kaikissa alkoholijuomissa. Nythän oluilla ja väkevällä alkoholilla verotus on hyvinkin erilaista”, kertoo Kirsipuu. ”Tästä poliitikot käyvät keskustelua, jotkut haluaisivat tämän uudistuksen, jotkut ovat vastaan. Argumentteja on niin puolesta kuin vastaankin.”

”Jos oluen verotuksen tulisi olla edullisempaa kuin väkevän alkoholin, se joidenkin mielestä suosii alkoholin kulutuksen kasvattamista mietojen alkoholien avulla, joista kuluttaja voi siirtyä vahvempiin alkoholeihin”, kuvaa Kirsipuu porttiteorian mukaan ajattelevien pelkoa. ”Toisesta näkökulmasta on vastaväite, että uudistus estäisi alkoholin käyttäjien siirtymisen vahvempiin alkoholeihin mietojen avulla. Tämä kaikkiaan ei ole niin mustavalkoista. Mutta tämä on varmasti yksi pohdinnan paikka, jossa edellytetään analyysiä.”

EU:n lainsäädännöstä Kirsipuu ei odota rajoituksia päätöksenteolle.

Suomen veronkorotukset lisäävät ostoja Virosta

Mikä on arvionne Suomen alkoholiveron korotuksen vaikutuksista Viron alkoholi-myyntiin ja saataviin verotuloihin?

”On loogista, että kun kahden valtion välillä on vilkasta kaupankäyntiä, alkoholi-kaupankäyntiä, ja toinen valtio päättää nostaa alkoholihintoja alkoholiveron avulla, on täysin selvää, että vienti Virosta Suomeen kasvaa.”

Kirsipuu huomauttaa kuitenkin, että kun Virokin korottaa alkoholiveroa, on mahdollista, että erot maiden välillä eivät kasva. Mutta ero on sinällään suuri. Esimerkiksi oluen verotus on Suomessa viisi kertaa korkeampi ja väkevän alkoholin vero on kolme kertaa korkeampi. Ja se, onko oluen verotus viisi kertaa suurempaa vai 5,3 kertaa suurempaa, ei ole niinkään oleellista, vaan suuren luokan hintaero aktivoi kaupankäyntiä. Kun erot ovat näinkin suuret, eivät muutokset Viron verotuksessa Kirsipuun mielestä juuri vaikuta kokonaiskuvaan.

Matkatuonnin tilastointi on arvionvaraista

Mihin Viron arviot turistien ostaman alkoholin osuudesta myytyyn kokonaisalkoholimäärään perustuvat? Onko heillä parempia tietolähteitä kuin suomalaisten kyselytutkimukset?

”Me käytämme vertailuissa laajaa informaatiopalettia, kuten esimerkiksi Suomessa tehtyjä analyyskejä, eli suomalaiset tekevät sellaisen hyvin yksinkertaisen tutkimuksia turistien keskuudessa, että miten paljon tuodaan”, selittää Kirsipuu. Mutta kyselytutkimuksestahan ei suomalaisten asiantuntijoiden mukaan ilmene luotettavia määriä, vaan pikemminkin tuonnin tuoterakenne ja yleiset muutostrendit.

”Tutkimme myös Viron vähittäiskauppaa, ja katsomme indikaattoreina Tallinnan sataman läheisyydessä sijaitsevien kauppojen liikevaihtolukuja ja myyntiä, jotta saamme muodostettua kokonaiskuvan”, Kirsipuu kertoo. ”Lisäksi Viron Konjunkturi-instituutti tekee kyselyjä.”²

Mutta turistit kuluttavat alkoholia myös Virossa oleskellessa. Kirsipuun mukaan sitä pyritään arvioimaan. ”Katsomme tilastoja... eli kun arvioidaan sitä paljonko abso-

² Viron konjunkturi-instituutin edustaja kieltäytyi ainoana pyydetyistä antamasta haastattelua tähän reportaasiin.

luuttista alkoholia litroissa henkilöä kohden kulutetaan, niin preferoimme sitä, että laskemme paljonko turistit vievät mukanaan ja paljonko kuluttavat paikan päällä.”

”Virossa kulutettiin 2012 laillista alkoholia 13,37 litraa asukasta kohden. Siitä turistien kuluttamaa oli noin 4,1 litraa koko potista. Eli kokonaisuudessaan ulkomaiset turistit ostivat 5,5 miljoonaa litraa alkoholia, josta 4,5 ostettiin mukaan ja 1,1 käytettiin paikan päällä.”

Turisteista noin puolet oli tilastojen mukaan suomalaisia. Tästä voi karkeasti laskea suomalaisturistien tuovan alkoholiostoillaan kolmisen promillea Viron valtion tuloista. Jos suhde jatkuu samana vuoteen 2017, suomalaisten budjettiosuus nousisi yli puolen prosentin. On makuasia onko se paljon vai vähän, mutta kuten Kirsipuu sanoisi, jokainen euro on tärkeä.

Alkoholin tuonti kolmansista maista

Viroonkin tuodaan alkoholia ulkomailta sekä laillisesti että pimeästi. Viron omalla veropolitiikalla on siihen vaikutusta.

Kirsipuu esittelee virallista tilastoa: ”Viiniä Virossa ei juurikaan tuoteta, ja sen vuoksi viiniä tuodaan varsin ahkerasti. Minulla on tässä tilasto miljoonissa litroissa... Väkevää alkoholia tuotiin vuonna 2012 noin kolme miljoonaa litraa, viinirypäleistä tehtyä viiniä 22 miljoonaa litraa, olutta 40 miljoonaa.”

Tuonnin suhde kulutukseen nähden riippuu juomalajeista. Viiniä tuodaan, olut tuotetaan paikallisesti kuten viinaakin. ”Mutta kun katsotaan paljonko yksityishenkilöt tuovat, se on vaikeampi kysymys, ja siitä ei ole konkreettisempia tilastoja, emme esimerkiksi seuraa paljonko esimerkiksi Latviasta tuodaan”, kertoo Kirsipuu hieman yllättävästi. ”Venäjän kohdalla kysymys on ajankohtaisempi, koska salakuljetettua on paljon, kuten tiedämme, ja sitä kyllä seuraamme. Ja pyrimme ottamaan kiinni rajalla, että laitonta alkoholia olisi vähemmän.”

”Viron konjunkturi-instituutti on arvioinut salakuljetusta niin, että luku voisi olla 0,6 litraa asukasta kohden, mikä tarkoittaa yhteensä, että vuonna 2012 alkoholin salakuljetuksen vuoksi jäi veroja maksamatta noin 15 miljoonaa euroa”, sanoo Kirsipuu.

Määrä on Sven Kirsipuun mielestä suuri. Mutta luvut pienenevät. ”Jos mietitään, että Suomen ja Viron välillä on suuret hintaerot, ja vastaavasti Venäjään nähden Virolla on hinnoissa eroa, niin Viron itäisillä alueilla, joilla tulotaso on erittäin matala, moti-

vaatio käydä rajan toisella puolen sukulaisten luona päivittäin on varsin suurta. Toisaalta trendi on kuitenkin laskeva, eli luvut ovat vuosi vuodelta vähentyneet.”

Viron olut- ja alkoholiliiketoiminta kehittyy tasaisesti

Kirsipuu ennustaa, että alkoholibisnes kehittyy ja kasvaa verrattain stabiilisti, kun verotasoa ei muuteta äkillisesti ja kun Suomessa verot eivät paljon muutu.

”Alan kasvu ei perustu niinkään siihen, että kulutettaisiin enemmän. Enemmänkin on mahdollista palkkatason nousun myötä nostaa hintoja ja sen myötä kasvattaa tuosta”, arvelee Kirsipuu.

Ihmisten elintaso nousee, ja viinien suosio kasvaa. ”Viini on tavallaan vielä luksusuomaa. Hintojen vuoksi kuluttajat suosivat nyt enemmänkin muita juomia. Palkkatason noustessa viinin kulutus on kasvava trendi.”

Koska viinit ovat tuontitavaraa, suosion kasvu merkitsee miinusta kauppataseeseen. Viron kansantaloudellinen intressi on siinä tapauksessa se, että kotimaisia tuotteita – olutta ja viinaa –vastaavasti viedään enemmän. Suomen veronkorotukset varmaankin auttavat siinä pyyteettömän naapuriavun lailla...

MARGUS KASTEIN

Margus Kastein on Sakun oluttehtaan johtaja. Saku on Carlsberg-konserniin kuuluva Sinebrychoffin sisaryhtiö.

Vaikka meillä on yhteinen Euroopan unioni, on veropolitiikan määrittelemineen jokaisen valtion oma oikeus, toteaa Kastein. Suomessa on Euroopan Unionin korkein alkoholivero. ”Aina jossain valtiossa on tietyt tuotteet tai palvelut edullisempia, toisessa kalliimpia. Olen täysin vakuuttunut siitä että kuluttajat tekevät aina rationaalisia päätöksiä niiden mahdollisuuksien mukaisesti, joita heillä on käytettävissään.”

”Mikäli kuluttajilla olisi vapaa liikkuvuus Venäjälle, uskon, että kotienne jääkaapeissa olisi varsin paljon venäläisiä elintarvikkeita tai tuotteita”, sanoo Kastein. ”Ja yhtälailla kun suomalaisilla on mahdollisuus käydä Virossa, toimivat he kuluttajina samalla tavoin. Venäjän kohdalla meillä on kuitenkin rajan ylittäminen suhteellisen monimutkaista, on tietyt poliittiset esteet, mutta Viron tai muun EU-valtion kohdalla vastaavia esteitä ei ole. Kun alkoholiveron ero on niin suuri kuin se tällä hetkellä on, ei ole syytä unelmoida, että kuluttaja ei tekisi rationaalisia valintojaan.”

Kotimaisuus on Kasteinin mielestä tärkeää suomalaisille kuten virolaisillekin, mutta jos Latviassa olisi ollut puolet edullisempaa kuin Virossa, virolaiset ostaisivat sen sieltä. Toisaalta hän varoittaa jumiutumasta siihen ajatukseen, että kun suomalaiset ostavat Virosta paljon alkoholia, että se olisi jollekin huono tai hyvä asia.

”Suunnilleen 20% meidän Virossa tuotetusta alkoholista virtaa suomalaisen kurkusta alas, sisältäen myös satamissa ja laivoilla myydyn alkoholin sekä paikan päällä kulutetun, ja lisäksi viemme itse Suomeen varsin paljon, eli siis lähes viidesosa meidän liiketoiminnastamme on kohdennettu suomalaisille”, laskee Kastein. ”Haluaisin tässä yhteydessä esittää erittäin myönteisen argumentin joka on laajempi benefit. Kun suomalaiset tulevat Viroon, he käyttävät paikallisia palveluita, käyvät ravintoloissa, yöpyvät hotelleissa, eli siis koko vähittäiskauppa ja palvelusektori saavat erittäin paljon hyötyä - ja samassa suomalaiset kuluttajat saavat myös paljon hyötyä.”

Monet suomalaiset tulevat Viroon luoden uusia yrityksiä ja luoden lisäarvoa. Tämä kehitys on hyväksi niin Virolle kuin myös suomalaisille, Kastein uskoo. ”Ja nyt kun keskustellaan pelkästään alkoholista, ja kun Virossa käy vuosittain 5,3 miljoonaa turistia, joista 42% on suomalaisia, eli pelkästään turisteina siis kaksi miljoonaa.” Turismi tuo 10% Viron bruttokansantuotteesta ja suomalaisten turistien rahankäytön osuus on siis 4% BKT:sta. Paljon muutakin on kysymyksessä kuin alkoholi.

Rajakauppa ja brändit

Suomalaisasiakkaat vaikuttavat Sakun liiketulokseen erittäin merkittävästi. Rajat ylittävä kaupankäynti kasvaa merkittävästi vaikka Viron kotimarkkina ei laman vuoksi kasva. ”Suomalaisia käy kaiken aikaa enemmän Virossa, eivätkä vain viinaa ostamassa, vaan tekemässä paljon muutakin, esimerkiksi luomassa uutta liiketoimintaa. Meille suomalaisten vaikutus on, kuten totesin, viidenneksen verran liiketoiminnastamme”, sanoo Kastein.

Rajat ylittävän kaupankäynnin kanava antaa Kasteinin mukaan Sakulle mahdollisuuden kehittää omaa brändiä ja tehdä sitä tunnetuksi suomalaisille - ja siten viedä tuotteitaan Suomeen. Tällä hetkellä Saku-oluet ovatkin Kasteinin mielestä melkoisen

hyvin esillä suomalaisessa vähittäiskaupassa.

Kuinka paljon Virossa seurataan Suomen alkoholiveron muutoksia ja kuinka paljon ne vaikuttavat esimerkiksi investointeihinne?

”Seuraamme erittäin läheltä. Meillä on yhteistyötä Suomen oluttuottajien liiton kanssa, Viron oluttuottajilla on oma liittonsa, ja kuulumme suomalaisyhtiön kanssa samaan konserniin. Olemme siten siis sisaryrityksiä. Olemme siis hyvin tietoisia”, sanoo Kastein.

”Meidän tuotantoon kohdistuvat investoinnit liittyvät kuitenkin kotimaan markkinoiden kehittymiseen. Viron markkina on varsin pieni ja playereitä ei ole niin paljoa, mutta toisaalta kuluttajat ovat hyvin vaativia, brändiuskollisia ja arvostavat uusia innovaatioita. Siten kilpailua Virossa käydään pakkauksin ja brändien avulla. Investointimme liittyvät enemmänkin siihen, kuinka voimme tarjota kotimaan markkinoille uusia pakkauksia, uusia juomia, uusia innovaatiota. Ja koska kuulumme Carlsberg-ryhmään, tuotamme myös merkittäviä määriä tuotteita toisille Carlsberg-yhtiöille, muun muassa Suomeen, mutta paljon myös Saksaan, Tanskaan, Ruotsiin, Norjaan ja Puolaan. Meidän investointimme liittyvätkin siten ennen kaikkea kotimaan markkinoihin ja Carlsbergin tuotantoon.”

Suomalaisille tarkoitetut myyntipakkaukset ovat Kasteinin mukaan hyvin standardoituja. Kun Suomen markkinan pakkaus on hyvin tavanomainen, ja liiketoimintamalli yksinkertainen, Saku ei erityisesti investoi siihen suuntaan.

Ovat ne verot nousseet Virossakin

Viimeisen viiden vuoden aikana alkoholivero on noussut Virossa keskimäärin kerän vuodessa. Vuodesta 2008 nousu on ollut yli 30%, eli alkoholituotteet ovat muuttuneet kuluttajille huomattavasti kalliimmiksi. Tämä vaikuttaa Kasteinin mukaan Sakun liiketoimintaan suoraan kielteisesti. Mitä suurempi on alkoholivero, sitä kalliimpi on hinta ja sitä vähemmän tuotteita ostetaan.

”Katsoin juuri tässä erästä tilastoa. Nielsenin tuottama tilasto Viron alkoholimyynnistä vähittäiskaupassa, vuoden 2012 vertailu vuoteen 2007: Olutta on myyty 12% vähemmän. Siideri on ainoa tuoteryhmä, joka myynti on kasvanut. Lonkerokin laskenut. Ne luvut ovat siis litroissa. Toisin sanoen, mietojen alkoholijuomien myynti vuodesta 2007 vuoteen 2012 on pienentynyt 14%”, kertoo Kastein.

Onko tämä tapahtunut siis sen vuoksi, että alkoholivero on noussut, vai liittyykö tämä taloudellisiin olosuhteisiin?

”Taloudelliset olosuhteet ja alkoholivero ovat samankaltaisia”, sanoo Kastein. ”Ensinnäkin tässä välillä oli kriisi ja sen myötä ihmiset ovat kulutuksensa suhteen varovaisempia.”

”Toinen on hintakysymys. Alkoholivero on noussut ja hinnat ovat nousseet kuluttajien näkökulmasta merkittävästi. Yksi Saku Originaal -tölkki maksaa nykyisin 90 senttiä kaupassa, ja kun 2008 tulin Sakun palvelukseen, maksoi tölkki kahdeksan kruunua, joka on noin 50-60 senttiä.”

”Kolmanneksi ihmisten tietoisuus alkoholin kulutuksesta on kasvanut merkittävästi. Mediassa spekuloidaan paljon kuinka virolaiset juovat liian paljon alkoholia henkilöä kohden. Uskallan arvioida, että oikeasti nämä numerot... että kukaan ei tiedä tarkasti numeroita, koska on turistien mukaansa ostaman alkoholin määrää on monimutkaista mitata.”

”Ja kun virolaiskuluttajat lähtevät Latviaan, kaikki menettävät. Ensinnäkin meillä jää saamatta turisteilta alkoholiverotuloa, ja toiseksi menetämme paikallisten kuluttajien alkoholiverotuloa Latvialle”, Kastein pelkää. ”Viro ei saa tehdä niin rohkeita päätöksiä kuin Suomi.”

Suomen verottajan etu on Kasteinin mielestä siinä, että Suomi on maantieteellisesti saari. Naapurissa on Ruotsi, jonka verotaso on korkea ja siellä on alkoholimonopoli, joka reguloi alkoholin saatavuutta. Toisella puolella on Venäjä, jonka edessä on EU:n raja. Yläpuolella on Norja, jossa on melkoisen korkeat verot ja alapuolella Viro, mutta siinä on meri välissä. Eli tätä on mahdollista jossain määrin kontrolloida. Viron ja Latvian välillä ei edes huomaa, missä maiden välinen raja kulkee. ”Ja siinä meidän tulee olla erittäin varovaisia, siltä osin, että mikäli muutamme merkittävästi veroympäristöämme, liittyyipä muutos polttoaineiden, alkoholin tai savukkeiden verotukseen, siirtyy kulutus Latviaan välittömästi”, Kastein varoittaa.

Miten todennäköistä on Viron nostaisi lähitulevaisuudessa alkoholiveroa?

”Erittäin todennäköistä. Tällä hetkellä veroa nostetaan vuosittain 5% joka vuosi. Mutta luulen, että sellainen tasapainoinen viiden prosentin nousu, mitä nykyinen hallitus on kaavaillut seuraavaksi neljäksi vuodeksi, sen kanssa pärjäämme ja ymmärrämme sen olettaen, että Latvia myös nostaa veroa. Mikäli Latvia ei nosta veroa, on viiden vuoden kuluessa meillä iso ongelma.”

Suomen verottajan etu on Kasteinin mielestä siinä, että Suomi on maantieteellisesti saari.

Alkoholivero on erittäin merkittävä Viron valtiontaloudelle.

Vuonna 2012 verotulot olivat 200 miljoonaa euroa. Suomalaisten ostaessa viidenneksen alkoholista, on viidesosa 200 miljoonasta eli 40 miljoonaa on suomalaisten maksamaa veroa Virolle.

Kastein ei puolla alkoholiverotuksen kiristämistä Virossa. ”Mikäli Virossa vero nousi ne kaksi kertaa mitä täällä on esitetty, oluttölkki maksaisi välittömästi 90 sentin sijaan noin 1,40 - 1,50 euroa. Mitä se oikein tarkoittaisi: Suomen ostoturistit lopettavat ostoksensa ja virolaiset kuluttajat lähtevät ostoksille Latviaan.”

Näin pelkistettynä vaikuttaa siltä, että jos Suomessa odotetaan Viron nostavan alkoholin hinnat Suomen tasolle, Suomessa odotetaan Viron ampuvan omaa kansantalouttaan polveen.

Alan itsesääntelyllä maltillisempaan kulutukseen

Millaisena näette olut- ja alkoholiliiketoiminnan tulevaisuuden?

”Ainakin mietoja alkoholijuomia juodaan nykyisin selvästi vähemmän”, ennustaa Kastein. ”Ihmisten tietoisuus alkoholin vaikutuksesta terveyteen, kansanterveyteen, on epäilemättä kasvanut. Lisäksi on osto- ja myyntirajoitukset, niillä on oma roolinsa. Nykyisin saa olutta myydä ainoastaan kello kymmenestä kymmeneen, ja mainostamista rajoitetaan. Aiemmin näitä rajoituksia ei ollut.”

”Oluttuottajilla on itsesääntelyohjeisto, jonka myötä olemme ottaneet merkittäviä askeleita. Esimerkiksi olemme sopineet, yhteistyössä tuottajien ja kauppiaiden kanssa, että yli 7% oluita emme tuota emmekä myy, yli 4,5% siidereitä emme tuota emmekä myy, yli 5,5% lonkeroita emme tuota emmekä myy. Eli keskimäärin oluiden, siidereiden ja lonkeroiden vahvuus on miedontunut ja muuttuu jatkossa entistä miedommaksi. Ja näiden myynti vähenee. Markkinoiden volyyymi pienenee.” Kasteinin kertoman perusteella markkinoiden supistaminen on alan aktiivinen näkemys.

Vuonna 2008 vahvojen oluiden osuus oli Kasteinin mukaan kaikkiaan 28% koko olutmarkkinasta. Nyt niiden osuus on 22%. Ihmiset juovat vähemmän vahvoja, ja tuottajat tarjoavat vähemmän vahvoja.

Markkinointi- ja myyntiympäristölle asetetaan entistä suuremmat rajoitukset. ”Ai-

kaisempaa enemmän asetetaan rajoituksia valtion toimesta, ja me itse kykenemme itsesääntelyyn. Esimerkiksi uusi itsesääntelyohjeisto, joka astui voimaan 2013 alussa. Olemme sopineet yhdessä, että emme esitä mainoksissamme rantaa ja uivia ihmisiä, jotta voisimme osaltamme vähentää hukkumiskuolemien määrää ja niin edelleen. Eli sellainen tietoisuus ja sosiaalinen vastuunkanto tuottajien toimesta ja toisesta näkökulmasta kuluttajien tietoisuus alkoholin haitoista kasvaa”, kertoo Kastein.

Eli te suositte sitä, että on parempi toimijoiden säädellä keskenään itse alaa ja käyttäytyvät vastuuntuntoisesti kuin että valtio asettaa uusia rajoituksia ja sääntöjä?

”Täsmälleen. Luulen kuitenkin, että Viro on ollut ainutlaatuinen valtio, että olemme toteuttaneet verrattuna Latviaan tai Liettuaan tai yleensäkin Keski-Eurooppaan, erittäin konkreettista itsesääntelyä ja saavuttaneet konkreettisia tuloksia, jotka ovat vähentäneet alkoholin käyttöä. Keskustelu kansanterveyden edistäjien kanssa, on ollut erittäin hyvää - myös sisällöllisesti.”

Mutta vaikuttaako tämä suomalaisiin, jotka ostavat myös teidän tuotteitanne?

”Itsesääntelyn osalta ei erityisesti, koska markkinointiviestintämme ja mainoksemme eivät ole suunnattu suomalaisille, vaan kotimaisille kuluttajille. Suomalaisiin vaikuttavat myyntirajoitukset, eli se sama kymmenestä kymmeneen eli että aamulla ei saa erityisen aikaisin eikä illalla myöhään ostaa alkoholia, ja mikäli hotelli- ja ravintolasektorilla asetetaan rajoituksia, ne kohdistuvat myös suomalaisiin. Mutta onneksi hotelli- ja ravintolasektori on jäänyt järkeväksi myyntikanavaksi, eli sitä ei ole säännelty liikaa”, sanoo Kastein. Ala ei sentään yritä tehdä itseään tarpeettomaksi.

LIITTEET

LIITE 1

Taloussanommat 19.3.2012

Sakari Nupponen

Sakun oluttehtaan johtaja **Margus Kastein** kertoo virolaisessa *Äripäev-talouselhdessä*, että joka toinen Sakussa pantava olutlitra lähtee ulkomaille. Hänen mukaansa vienti on pelastanut Sakun talouskriisistä.

Yksi asiakkaista on Carlsberg-konserniin kuuluva Sinebrychoff, joka parhaillaankin tuo tölkitettyä Koff III -olutta Virosta suomalaisiin päivittäistavarakauppoihin.

- Kyse on joka kesä tehtävästä muutaman miljoonan litran puskurivarastosta. Emme ole salanneet asiaa, mutta emme ole tiedottaneet siitä, viestintäpäällikkö **Timo Mikkola** kertoo.

Nyt myynnissä on Mikkolan mukaan jo ensi kesän olut – ei viime kesän jämiä. Tuontia piti Mikkolan mukaan aikaistaa, koska kauppa osti ennen vuodenvaihdetta oluita varastoihinsa alkoholin valmisteveronkorotuksen alla.

Mikkola alleviivaa, ettei kotimaisten merkkien tuotantoa olla siirtämässä suuressa mitassa ulkomaille. Nytkin kyse on vain 1-2 prosentista osuudesta Koffin koko 200 miljoonan litran tuotannosta.

Muuten Koff tuo Virosta Sakua, Carlsbergiä ja Tuborgia. Kyse on osittain myös Carlsberg-konsernin sisäisestä työnjaosta. Esimerkiksi Koffin alkoholittomat Nikolai-oluet tulevat Sveitsistä. Sakun tehdas puolestaan teettää kuuluisan portterinsa Latviassa.

LIITE 2

Forminfi/UM

Uutiset, 8.11.2012 | Suomen suurlähetystö, Tallinna

Suomalaisten matkailu merkittävä osa Viron taloutta

Matkailu Viroon kasvaa tänäkin vuonna ennätyslukemiin. Matkailun osuus maan BKT:stä on 10 %. Suomalaiset muodostavat tästä melkein puolet.

”Tere tulemast Eestisse – Welcome to Estonia” on Viron matkailun iskulause ja matkailijoita maassa käykin. Viron Pankin tietojen mukaan 10 % maan BTK:sta tulee matkailusta. Suomalaisten matkailijoiden osuus tästä on noin 4 % eli suomalaisten matkailijoiden panos Viron talouteen on suurempi kuin maan maataloussektorin (n. 3 %).

Matkailu on myös jatkuvassa kasvussa. Viime vuonna (2011) matkailualan tuotto kasvoi 11 % ollen 900 miljoonaa euroa. Viime vuonna Virossa vieraili 5,3 miljoonaa ulkomaalaista ja määrä kasvoi verrattuna edellisvuoteen 13 %. Suomalaisten osuus oli tästä 42 %, joista puolet viipyi Virossa vain päivän.

LIITE 3

Äripäev 6.6.2013

nro 109 (4766)
sivu 8 Uutinen
toimittaja Meelis Mandel

Kuvateksti: Livikon johtaja Janek Kalvi ei suosittelen investoimaan viinatehtaaseen.

Vahvan ja miedon kamppailu markkinoilla

"Veronlisäys ei tule virolaiskuluttajien taskuista. Rakkaat ihmiset, ymmärtäkää ja katsokaa numeroita, koko verotuoton kasvu on tullut suomalaisilta!"
- Margus Kastein, Saku

Suomalaisturistit täyttävät ripeästi Viron valtion kassaa

MARTA JAAKSON

Alkoholiveron yhtenäistämisen seuraava hintojen muutos vähentäisi eniten oluen kuluttajia ja vaikuttaisi vähiten viinin kulutukseen, mutta lähes viidennes viinan kuluttajista alkaisi juoda salakuljetettua viinaa.

Näin selvisi alkoholituottajien ja maahantuojien liiton tilaamasta ja Turu-Uuringute AS:n [Markkinatutkimusten Osakeyhtiön] toteuttamasta tutkimuksesta. Alkoholituottajien ja maahantuojien liitto esitteli eilen tutkimuksen tuloksia. Tutkimusta seurasi kiihkeä väittely, joka viittaa alkoholituottajien kamppailuun markkinoilla.

Äripäev kirjoitti huhtikuun alussa, että olut- ja viinatuottajat - etunenässä Livikon johtaja Janek Kalvi ja A.Le Coqin johtaja Tarmo Noop riitelevät informaatioidossa epäoikeudenmukaisesta alkoholiverosta. Sama määrä väkevää alkoholia on vuosia verotettu 2,6 kertaa kalliimmaksi kuin olut. Kalvi ja hänen taistelukumppaninsa eivät tätä hyväksy.

Riidan syyt ovat menneisyydessä. Turu-uuringute AS havaitsi, että alkoholiveron yhtenäistämisen myötä pysyisi valtaosa väestöstä uskollisena nyt suosimalleen alkoholituotteelle, mutta kuluttaisivat vähemmän. Selvisi, että yhtenäistetyn alkoholiveron sisältävät hinnat eivät suosi selvästi tietyn alkoholijuoman kulutusta. Tutkimusta esiteltäessä salista kuultiin kritiikkiä tutkimuksessa käytetyn "tavanomaisen kuluttajan" määrittelystä.

Turu-uuringute AS määritteli tavanomaiseksi kuluttajaksi ihmisen, joka kuluttaa alkoholia useammin kuin kaksi kertaa kuukaudessa. Tutkimukseen vastanneista 1001 vastaajasta oli useimmiten olutta kuluttavia 26 prosenttia, siideriä 4 prosenttia, long drinkkejä 3 prosenttia, kuohuviiniä 8 prosenttia ja viinaa 9 prosenttia.

Turu-uuringute AS:n tutkimuspäällikkö Liis Grünbergin mukaan selvisi, että alkoholin hinnannousu pakottaisi nuoret ja matalapalkkaiset kuluttamaan vähemmän. Hän myönsi, että tavanomaisen kuluttajan määritelmä on ongelmallinen.

Tutkimuksen esittelyä seurasi keskustelu, johon ottivat osaa riigikogun valtiovainvaliokunnan puheenjohtaja Sven Sester, riigikogun jäsen ja sosiaalivaliokunnan jäsen Maret Maripuu, joka johti keskustelua, Janek Kalvi, Liis Grünberg ja Viron terveystrahaston [Eesti Tervise Fond] hallituksen puheenjohtaja, perhelääkäri Eero Merilind.

Tuottajat tinkineet katteistaan

Maripuu toi esille, kuinka alkoholin hinnannousu oli havaittavissa, kun alkoholiveroa nostettiin taantuman aikana 30 prosenttia. "Konjunkturiinstituut on vuosien varrella tehnyt tutkimuksia ja esittänyt, että huolimatta siitä, paljonko vero nousee, siirtyy se hintojen kautta kuluttajille vain osaksi", hän huomioi.

Maripuu kysyi keskusteluun osallistuneelta Kalvilta, kuinka paljon Viro voisi nostaa alkoholiveroa, jotta se tekisi tuottajille niin kipeää, että korotus näkyisi hinnoissa ja sen myötä kohdistuisi myös kuluttajiin. Kalvin arvion mukaan alkoholiveroa voidaan nostaa kolmesta viiteen prosenttia, korkeampi nousu aiheuttaisi markkinoilla liikaa turbulenssia. Hän totesi, että alkoholituotannossa tuotot ovat tällä hetkellä pienet ja viinatehtaaseen ei ole syytä investoida. "Alkoholivero muodostaa väkevien alkoholin leijonanosan. Yli 90 prosenttia hinnasta muodostuu valtiollisista veroista", totesi Kalvi.

Taantuman aikana juotiin vähemmän. Merilind huomioi, että taantuman aikanaihminen terveyden indikaattorit paranivat, sillä heillä oli vähemmän rahaa ja sen vuoksi kulutettiin terveydelle haitallisimpiin tuotteisiin vähemmän. Hän kutsui alkoholituottajat mukaan vähentämään tuotantoa ja kulutusta ja sen myötä pidentämään ihmisten elinikää. "Kun mainostatte, siis ei sellaista, että selvin päin oleminen olisi tuomittavaa. Alkoholin käytön tulee olla vastuuntuntoista", painotti Merilind.

Kastein varoittaa fiskaaliriskistä

Kalvi huomioi, että hän sai rohkeutta jatkaa alkoholiveron yhtenäistämisen teemalla. Hän toi esille Suomen alkoholiverotasot, joissa väkevän ja miedon alkoholin verotuksen ero oleellisesti pienempi. Mietojen alkoholijuomien verotuksen nostamisessa vahvojen alkoholien kanssa samalle tasolle häviäisivät eniten oluttuottajat.

Tutkimuksen esittelytilaisuuteen osallistunut Saku Ölletehas:en johtaja Margus Kastein pyysi keskustelussa puheenvuoroa. "Erittäin hyvää keskustelua, ymmärrän viinatuottajien raivoisaa taistelua oman markkina-asemansa puolesta", aloitti Kastein. Hän suosittelisi Turu-uuringuten analyysin lisäksi lukea myös tuoretta TNS Emor:n tutkimusta kuin myös konjunkturiinstituutin samasta aiheesta tekemää tutkimusta. Hän huomioi, että niissä esitetyt numerot poikkeavat Turu-uuringun tuloksista. Lisäksi hän osoitti vääräksi Maret Maripuun kommentin, kuinka oluen osuus kokonaiskulutuksesta on suurin. "Viinan osuus on suurin alkoholin käytössä", hän esitti.

Kastein huomioi, että alkoholin veronkanto Virossa on ollut viime vuosina mahtavaa. Valtio on saanut enemmän kuin on suunniteltu, vaikka samaan aikaan kotimarkkinat ovat pienentyneet. Kastein pani suurenmoisen verotuoton suomalaisturistien ansioksi.

"Veronlisäys ei tule virolaiskuluttajien taskuista. Rakkaat ihmiset, ymmärtäkää ja katsokaa numeroita, koko verotuoton kasvu on tullut suomalaisilta!

Koko Viron kulutuksesta muodostuu tällä hetkellä 20 prosenttia suomalaiskuluttajien ostoksista", kertoi Kastein, painottaen, että hänen mielestään kyseessä ovat järkyttävät numerot.

Virolainen kuluttaja on päätöksissään rationaalinen. Kastein kertoi, että olosuhteita on mahdollista parantaa nostamalla merkittävästi väkevän alkoholin verotusta. "Meidän ongelmamme on 10,2 litraa absoluuttista alkoholia ihmistä kohden, johon suurimman panoksen tuo viina", hän lausui.

Kastein vetosi lainsäätäjien, että he eivät unohtaisi päätöksissään rajat ylittävää kaupankäyntiä. Hän painotti, että suomalaiset tuovat Virolle 200 miljoonasta [alkoholiveroeurosta] 40, ainoastaan siksi, että täällä on edullisempaa. Merkittävä hinnannousu olisi tuntuva takaisku alkoholituottajille, turismille ja vähittäiskaupalle. "Ei ole syytä olla sinisilmäinen, että virolainen kuluttaja ei tee rationaalisia päätöksiä. Uskokaa minua: Kun oluen hinta olisi nykyisin kaksinkertainen, muodostuisi Latvian-rajalle muodostumaan vilkasta liikennettä, jonka tuloksena valtio häviäisi 30 miljoonaa", hän totesi.

Maripuu teki yhteenvedon puheenvuoroista lausuen Janek Kalvile: "Luotan, että Janek ei vastaa, voitte sitten myöhemmin nurkan takana selvittää asianne yhdessä."

Sester piti liikemiesten keskustelua positiivisena. Valtiovarainvaliokunnan puheenjohtaja muistutti, että on aikaisemminkin esittänyt näkemyksensä ja tukee alkoholi-veron yhtenäistämistä.

Laatikko:

69 prosenttia 15-74-vuotiaista virolaisista kuluttaa alkoholia

Tausta

Alkoholin tuotanto

YHTEENSÄ Virossa tuotettiin 2011 alkoholia 180,4 miljoonaa litraa, josta olut muodosti 75,4% (2010 77,1%), väkevä alkoholi 9,3% (8,4%) ja miedot alkoholijuomat 15,3% (14,5%).

ALKOHOLIJUOMIEN VIENNIN LIIKEVAIHDOSTA muodostui kaikista suurin osa vahvoista alkoholijuomista. Verrattuna edelliseen vuoteen, kasvoi vuonna 2011 väkevien alkoholijuomien viennistä muodostuva liikevaihto enemmän kuin kolmanneksen. Liikevaihtoa arvioiden suuruusjärjestyksessä seuraavana oli oluen vienti, joka jäi neljäsosaan väkevän alkoholin viennistä.

Virosta vietiin vuonna 2011 alkoholijuomia absoluuttiseksi alkoholiksi muutettuna lähes 30% enemmän kuin vuotta aiemmin. Väkevän alkoholin osuus oli 55%.

Lähde: Konjuktuurinstituutin tutkimus "Laittoman alkoholin kulutus ja kauppa Virossa"

LIITE 4

Äripäev 25.3.2013

Alyona Stadnik

Suomen valmisteverot ovat oppitunti Viron poliitikoille

Suomi nostaa kulutusveroja. Virolaisyrityksissä uskotaan muutoksen vahvistavan niiden kilpailukykyä ja houkuttelevan suomalaisturisteja Viroon makeis- ja alkoholiostoksille.

Suomen hallitus pyrkii hillitsemään valtionvelan kasvua ja budjetin alijäämää nostamalla kulutus- ja laskemalla yritysveroja, kertoo Yle. Sen tietojen mukaan korotuksia on tulossa alkoholi-, makeis-, tupakka- ja sähköveroon. MTV3:n mukaan hallitus sopii kehysriihessään 600 miljoonan euron sopeutustoimista, joista puolet toteutetaan säästöillä ja puolet veronkorotuksilla.

Suomessa kannetaan EU:n korkeimpia valmisteveroja. Sakun oluttehtaan toimitusjohtajan Margus Kasteinin mukaan tämä on valtion oma veropoliittinen valinta. "Oli si sinisilmäistä tuudittautua uskomaan, että kuluttajat eivät tee järkipäätöksiä ratkaisuja avointen rajojen EU:ssa. Norjalaiset käyvät Ruotsissa ja Pohjois-Suomessa ostamassa olutta", hän kertoo.

Kasteinin mukaan kireä valmisteverotus on yhtäältä hyvä tulonlähde Suomelle, mutta toisaalta ei ole lainkaan yllättävää, että suomalaiset kuluttajat etsivät itselleen edullisempia vaihtoehtoja.

Rajakauppa käy Virossakin

Kasteinin arvion mukaan virolaisyritykset hyötyvät vanhasta totuudesta: missä on kysyntää, sinne syntyy myös tarjontaa. "Kysyntää on ilmiselvästi olemassa, ja me tuotteiden valmistajina ja myyjinä haemme mahdollisuuksia käydä kauppaa siellä, missä vain voimme", Kastein luonnehtii.

Sakun oluttehtaan tuotannosta noin 15 prosenttia päätyy rajat ylittävään kauppaan. Määrä on kolminkertaistunut viidessä vuodessa. Kastein toteaa tilanteen antavan ajattelemisen aiheita Viron poliittisille päättäjille. "Kun Virossa keskustellaan roimista veronkorotuksista, pitäisi aina muistaa, että meillä on naapurinamme Latvia.

Jos varta vasten aiheutamme keinotekoisien hintakuilun ja kuluttaja huomaa sen lompakossaan, Viron ja Latvian välille kehittyy automaattisesti rajakauppaa”, Kastein havainnollistaa. Mikäli Viro korottaa valmisteveroja, se voi Kasteinin mukaan johtaa siihen, että suomalaiset lopettavat oluen hakemisen Virosta. Tämä vähentäisi merkittävästi matkailijamääriä. Virolaiset itse puolestaan suuntaisivat alkoholios- toksille Latviaan.

Kastein toteaa, että suomalaisten ostosmatkailu antaa virolaisille aihetta tyytyväi- syyteen. ”Kyse ei ole pelkästään alkoholikaupasta, vaan vaikutus on laajempi. Suo- malaisilla on huomattava merkitys koko palvelusektorillemme”, hän kertoo.

Tallink Duty Freen johtajan Aimar Pärnan mukaan tässä vaiheessa on mahdotonta sanoa, millä tavalla ja kuinka paljon Suomen tulevat veronkorotukset vaikuttavat kaupankäyntiin Virossa ja Tallinnan-laivoilla. ”Sen näkee sitten, kun korotukset ovat toteutuneet. Viron hintataso on ollut tähänkin saakka huomattavasti suomalaista al- haisempi sekä maissa että merillä. Sikäli kyse ei ole mitenkään ainutlaatuisesta muutoksesta”, Pärna toteaa. Tallinkin aluksilla myynti on viime vuosina kasvanut ta- saisesti, ilman voimakkaita heilahteluja suuntaan tai toiseen. Yhtiö ei kuitenkaan lii- kesalaisuuteen vedoten paljasta eri tuoteryhmien myyntimääriä tai niiden kehitystä.

Valmisteverot nousussa myös Virossa

Lähes 20 prosenttia A. Le Coqin panimon mietojen alkoholijuomien kokonaismyyn- nistä tulee ns. matkailusektorilta eli matkustaja-alusten ja satamien myymälöistä. ”Jos tarkastelemme lähihistoriaa, Viron hallitus on viimeksi kuluneiden seitsemän vuoden aikana nostanut valmisteveroja yli 50 prosenttia, mikä on huomattavasti enemmän kuin Suomessa”, huomauttaa A. Le Coqin johtaja Tarmo Noop.

A. Le Coq ei itse toimi Suomen markkinoilla, koska sen emoyhtiö on suomalainen. ”Luonnollisesti nykytilanteella on merkitystä matkailusektorille, jonka osuus koko- naismarkkinoista on Virossa huomattava. Mitä suurempi hintaero, sitä houkuttele- vampaa on hakea tuotteet Virosta”, Noop selvittää.

Alkoholinvalmistaja Livikon hallituksen puheenjohtaja Janek Kalvi kertoo, että val- misteveron noston Suomessa pitäisi teoriassa parantaa virolaisen alkoholin kilpai- lukykyä. Hän arvioi, että kotimarkkinoilla myytävät virolaistuotteet säilyttävät vas- taisuudessakin hintakilpailukykyensä Suomen sisämarkkinoiden hintoihin verrattu- na. ”Täytyy tosin todeta, että Viron parlamentti on päättänyt nostaa valmisteveroa 5 prosenttia vuodessa seuraavien neljän vuoden ajan”, hän huomauttaa.

Livikon viennistä hieman alle 10 prosenttia menee Suomen markkinoille. ”Jos alkoholivero nousee kovin jyrkästi, se merkitsee luonnollisesti takaiskua viennille”, Kalvi sanoo. Kun Suomen hallitus viimeksi nosti alkoholiveroa, mietojen juomien verotusta kiristettiin selvästi väkevien verotusta enemmän. ”Uskoakseni Suomen hallitus jatkaa tällä kertaa samalla linjalla. Haluan kovasti toivoa, että päätös ei aiheuta suurta haittaa Suomen-viennillemme”, Kalvi jatkaa.

Makeisvero vaikuttaa negatiivisesti

Virolaisen makeisvalmistaja Kalevin näkökulmasta Suomen makeisveron korotuksella olisi kahtalaiset vaikutukset. Kalevin hallituksen puheenjohtaja Kaido Kaare toteaa, että Suomen markkinoilla vaikutus olisi ilmeisesti kielteinen. ”Toisaalta toivomme, että suomalaiset ostaisivat silloin entistä enemmän makeisia Virosta”, hän lisää. Kalevissa on aiemminkin huomattu, että kun Suomessa nostetaan makeisveroa, suomalaiset alkavat kantaa herkkuja kotiin sekä laivoilta että Virosta. Kalevin tuotannosta menee vientiin 10–12 prosenttia ja tärkeimpiä vientimarkkinoita ovat Suomi, Venäjä ja Latvia. Kaare ei osaa ennustaa, vaikuttaako Suomen makeisveron nosto jollakin tavalla makeisten hintoihin Virossa: ”Se riippuu pikemminkin raaka-aineiden, kuten sokerin ja kaakaon, maailmanmarkkinahinnoista. Niiden nousu heijastuu vääjäämättä lopputuotteiden hintoihin”, Kaare kertoo.

Fazer Leipomot Oy:n ja Fazer Makeiset Oy:n toimitusjohtaja Tom Lindblad sanoo, että makeisveron käyttöönoton vuoksi Fazerin makeismyynti laski vuonna 2011 noin viisi prosenttia edellisvuodesta. ”Viime vuonna markkinat toipuivat ja myynti kasvoi noin kaksi prosenttia, muttei vielä kukaan yltänyt vuoden 2010 lukemiin”, hän kertoo. Lindbladin mukaan makeisvero vaikeuttaa investointeja ja vientiä.

Newsbrokers & hiljainen journalismi; riippumatonta faktaa tilaustyönä

Newsbrokers Oy on kansainvälisesti toimiva suomalainen informaatioyritys, joka kokoaa objektiivista ja verifioitavissa olevaa tietoa journalistisin työmenetelmin ja paketoii sen haluttuun muotoon helposti avautuvaksi kokonaisuudeksi.

Yrityksen keskeinen ja uniikki erikoisosaamisalue on hiljainen journalismi. Se eroaa perinteisestä journalismista vain siltä osin, että hiljainen journalismi tuottaa faktaa tilaajalle, ei suoraan julkisuuteen. On tilaajan ratkaistavissa, kuinka hankittua tietoa käytetään.

Newsbrokersin tärkeä palvelu on tuottaa journalistisin objektiivisuuskriteerein toimitettuja Silent Reportage™ eli Hiljainen reportaasi™ -raportteja. Ne ovat yrityksille ja organisaatioille tilauksesta toimitettuja riippumattomia ja luottamuksellisia raportteja, haastatteluja sekä artikkeleita.

Raporttien luonteeseen kuuluu, että niiden riippumattomuuden turvaamiseksi tilaajan osuus rajoittuu raportin aiheen, laajuuden ja käyttötarkoituksen määrittelyyn.

Tiukasti journalistisin perustein tuotetuilla Silent Reportage™ -raporteilla on useita erilaisia käyttötarkoituksia. Niillä voidaan puolueettomasti ulkopuolisin ammattijournalistien silmin, mutta ilman suoraa julkisuutta kartoittaa yrityksen tai sen kilpailijoiden tuotteiden ja palvelujen vahvuuksia ja heikkouksia, odotuksia ja uhkia olemassa olevan tai potentiaalisen asiakaskunnan tai muiden sidosryhmien piirissä.

Niillä voidaan hankkia tietoa liiketoimintaympäristön muutoksista sekä uusien tuotteiden ja palvelujen suunnittelun kannalta oleellista vertailutietoa niin kotimaasta kuin ulkomailta. Hiljaisen reportaasien™ antamaa uutta tietoa voidaan käyttää mm. markkinatutkimusten ja mielipidetiedustelujen suunnittelun pohja-aineistona.

Reportaasien sisältöjä voidaan lisäksi hyödyntää organisaatioviestinnän medialle antamana tausta-aineistona tai herätteenä medioiden omaan uutisointiin. Myös toimittamamme referenssiraportit ovat aidosti verifioitavissa olevaan todellisuuteen perustuvia dokumentteja.

Edelleen raporteilla voidaan antaa päätöksentekijöille helposti avautuvaa, ajantasaista ja objektiivista taustatietoa ratkaisujen tueksi.

Silent Reportage™ ja Hiljainen reportaasi™ ovat Newsbrokers Oy:n tavaramerkkejä.



www.newsbrokers.fi

NEWSBROKERS OY
Fredrikinkatu 61 A, 6. krs, 00100 HELSINKI
Puhelin: 040-5022241
mail@newsbrokers.fi
Y-tunnus: 2421433-7