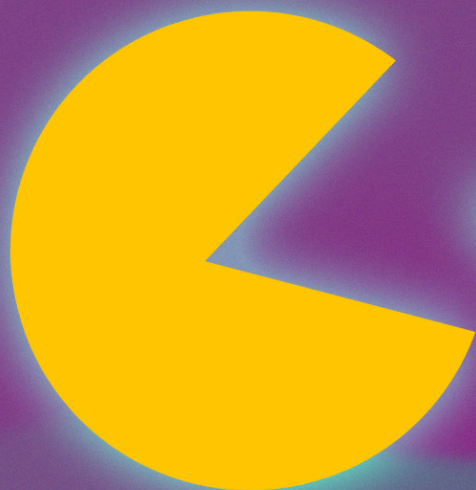


DET POÄNGLÖSA

# ALKOHOLMONOPOLET



TIMBRO

DAVID SUNDÉN

JUNI 2023

## OM FÖRFATTAREN

David Sundén är ekonomie doktor vid Handelshögskolan och senior fellow på Timbro.



## **SAMMANFATTNING**

Inom ramen för alkoholmonopolet bestämmer svenska staten var och när svenskarna kan köpa alkohol i butik. Motiveringen är att alkoholkonsumtionen minskar med sämre öppettider, färre öppettdagar och färre butiker.

Men för att alkoholmonopolet ska kunna minska alkoholkonsumtionen räcker det inte att det förhindrar svenskarna från att köpa alkohol när de vill. Monopolet måste också förhindra svenskarna från att dricka när de vill. Det är bara möjligt om den som vill dricka varken har tillgång till ett öppet Systembolag eller till egen alkohol. Det vill säga: en förutsättning för att alkoholmonopolet ska minska konsumtionen är att svenskarna inte har tillgång till alkohol i hemmet.

Om svenskarna i hög grad lagrar alkohol i hemmet kan de dricka alkohol när de vill. Sämre öppettider, färre öppettdagar och färre butiker hindrar ingen från att dricka, utan det påverkar bara var och när man kan handla.

I denna rapport undersöks därför svenskarnas tillgång till alkohol i hemmet. Resultaten visar att:

- Alkoholmonopolen i Sverige, Norge och Finland kan inte bidra till lägre alkoholkonsumtion. Svenskar, norrmän och finländare lagrar mycket alkohol i hemmet.
- Av de svenskar som dricker alkohol förvarar 92 procent – 9 av 10 – alkohol i hemmet. Den genomsnittlige svensken har ett lager i hemmet som räcker till två månaders konsumtion, det vill säga knappt 20 procent av årskonsumtionen.
- Restriktionerna för var och när man kan köpa alkohol hindrar således inte konsumenterna från att dricka. Konsumenterna kan när som helst ta av sitt lager av alkoholdrycker i hemmet. När monopolet är stängt fortsätter svenskar att dricka som om inget monopol fanns.
- Bunkring av alkohol skulle kunna misstänkas driva upp konsumtionen, eftersom det alltid finns alkohol mycket nära tillhands. Resultaten visar dock att även i länder med en öppen och konkurrensutsatt alkoholmarknad lagrar konsumenterna i stor utsträckning alkohol hemma. Det finns således inga extra bunkringstendenser i Sverige, Norge eller Finland på grund av monopolet. Snarare ska resultaten tolkas som att monopol varken ökar eller minskar mängden alkohol man har i hemmet.
- Resultaten ligger i linje med vad den sammantagna vetenskapliga litteraturen visar. Sämre möjligheter att köpa alkohol har i bästa fall en marginell effekt på konsumtionen. Möjligtvis ökar alkoholkonsumtionen i värsta fall med någon procent.

# **INNEHÅLLSFÖRTECKNING**

SAMMANFATTNING .....	3
INLEDNING .....	5
ALKOHOLMONOPOL OCH TILLGÄNGLIGHET.....	7
HUR EFFEKTIVA ÄR BEGRÄNSNINGAR I TILLGÄNGLIGHET? .....	9
VAD HÄNDER NÄR ALKOHOLMONOPOL SLOPAS?.....	11
TILLGÄNGLIGHET TILL ALKOHOL I HEMMET.....	13
SLUTSATSER.....	16
LITTERATURFÖRTECKNING .....	17
BILAGA 1: OM UNDERSÖKNINGEN .....	18

## **INLEDNING**

Den svenska alkoholpolitikens mål är att främja folkhälsan genom att minska alkoholens medicinska och sociala skadeverkningar. Målet ska nås genom en restriktiv alkohollagstiftning, i synnerhet genom en restriktiv tillämpning av de styrmedel som reglerar tillgänglighet.

Den bakomliggande idén är att svenskarna dricker mindre om alkohol är mindre tillgängligt. Tillgängligheten regleras genom att staten bestämmer var och när svenskarna kan köpa alkohol. Det genom att bestämma öppettider, öppettidagar och hur många butiker som kan sälja alkohol.

### **TILLGÄNGLIGHET: ETT TVEKSAMT BEGREPP MED TVEKSAM EFFEKTIVITET**

Tillgänglighet är dock ett tvetydigt begrepp. Alkoholkonsumtion på lokal, dvs. på pubar, i barer och på restauranger, går att påverka genom politiska beslut. Genom att reglera öppettider, öppettidagar och antal lokaler kan den svenska staten bestämma var och när vi kan köpa och dricka alkohol, eftersom inköp och konsumtion sammanfaller. Till viss del kan även mängden alkohol som dricks på lokal begränsas, genom att servering av alltför berusade personer är förbjudet.

När alkoholdryckerna i stället köps i detaljhandeln behöver inte konsumtionen sammanfalla med inköpet. Alkohol handlas i butik nästan uteslutande för att konsumeras vid ett senare tillfälle. Öppettider, öppettidagar och antal butiker kan därför bara styra var och när vi köper alkohol, inte var och när vi dricker.

För att begränsningarna i tillgänglighet ska kunna minska konsumtionen måste de hindra konsumenter att dricka alkohol när de vill. Det kan de bara göra om Systembolaget är stängt och konsumenten själv inte har alkohol.

Det vill säga: svenskar som har alkohol i hemmet påverkas inte av dåliga öppettider, söndagsstängt eller få butiker. De kan dricka när de vill ändå.

### **SYFTET MED DENNA RAPPORT**

I slutändan är det en empirisk fråga om sämre möjligheter att köpa alkohol även försämrar möjligheten att dricka alkohol. Syftet med denna rapport är att testa detta genom att undersöka i vilken grad svenskarna förvarar alkohol i hemmet.

Om svenskarna i hög grad har alkohol i hemmet kan de dricka alkohol utan att behöva handla i direkt anslutning till konsumtionstillfället. Det vill säga att sämre öppettider, färre öppettidagar och färre butiker är ingen begränsning för konsumtionsbeslutet, bara för inköpsbeslutet.

Om svenskarna i hög grad lagrar alkohol i hemmet kan det svenska alkoholmonopolet inte sägas bidra till lägre konsumtion. Det är på samma sätt som exempelvis mängden makaroner som svenskarna äter inte påverkas av livsmedelsbutikernas öppettider. Äter man makaroner regelbundet har man makaroner i hemmet; man handlar inte varje gång man ska äta.

### **FRÅGESTÄLLNING**

Denna rapport ställer frågan: påverkar alkoholmonopolet och begränsningar i tillgänglighet svenskarnas möjlighet att dricka alkohol när de vill? Vi besvarar denna fråga genom att undersöka hur mycket alkohol svenskarna lagrar i hemmet.

Rapporten ställer även följdfrågan om det svenska alkoholmonopolet leder till en högre svensk alkoholkonsumtion. Det vill säga: om svenskarna i hög grad lagrar alkohol i hemmet, leder det till en ökad konsumtion jämfört med vad som vore fallet på en öppen marknad med privata aktörer?

### **METOD**

För att undersöka hypoteserna har undersökningsföretaget Demoskop ställt tre frågor till ett representativt urval om tusen personer i vardera Sverige, Finland, Norge, Danmark och Nederländerna. Frågorna behandlar om personerna dricker alkohol, hur mycket alkohol de har tillgång

till i hemmet och om denna alkohol är avsedd att drickas i närtid.

Studien jämför situationen i Sverige med Finland och Norge, tre länder som har alkoholmonopol, med situationen i Danmark och Nederländerna, två länder där alkoholmarknaderna är konkurrensutsatta med betydligt generösare öppettider och öppettidgar och där alkohol säljs i livsmedelsbutiker som vilken vara som helst.

# ALKOHOLMONOPOL OCH TILLGÄNGLIGHET

Detaljhandeln av alkohol i Sverige styrs av Systembolagets ensamrätt att sälja alkohol. Ensamrätten är ett exklusivt tillstånd och innebär inträdesförbud på alkoholmarknaden för andra aktörer än Systembolaget att erbjuda alkoholdrycker till personer som befinner sig i Sverige. Ensamrätten i sig är inte ett styrmedel som kan påverka alkoholkonsumtionen. Därför kompletteras ensamrätten med andra styrmedel som begränsar tillgängligheten. De är:

- Åldersgräns för inköp på minst 20 år.
- Begränsat antal försäljningsställen.
- Begränsade öppettider.
- Begränsat antal öppettidagar.

Dessa styrmedel är inte exklusiva för ensamrätten. De används även i länder där det råder konkurrens

i detaljhandeln av alkoholdrycker. Huvudmotivet med att komplettera dem med en exklusiv ensamrätt är att försöka effektivisera styrmedlen samt underlätta styrningen och tillsynen av alkoholmarknaden.

Begreppet "Alkoholmonopol" kan därför sägas vara en sammanfattande term som beskriver både Systembolagets ensamrätt och de styrmedel som Systembolaget tillämpar med syfte att begränsa tillgängligheten till alkohol.

## DET SVENSKA ALKOHOLMONOPOLET I JÄMFÖRELSE

De undersökta länderna omfattar tre monopolländer (Sverige, Norge och Finland) och två konkurrensutsatta marknader (Danmark och Nederländerna). Skillnaderna mellan länderna visas i tabell 1.

**Tabell 1: Begränsningar i tillgänglighet på alkoholmarknaden i fem länder**

Land	Alkoholmonopol	Åldersgränser	Butikstäthet (butiker per 100 000 inv.)	Öppettider	Öppettidagar
Sverige	Vin, sprit och öl	20 år	11	Mån-fre: 10-19 Lör: 10-15	Stängt söndagar
Norge	Vin, sprit och öl > 4,7%	Öl och vin: 18 år Sprit: 20 år	8	Mån-fre: 10-18 Lör: 10-16	Stängt söndagar
Finland	Vin, sprit och öl > 5,5%	< 22%: 18 år > 22%: 20 år	9	Mån-fre: 9-21 Lör: 9-18	Stängt söndagar
Danmark		< 16,5%: 16 år > 16,5%: 18 år	130		
Nederländerna		16 år	160		

## ALKOHOLMONOPOLEN

Sverige har den striktaste tillämpningen av alkoholmonopolet och all alkohol över 3,5 procent omfattas av Systembolagets ensamrätt för försäljning. I Norge är öl upp till 4,7 procent undantaget monopolet och kan säljas i livsmedelsbutiker. I Finland är öl, cider och alkohol upp till 5,5 procent undantaget och kan säljas i livsmedelsbutiker och på restauranger för att tas med hem. I varken Danmark eller Nederländerna finns några liknande restriktioner för att sälja alkohol utan all alkohol kan fritt säljas i livsmedelsbutiker.

## ÅLDERSGRÄNSER I FEM LÄNDER

Sverige har de mest strikta åldersgränserna för att köpa alkohol. I både Norge och Finland är gränsen 18 år. I Norge måste man vara 20 år för att köpa sprit och Finland måste man vara 20 år för att köpa alkoholdrycker över 22 procents alkoholhalt. I både Danmark och Nederländerna är åldersgränsen 16 år, med undantag för att man i Danmark måste vara 18 år för att köpa alkoholdrycker över 16,5 procents alkoholhalt.

## BUTIKSTÄTHET I FEM LÄNDER

Det finns för närvarande cirka 448 Systembolagsbutiker och cirka 480 ombud dit man kan beställa drycker i Sverige. I relation till folkmängden innebär det en butikstäthet på drygt 11 butiker och ombud per hundra tusen invånare 15 år eller äldre. I Norge har Vinmonopolet 345 butiker och i Finland har Alko 373 butiker och 150 uthämtningsställen. Det ger en butikstäthet på 8 respektive 9 butiker per hundra tusen invånare. Det kan jämföras med Danmark och Nederländerna där butikstätheten är 130 respektive 160. Det är 12 respektive 15 gånger högre densitet än i Sverige.

## ÖPPETTIDER OCH ÖPPETDAGAR I FEM LÄNDER

Sverige har de sämsta öppettiderna för att kunna köpa alkohol. I Sverige är Systembolaget öppet 50 timmar i veckan och i Norge är Vinmonopolet öppet 46 timmar i veckan. Men i Norge kan man i tillägg köpa öl upp till 4,7% i livsmedelsbutiker fram till klockan 20.00 på vardagar och klockan

18.00 på lördagar. Finska Alko har öppet 69 timmar i veckan och i Finland kan man även köpa öl och alkohol upp till 5,5% i livsmedelsbutiker fram till klockan 21 på vardagar och 18 på lördagar. I alla monopolländer är alkoholförsäljning på söndagar förbjudet. I Danmark och Nederländerna regleras inte öppettider för försäljning av alkohol.

## BESKATTNING AV ALKOHOL I FEM LÄNDER

Norge är det land som beskattar alkohol hårdast med nästan fem hundra kronor per liter ren alkohol för öl och vin och nästan 850 kronor för spritdrycker. En nubbe i Norge kostar 13,6 kronor i enbart alkoholskatt. Det kan jämföras med knappt 3 kronor i Nederländerna och drygt 8 kronor i Sverige.

Lägst alkoholskatt har Danmark på öl och Nederländerna på vin. En flaska öl i Danmark och ett glas vin i Nederländerna kostar 1,3 kronor i alkoholskatt.

**Tabell 2: Beskattning av alkohol i fem länder**

*Procent och kronor per liter ren alkohol*

Land	Moms (%)	Öl	Vin	Sprit
Sverige	25	212	212	522
Norge	25	497	497	848
Finland	24	414	353	548
Danmark	25	71	98	219
Nederländerna	21	114	74	183

European Commission, 2023.

**Tabell 3: Alkoholskatteexempel i fem länder**

*Alkoholskatt i kronor per dos*

Land	En öl (33 cl 5%)	Ett glas vin (15 cl 12%)	En nubbe (4 cl 40%)
Sverige	3,8	3,8	8,4
Norge	9,0	8,9	13,6
Finland	7,5	6,4	8,8
Danmark	1,3	1,8	3,5
Nederländerna	2,1	1,3	2,9

European Commission, 2023.



## HUR EFFEKTIVA ÄR BEGRÄNSNINGAR I TILLGÄNGLIGHET?

Systembolaget beställde 2017 en rapport av internationella alkoholforskare med syfte att belägga hur effektiva begränsningarna i tillgänglighet är.<sup>1</sup> I rapporten påstod de att de gått igenom all litteratur på området som de ansåg vara relevant och av tillräckligt hög kvalitet.

De kom fram till att alkoholkonsumtionen ökar med 22 procent om Sverige tillåter liknande öppettider, öppettidagar och antal butiker som i Danmark eller Nederländerna. De kom även fram till att mer generösa öppettider ökar konsumtionen med 4,8 procent och med söndagsöppet ökar

den med 1,2 procent. Störst effekt har fler butiker. Om svenskarna tillåts handla i svenska livsmedelsbutiker ökar konsumtionen enligt rapporten med 16,4 procent. Till stöd för sina beräkningar och slutsatser listade Systembolagets forskare en mycket begränsad vetenskaplig litteratur. Endast en forskningsartikel stödjer att längre öppettider ökar konsumtionen, endast tre artiklar stödjer att söndagsöppet leder till mer konsumtion och endast fyra artiklar stödjer att fler butiker leder till ökad konsumtion.

**Tabell 4: Påstådda effekter av att avreglera det svenska alkoholmonopolet**

*Procentuell ökning och antal artiklar*

Begränsning i tillgänglighet	Effekt på alkoholkonsumtionen	Antal vetenskapliga artiklar	
		Undersökta	Stödjer effekt
Längre öppettider	+4,8%	1 514	1
Söndagsöppet	+1,2%	1 514	3
Fler butiker	+16,4%	754	4

Stockwell m. fl., 2017

### SVAGT STÖD FÖR SAMBAND MELLAN TILLGÄNGLIGHET OCH KONSUMTION

Åtta vetenskapliga artiklar är således den samlade forskningen som stödjer att begränsad tillgänglighet minskar alkoholkonsumtionen.<sup>2</sup>

För att sätta antalet artiklar i perspektiv kan man jämföra stödet för att priset på alkohol påverkar konsumtionen. Här finns för det första ett stort antal teoretiska artiklar och böcker som matematiskt förklarar sambandet mellan pris och efterfrågan och som sträcker sig mer än 100 år tillbaka i tiden. För det andra finns en rik empirisk litteratur om hur man på bästa sätt testat sambandet mellan pris och efterfrågan. För det tredje finns otaliga studier där prisets effekt på efterfrågan undersöks för i princip alla typer av varor och

tjänster. För det fjärde finns ett stort antal studier som undersöker just alkoholprisets effekt på efterfrågan på alkohol, i olika länder, vid olika tidpunkter och för olika befolkningsgrupper.

Allt detta saknas när det gäller den vetenskapliga litteraturen kring sambandet mellan tillgänglighet och konsumtion. Det finns inga tydliga teoretiska modeller för hur sambandet fungerar, och i synnerhet ingen matematisk representation. Det finns inga tydliga ekonometriska riktlinjer för hur sambandet bör testas. Det finns inga andra varuområden där tillgänglighet diskuteras som en viktig förklarande faktor för efterfrågan. Inom nationalekonomi används inte tillgänglighet som faktor för att förklara efterfrågan över huvud taget.

<sup>1</sup> Stockwell m. fl., 2017.

<sup>2</sup> Artiklarna har i flera fall tveksam empirisk kvalitet. I rapporten "Med monopolet som beställare" går jag igenom den samlade vetenskapliga kvaliteten på artiklarna och vad som egentligen står i dem.

Allt detta gör det magra antalet artiklar till ett stort problem. Om det finns ett reellt samband mellan tillgänglighet och konsumtion borde antalet studier som teoretiskt och empiriskt lyckas visa på effekt vara mycket större. Det gäller särskilt om man breddar forskningen till att gälla andra varuområden än alkoholdrycker. Man kan därför misstänka att de få effektsamband som påvisats är drivna av andra faktorer.<sup>3</sup>

## PROBLEM MED PUBLIKATIONSBIAS

Forskningsområdet lider dessutom troligtvis av publikationsbias. Publikationsbias är när en viss typ av forskning av olika skäl inte publiceras. Ett viktigt skäl är att författare eller vetenskapliga tidskrifter kan undvika att publicera artiklar som inte visar på effekt. Det kan finnas många anledningar till detta: forskaren kan se det som slöseri med tid eller som ett misslyckat forskningsprojekt, alternativt är tidskrifterna mer intresserade av att publicera studier som visar på effekt.

Publikationsbias har en ytterst avgörande roll för sambandet mellan tillgänglighet och efterfrågan. Vad gäller öppettider så räcker det med en enda forskningsstudie för att motsäga att längre öppettider leder till högre konsumtion. Det går mycket väl att tänka sig att det genomförts en studie som inte lyckats påvisa effekt, men som inte publicerats. Detsamma gäller de övriga områdena. Det räcker med som högst tre eller fyra studier med motsatt resultat för att motsäga resultaten.<sup>4</sup> Det betyder att även om artiklarna är av högsta vetenskapliga kvalitet så är resultaten ändå osäkra och man kan misstänka att de påvisade sambanden är drivna av andra faktorer.

I jämförelse med vår kunskap om hur alkoholpriset påverkar konsumtionen kan därför de artiklar som Systembolagets forskare lägger fram inte tillmätas någon större vetenskaplig betydelse.

3 Att andra faktorer kan misstänkas ligga bakom de samband man hittat diskuteras i rapporten Sundén (2021). Ett grundläggande problem är att inga studier justerar för endogenitet.

4 Det är dessutom fallet i flera av de artiklar som Systembolagets forskare hänvisar till och menar är av hög vetenskaplig kvalitet. I en artikel av Stockwell m. fl. (2017) visas egentligen att det inte finns något samband eftersom man inte tagit med prisets betydelse för konsumtionen. I Trollidal (2005c, s. 364) tabell 1 framgår tydligt att antalet butiker inte påverkar konsumtionen. Inga av estimaten av hur antalet butiker påverkar alkoholkonsumtionen är signifikanta och estimaten byter dessutom tecken beroende på provins.

## VAD HÄNDER NÄR ALKOHOLMONOPOL SLOPAS?

Det har genomförts ett stort antal omregleringar av alkoholmarknaderna där tidigare monopolmarknader öppnats upp för konkurrens. De flesta av dessa är på delstatsnivå i USA och territorier i Kanada. Det stora flertalet är partiella omregleringar där en alkoholdryck i taget tillåts säljas av privata aktörer. Effekten av omregleringarna kan åskådliggöras dels genom att utvärdera vad som händer med den faktiska konsumtionen efter omregleringen, dels genom ekonometriska metoder.

### DEN FAKTISKA ALKOHOLKONSUMTIONEN

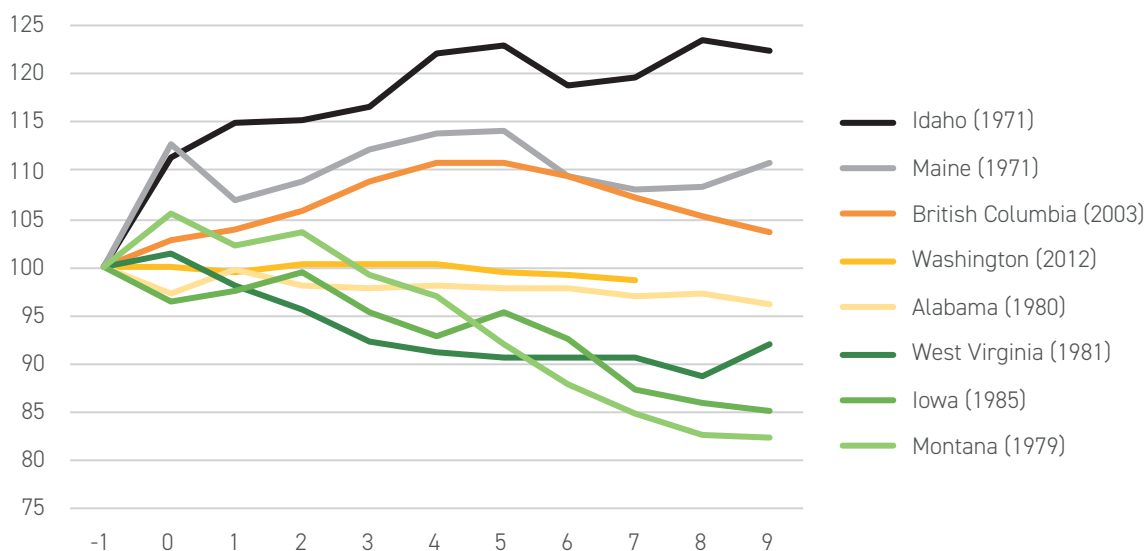
Ser man till hur alkoholkonsumtionen utvecklats totalt efter att ett alkoholmonopol slopats kan inte alkoholkonsumtionen sägas öka med nödvändighet. I diagram 1 visas hur konsumtionen utvecklas ett decennium efter att monopolen slopats i sju delstater i USA samt i British Columbia i Kanada.

I fem av de amerikanska delstaterna verkar omregleringen i stora drag inte ha påverkat den totala konsumtionen över huvud taget. I Maine och Idaho ökade totalkonsumtionen när de partiella alkoholmonopolen på vin avskaffades. Vinkonsumtionen i både Idaho och Maine var i utgångsläget mycket lägre än i andra delstater i USA. De slopade monopolen på vin kan därför sägas ha medfört att befolkningen i Maine och Idaho började dricka vin i ungefär samma utsträckning som övriga USA. Möjliga förklaringar till utvecklingen är att inträdet av privata aktörer på marknaden gav ett större och bättre utbud och/eller lägre pris på vin.

I kanadensiska British Columbia har konsumtionen ökat i långsam takt efter att alkoholmarknaden öppnades för konkurrens 2003.<sup>5</sup> Ökningen kan dels förklaras av lägre priser på alkohol hos de privata aktörerna, dels av att konsumtionen redan före omregleringen var stigande.<sup>6</sup>

**Diagram 1: Utvecklingen av alkoholkonsumtionen per capita efter omreglering**

Index 100 = Nivå på alkoholkonsumtionen per capita året före omregleringen (år=-1)



Källa: Slater och Alpert (2021) och University of Victoria (2023).

<sup>5</sup> University of Victoria, 2023.

<sup>6</sup> Ibid.

## EMPIRISKA STUDIER AV SLOPADE MONOPOL

Den faktiska utvecklingen av alkoholkonsumtionen efter avregleringarna visar att det går att avskaffa alkoholmonopol utan att konsumtionen ökar. Utvecklingarna kan dock inte läggas som kausalt bevis för att alkoholmonopol, eller till-

gänglighetsbegränsningar, inte har effekt. Med en omreglering ändras ofta många andra faktorer som kan påverka konsumtionen, i synnerhet priset. Andra effekter är utbudsförändringar och att nya produkter tillkommer på marknaden. Hur priset påverkas är dessutom oklart; det kan stiga eller falla.<sup>7</sup>

**Tabell 5: Avskaffade alkoholmonopol och estimerade effekter på konsumtionen**

Jurisdiktion	Alkohol-dryck	Reform tillät försäljning i:	År	Uppskattad ökning i total konsumtion (procent)
Quebec <sup>1</sup>	Inhemskt vin	Små detaljhandlare	1978	0
West Virginia <sup>2</sup>	Vin	Matvaruaffärer	1981	3
Quebec <sup>3</sup>	Vin	Matvaruaffärer	1984	0
Iowa <sup>4</sup>	Vin	Matvaruaffärer	1985	2
Iowa <sup>5</sup>	Sprit	Matvaruaffärer	1987	Ökning/minskning
Alberta <sup>6</sup>	Sprit	Licensierade detaljhandlare	1993	0

Källor: 1 Smart (1986) och Trollidal (2005a), 2 Wagenaar och Holder (1991), 3 Adrian m. fl. (1996) och Trollidal (2005a), 4 Wagenaar & Holder (1991), 5 Wagenaar & Holder (1990) och Mitcham (1993), 6 Trollidal (2005b).

För att värdera om alkoholmonopolet minskar konsumtionen måste effekterna av olika faktorer, som priser eller inkomster, kontrolleras och värderas var för sig. Det finns ett begränsat antal ekonomiska studier som helt tar alla sådana möjliga faktorer i beaktande. Studierna är dessutom i de flesta fall äldre och tillvägagångssättet kan med dagens kunskaper och metoder naturligtvis ifrågasättas.

I stora drag visar inte studierna av omreglerade alkoholmonopol på någon effekt av just monopolet i sig på konsumtionen när hänsyn tas till andra faktorer. Det vill säga att de konsumtionseffekter som uppkommer till följd av en omreglering kan förklaras av andra faktorer än av att monopolet tas bort. Det trots att antalet butiker ökar kraftigt samtidigt som öppettider och öppettidagar blir mer generösa.

<sup>7</sup> Her m. fl., 1999.

## TILLGÄNGLIGHET TILL ALKOHOL I HEMMET

Undersökningen genomfördes under vecka sju och åtta 2023. Den riktade sig till ett representativt urval av befolkningen i Sverige, Finland, Norge, Danmark och Nederländerna. I varje land svarade ett tusen personer. I bilaga 1 finns en närmare beskrivning av undersökningen och frågeformuläret.

### ANDEL SOM DRICKER ALKOHOL

Av de svenska respondenterna uppger 79 procent att de dricker alkohol. Detta kan jämföras med att 75 procent av svenskarna uppger att de druckit alkohol de senaste 30 dagarna.<sup>8</sup> Andelen svenskar som dricker alkohol är något lägre än i övriga undersökta länder, men avviker inte i någon större utsträckning. Fler män än kvinnor uppger att de dricker alkohol.

**Tabell 6: Andel som dricker alkohol**

Procentuell andel av befolkningen 20–79 år

Land	Totalt	Män	Kvinnor
Danmark	85	89	81
Norge	84	86	81
Finland	82	85	78
Nederländerna	81	87	76
Sverige	79	84	74

### ALKOHOL I HEMMET

#### Andelen som har alkohol i hemmet

Av den svenska befolkningen har 84 procent tillgång till alkohol i hemmet. Av de svenskar som uppger att de dricker alkohol har 92 procent alkohol i hemmet. Andelen svenskar som har alkohol i hemmet överensstämmer i stort med andelarna i de övriga undersökta länderna. I Danmark har 97 procent av befolkningen som dricker alkohol tillgång till alkohol i hemmet.

**Tabell 7: Andel som har alkohol i hemmet**

Procentuell andel av befolkningen 20–79 år

Land	Andel av hela befolkningen	Andel av befolkningen som dricker alkohol
Danmark	92	97
Nederländerna	88	96
Norge	86	93
Sverige	84	92
Finland	82	89

De undersökta länderna skiljer sig i högre grad sett efter vilken typ av alkoholdryck som förvaras i hemmet. Finländare förvarar till exempel i mindre utsträckning samtliga typer av alkoholdrycker i hemmet. Det indikerar att enskilda finländare i större utsträckning fokuserar på en alkoholdryck. Detta i stark kontrast till danskar som i hög grad lagrar alla typer av alkoholdrycker i hemmet.

**Tabell 8: Andel som har alkohol i hemmet efter alkoholdryck**

Procentuell andel av befolkningen som dricker alkohol 20–79 år

Land	Öl	Vin	Sprit	Alla drycker
Nederländerna	83	84	69	96
Danmark	83	87	85	97
Norge	73	82	76	93
Sverige	68	81	76	92
Finland	63	64	69	89

8 Folkhälsomyndigheten, 2023.

## MÄNGD ALKOHOL I HEMMET

Uppskattningsvis lagrar en genomsnittlig svensk cirka 1,7 liter ren alkohol i hemmet. Enbart danskarna lagrar mer, 2,3 liter. Minst alkohol i hemmet har den genomsnittlige finländaren, 0,9 liter.

**Tabell 9: Lagrad volym alkohol i hemmet**

*Liter ren alkohol per person*

Land	Antal liter
Danmark	2,3
Sverige	1,7
Norge	1,3
Nederländerna	1,3
Finland	0,9

En annan bild framträder om man beräknar hur många veckors konsumtion som den lagrade alkoholen räcker till. Den genomsnittlige svensken lagrar knappt åtta veckors alkoholkonsumtion i hemmet.<sup>9</sup> Bara danskarna har mer: tio veckors konsumtion. Finländarna lagrar i snitt fyra veckors förbrukning i hemmet.

**Tabell 10: Lagrad förbrukning av alkohol i hemmet**

*Lagrad förbrukning per person i antal veckor*

Land	Antal veckor
Danmark	10
Sverige	8
Norge	8
Nederländerna	6
Finland	4

Ett annat mått är hur många personer som det genomsnittliga lagret av alkohol räcker till om det konsumerades på en kväll. Beräkningen görs genom att anta att varje person dricker tre standardglas under kvällen, vilket är Systembolagets rekommendation för lågriskkonsumtion.<sup>10</sup>

Beräkningen visar att den genomsnittlige svensken kan bjuda in 35 personer på fest och bjuda alla dessa på tre standardglas alkohol. Den genomsnittlige dansken kan bjuda in 48 personer, medan finländaren bara kan bjuda in 19 personer.

**Tabell 11: Antal festdeltagare som alkohollagret i snitt räcker till**

*Antal personer med lågriskkonsumtion (3 standardglas per dag enligt Systembolaget)*

Land	Antal personer
Danmark	48
Sverige	35
Nederländerna	27
Norge	27
Finland	19

Befolkningen i de olika länderna lagrar olika mängder av olika typer av alkohol i hemmet. Danskarna förvarar stora mängder alkohol av alla alkoholtyper. Bortser man från danskarna har svenskar relativt mycket spritdrycker i hemmet medan nederländerna har relativt mycket öl.

**Tabell 12: Lagrad volym alkohol i hemmet efter alkoholdryck**

*Antal burkar (33 cl) och flaskor (75 cl) per person*

Land	Öl (burkar)	Vin (flaskor)	Sprit (flaskor)
Danmark	11,7	7,5	5,2
Nederländerna	9,6	4,6	2,6
Sverige	7,3	4,6	4,2
Norge	7,3	4,4	2,7
Finland	4,9	2,5	2,1

<sup>9</sup> Antalet veckor är beräknat utifrån att den genomsnittlige svensken som dricker alkohol konsumerar knappt 11 liter ren alkohol per år.

<sup>10</sup> Systembolaget (2023). Tre standardglas motsvarar tre öl, tre glas vin eller tre nubbar om 4 cl, alternativt en blandning.

## KONSUMTION AV ALKOHOL LAGRAD I HEMMET

De svarande uppger att de i stora drag kommer att dricka två burkar öl i genomsnitt under den kommande veckan från sitt lager av alkohol. Det är oberoende av nationalitet. Alla uppger dessutom att de avser att dricka lite drygt en flaska vin, med undantag för finländarna som avser att dricka mindre. I tillägg avser de svarande i alla länder även att dricka en knappt halv flaska sprit. Finländarna uppger att de ska dricka mindre sprit än i övriga länder, medan nederländarna avser att dricka mer än en halv flaska sprit.

**Tabell 13: Volym alkohol i hemmet som ska konsumeras inom en vecka**

*Antal burkar (33 cl) och flaskor (75 cl) per person*

Land	Öl (burkar)	Vin (flaskor)	Sprit (flaskor)
Danmark	2,1	0,8	0,4
Finland	2,1	0,5	0,2
Norge	2	0,8	0,5
Sverige	1,9	0,8	0,4
Nederländerna	1,8	0,7	0,6

Andelen alkohol lagrad i hemmet som ska konsumeras inom en vecka utgör i de flesta fall endast en bråkdel. Finländarna utgör ett tydligt undantag och avser att dricka upp cirka 43 procent av all öl de har i hemmet den närmaste veckan. I övriga länder uppger de svarande att de ska konsumera 20 till 30 procent av ölen inom en vecka. De svarande uppger även att de avser att dricka upp mellan 10 och 20 procent av det vin och den sprit de förvarar i hemmet den kommande veckan.

**Tabell 14: Volym alkohol i hemmet som ska konsumeras inom en vecka**

*Procentuell andel av alkoholen lagrad i hemmet*

Land	Öl	Vin	Sprit
Finland	43	20	12
Danmark	29	18	15
Sverige	27	17	11
Nederländerna	19	15	23
Norge	17	11	9

## **SLUTSATSER**

Svenskar, norrmän och finländare lagrar i samma utsträckning som danskar och nederländare alkohol i hemmet. Nio av tio svenskar norrmän och finländare, som dricker alkohol, har tillgång till alkohol i hemmet. Andelen är något högre bland danskar och nederländare.

Sammantaget visar resultaten att en mycket stor andel av befolkningen lagrar stora volymer alkohol i hemmet. Det gäller oavsett land, marknadsreglering och begränsningar i tillgängligheten. Begränsad tillgänglighet att köpa alkohol utgör således inte en restriktion för konsumenterna. Resultaten visar därför tydligt att alkoholmonopolet inte kan förmå befolkningarna i Sverige, Norge och Finland att dricka mindre. De kan dricka hur mycket de vill och när de vill, även när monopolet är stängt.

### **VARFÖR MINSKAR INTE ALKOHOLKONSUMTIONEN MED MONOPOL?**

Resultaten ligger i linje med vad den sammantagna vetenskapliga litteraturen visar. Sämre möjligheter att köpa alkohol har i bästa fall en marginell effekt på konsumtionen. Möjligtvis ökar alkoholkonsumtionen med någon procent.

Det svaga sambandet mellan tillgänglighet och konsumtion kan med stor säkerhet förklaras av att begränsad tillgänglighet endast kan styra var och när inköpen sker, inte var och när konsumtionen sker. Regelverket kan enkelt kringgås genom att konsumenterna planerar sina inköp av alkohol. Exempelvis genom att:

- anpassa inköpstider och inköpsdagar till när monopolet har öppet. Exempelvis till lunchtid eller på vägen hem från jobbet.
- anpassa inköpsstället och handla andra varor där det även går att köpa alkohol. Man kan exempelvis välja att handla i köpcentrum med tillgång till Systembolag.
- bunkra alkohol för längre perioder för att slippa handla så ofta.
- lagra alkohol i hemmet för att säkerställa att alkohol alltid finns tillgängligt vid behov.

Att så stor andel svenskar har alkohol i hemmet är inte oförväntat. Det ligger i linje med att konsumenter lagrar alla möjliga typer av matvaror i hemmet både för att det är mer effektivt och många gånger billigare. Alkoholdrycker lämpar sig dessutom synnerligen väl att lagra i hemmet då de i de allra flesta fall har mycket lång hållbarhetstid.

### **VARFÖR SLOPA MONOPOLET OM VI ÄNDÅ HAR ALKOHOL I HEMMET?**

Svenskarna kringgår således effektivt statens försök att förmå oss att dricka mindre genom att lagra alkohol i hemmet. Vad kan man då vinna om alkoholmonopolet tas bort?

Den största vinsten är just förbättrad tillgänglighet för konsumenterna. Med bättre öppettider, söndagsöppet och fler butiker blir det enklare, effektivare och mindre krångel att införskaffa den alkohol man vill lagra i hemmet. Svenskarna slipper dessutom köer och de kan handla när det passar, inte när staten påbjuder. Med en konkurrensutsatt alkoholmarknad följer även ett mycket bättre och större utbud av alkoholdrycker. Vardagen blir helt enkelt bättre och enklare för många svenskar, utan att det ökar alkoholkonsumtionen.

### **LEDER BUNKRING TILL HÖGRE ALKOHOLKONSUMTION?**

Bunkring av alkohol i stora mängder, på grund av att alkohol är mindre tillgängligt, skulle kunna misstänkas driva upp konsumtionen. Resultaten visar dock att även med en öppen och konkurrensutsatt alkoholmarknad så lagrar konsumenterna i stor utsträckning alkohol i hemmet. Det finns således inga extra bunkringstendenser i Sverige, Norge eller Finland på grund av monopolen. Snarare ska resultaten tolkas som att monopol varken ökar eller minskar vare sig andelen som har alkohol i hemmet eller mängden alkohol man har i hemmet. Hypotesen att alkoholmonopol driver upp konsumtionen till följd av bunkring är därför troligtvis falsk.



# LITTERATURFÖRTECKNING

- Adrian, M., Ferguson, B. S. och Her, M., 1996. Does Allowing the Sale of Wine in Quebec Grocery Stores Increase Consumption? *Journal of Studies on Alcohol*, s. 434-448.
- European Commission. (2023). "Taxes in Europe Database v3." <[https://ec.europa.eu/taxation\\_customs/tedb/taxSearch.html](https://ec.europa.eu/taxation_customs/tedb/taxSearch.html)> Hämtat 2023-06-07
- Folkhälsomyndigheten, 2023. "Alkoholkonsumtion i olika grupper av i befolkningen". <<https://www.folkhalsomyndigheten.se/livsvillkor-levnadsvanor/andts/utveckling-inom-andts-anvandning-och-ohalsa/anvandning/alkoholkonsumtion-i-befolkningen/>> Hämtad 2023-05-19.
- Her, M., Giesbrecht, N., Room, R. och Rehm, J., 1999. Privatizing Alcohol Sales and Alcohol Consumption: Evidence and Implications, *Addiction*, s. 1125-1139.
- Mitcham, D., 1993. *Privatization of Retail Liquor Sales in Iowa*. Iowa Department of Commerce, Ankeny.
- Slater, M. E., & Alpert, H. R., 2021. Apparent per capita alcohol consumption: National, state, and regional trends, 1977-2019 (Surveillance Report #117). National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism Division of Epidemiology and Prevention Research Alcohol Epidemiologic Data System.
- Smart, R. G., 1986. *The Impact on Consumption of Selling Wine in Grocery Stores. Alcohol and Alcoholism*, s. 233-236.
- Stockwell, T., Sherk, A., Norström, T., Angus, C., Ramstedt, M., Andréasson, S., Mäkelä, P., 2017. "What are the public health and safety benefits of the Swedish government alcohol monopoly?" Stockholm: Systembolaget.
- Sundén, D., 2021. *Med monopolet som beställare*. Timbro.
- Systembolaget, 2023. "Ofarligt drickande". Hämtad från <<https://www.omssystembolaget.se/folkhalsa/kropp-och-halsa/bruk-och-beroende/hjalp-och-stod/ofarligt-drickande/>> Hämtad 2023-03-27.
- Trolldal, B., 2005a. The privatization of wine in Quebec in 1978 and 1983-83. *Alcohol Clinical Experimental Research*, s. 410- 416.
- Trolldal, B., 2005b. An Investigation of the Effect of Privatization of Retail Sales of Alcohol on Consumption. *Addiction*, s. 662- 671.
- Trolldal, B., 2005c. Availability and Sales of Alcohol in Four Canadian Provinces: A Time-Series Analysis. *Contemporary Drug Problems*, 32(3), s. 467-491.
- University of Victoria, 2023. Åtkomst 2023-03-27. Alcohol consumption in BC. Canadian Institute for Substance Use Research. Hämtad från <https://www.uvic.ca/research/centres/cisur/stats/alcohol/index.php>.
- Wagenaar, A. C. och Holder, H. D., 1991. A Change from Public to Private Sale of Wine: Results from Natural Experiments in Iowa and West Virginia. *Journal of Studies on Alcohol*, s. 162-173.
- Wagenaar, A. C. och Holder, H. D., 1990. Effects of the Elimination of a State Monopoly on Distilled Spirits' Retail Sales: A Time-Series Analysis of Iowa. *British Journal of Addiction*, s. 1615-1625.

## **BILAGA 1: OM UNDERSÖKNINGEN**

Undersökningen genomfördes som webbenkät av Demoskop 2023 under vecka 7 och 8. Undersökningen avslutades när 1 000 svarande uppnått i respektive land, för Sverige, Norge, Finland, Danmark och Nederländerna. Resultaten av enkäten viktades därefter mot varje lands demografi efter kön och ålder 20–79.

Följande frågeformulär användes:

### **FRÅGA 1.**

Dricker du alkohol?

- Ja  
 Nej

### **FRÅGA 2.**

Hur mycket av följande alkoholhaltiga drycker finns i ditt hem/hushåll?

(Med alkoholhaltiga drycker menas drycker med mer än 4% alkohol.)

	Ingenting	Mindre än 0,5 liter	0,5–1 liter	1,1–2 liter	2,1–3 liter	3,1–5 liter	5,1–10 liter	Mer än 10 liter	Vet ej
Öl	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sprit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### **FRÅGA 3.**

Hur mycket av den alkohol som du har hemma idag kommer du själv att konsumera under den närmaste veckan? (Räkna inte med eventuell alkohol som du kommer att köpa hem senare i veckan)

	Ingenting	Mindre än 0,5 liter	0,5–1 liter	1,1–2 liter	2,1–3 liter	3,1–5 liter	5,1–10 liter	Mer än 10 liter	Vet ej
Öl	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sprit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Fria marknader  
Personlig frihet  
Öppna samhällen

**TIMBRO**