

Lunds universitet
Nationalekonomiska institutionen

Systembolaget
- är det samhällsekonomiskt lönsamt?

Författare: Andreas Johansson
Handledare: Fredrik Andersson
Magisteruppsats HT 2009

Sammanfattning

Denna uppsats är en cost-benefit analys av Systembolaget som detaljhandelsmonopol, som också inkluderar alkoholskatterna. Dagens situation är den att Systembolaget har detaljhandelsmonopol på starköl, vin och spritdrycker, öl säljs i vanliga livsmedelsbutiker. Alkoholpriset består av fyra komponenter; alkoholskatt, moms, Systembolagets handelsmarginal och leverantörens pris. För hög alkoholkonsumtion ger olika skador som till exempel skrumplever men orsakar även produktionsbortfall. Systembolagets verksamhet regleras av alkohollagen, avtalet med staten och ägardirektiven från staten, då Systembolaget ägs till 100 % av staten. En viktig faktor är också de villkor som EU sätter, bland annat den i praktiken fria resandeförseln. Systembolaget har idag inte ett fullständigt monopol och marknadsandelen varierar i landet. Någon form av tillgänglighetsinskränkning har funnits sedan 1855 medan dryckerna har tillverkats i tusentals år. Cost-Benefit analys är en analysmetod där de samhälleliga kostnaderna dras från de samhälleliga vinsterna och utvärderingen baseras på ifall det samhälleliga nettovärdet är positivt eller negativt. Analysen kommer fram till att bruket att dricka alkohol inte är bra för samhället och bör helst avskaffas men med tanke på dess långa historia är det föga troligt och frågan blir då vilka metod som ger det lägsta samhällsekonomiska underskottet. Dagens situation är inte optimal och kan förbättras genom att det görs ett försök med licensierade specialbutiker och genom att driva EU mot antingen högre alkoholskatter eller lägre införselkvoter.

Innehållsförteckning

1. Inledning	s.5
1.1 Bakgrund och problemformulering	s.5
1.2 Syfte och metod	s.5
1.3 Avgränsningar	s.6
1.4 Disposition	s.6
2. Varorna	s.7
2.1 Varufakta	s.7
2.2 Cider och blanddrycker	s.8
2.3 Öl	s.8
2.4 Vin	s.10
2.5 Spritdrycker	s.14
2.6 Alkoholprisets beståndsdelar	s.15
2.7 Alkoholens skadeverkningar	s.17
3. Monopolet	s.20
3.1 Alkohollag (1994:1738)	s.20
3.2 Tillkännagivande (2008:39) av avtal mellan Systembolaget Aktiebolag och staten	s.22
3.3 Monopolet och EU	s.23
3.4 Systembolaget av idag	s.24
3.5 Monopolets historia	s.29
4. Teorin	s.33
4.1 Cost-Benefit analysis	s.33
5. Analys och diskussion	s.37
5.1 Steg 1- Alternativen	s.37
5.2 Steg 2- Vem räknas?	s.39
5.3 Steg 3- Effekterna	s.40
5.4 Steg 4- Effekterna över tid	s.42
5.5 Steg 5- Monetära värden	s.43

5.6 Steg 6- Diskontering	s.44
5.7 Steg 7- Beräkning	s.44
5.8 Steg 8- Osäkerheterna	s.50
5.9 Steg 9- Rekommendation	s.50
5.10 Avslutande kommentarer	s.51
Referenser	s.52

1. Inledning

1.1 Bakgrund och problemformulering

Systembolaget. Ett egennamn som de flesta svenskar vet vad det är för något och har en relation till. Min egen relation till det är av två slag. Dels är det den försäljningsinrättning där jag införskaffar den alkohol jag nyttjar och dels är det en arbetsplats. Under den tid som jag har arbetat där har en fundering och en undran växt i fall det försäljningsmonopol som Systembolaget baserar sin verksamhet på är samhällsekonomiskt lönsamt. Den egentliga frågan är egentligen i fall Sverige skall ha ett försäljningsmonopol på alkohol eller inte men bedömningsgrunden kommer att bli den ovan nämnda då det är ett angreppssätt på frågan som går att genomföra utan att det skall resultera i slutsatser som är grundade på allt för lösa grunder.

Bakgrunden till att jag har gripit mig an detta problem är att under de 4 år jag har läst nationalekonomi har det, ibland annat kurserna i mikroekonomi, framförts att monopol är en företeelse av ondo ifall det inte går att motivera utifrån någon grund, som exempelvis naturliga monopol där motivationsgrunden är att det krävs ett monopol för att det överhuvudtaget skall finns ett utbud. Annars hade de höga fasta kostnader gjort detta utbud omöjligt. Exempel på sådana naturliga monopol är stora infrastrukturer som järnvägsnät. Men de varor som Systembolaget tillhandahåller är inte av den typ att stora fasta kostnader förhindrar ett utbud, men likväl finns det ett monopol. Till skillnad från de naturliga monopol som lärs ut i de mikroekonomiska kurserna är Systembolaget inte ett naturligt monopol utan ett lagstadgat monopol. Hade inte detta lagstöd funnits hade marknaden för alkoholdrycker med stor sannolikhet varit som den är i Danmark, med många olika huvudmän som hade sålt sprit. Denna skillnad mellan teori och praktik är det som fångat mitt intresse.

1.2 Syfte och metod

Syftet med denna uppsats är att finna om försäljningsmonopolet på alkohol är samhällsekonomiskt lönsamt eller inte. Som metod för att svar på den frågeställning som har ställts ovan kommer jag att använda mig av cost-benefit analysis. Denna analysmetod går i korthet ut på att den som gör analysen tar de fördelar, vinster eller förtjänster, som en viss verksamhet har, i monetära termer, och från dessa fördelar drar ifrån kostnaderna som den verksamhet som utvärderas har i monetära termer. I fall analytikern efter att ha genomfört denna operation fortfarande har kvar ett positivt saldo för verksamheten är den

samhällsekonomiskt lönsam men har den ett negativt saldo är verksamheten inte samhällsekonomiskt lönsam.

1.3 Avgränsningar

Jag har valt att rikta in mig på den del av alkoholpolitiken som rör försäljningsmonopol, exempelvis de punktskatter som finns och den utbudsbegränsning som följer av ett monopol. Andra delar är exempelvis de införselkvoter av alkohol som finns vad det gäller utrikes resor och behandlingen av alkoholism och alkoholskador. Att ta ett helhetsgrepp om hela alkoholpolitiken är en för stor uppgift och inriktningen görs därmed mot en del av alkoholpolitiken.

1.4 Disposition

Efter denna korta inledning kommer kapitel två att ägnas åt de varor som Systembolaget tillhandahåller, hur de prissätts och vilka skadeverkningar de har, detta för att ge en förståelse för varorna som monopolet omfattar. Kapitel tre kommer att handla om monopolet i form av dess lagmässiga grund, EU:s betydelse, dagens situation och Systembolagets historia för att ge en bild av hur dagens monopol är utformat och hur detta har kommit till. I det fjärde kapitlet presenterar cost-benefit analysen utförligare och kapitel fem består av analys och slutsatser genom en tillämpning av analysmetoden presenterad i kapitel fyra och med innehållet i kapitel två och tre tagit i beaktande.

2. Varorna

Vad är det då för olika varor som Systembolaget tillhandahåller? De kan delas in sex olika kategorier¹. Dessa är sprit, vin, starköl, cider & blanddrycker, alkoholfritt samt övrigt. Vinet i sin tur delas in, när det säljs i butik, i röda viner, vita viner, roséviner, mousserande viner och starkviner. Jag kommer först att, i tabellform, redovisa ett antal olika fakta om de olika varukategorierna för att sedan presentera de fyra första varukategorierna var för sig. Orsaken till detta är att det är Systembolagets primära uppdrag att tillhandahålla de fyra första kategorierna. Alkohollagen (1994:1738) 5:1 anger att det för detaljhandel med spritdrycker, vin och starköl skall finnas ett särskilt för ändamålet bildat aktiebolag (detaljhandelsmonopolet), alltså Systembolaget.

2.1 Varufakta

Följande tabell är konstruerad som så att varugrupperna är listade i den ordning som återges i första stycket med det undantaget att vinet är uppdelat i fem kategorier med en övergripande kategori för de två första kolumnerna, då det endast finns uppgifter för denna nivå. Övriga kolumner har uppgifter som baseras på den indelning av vinet som finns i butik. Kolumn ett räknas ut genom att de olika varugruppernas intäkter delas med de totala intäkterna under 2008 på 21 296 miljoner kronor.²Förpackningsstorlekarna finns inte i alla storlekar i intervallet utan i några storlekar däremellan. Siffrorna i parentes anger ytterligheterna medan de siffror som inte är inom parentes är det huvudsakliga intervallet. Kategorin övrigt är inte våta varor och förekommer följaktligen endast i första kolumnen.

Tabell 1. Varufakta

Varugrupp	% av intäkterna	% av försälj. i liter	Alkoholhalt i volym%	Förpackningsstorlek i ml	Kronor/liter
Sprit	24,35	5	15-60	350-4500	200-2100 (12707,14)
Vin	49,9	40			
Röda viner			12-16	250-3000	60-132 (13328)
Vita viner			7-15	250-3000	60-132 (9320)
Roséviner			11-15	375-1500	50-225
Mousserande			7-8, 10-14	205-1500	62-1000 (7500)
Starkviner			8,5-22 (38)	250-750	65-799 (1570)
Öl	22,18	51	(4,2)4,5-7,5	330-750	18-60 (275)

¹ Systembolaget, 2009, s.122

² Systembolaget, 2009, s.122

			(13)	(5000)	
Cider&blandd.	2,95	4	4,5-8,5	275-1000	28,20-132
Alkoholfritt	0,14	0,2	0,5	330-750 cl	21,33-80
Övrigt	0,51				

Källa: www.systembolaget.se och Systembolaget, 2009, s.29, 31-32, 122 och 126-127

2.2 Cider och blanddrycker

Cider tillverkas genom att äppel- eller päronmust har fått jäsa.³ Blanddryckerna skulle också kunna benämnas alkoläsk. Ett äldre exempel på alkoläsk är den sockerdricka som fanns på 1700-talet och som hade en betydande alkoholhalt och en kolsyrad variant av denna, som lanserades i Sverige ca 1800, hade som tänkt användningsområde marinen, där den skulle användas som profylax mot skörbjugg.⁴

Den cider och de blanddrycker som Systembolaget tillhandahåller har en alkoholhalt som överstiger 2,25 volymprocent, enligt alkohollagen (1994:1738) 1:3. Cidern som saluförs härstammar huvudsakligen från Sverige, England och Frankrike och delas in i torr, halvtorr eller söt cider. Blanddryckerna är huvudsakligen från Sverige eller Storbritannien.

2.3 Öl

För att kunna tillverka öl, av företrädesvis tvåradigt korn men även sexradigt korn, råg eller vete förekommer.⁵, måste det först mältas, detta för att omvandla stärkelsen till socker som sedan kan jäsas, eftersom stärkelsen i sig inte går att göra öl på. Mältningen går till så att sädeskornen först blöts för att sedan ligga varmt och gro.⁶När groddarna har vuxit fram är nästa steg att torka sädeskornen. Denna torkningsprocess har stor betydelse för vilket öl som skall tillverkas eftersom torkningstemperaturen avgör ölets mörkhet. Efter att denna torkning är klar är maltet färdigt.⁷

Därefter förs maltet till bryggeriet där det först krossas för att sedan läggas i blöt. Denna blandning, som kallas mäska, värms sedan upp och får stå och dra ett antal timmar för att tillräcklig mängd socker skall utvinnas ur maltet. Denna process kallas mäska. Efter detta silas skaldelarna bort och resultat blir en vört. Vörten kokas sedan tillsammans med humlen,

³ Systembolaget, 1991, s.59

⁴ Swahn, 2000b, s.84

⁵ Olsson, 2000b, s.129

⁶ Systembolaget, 1991, s.73

⁷ Olsson, 2000b, s.128-131

som är ölets kryddning och avgör ölets beska, och det blir stamvörten. Stamvörten förs över till jäskaret där jästen tillsätts. Det är denna jäst som omvandlar sockret till alkohol och kolsyra. När jäsningsprocessen är klar lagras sedan ölet svalt mellan en till tre månader för att få en mer utvecklad smak och arom. Innan ölet tappas på flaska eller burk filtreras och pastöriseras det för att få bort kvarvarande jästpartiklar och mikroorganismer.⁸

En faktor av betydelse är själva jäsningsprocessen. De vanligaste jäsningsprocesserna är underjästa öl och överjästa öl. De två andra jäsningsmetoderna sker under kontrollerade former med den skillnaden att överjäsnings sker med jästen liggande vid vörtens yta, och själva jäsningsprocessen sker i rumstemperatur, medan underjäsnings sker med jästen liggande i jäskarets botten, och själva jäsningsprocessen sker vid 5-10 °C och lagringen sker vid 0 °C. Lagringen av överjästa öl sker först i rumstemperatur och sedan i kylda kärl eller tvärtom. Den smakmässiga skillnaden är att överjästa öl är fruktiga, mjuka och har en lite smöraktigt söt smak medan underjästa öl har en torrare, renare och rundare smak samt mindre framträdande fruktighet.⁹

Öl kan delas in i olika underavdelningar. Den indelning som Systembolaget har är ljus lager, mörk lager, ale, porter/stout, veteöl, spontanjäst öl och specialöl.¹⁰ Den ljusa lagern, mörka lagern och specialölen är underjästa öl och ale och porter/stout är överjästa öl. Vad gäller ursprung härstammar lagern från Tyskland, närmare bestämt från München i Bayern, där underjäsningsmetoden utvecklades under 1400-talet. Lagerölen är den idag vanligaste ölsorten och den ljusa lagern med liten eller medelstor beska står för 95 % av världsmarknaden.¹¹ Öl tillverkas över hela världen men tyngdpunkten ligger i nordvästra Europa, USA och Australien.

Det öl som tillverkades på gårdarna förr i världen använde överjäsningsmetoden. Öl som dryck har annars en lång historia. I Babylonien och Egypten för 5000 år sedan var ölbryggkonsten långt framskriden vilket indikerar att den är mycket äldre än det.¹² Öl har också en lång tradition i Sverige och var förr en vardagsdryck som bryggdes i varje gård.¹³ I en tid med ingen eller väldigt liten avlopps- och sophantering hände det ofta att vattnet var

⁸ Systembolaget, 1991, s.73-74

⁹ Olsson, 2000b, s.132-134

¹⁰ www.systembolaget.se 2009-12-01

¹¹ Olsson, 2000b, s.152

¹² Olsson, 2000b, s. 127

¹³ Swahn, 2000a, s.49

förorenat och därmed hälsovådligt. Ölet var då det säkrare alternativet, på grund av att det kokades vid tillverkningen.¹⁴ Det finns också en inhemsk bryggeriindustri med tillverkare som Spendrups, Pripps och Åbro.

Ölet är lagtekniskt indelat i två grupper. Starköl har en alkoholhalt som överstiger 3,5 volymprocent och är en jäst och odestillerad dryck som framställs med malt som bas. Öl är samma sorts dryck som starkölet men har en alkoholhalt mellan 2,25 volymprocent och 3,5 volymprocent.¹⁵ Alkohollagen gör skillnad mellan vem som får sälja de olika kategorierna av öl. Systembolaget är de som endast får sälja starköl medan de andra kraven som gäller för försäljning av öl är att det bedrivs i en lokal som är avsedd för livsmedelsförsäljning samt att lokalerna har godkänd livsmedelshygien och att det bedrivs försäljning av matvaror i lokalen. Öl som har en alkoholhalt som understiger 2,25 volymprocent omfattas inte av alkohollagen. Öl får dock också säljas av Systembolaget och de som tillverkar ölen. Den som bedriver detaljhandel med öl skall anmäla detta till den kommun där försäljningen bedrivs. Företaget skall även utöva egenkontroll och ha ett lämpligt program för det.¹⁶

2.4 Vin

Som nämndes ovan är vinet indelat i olika försäljningskategorier. Även om de är lika finns det dock avgörande skillnader. Jag kommer därför att presentera vinet med utgångspunkt från rödvinet och anmärka på vilket sätt de andra kategorierna skiljer sig från rödvinet.

Allt vin görs på vindruvor som växer på vinstockar i vingårdar. Det krävs dock ett visst klimat för att vinstockarna skall trivas. Den huvudsakliga produktionen av vin i världen sker därför mellan den 30:e och 50:e breddgraden på norra halvklotet och mellan 30:e och 40:e breddgraden på södra halvklotet. Mellan dessa breddgrader är klimatet för vinstockarna som mest optimalt då det har en lagom mängd av värme, solsken och vatten. För att få fram röda viner krävs dock mer solljus än för att få vita viner. Detta gör att vita viner främst framställs i nordligare områden, framförallt Tyskland och Frankrike, när det gäller norra halvklotet.¹⁷ I Systembolagets ordinarie sortiment för de olika vinsorterna kommer vinerna därför från södra

¹⁴ Swahn, 2000b, s. 79

¹⁵ Alkohollagen (1994:1738) 1:6

¹⁶ Alkohollagen (1994:1738) 1:7, 3:1 och 5:6

¹⁷ Systembolaget, 1991, s.13

Sydamerika, Australien, Nya Zeeland och Sydafrika på södra halvklotet och på norra halvklotet från södra halvan av Europa, Medelhavsområdet och USA.¹⁸

En faktor av betydelse för alla viners smak och karaktär är vilken druvsort som använts som bas. Exempel på olika blåa druvsorter, som används främst till rödvin, är Cabernet sauvignon, Pinot noir och Shiraz. Exempel på gröna druvsorter, som är den främsta basen för vita viner, är Chardonnay, Riesling och Pinot gris. De olika druvsorterna ger olika smaker. En Pinot noir karakteriseras till exempel som ung av röda bär, hallon, jordgubbar eller vinbär och som moget vin ger Pinot noir mycker smakrika viner och kan ge förnimmelser av blommor och svamp.¹⁹ En Chardonnay ger associationer till smör eller smörkola, knappt mogna äpplen när vinet är ifrån Chablis och citrusfrukter från Montrachet.²⁰

Andra faktorer som har betydelse för det röda vinets karaktär är mängden sol eftersom det är solen som gör att skalet på druvan skiftar om till den blåa färg som krävs för att vinet skall bli rött. Detta krävs inte för vita viner som framgår av tillverkningsmetoden. En lagom mängd vatten är också ett krav för att få en väl avvägd smak och arom. En annan sak som har betydelse är markens dränering och hur vinstocken beskärs. I fall en vinstock har för många blad absorberar de solljuset och lämnar en mindre del till druvor vilket ger en sämre skörd.²¹

Själva tillverkningen av vinet börjar med att vindruvorna skördas. Man skördar antingen för hand eller med maskin. Efter skörden samlas druvorna ihop och stjälkarna skiljs bort samt druvorna krossas och överförs till en jäsningsstank tillsammans med skalen och kärnorna. Eftersom själva druvsaften är färglös skall skalen ligga kvar för att skalen skall avge det färgämne som gör vinet rött. Här skiljer sig det vita vinet genom att endast musten sparas och skall och kärnor tas bort. Efter detta får vinet jäsa i cirka en vecka innan allt socker har omvandlats till alkohol av jästsvamparna. Röda viner jäser vid 26-28°C medan vita viner jäser vid lägre temperaturer. Det finns jästsvampar naturligt på druvskalen och de påbörjar sin jäsningsprocess när skalen krossas eftersom svamparna då får kontakt med sockret i musten.²² Idag sker denna process under kontrollerade former där den naturliga jästen dödas och tillverkaren tillsätter en jästkultur han har valt ut, ibland en lokal jästkultur för att behålla den

¹⁸ www.systembolaget.se 2009-12-09

¹⁹ Systembolaget, 1991, s.25-27

²⁰ Systembolaget, 1991, s. 22-24

²¹ Systembolaget, 1991, s. 13-19

²² Systembolaget, 1991, s.29-36

lokala anknytningen.²³ Eftersom jäsningen upphör vid cirka 15 volymprocent blir vinerna naturligt sällan starkare än det. Då starkvinerna har en alkoholhalt som kan uppgå till 22 % tillsätts vinsprit för att få upp alkoholhalten i den önskade nivån. Vinspriten kan tillsättas antingen när jäsningen är klar, och starkvinet blir då torrt, eller medan jäsningen pågår, för att få söta starkviner. Vinspriten gör nämligen att jäsningen avstannar.

När jäsningen är klar får vinet ligga kvar i jästanken för ytterligare urlakning av skal och kärnor. Efter det tappas vinet över på en lagringstank eller ett fat där det lagras en period beroende på vilket vin som tillverkaren vill göra. Roséviner tappas av vid ett tidigare skede för att inte få lika djup röd färg som röda viner, vanligen efter 12-24 timmar. Det vin som förs över till lagringstanken består av två delar, dels det självrinna vinet och det pressade vinet, som i sin tur består av de skal- och kärnrester som blir kvar efter att det självrinna vinet har runnit bort. Dessa rester pressas för att utvinna ytterligare extra vin. Detta pressvin är strävare än det självrinna vinet då kärnorna innehåller de garvsyror som gör vinet strävt.²⁴

Efter att lagringen är avslutad buteljeras vinet och det är klart för försäljning. Vissa viner filtreras och pastöriseras också i samband med buteljering. Sedan transporteras vinet till Systembolaget där det säljs. Mousserande viner genomgår dock en andra jäsning på flaska eller tank med ett tillskott av socker och jäst. Det är detta tillskott av jäst och socker som ger bubblorna.

Som jag har nämnt i de två föregående styckena lagras allt vin antingen i tankar eller på fat. Denna lagring har betydelse för vinets smak. Lagringen gör att vinet mognar och får mer karaktär än ett ungt vin. Det gör samtidigt att färgen på vinet förändras. Röda viner går från blårott till rödbrunt medan vita viner blir guldigare. Lagringen på tank gör inget för smaken men det gör dock lagringen på fat. Faten är främst gjorda av ek men även andra träslag kan användas. Fatet ger ifrån sig smakämnen som vinet absorberar. Exempel på sådana smaker är vanilj, kaffe, smörkola eller rostat bröd. Det är dock främst komplexa viner som vinner på att lagras på fat. Enklare viner gör det inte och lagras följaktligen mest på tank.²⁵

Den lagtekniska definitionen av vin är att det är en alkoholdryck som är framställd genom jäsning av druvor eller druvmust eller av bär, frukt eller andra växtdelar samt andra

²³ Laurin, 2000, s.162-164

²⁴ Systembolaget, 1991, s.21 och 34

²⁵ Systembolaget, 1991, s.42

alkoholdrycker som innehåller högst 22 volymprocent alkohol och som inte är spritdryck, starköl eller öl. Som nämnts tidigare är alkoholdrycker alla drycker som innehåller mer än 2,25 volymprocent alkohol.²⁶Systembolaget har också ensamrätt att sälja vin enligt alkohollagen (1994:1738) 3:1 och 5:1.

Vin som dryck har en lång historia. Eftersom vin uppstår naturligt är det enda som krävs ett vattentätt kärl att förvara druvorna i för att vin skall bildas genom de jästsvampar som finns naturligt i druvornas skal. De äldsta fynden av odlade vindruvor är från perioden 7000 till 5000 år före Kristi födelse och härstammar från området sydöst om Svarta havet. Därifrån spreds sig bruket att odla vindruvor och framställa vin till Egypten och östra Medelhavsområdet. Från östra Medelhavsområdet spreds det vidare till de västra delarna och norrut i Europa, till bland annat Tyskland. En viktig aktör i spridningen av vinkulturen var romarna.²⁷ Vintillverkningen under antiken var så pass framstående att den inte förändrades särskilt nämnvärt fram till 1900-talet.²⁸När européerna sedan började kolonisera världen tog de med sig vindruvorna och började tillverka vin i Amerika, Sydafrika och Australien..

Nattvardsvinet var också den vanligaste tidpunkten då de flesta svenskar stiftade bekantskap med vin i gångna tider. Annars var vinet reserverat för samhällseliten, eller de som hade råd att importera vinet. Detta markeras också av att det inte fanns en utbredd folketro kring drycken vilket däremot är fallet med ölen och spriten.²⁹Johansson (2008, s.29) visar i sin försäljningsstatistik att under perioden 1861-1910 utgjorde vinet en obetydlig andel av den totala registrerade försäljningen. Resultaten är de samma för perioden 1911-1922 och perioden 1920-1950. Men som Johansson (2008 s. 354-355) visar har det sedan 1950-talet skett en förändring där vinet gått från att vara en obetydlig vara till att bli den vanligaste alkoholvaran som köps. Svenskarna har därmed närmat sig de kontinentala dryckesvanorna, där öl och vin dominerar och spriten är en extra tillgång men inte huvuddrycken.

2.5 Spritdrycker

Tillverkning av spritdrycker är helt enkelt att man kokar öl eller vin för att alkoholen skall destilleras och utvinnas i en renare form. Detta tillvägagångssätt gör att spriten kan delas in i tre olika huvudgrupper: fruktspriter, ceraliespriter och melass-spriter. Exempel på fruktspriter

²⁶ Alkohollagen (1994:1738) 1:3 och 1:5

²⁷ Systembolaget, 1991,s.7

²⁸ Laurin, 2000, s. 155

²⁹ Swahn, 2000a, s. 56

är äpplesprit (calvados), plommonsprit (slivovic), vindruvsprit (det som avses med brandy eller det egentliga brännvinet), eau-de-vie (cognac, armagnac och grappa) och bärspriterna (Kirsch, Mirabelle etc.). Cerialiespriterna består av brännvin, vodka, gin, genever, whisky osv. Melass-spriterna är huvudsakligen rom, som görs på sockerrör.³⁰ Två spritsorter som hamnar lite utanför denna indelning är tequilan som görs av agaveplantans tjocka stam och punsch som framställs av arrak eller rom, sprit, socker och vatten. Arraken som används till svensk rom är gjord på ris, palmsaft och sockerrörmelass. Den kan dock också göras av spannmål, dadlar, vin eller andra råvaror. En indelning kan också göras utifrån om enkel panna eller kolonnpanna har använts. Exempel på spritsorter som har genomgått destillering i enkel panna är maltwhisky, cognac, armagnac, genever och rom, vilket ger en smakrik sprit. Spritsorter som har genomgått kolonndestillering, vilket ger en neutral smak, är det svenska brännvinet och vodkan. En annan faktor av betydelse är kryddningen av spriten. Detta berör främst de sorter som har destillerats i kolonner då de har en neutral smak. Svenskt brännvin kryddas med en mängd olika kryddor, till exempel kummin, malört, fläder, anis och fänkål.³¹ Ginen, som är en ren spritsort, kryddas med bland annat enbär. Likörer är också en sorts kryddat brännvin med den skillnaden att de också är sötade. Som framgår av exemplens mångfald finns det många olika spritsorter. Dessa tillverkas i hela världen men med en tyngdpunkt i Europa och dess staters forna kolonier³²

Sprittillverkningen har också gamla anor, dock inte lika gamla som när det gäller vin och öl. Uppskattningar när människan lärde sig destillationstekniken varierar mellan 3500 f. kr. och 700 f. kr. Tekniken kom troligen till Europa på 1100-talet via arabiska vetenskapsmän. Till Sverige kom destilleringskonsten på 1400-talet och på 1500-talet lärde sig svenska soldater att göra brännvin på säd under fälttågen i Ryssland. Tidigare hade det gjorts av vin, det vill säga jästa druvor. Potatisen introducerades i slutet av 1700-talet.³³ Spriten, och framförallt brännvinet, har därför en lång historia i landet, dock inte lika lång som vad gäller ölet. Swahn (2000, s.43) skriver att brännvinet av säd som folkdryck härstammar från 1600-talets mitt. Han ger också exempel på hur olika medicinska egenskaper knöts till brännvinet. Ett exempel är att om en levande orm tillätts drunkna i brännvinsflaskan skulle innehållet hjälpa mot illamående. Ett annat exempel som Swahn (2000, s.45) ger, som visar hur pass allmänt brännvinet var, är den så kallade köpsupen som gick ut på att de båda parterna efter en

³⁰ Olsson, 2000a, s.15

³¹ www.systembolaget.se 2009-12-17

³² Olsson, 2000a, s.15-17

³³ Systembolaget, 1991, s.56

avslutad affär drack varsin sup för att bekräfta avtalets ingående. Som Bringéus (2000, s.30-36) visar hade även drickandet en står social betydelse i det att man genom att skåla med någon visar denna aktning och respekt och erkänner varandra som ingående i gemenskap. Han skriver också att det i gången tid sågs som ett krav att bjuda till ordentligt vid olika fester eftersom en bondhustru inte tackade för kalaset om inte maken hade blivit så full att han kastat upp och betett sig som ett oförnuftigt djur.

Den lagtekniska definitionen av spritdryck är, enligt Alkohollagen (AL)(1994:1738) 1:4, en dryck som innehåller sprit, som i sin tur enligt AL 1:2 är en dryck med mer än 2,25 volymprocent alkohol. Enligt samma paragraf anses inte vin, starköl och öl som sprit vilket alltså betyder att allt annat som inte är de ovan nämnda sorterna är att betrakta som sprit. Enligt AL 3:1 och 5:1 har Systembolaget ensamrätt till försäljning av spritdrycker. Att spriten svarar för en liten del av försäljningen är ett sentida fenomen som hänger samma med den ökade konsumtionen av vin. Samtidigt som denna har ökat sedan 1950 har spritkonsumtionen minskat. Johansson (2008, s.354-355) visar att 1955 stod sprit för majoriteten av den registrerade försäljningen men också att spritens försäljning i liter 100 % alkohol sedan 1955 har sjunkit och har varit i konstant avtagande sedan slutet av 1970-talet samtidigt som den totala alkoholkonsumtionen inte minskat utan snarare ökat sedan dess. Som Johansson visar var det under 1800-talet den dominerande drycken och framförallt under 1860- och 1870-talet den totalt dominerande.

2.6 Alkoholprisets beståndsdelar

Priset på de varor som har beskrivits ovan bestäms inte endast av den punkt där utbudskurvan korsar efterfrågekurvan utan består av fyra beståndsdelar. De olika beståndsdelarna är alkoholskatt, leverantörens pris, systembolagets handelsmarginal och moms.³⁴ Hur de olika beståndsdelarna fördelar sig i respektive varukategori kommer att visas med följande tabell.

Tabell 2. Prisets beståndsdelar.

	Sprit, 70 cl, 40 %, 220 kr	Sprit, 70 cl, 40 %, 500 kr	Vin, 75 cl, 13 %, 50 kr	Vin, 75 cl, 13 %, 500 kr	Cider /alkoläsk, 50cl, 4,5 %, 15 kr	Öl, 33 cl, 7,2 %, 10 kr	Öl, 33cl, 5,2 %, 10 kr
Alkoholskatt	63,8 %	28,1 %	32,4%	3,2 %	25,35 %	39,4%	28,5 %

³⁴ Systembolaget, 2009, s.7

Lever. pris	12,6 %	43,1 %	34,1 %	63,9%	26,4 %	21,9 %	31,1 %
Systembolagets hand. marg.	3,6 %	8,8 %	13,5 %	12,8 %	23 %	12,7 %	14,4 %
Moms	20 %	20 %	20 %	20 %	20 %	20 %	20 %

Källa: Systembolaget, 2009, s.7

Av de fyra beståndsdelarna återfinns alla utom alkoholskatten i priset på vanliga varor. Uttaget av alkoholskatter regleras i lag (1994:1564) om alkoholskatt som i 1 § delar in alkoholen i fyra grupper: öl, vin och andra jästa produkter, mellanklassdrycker och etylalkohol. Ölskatten regleras i lagens andra paragraf och innebär att skatt skall betalas till staten ifall alkoholhalten överstiger 0,5 volymprocent. I 2 § 4 st. anges att skatten upptill 2,8 vol% är 0 kronor och utöver 2,8 % är skatten 1,66 kronor per liter för varje volymprocent alkohol.

Skatten på vin regleras i 3 § och tas ut på varor vars alkoholhalt har uppstått enbart genom jäsnings och som har en alkoholhalt som överstiger 1,2 volymprocent men ligger under 15 % eller mellan 15 % och 18 % i fall vinet producerats utan tillsatser, det vill säga starkviner ingår inte. Skatten på viner som har en alkoholhalt mellan 1,2 % och 2,25 % är 0 kronor per liter. Skattesatserna är sedan som följer:

Tabell 3. Skattesatser

Alkoholhalt i volymprocent	Skatt per liter
Över 2,25 men inte över 4,5	7,58 kronor
Över 4,5 men inte över 7	11,20 kronor
Över 7 men inte över 8,5	15,41 kronor
Över 8,5 men inte över 15	21,58 kronor
Över 15 men inte över 18	45,17 kronor

Källa: Lag (1994:1564) om alkoholskatt 3§

Skatterna för de andra jästa dryckerna som inte hänförs till öl och vin är de samma som för vinet upp till 15 volymprocent. Skatten på mellanklassprodukter regleras i 5 § och med mellanklassprodukter förstås sådana drycker som inte beskattas enligt §§ 2-4. Alkoholhaltsgränserna är lägst 1,2 % och högst 22 % där skatten per liter för en alkoholhalt mellan 1,2 % och 15 % är 27,20 kronor och skatten per liter för en alkoholhalt mellan 15 % och 22 % är 45,17 kronor. Slutligen skatten på etylalkohol, alltså spritdrycker, regleras i 6 §

och gäller drycker med en alkoholhalt som överstiger 22 volymprocent eller 1,2 volymprocent beroende på vilket KN-nr de hänförs till. Skattesatsen är 501,41 kronor per liter ren alkohol.

Hur står sig då de svenska priserna på alkohol i relation till andra länder i Europa? En undersökning gjord av Eurostat 2006 visar att Sverige hade de sjunde högsta alkoholpriserna i Europa. Med utgångsvärdet 100 för EU-27 hade Sverige 145, Norge 229, Island 226, Finland 170, Danmark 128, Tyskland 82 och Frankrike 91.³⁵ Andra grannländer till Sverige som Polen hade ett indextal på 91, Estland hade 89, Lettland 92 och Litauen 79. Medelhavslandet Spanien har ett indexvärde på 81, Italien 113 och Grekland 109.³⁶ Den vanligaste destinationen för resandeförsel 2008 var Tyskland som stod för 50 % av resandeförseln. Övriga destinationer var Danmark som stod för 14 % av resandeförseln, Finland stod för 7 %, övriga EU stod för 20 %, varav 2 % i Polen och 3 % i Baltikum, och länder utanför EU stod för 10 %.³⁷

2.7 Alkoholens skadeverkningar

Alkoholen är inte som andra varor utan har en del sidoeffekter som är av en allvarlig grad. I Isacson (2000, s.192-196) listar Knut Svärdsudd, professor i allmän medicin, sju olika områden där alkoholen har effekt, positiva eller negativa. Det första området berör fosterskador som barnet kan få i fall modern drycker mycket under graviditeten. Dessa skador yttrar sig bland annat genom en mental retardering och tillväxthämning. Den mentala retarderingen är permanent och hämtas inte in. För att dessa skador skall uppstå måste modern konsumera minst 60 g alkohol om dagen (vilket motsvarar 15 cl starksprit eller 60 cl vin). I fall konsumtionen ligger under 10 g om dagen finns det inga tecken på att dessa fosterskador uppkommer. Det andra området rör neurologiska skador. Sådana skador uppstår vid ett långvarigt och högt alkoholintag. Då utvecklas senilitet, alkoholdemens och rums- och tidsuppfattningen försämras. Vid en konsumtion ner mot 10 g per dygn finns det inga indikationer som säger att dessa skador skall uppstå. Det finns inte heller några skyddande effekter vad gäller dessa båda områden.

Det tredje området berör psykiatriska åkommor. Som Svärdsudd framhåller är det svårt att avgöra i fall det är den psykiska sjukdomen som gör att individer utvecklar alkoholism eller om det är alkoholismen som orsakar den psykiska sjukdomen. Som han anger är det

³⁵ Systembolaget, 2009, s.7

³⁶ Epp.eurostat.ec.europa.eu 2009-12-25

³⁷ Ramstedt (red.), 2009, s.15

förmodligen ett samband som kan ha båda riktningarna. De psykiska sjukdomar som har starkast samband med alkoholism är schizofreni och s.k. affektiva sjukdomar som depression och ångest. Det finns också en koppling mellan självmord och alkohol eftersom självmord har visats stå för mellan en femtedel och en tredjedel av den överdödlighet som har påvisats hos alkoholberoende. Självmord är relaterat till perioder av psykisk instabilitet och, följaktligen, psykiska sjukdomar.

Det fjärde området berör våld och olycksfall. Det har påvisats att det finns en viss korrelation mellan överkonsumtion av alkohol och risken för våld och olycksfall. I Sverige har det gjorts undersökningar som visar att mellan 20 och 40 % av dem som söker sig till akutmottagningarna har någon form av alkoholberoende eller alkoholpåverkan. Nattetid kan denna andel vara uppemot 80 %. När det kommer till olycksfall, framförallt sådana med dödlig utgång, finns det en tydlig koppling med alkohol, cirka 30 % av de dödsfall som uppstår har någon form av relation till alkohol.

Det femte området behandlar cancerrisker. 3 % av alla cancerfall i landet beräknas ha alkoholen som orsak. De områden i kroppen som drabbas är de som kommer i kontakt med alkoholen, det vill säga munhålan, svalg, matstrupe, luftvägsstrupe, lever men inte magsäcken. Det skall dock framhållas att det är främst starkspriten som svarar för den ökade risken, medan vinet eller ölet inte har påvisats öka risken för cancer i de här organen. Det sjätte området berör hjärt- och kärl området. Som Svärdsudd framhåller finns det klara skadeeffekter av en hög konsumtion av alkohol inom hjärt-kärl området. Det har dock gjorts undersökningar som visar att en låg konsumtion av vin har en skyddande effekt mot hjärtinfarkter. En undersökning som Svärdsudd refererar säger att dödligheten i hjärtinfarkt var högst i den grupp som aldrig drack vin och lägst i den grupp som drack vin varje dag. En annan sjukdom som sorterar under hjärt- och kärl sjukdomar är slaganfall. Samma undersökning som refererades ovan visar att den som drack starksprit varje dag hade 2,5 gånger högre risk att få slaganfall jämfört med dem som aldrig drack starksprit. Vinet hade inte denna effekt. Det sjunde och sista området är risken att få diabetes. När starkspritkonsumtionen går upp ökar risken för att få diabetes. Vinet har inte samma effekt utan kan rent av ha vissa skyddande effekter.

Andra skador som kan uppstå vid alkoholkonsumtion är diverse olika leversjukdomar som skrumplever, fettlever och levercancer, diverse olika bristsjukdomar på grund av ensidig kost,

vid gravt missbruk, och en ökad infektionsrisk. Det uppstår också olika sociala skador som våld i hemmet, barnmisshandel och splittrade familjer.³⁸En annan faktor som påverkas är antalet sjukskrivningsdagar.³⁹

Kostnaden för dessa skador kan mätas med olika parametrar. Antalet svenskar som dör varje av sjukdomar eller skador som har samband med alkohol ligger mellan 5000 och 7000 personer.⁴⁰Enligt en annan skattning låg antalet döda på grund av alkoholrelaterade orsaker 2005 på 3840 personer.⁴¹Sjukvårdskostnaderna som är relaterade till alkohol ligger på ca 6 miljarder kronor. En skattning av de totala samhälliga kostnaderna för alkoholen ligger på 110 miljarder kronor 1998, där även produktionskostnaderna ingår. Den största delen av dessa kostnader kommer dock från att individer inte deltar fullt ut i arbetslivet eller dör i förtid. Dessa kostnader summerade till 61 miljarder 1998. Av dessa 61 miljarder fördelar sig 14 miljarder på sjukfrånvaro, 19 miljarder på dödsfallen och 19 miljarder på förtidspensioneringar. Vårdkostnaderna uppgick till 20 miljarder varav sjukvårdskostnaderna stod för 9 miljarder, socialvården för 10 miljarder och en miljard gick till kriminalvården. Utslaget på en 70 cl flaska starksprit blir kostnaden 560 kr och utslaget på en 75 cl flaska lättvin blir kostnaden 180 kronor.⁴²

3. Monopolet

Som jag nämnde i inledningen är Systembolaget inte ett naturligt monopol utan ett lagreglerat monopol. Jag kommer därför först att gå igenom den lagstiftning som ligger till grund för Systembolaget. Efter det kommer jag att beskriva dagsläget för att se om monopolet är ett monopol och redogöra för monopolets historik.

3.1 Alkohollag (1994:1738)

Lagen innehåller tolv kapitel. Det första kapitlet består av olika definitioner, det andra kapitlet behandlar tillverkningen av alkoholdrycker, det tredje kapitlet innehåller allmänna bestämmelser om detaljhandel, det fjärde kapitlet behandlar partihandel, det femte detaljhandel och det sjätte kapitlet behandlar servering. Resterande kapitel berör olika tillstånds-, tillsyns-, överklagande-, ansvars-, förverkande- och registerfrågor.

³⁸ www.alkoholprofilen.se 2009-12-28

³⁹ Holder, red, 2008, s.9

⁴⁰ Andréasson, 2001, s.31

⁴¹ Holder (red), 2008, s.66

⁴² Andréasson, 2001, s.33 och 40

Innehållet i lagens första kapitel berör definitionen av de olika drycker, som har berörts i denna uppsats första kapitel, förutom den sista paragrafen, 8 §, som säger att tillverkare är den som bedriver yrkesmässig tillverkning enligt alkohollagen. Försäljning definieras som varje tillhandahållande av dryck mot ersättning. Med detaljhandel menas försäljning till konsument. Servering är när drycker tillhandahålls till försäljning för förtäring på stället och partihandel är all övrig försäljning.

Kapitel två innehåller bestämmelser om vem som får tillverka de olika alkoholdryckerna. § 1 säger att sprit eller spritdrycker endast får tillverkas i fall tillverkaren har tillstånd härför. § 2 säger samma sak för vin, starköl och öl med det undantaget att det inte behövs tillstånd vid tillverkning i hemmet för eget behov. 1 § anger för övrigt också att endast den som har tillstånd att tillverka sprit får inneha sådan destillationsapparat som krävs för att tillverka sprit. § 4 säger att tillverkarna av alkoholdrycker får förfoga endast över det och sälja det enligt alkohollagens ramar. Med detta menas att tillverkarna endast kan sälja sina varor till andra som har partihandelstillstånd, då de som har tillstånd att tillverka en viss alkoholdryck även anses ha partihandelstillstånd, till företag eller enskilda personer som har serverings- eller tillverkningsstillstånd samt till detaljhandelsbolaget, alltså Systembolaget. Tillverkarna får alltså inte sälja direkt till konsumenterna.⁴³

Kapitel tre innehåller allmänna bestämmelser om försäljning. § 1 har berörts tidigare men säger att försäljning av spritdrycker, vin eller starköl inte får ske om det inte föreligger rätt till det enligt alkohollagen. Som nämns i denna uppsats andra kapitel finns det en särskilnad mellan öl och starköl som framgår av denna paragraf. § 4 tar upp två saker dels att försäljningen av drycker som omfattas av alkohollagen skall bedrivas på sådant sätt att skador i möjligaste mån förhindras dels att den som tar befattning med försäljning av drycker skall se till att ordning och nykterhet råder på försäljningsstället. § 6 föreskriver att det vid försäljning av alkohol skall finnas att tillgå lättdrycker i som det heter ”tillfredsställande urval och omfattning”. Med lättdrycker menas alkoholfria drycker.⁴⁴ Enligt 7 § måste den som bedriver försäljning av alkohol vara minst 20 år. Detta gäller den som har tillståndet för försäljning och inte dennes anställda.⁴⁵

⁴³ Billum et al, 1995, s.29

⁴⁴ Billum et al, 1995, s.34

⁴⁵ Billum et al, 1995, s.34

Sedan följer den 8 § som har ett antal regler som är bärande. Den första regeln är att spritdrycker, vin eller starköl inte får säljas eller lämnas ut till personer som inte har fyllt 20 år inom detaljhandeln, alltså hos Systembolaget. I samma stycke anges åldersgränsen 18 år för servering och detaljhandel med öl. Regel nummer två är att alkohol inte får lämnas ut till den som är märkbart påverkad av alkohol eller andra berusningsmedel. Regel nummer tre är att alkoholdrycker inte får lämnas ut om det finns anledning att anta att den utlämnade alkoholen skall tillhandahållas någon annan olovligen, det vill säga langas. Det sista stycket i 8 § säger att den som lämnar ut alkoholdrycker skall förvissa sig om att den som tar emot drycker har uppnått rätt ålder.

Det fjärde kapitlet innehåller dels redan berörda bestämmelser om partihandel och regler om import och export samt marknadsföring. § 2 säger att som huvudregel får endast den som har partihandelstillstånd och detaljhandelsbolaget importera spritdrycker, vin och öl. I samma paragraf finns dock ett antal undantag till denna huvudregel varav den viktigaste är punkt två som säger att den som har fyllt 20 år får ta med sig alkoholdrycker från utlandet hem till Sverige för sitt eller sin familjs personliga bruk. §§ 8-13 behandlar hur marknadsföringen av alkoholdrycker får gå till. Grundprincipen är den att reklam är tillåten men att den skall iaktta särskild måttfullhet, som det står i 8 §. I § 11 c står det också att information om alkoholens skadeverkningar skall inkluderas i annonser i periodiska skrifter eller liknande skrifter.

Kapitel fem innehåller bestämmelser om detaljhandel. Den första delen behandlar detaljhandel med spritdrycker, vin och starköl. Den andra delen behandlar detaljhandel med öl, som redan har berörts i denna uppsats under 2.3. Den första paragrafens första stycke säger att för detaljhandel av ovan nämnda varor skall det finnas ”ett särskilt för ändamålet bildat aktiebolag (detaljhandelsbolaget), som staten äger.”. Andra stycket säger att Systembolaget inte får tillverka eller exportera de drycker som de säljer. Systembolaget får dock importera dessa drycker om det krävs för att fullgöra den skyldighet som finns angiven i § 5. Det tredje stycket anger att detaljhandelsbolaget endast får bedriva partihandel med dem som har serveringstillstånd. Bolaget får dock bedriva partihandel i enstaka partier med dem som har partihandelstillstånd. Det fjärde stycket anger att det finns ett särskilt avtal mellan staten och Systembolaget angående dess verksamhet och drift.

Det femte kapitlets andra paragraf säger att detaljhandel med spritdrycker, vin och starköl endast får bedrivas av detaljhandelsbolaget, alltså Systembolaget. Det är också Systembolaget

som enligt samma paragraf beslutar om försäljningsställets förläggning. Det skall dock ske i enlighet med det avtal som finns mellan Systembolaget och staten. 3 § reglerar hur försäljning får ske. Det får ske genom försäljning till avhämtning, alltså försäljning i en systembutik, genom försändning på rekvisition, alltså genom något av Systembolagets ombud, eller genom auktion för annans räkning. Enligt samma paragraf får Systembolaget också bedriva varuprovning utan hinder av de regler som ställs upp för servering i AL 6:1. § 5, slutligen, säger att Systembolaget skall ta hem varor på begäran i fall de saknas i lagret.⁴⁶

3.2 Tillkännagivande (2008:39) av avtal mellan Systembolaget Aktiebolag och staten.

Detta avtal är indelat i 18 paragrafer och behandlar allmänna bestämmelser, produkturval, marknadsföring och produktinformation, detaljhandel, partihandel, auktioner, provningar och avslutas med giltighetstid och ändringar och tillägg. I § 2 fastställs det att Systembolaget AB är det detaljhandelsbolag som avses i alkohollagen.

§§ 4-6 behandlar produkturval. Produkturvalet skall genomföras så att inhemska produkter inte favoriseras. Systembolagets urvalskriterier skall grundas på en bedömning av produktens kvalitet, särskilda risker för skadeverkningar av produkten, kundernas efterfrågan och andra affärsmässiga hänsyn. Leverantörer kan begära överprovning hos Alkohol- och läkemedelssortimentsnämnden i fall de finner Systembolagets beslut rörande vilka produkter som skall ingå i det ordinarie sortimentet felaktigt. Denna rätt till överklagan finns inte när det gäller beställningssortimentet. Systembolagets handelsmarginal skall sättas efter objektiva kriterier och vara neutral mellan inhemska och utländska varor.

I 7 § anges att marknadsföringen skall vara produkt- och landsneutral. Bolaget skall även verka för att nya produkter blir kända och även sprida information om riskerna med alkohol till allmänheten. Detaljhandeln skall bedrivas i enlighet med alkohollagen och verksamheten skall också drivas rationellt och kunderna skall ges god service. 8 § nämner också att verksamheten skall bedrivas i egen regi. När det kommer till etableringen av systembutiker, som regleras i § 9, skall varje kommun som begär det i princip få ett försäljningsställe. Beslut om etablering eller nedläggning av butiker tas av styrelsen. Till grund för bedömningen i fall en butik skall öppnas eller stängas skall ligga företagsekonomiska och servicemässiga

⁴⁶ Billum et al, 1995, s.54

överväganden. § 10 anger att kommunen och polismyndigheten skall höras innan någon förändring av butiksnätet sker som drabbar de två myndigheterna. Butikernas öppethållande skall ligga i linje med det som beslutats av riksdagen.

§ 13 anger att Systembolaget skall skicka en försändelse med rekvisition till en köpare i en ort som inte har en systembutik. För att tillgodose sådana behov kan Systembolaget antingen upprätta ett ombud eller skicka varan med post eller allmänna kommunikationsmedel. Kostnaderna skall bolaget stå för. Den partihandel som Systembolaget får bedriva enligt alkohollagen skall enligt 15 § i detta avtal bära sina egna kostnader och handelsvillkoren skall vara opartiska och stämma överens med dem som gäller inom partihandeln. §§ 15 och 16 säger att Systembolaget har rätt att bedriva auktioner i egen regi, dock får andra företag utföra själva auktionen, och varuprovningar i egen regi. I båda fallen har bolaget rätt att ta ut en avgift.

3.3 Monopolet och EU

I samband med att Sverige gick med i EU 1 januari 1995 innebar det att förändringar blev aktuella i den svenska alkoholpolitiken. Som Billum m fl (1995, s.49-51) skriver innebar EU-inträdet att detaljhandelsmonopolet granskades för att se i fall det kunde leva kvar enligt EU:s regelsystem. Det kunde det så länge det inte uppstår några diskriminerande effekter mellan varor från Sverige och samma varor som kommer från andra länder som tillhör EU. Med anledning av detta skall detaljhandelmonopolet iakttaga objektivitet i valet av varor som skall ingå i sortimentet och när det gäller informationen om dem. Det EG-rätten mer specifikt kräver är att statliga handelsmonopol skall vara icke-diskriminerande och inte hindra den fria rörligheten av varor inom EU och EES området. Samma regelsystem drabbade partihandelsmonopolet (V&S Vin & Sprit AB) som gavs upp och ersattes av tillståndsplikt vilket också monopolet på sprittillverkning fick uppleva.⁴⁷ Ett annat exempel på EU:s påverkan på svensk alkoholpolitik är den dom som kom i Gourmet-målet 2002 där det tidigare svenska förbudet mot alkoholreklam ansågs oförenligt med EG-rätten. Det ledde till att den ovan återgivna lagstiftningen infördes 2004.⁴⁸

Ett ytterligare exempel på EU:s påverkan på svensk alkoholpolitik är införselkvoterna. I samband med medlemskapsförhandlingarna utverkade de svenska förhandlarna ett undantag

⁴⁷ Billum et al, 1995, s.27 och 38

⁴⁸ Johansson, 2008, s.427

från de införselkvoter som gäller vid resor av privatpersoner mellan olika EU-länder. I den första omgången skulle undantaget gälla i två år som 1996 förlängdes till den 30 juni 2000. Förhandlingarna under år 2000 mellan den svenska regeringen och EU-kommissionen slutade med en kompromiss där Sverige stegvis anpassade införselkvoterna till EU-standard. Från den 1/1-2004 gäller samma regler som för resten av EU.⁴⁹ De införselkvoter som gällde från EU-inträdet 1/1 1995 var 1 liter sprit eller 3 liter starkvin, 5 liter vin och 15 liter öl. De införselkvoter som gäller från den 1 januari 2004 är 10 liter sprit, 20 liter starkvin, 90 liter vin och 110 liter öl. Dessa införselkvoter är dock riktvärden då huvudprincipen är att det skall vara för personligt bruk och att den som reser in i Sverige skall kunna påvisa detta. Införselkvoterna är också per resande över 20 år vilket betyder att i fall det är fyra vuxna i sällskapet skall de indikativa kvoterna fyrdubblas.⁵⁰

3.4 Systembolaget av idag

Som nämdes i 3.1 och 3.2 är Systembolaget helägt av staten. Som sådant företag sorterar Systembolaget under Socialdepartementet och styrs från ägarens sida via dels det i 3.2 återgivna avtalet, alkohollagen och ägardirektivet. Varje år hålls en bolagsstämma som bland annat tillsätter styrelsen. Styrelsen i sin tur utser VD. Systembolagets huvudkontor, med ledningsfunktioner, finns i Stockholm. Under VD:n sorterar två vice verkställande direktörer som har ansvar för varsitt verksamhetsområde, varuförsörjning och försäljning. Verksamhetsområde varuförsörjning är de som bestämmer vad som skall ingå i sortimentet och ser till att dessa varor når butikerna. Verksamhetsområde försäljning är den avdelning som handhar driften och försäljningen i de 412 butikerna och hos de 525 ombuden, som är spridda över hela landet. Antalet anställda 2008-12-31 var 4 740 personer⁵¹

Ägardirektiven från staten har fyra delar. Den första delen är ett socialpolitikiskt mål som säger att Systembolagets monopol på spritdrycker, vin och öl har ett socialpolitiskt syfte. Den andra delen behandlar de finansiella målen som är att soliditeten i koncernen, beräknad som eget kapital i procent av balansomslutningen, bör uppgå till cirka 35 %. Räntabiliteten, beräknad som årets resultat i procent av genomsnittligt eget kapital skall motsvara den tioåriga obligationsräntan (genomsnittligt beräknad för räkenskapsåret) med ett tillägg på fyra procentenheter. I fall räntabilitetsmålet varaktigt överskrids bör detta komma kunderna till del genom en anpassning av handelsmarginalen. Det tredje målet är att Systembolaget skall drivas

⁴⁹ Johansson, 2008, s.430-33

⁵⁰ Andersson, 2006, s.38

⁵¹ Systembolaget, 2009, s.54-57 och 128, med siffror för 2009 hämtade på www.systembolaget.se 2010-01-04

ekonomiskt effektivt. När handelsmarginalen fastställs skall bolaget beakta att det får täckning för sina kostnader och att staten får skälig avkastning i enlighet med räntabilitetsmålet. För att nå detta mål har Systembolaget att utnyttja de lämpliga effektivitets- och produktivitetsförbättringar som finns att tillgå. Det sista målet rör utdelning. Utdelning till staten skall ges, i enlighet med aktiebolagslagen, med ett belopp som motsvarar minst hälften av årets resultat i koncernen. Det kan då tilläggas att förutom själva Systembolaget finns tre dotterbolag i koncernen.⁵²

De ekonomiska resultaten för 2008 i miljoner svenska kronor var som följer: bruttoresultatet 2 699 MSEK, rörelseresultatet 135 MSEK, finansnetto 698 MSEK, resultatet före skatt 833 MSEK och årets resultat 774 MSEK. Handelsmarginalen inklusive alkoholskatten var 12,7 %. Handelsmarginalen exklusive alkoholskatten var 22,6 %. Utdelningen per aktie var 2 151 kronor vilket också var resultatet per aktie. Resultatet för de mål som är uppsatta i ägardirektivet, för 2008, är att avkastningen på det egna kapitalet var 36,6 %, nivån i enlighet med ägardirektivet var 7,9 %, soliditeten var 38 %, i jämförelse med nivån i ägardirektivet som anger 35 %, och utdelningen var 100 % av resultatet där ägardirektivet säger att miniminivån skall vara 50 %.⁵³

Systembolagets försäljning av drycker uppgick 2008 till 417,3 miljoner liter. Eftersom Systembolaget har ett detaljhandelsmonopol är det intressant att se hur mycket av den totalt konsumerade alkoholen härstammar från Systembolaget. Siffrorna för 2008 var att det konsumerades totalt 9,54 liter 100 % ren alkohol, vilket är en nedgång från 2007 med 3 %. I följande tabell redovisas alkoholanskaffningens fördelning total och för de olika varugrupperna:

Tabell 4. Alkoholanskaffningens fördelning, i procent, totalt och i varje varugrupp 2008

	Sprit	Vin	Starköl och cider	Totalt
Systembolaget	45 %	75 %	45 %	57 %
Restauranger	6 %	7 %	15 %	10 %
Livsmedelsbut.	-	-	17 % (folköl)	6 % (folköl)
Resandeförs.	38 %	13 %	12 %	18 %
Smuggling	8 %	2 %	10 %	6 %
Hemtillverkning	3 %	3 %	1 %	2 %

⁵² Systembolaget, 2009, s.56 och 59-60

⁵³ Systembolaget, 2009, s.71-76

Källa: www.sorad.su.se och Systembolaget, 2009, s.19 och 71

Skillnaderna inom landet är också betydande. En undersökning genomförd av Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning, förkortat Sorad, från 2009 visar på detta. De delar in landet i sex områden. Dessa områden är Skåne, Blekinge/Kronoberg/Halland, Västra Götaland, Övriga län i Götaland (vilka är Jönköping, Östergötland, Kalmar och Gotland), Stockholms län, Övriga län i Svealand (vilka är Uppsala, Södermanland, Västmanland, Örebro, Värmland och Dalarna) och Norrland (som består av Gävleborg, Västernorrland, Jämtland, Västerbotten och Norrbotten). Till detta kommer riksgenomsnittet. Förutom den regionala indelningen har också en indelning efter anskaffningssätt gjorts. Den indelningen är Systembolaget, restauranger, livsmedelsbutiker, resandeförsel, smuggling, hemtillverkning och den totala alkoholkonsumtionen i 100 % ren alkohol. Förutom konsumtionen räknat i liter kommer också de olika kategoriernas andel i respektive region att visas. Fördelningen för 2008 är som följer:

Tabell 5. Alkoholanskaffningens fördelning i liter och procent, regionalt, 2008

	Skåne	Blekinge/ Halland/ Kronoberg	Västra Götal.	Övriga Götal.	Sthlms län	Övriga Sveal.	Norrl.	Riket
Systembolaget	3,6 l 41,9 %	4,2 l 43,8 %	5,3 l 51,2 %	4,7 l 52,2 %	6,4 l 62,7%	5,8 l 63 %	6,1 l 75 %	5,4 l 57,4%
Restauranger	0,9 l 10,5 %	0,6 l 6,3 %	1,3 l 12,7 %	0,7 l 7,8 %	1,6 l 15,7%	0,5 l 5,4 %	0,6 l 7,4 %	1,0 l 10,6%
Livsmedelsbut.	0,6 l 7,0 %	1,0 l 10,4 %	0,6 l 5,9 %	0,6 l 6,7 %	0,7 l 6,9 %	0,7 l 7,6 %	0,4 l 4,9 %	0,6 l 6,4 %
Resandeförs.	2,7 l 31,4 %	3,2 l 33,3 %	1,5 l 14,7 %	1,7 l 18,9 %	1,1 l 10,8%	1,8 l 19,6%	0,6 l 7,4 %	1,7 l 18,1%
Smuggling	0,7 l 8,1 %	0,5 l 5,2 %	1,0 l 9,8 %	1,0 l 11,1 %	0,3 l 2,9 %	0,4 l 4,3 %	0,2 l 2,5 %	0,6 l 6,4 %
Hemtillverkning	0,1 l 1,2 %	0,1 l 1 %	0,5 l 4,9 %	0,2 l 2,2 %	0,1 l 1 %	0,1 l 1,1 %	0,1 l 1,2 %	0,2 l 2,1 %
Totalt	8,6 l	9,6 l	10,2 l	9,0 l	10,2 l	9,2 l	8,1 l	9,4 l

Källa: Ramstedt (red.), 2009, s.9-11

Som synes är den totala konsumtionen varierande i de olika delarna av landet. Den totala konsumtionen har också varierat över tid. För perioden 2001-2008 ser siffrorna ut för samma regioner som ovan:

Tabell 6. Den totala uppskattade alkoholkonsumtion

	Skåne	Bl./Hall./ Kronob.	V. Götaland	Övriga Göta.	Sthlms län	Övriga Sveal.	Norrl.	Riket
2001	9,9 l	8,1 l	9,6 l	8,5 l	11,3 l	8,3 l	7,2 l	9,1 l
2002	11,2 l	9,1 l	10,6 l	9,1 l	11,2 l	8,8 l	8,1 l	9,9 l
2003	11,4 l	9,8 l	10,8 l	9,8 l	11,9 l	9,1 l	8,4 l	10,2 l
2004	10,9 l	11,8 l	10,9 l	9,7 l	11,2 l	10,1 l	8,9 l	10,5 l
2005	11,1 l	10,6 l	10,0 l	8,9 l	11,1 l	9,8 l	8,5 l	10,1 l
2006	9,0 l	9,8 l	10,2 l	8,7 l	10,5 l	9,8 l	8,9 l	9,8 l
2007	9,9 l	9,7 l	10,1 l	9,0 l	11,2 l	9,1 l	8,1 l	9,8 l
2008	8,6 l	9,6 l	10,2 l	9,0 l	10,2 l	9,2 l	8,1 l	9,4 l

Källa: Ramstedt (red.), 2009, s.9-11

Systembolagets marknadsandel har också varierat i samma undersökning och för de olika regionerna. Siffrorna, som består av Systembolagets försäljning delat med siffrorna i föregående tabell, för att få fram marknadsandelen, är som följer:

Tabell 7 Systembolagets marknadsandel i liter och procent

	Skåne	Bl./Hall./ Kronob.	V. Götaland	Övriga Göta.	Sthlms län	Övriga Sveal.	Norrl.	Riket
2001	3,1 l 31,3 %	3,4 l 42,0 %	4,3 l 44,8 %	4,0 l 47,1 %	6,1 l 53,1 %	4,8 l 57,8 %	4,8 l 66,7%	4,6 l 50,5 %
2002	3,3 l 29,5 %	3,8 l 41,8 %	4,9 l 46,2 %	4,3 l 47,3 %	6,3 l 56,3 %	5,3 l 60,2 %	5,3 l 65,4%	5,0 l 50,5 %
2003	3,2 l 28,1 %	3,9 l 39,8 %	5,0 l 46,3 %	4,4 l 44,9 %	6,3 l 53,0 %	5,5 l 60,4 %	5,6 l 66,7%	5,1 l 50 %
2004	3,0 l 27,5 %	3,6 l 30,5 %	4,6 l 42,2 %	4,1 l 42,3 %	6,1 l 54,5 %	5,1 l 50,5 %	5,5 l 61,8%	4,8 l 45,7 %
2005	3,1 l 27,9 %	3,7 l 34,9 %	4,7 l 47 %	4,2 l 47,2 %	6,1 l 55 %	5,1 l 52 %	5,5 l 64,7%	4,9 l 48,5 %
2006	3,3 l 36,7 %	3,9 l 39,8 %	4,9 l 48 %	4,4 l 50,6 %	6,2 l 59 %	5,4 l 55,1 %	5,7 l 64 %	5,1 l 52 %
2007	3,5 l 35,4 %	4,1 l 42,3 %	5,2 l 51,5 %	4,9 l 54,4 %	6,5 l 58 %	5,6 l 61,5 %	6,0 l 74 %	5,3 l 54 %
2008	3,6 l	4,2 l	5,3 l	4,7 l	6,4 l	5,8 l	6,1	5,4 l

	41,9 %	43,8 %	52 %	52,2 %	62,7 %	63 %	75,3%	57,4 %
--	--------	--------	------	--------	--------	------	-------	--------

Källa: Ramstedt (red.), 2009, s.9-11

Dessa förändringar har skett samtidigt som Systembolaget har genomfört betydande förändringar i hur försäljningen sköts. En förändring som genomfördes den 1 juli 2001 var att Systembolaget började med lördagsöppna butiker. Innan detta genomfördes hade ett experiment med lördagsöppet genomförts i vissa delar av landet. Utvärderingen av detta försök visade att försäljningen steg med tre procent, men de indikatorer som användes för att mäta skadorna inte visade några statistiskt signifikanta förändringar. En annan förändring som har skett under denna period är att butikerna har gått från att ha försäljning över disk till att bli självbetjäningsbutiker. Ett försök med självbetjäning genomfördes i sex butiker. Den utvärdering som gjordes av försöket visade att försäljningen ökade med mellan sju och nio procent, mätt i 100 % ren alkohol. Ökningen var störst för vinet, dubbelt så stor som för spriten. Kundundersökningar visade också att självbetjäningen var uppskattad av kunderna eftersom kunden kunde välja själv och väntetiderna upplevdes som kortare. Mot bakgrund av detta beslutade Systembolagets styrelse att bygga om samtliga butiker till självbetjäning. Vid årsskiftet 2008/09 var 332 butiker av de 411 butikerna självbetjäningsbutiker. Självbetjäningsbutikerna står för 93,7 procent av omsättningen.⁵⁴

3.5 Systembolagets historia

Som jag nämnde i beskrivningen av de olika dryckerna har de en lång historia. Systembolaget har också en lång historia men dock inte fullt lika lång. Det första bolaget bildades i Falun 1850. Det rörde sig om ett utskänkningsbolag för brännvin. Det viktiga med bolaget var att det skulle vara utan vinstintresse för att på så sätt ordna brännvinsförsäljningen till gagn för arbetarna vid Falu koppargruva. Fenomenet spred sig till andra svenska städer under de följande åren. Bolagen skiftade till sin karaktär. Antingen kunde de ha hand om bara utskänkningsbolaget eller bara minuthandeln eller både och. Det rörde sig dock alltid om kontroll över handeln med brännvin. Utskänkningsbolaget motsvaras av dagens serveringstillstånd och minuthandeln motsvarar dagens detaljhandel. Dessa tidiga bolag hade först sedliga och moraliska principer, enligt dem som utstakades i Falubolagets reglemente men efterhand kom de ekonomiska intressena att ta över. Det blev dock inte bolaget i Falun som kom att utgöra grunden för dagens Systembolag utan det bolag som etablerades i Göteborg 1865.

⁵⁴ Systembolaget, 2009, s.3 och omslaget

Göteborgssystemet började också som ett utskänkingsbolag och först 1874 övertogs utminuteringsbolaget av Göteborgsbolaget. Detta Göteborgssystem spreds sig till andra svenska städer och genom 1895 års försäljningsförordning blev de principer som låg till grund för Göteborgssystemet obligatoriska för samtliga bolag i Sverige. De principer som låg till grund för Göteborgssystemet var att skapa sedlighet och välstånd hos arbetarklassen genom ökad kontroll över brännvinsförsäljningen och att bolaget skulle bedriva sin verksamhet utan privat vinstintresse. Genom 1905 års försäljningsförordning blev bolagsformen obligatorisk i hela Sverige för detaljhandel med brännvin.⁵⁵

Dessa bolag var kommunalt baserade i så måtto att det låg på kommunerna, eller före 1863 socknarna, och städerna att besluta om de ville ha utskänkings- och/eller utminuteringsrättigheter. I fall de motsatte sig att dessa verksamheter skulle förekomma inom kommunen eller staden blev det inget. Det var därmed ett kommunalt veto. Det grundades på 1855 års försäljningsförordning. Det var dock bara möjligt för städerna att ha bolag. Detta ändrades genom 1905 års försäljningsförordning då det även blev tillåtet för landskommunerna att bilda bolag.

Vad gäller det två andra alkohollagen vin och öl reglerades dessa också men först senare. Genom 1885 års förordning blev lanthandlarna tvungna att ansöka om tillstånd hos kommunen om de ville bedriva försäljning av kvantiteter om mindre än 10 liter. 1893 började samma regler gälla för ölförsäljningen. 1897 likställdes avhämtning av öl på stället med kringföring, alltså att öl kördes runt till kunderna. 1903 förbjöds kringföring på landsbygden. Genom 1905 års förordning likställdes vin och öl och stad och land.⁵⁶

Nästa stora förändring kom genom 1917 års rusdrycksförsäljningsförordning. I den likställdes brännvinet, vinet och ölet och blev rusdrycker. Alkoholgränsen för öl sattes till 3,6 volymprocent. Lägre alkoholhalt innebar att ölet inte omfattades av lagen. Vidare innebar lagen att tillverkare och partihandlare endast fick sälja till bolagen och bolagen fick inte längre överlåta försäljningsrättigheterna till en privatperson utan all verksamhet skulle bedrivas i bolagens regi. Till följd av 1917 års rusdrycksförsäljningsförordning lades också vinet och starkölen på bolagen. En annan förändring var också att statens kontroll ökade genom att bolagens styrelseordförande skulle vara en ämbetsman från den statliga

⁵⁵ Johansson, 2008, s.71-83

⁵⁶ Johansson, 2008, s.57-60

myndigheten Kontrollstyrelsen och de vinster som uppstod skulle överföras till statsverket. Delägarna skulle dock ha rätt till en femprocentig avkastning på sitt insatta kapital. Bolagen skulle dock fortsatt vara kommunala i den meningen att kommunerna och städerna behöll sina veton mot utskänkings- och utminuteringsrättigheter. Bolagen var antingen kommunalägda eller privatägda med sanktion från kommunen. Bolagens styrelser skulle nämligen bestå av två ledamöter från delägarna, en ledamot från kommunen eller staden, en ledamot från landstinget och som nämnts en ledamot från Kontrollstyrelsen. Vinstmedlen hade tidigare delats mellan delägarna, kommunerna/städerna, landstingen och hushållningssällskapen.⁵⁷

Det viktigaste inslaget i 1917 års rusdrycksförsäljningsförordning var dock att motboken infördes. Denna motbok fungerade enligt följande sätt: den som ville köpa något av det som bolagen tillhandahöll fick ansöka skriftligt hos det bolag där han ville köpa dryckerna. Om bolaget inte fann något hinder mot att personen skulle få köpa dryckerna utfärdades en motbok där anvisningar fanns om exakt i vilken butik som dryckerna kunde köpas. Motboken kunde dock dras in ifall personen ifråga dömts för fylleri, undergått straffarbete eller fängelse eller vårdats för sinnessjukdom som orsakats av rusdrycksförtäring eller varit intagen på rusdrycksanstalt. Åldersgränsen för inköp av rusdrycker sattes till 21 år, men vid servering sattes gränsen vid 18 års ålder. Ett ytterligare moment i motbokssystemet var att det sattes en begränsning på hur mycket som kunde köpas i månaden. Detta gällde dock bara spritdrycker. Men i fall vin och öl kunde fungera som substitut mot spritdrycker skulle samma regler iakttas. Systembolagen skulle också föra register över sina kunder för att se vilka som fick och inte fick handla. Beslut därom togs av de kommunala nykterhetsnämnderna.⁵⁸

I samma veva infördes också partihandelsmonopolet genom en lagändring 1923 vilket gjorde att det krävdes regeringens tillstånd för att bedriva partihandel. Genom Ivan Bratts försorg hade det dock skapats endast ett partihandelsbolag värt namnet, då han genom sitt företag AB Vin- & Spritcentralen hade köpt upp alla privata partihandlare. Vin- & Spritcentralen överfördes 1919 till ett statskontrollerat konsortium.⁵⁹

Nästa förändring kom genom 1937 års rusdrycksförsäljningsförordning som bevarade motbokssystemet men som avskaffade de kommunala vetona mot försäljningsrättigheter. Systembolagens organisation förändrades också genom att de 121 kommunala bolagen

⁵⁷ Johansson, 2008, s.157-162

⁵⁸ Johansson, 2008, s.162-165

⁵⁹ Johansson, 2008, s.174-176

ersattes av 41 regionala systembolag. Dessa 41 bolag fick tilldelat varsitt detaljhandelsområde där de skulle driva detaljhandeln. Dessutom överfördes på de regionala bolag bestämmanderätten över etableringen av utminuteringsställen inom varje detaljhandelsområde. Den statliga kontrollen över bolagen ökad också genom att av systembolagens fem styrelseledamöter skulle två komma från Kontrollstyrelsen, en från länsstyrelsen, en från landstinget och slutligen skulle en styrelseledamot utses av bolagsstämman. De kommunala styrelseledamöterna hade således mönstrats ut. Tillståndet för att bedriva detaljhandel med rusdrycker kom nu enbart från länsstyrelserna och tillstånden gällde nu till dess ett beslut kom som sa annorlunda. Tidigare hade detaljhandelstillstånden varit tidsbegränsade. Dessutom skärptes Kontrollstyrelsen tillsyn och kontroll av verksamheten.⁶⁰

Den 1 oktober 1955 avskaffades motboken och den fria försäljningen infördes. Alla kvantitetsbegränsningar lyftes och rättigheten att göra inköp av alkoholdrycker begränsades endast av en åldersgräns på 21 år och av att nykterhetsnämnden hade beslutat att förbjuda inköp av alkoholdrycker. Denna information skulle dock komma detaljhandelsbolaget, och dess utminuteringsställe, tillhanda. Dessutom bibehölls den hundraåriga principen att alkohol inte fick säljas till berusade personer och det skrevs dessutom in i förordningen att försäljning av rusdrycker kunde vägras i fall det förelåg misstanke om langning, och då inte bara till ungdomar. Förutom detta kunde de som dömdes för olovlig försäljning, efter beslut av länsnykterhetsnämnderna, avstängas i högst ett år från att få handla på bolaget. Den 1 oktober 1955 är dessutom det datum som det nuvarande Systembolaget AB tog över genom en sammanslagning av de 41 regionala systembolagen till ett riksbolag. Riksdagsbeslutet som låg till grund för denna förändring stipulerade att rätten till utminutering endast fick skötas av ett för ändamålet grundat aktiebolag. De som fick äga detta bolag var endast svenska staten eller svensk medborgare som hade erhållit regeringens tillstånd. Systembolagen hade därmed förstatligats och centraliserats. När det kom till placeringen av systembutiker skulle det i varje län bildas en särskild nämnd som Systembolaget skulle inhämta yttrande från innan beslut togs om butiksplacering.⁶¹

De förändringar som genomfördes under perioden 1955-1990 var att spärrlistorna, det vill säga de listor som fanns över dem som inte fick handla alkohol, avskaffades den 1 juli 1977

⁶⁰ Johansson, 2008, s.289-296

⁶¹ Johansson, 2008, s.330-335

och lördagsstängda butiker infördes den 1 juli 1982. En allmän trend under de senaste 55 åren har varit att Systembolaget gått från att vara ett alkoholpolitiskt instrument ämnat att begränsa konsumtionen och kontrollera kunderna till att bli ett bolag som har service och nöjda kunder som huvudmål.⁶²

4. Teorin

Jag kommer i detta kapitel i korthet redogöra för huvuddragen i *cost-benefit analysis*.

4.1 Cost-benefit analysis

Som nämdes i inledningen går cost-benefit analys ut på att jämföra kostnader och fördelar med ett visst projekt eller företeelse. Det är dock viktigt att framhålla att det rör sig om kostnader och förtjänster på en samhällelig nivå. För att använda uppsatsens ämne som exempel är det inte den enskilde individens kostnad av att konsumera en flaska vin och om han eller hon finner det värt priset som är det viktiga. Det viktiga är istället ifall de förtjänster som konsumtionen av alkohol, i stort, för med sig är värt kostnaderna. För att ta det i ekvationsform. Frågan är om de samhällliga förtjänsterna, *social benefits*, B, på engelska, är större än de samhällliga kostnaderna, *social costs* på engelska, C. Frågan är alltså om ifall de samhällliga nettoförtjänsterna, *net social benefits* på engelska, är positiva eller negativa.⁶³

Det är själva tanken bakom denna analysmetod. Sedan kommer problemet med att mäta de olika parametrarna, bestämma vilka parametrar som skall mätas och hur dessa parametrar skall få ett monetärt värde, ifall sådant saknas, samt att bestämma när dessa mätningar skall äga rum.

Frågan om när berör frågan om när en cost-benefit analys skall genomföras. Det finns fyra olika tillfällen och dessa är *ex ante*, vilket betyder att analysen genomförs före det att ett projekt eller åtgärd sätts i verket, *ex post*, vilket innebär att analysen genomförs i efterhand, *in medias res*, som är en analys av ett projekt eller åtgärd medan detta fortfarande pågår, och slutligen kan en komparation göras mellan en *ex ante*-analys och en *ex post*-analys. Analysen i denna uppsats blir en *in medias res*-analys i så måtto att Systembolaget fortfarande är verksamt.⁶⁴

⁶² Johansson, 2008, s.382 och 404

⁶³ Boardman et al, 2006, s.2

⁶⁴ Boardman et al, 2006, s.3

I Boardman et al (2006, s.7-17) finns det nio steg i vanlig ordinär CBA, som är en förkortning av *cost-benefit analysis*. Steg 1 handlar om att fastställa vilka alternativ som skall jämföras. I teorin skulle en CBA kunna bestå av hur många alternativ som helst men det leder till otaliga kombinationsmöjligheter som gör en analys ohanterlig. Som Boardman et al visar, med ett exempel från Canada, att bara ett motorvägsprojekt kan ha otaliga kombinationsmöjligheter. Det kan röra sig om vilken sträckning som vägen skall ha, hur många körbanor den skall ha och så vidare. Sedan kan det också vara en fråga om analysen skall göras mellan två olika motorvägar eller mellan en motorväg och en flygplats. Olika alternativ behövs dock för att avgöra vilket som är den bästa vägen framåt. En CBA av bara ett alternativ är inte hjälpsamt då detta bara säger vad värdet är av det projektet, inte vad som kan göras istället. Målet med CBA är att nå den fördelning som är mest effektiv. För att avgöra vad som är mest effektivt används den potentiella pareto-effektivitetsregeln. Som grund för denna regel ligger Kaldor-Hicks-kriteriet som säger att en åtgärd/ett projekt bör endast bli antaget i fall de som tjänar på det kan kompensera de som förlorar på åtgärden/projektet fullt ut och fortfarande vara rikare än före åtgärden/projektet. Den potentiella pareto-effektivitetsregeln har inte samma strikta tillämpning utan säger att ett projekt skall startas i fall nettovinsterna är positiva och det i så fall är möjligt att kompensera de som förlorar. Finns det då flera alternativ att välja mellan finns det större möjligheter att hitta det alternativ som ger mest vinst för samhället.⁶⁵

Steg två handlar om att bestämma vems vinster och förluster som skall räknas. Detta steg handlar alltså om vilken samhällsenhet som skall används som bas. Skall analysen genomföras med invånarna i kommunen, regionen, staten eller EU som grund för att bedöma de samhälleliga kostnaderna och vinsterna. En grupp som inte är att förglömma i sammanhanget är de framtida generationerna.

Steg tre handlar om att specificera de olika effekterna som en åtgärd kan föra med sig, både bra och dåliga. Dessa effekter skall dock bestämmas med utgångspunkt från vem som räknas in i analysen. Ett exempel på detta är i fall om en systembutik skall etableras eller inte. I fall en butik skall öppnas i Sälen skall då effekterna för de som bor permanent i kommunen räknas eller för alla som besöker butiken. Sedan måste det också finnas en orsak-verkan mellan en åtgärd och dess effekter. För att återvända till Sälenbutiken, ifall antalet misshandelsfall ökar i Sälen finns det då ett samband mellan detta och att det finns en systembutik på orten? Det tredje steget inbegriper också att välja mått för de effekter som har

⁶⁵ Boardman et al, 2006, s.31

listats. Dessa mått skall helst vara monetära för att underlätta analysen. Ifall de inte är monetära kan andra indikatorer användas men information kan förloras på vägen eftersom dessa indikatorer inte är direkta. Ett exempel på detta är ifall att besöksantalet till skidhotellen i Sälen stiger, skall detta relateras till etableringen av en systembutik eller finns det andra faktorer som bestämmer ifall en familj väljer att tillbringa sportlovet i Sälen?

Steg fyra berör frågan om att förutspå hur effekterna av ett projekt faller ut kvantitativt över ett projekts livscykel. Uppgiften är alltså att förutspå hur många som, till exempel, kommer att dö skrumplever i år och om tjugo år, då detta är en sjukdom som byggs upp över tid. Ett annat exempel är hur mycket alkohol som kommer att konsumeras sju år framåt och var den köps. Ett betydande problem i sammanhanget är att det är svårt att förutse med exakthet vad som kommer att hända i framtiden. I fall skatten på spritdrycker höjs med 30 %, kommer folk att handla mindre sprit eller köpa spriten någon annanstans, alltså kompenserande beteende. Effekten på vinet av skattehöjningen på sprit, vad blir den? Blir det att mer vin inhandlas eller att mindre vin inhandlas, alltså substitutionseffekt eller spillover effekt. I fall förutspåelserna baseras på felaktig, eller osäker, kunskap, kan effekterna bli helt annorlunda än de som först förutsattes.

Steg fem går ut på att sätta ett monetärt värde på alla de effekter som listades under steg tre. Den metod som används för att få fram ett monetärt på en effekt är *willingness-to-pay*, det vill säga vad varje individ, som inkluderas i undersökningen enligt steg två, är villig att betala för att få den effekten sig tillgodoräknad. I välfungerande marknader används efterfrågekurvan som utgångspunkt för att mäta den samhälleliga viljan att betala för något. Det blir däremot problem ifall marknaden inte är välfungerande, som vid exempelvis ett monopol. En viktig aspekt när det gäller marknaden för alkoholdrycker är alkoholberoendet. Som Boardman et al (2006, s.91-93) skriver finns det en närvaro av negativa intrapersonella externaliteter, det vill säga att om man konsumerar sprit idag inte tar i beaktande att man kan bli beroende i framtiden och de skador som det för med sig. Detta kan leda till problem med att mäta de samhälleliga förtjänsterna då beroende har en annan efterfrågekurva än resten av marknaden. Den konsumtion de har kan också föra mer ont än gott med sig, då de försöker stilla abstinensen. Det kan då vara värt att mäta *willingness-to-pay* både med och utan beroende. Det gäller när det kommer till att värdera så kallad *output*. När det kommer till insatsvaror används alternativkostnaden.⁶⁶

⁶⁶ Boardman et al, 2006, s.73-111

Det sjätte steget handlar om att diskontera alla framtida förtjänster och kostnader till nuvärde. Den diskonteringsränta som används är dock inte den vanliga marknadsräntan utan en speciell samhällelig diskonteringsränta. Det finns olika teorier om vilka beräkningsgrunder som skall användas för att få fram denna diskonteringsränta. Ett exempel är att räntan skall beräknas på basis av den marginella avkastningsräntan på privata investeringar och att då skall räntan på företagsobligationer, före skatt, användas. Boardman et al rekommenderar en nivå på diskonteringsräntan på 3,5 % ifall projekt har en livslängd på över 50 år, annars skall en ränta användas som faller över tid.⁶⁷

Det sjunde steget handlar om att räkna ut nettonuvärdet, *net present value*, NPV, av de olika alternativen. Detta görs genom att nuvärdet av kostnaderna dras från nuvärdet av förtjänsterna. Ifall alternativen rör sig om status-quo och en framtida investering räcker det att nettonuvärdet av investeringen är positivt för att investeringen skall sättas i verket. I fall det finns flera alternativ, förutom status-quo, skall det alternativ som har högst NPV antagas och resterande förkastas. I fall alla alternativ dock har ett negativt nettonuvärde skall status-quo bibehållas.

Steg åtta innebär att en signifikansanalys skall genomföras då flera värden och effekter kan vara behäftade med hög grad av osäkerhet. Denna analys skall dock inte drivas in absurdum eftersom värdena, och även effekterna, kan varieras i det oändliga. Det nionde och sista steget innebär att göra en rekommendation baserat på nettonuvärdena. Som nämndes tidigare är det alternativ med det högsta nettonuvärdet som skall antas men detta alternativ kan vara behäftat med störst osäkerhet och bör kanske därför undvikas för att ett alternativ med större säkerhet skall antas istället.

⁶⁷ Boardman et al, 2006, s.236-278

5. Analys och diskussion

Analysen och diskussionen kommer att följa den i kapital fyra beskrivna niostegsmodellen.

5.1 Steg 1- Alternativen

Vilka alternativ finns då? Som denna uppsats har visat vilar den svenska alkoholpolitiken på två ben, höga priser och tillgänglighetsinskränkningar. De höga priserna förverkligas genom alkoholskatterna, då momsens drabbar alla varor. Tillgänglighetsinskränkningarna förverkligas genom detaljhandelsmonopolet. Även om det är två olika ben är de båda benen kommunicerande kärl som i hög grad är beroende av varandra. Som exempel på detta beroende är att ifall alkoholskatterna höjs leder det till att priserna i Sverige höjs. Men som visades under 2.6 ligger prisläget i Sverige idag redan väsentligt högre än Tyskland och Danmark, 145 mot 81 och 128 med indexvärdet 100 för EU-27. Ifall en skattehöjning placerar Sverige på index 160 medan Danmark och Tyskland har oförändrade skatter finns det en hög sannolikhet att detta drabbar Systembolagets försäljning genom att resandeförseln ökar. Därmed urholkas Systembolagets detaljhandelsmonopol. En förändring av detaljhandelsmonopolet skulle dock inte ha lika klara effekter på priset då priset är den viktigaste faktorn som bestämmer försäljningen av alkohol.⁶⁸ De alternativ som finns när det gäller alkoholskatterna är dessa tre:

- Höjda alkoholskatter
- Oförändrade alkoholskatter
- Sänkta alkoholskatter

Alternativ ett och tre skulle sedan kunna varieras i betydande utsträckning när det kommer till frågan att bestämma den exakta skatteförändringen, men det ligger utanför denna uppsats räckvidd.

När det gäller tillgänglighetsinskränkningen finns det bara två tydliga alternativ, totalförbud eller en helt frisläppt handel. Mellan dessa ytterligheter finns det en rad olika variationer att tillämpa. Historiken över Systembolaget visar vilka alternativ som finns: ett individuellt kontroll- och kvantitetsbegränsningssystem med monopol, ett system där privata företag söker tillstånd hos myndigheterna, vilket var förhållandet från införandet av 1855 års förordning

⁶⁸ SOU 2005:25, s.110-111

fram till 1905, ett system där staten har monopol på detaljhandel, partihandel och sprittillverkning medan försäljningen är fri om det inte finns beslut på annat och dagens system med detaljhandelsmonopol men i övrigt en avreglerad marknad. Totalförbudet förkastades i folkomröstningen 1922⁶⁹ och har inte varit aktuellt sedan dess och inte heller jag kommer att beakta detta alternativ. Att folkets stöd är avgörande för upprätthållandet av förbudet var beslutsfattarna redan på det klara med på 1910-talet, när förslaget om folkomröstning utarbetades⁷⁰, och det är något som fortfarande gäller. Som framhålls i Systembolagets årsredovisning för 2008 (s.18) har stödet för Systembolaget aldrig varit större vilket bör tolkas som att den utveckling som har skett inom Systembolaget ligger i linje med folkviljan. Trots detta finns förslag på så kallad gårdsförsäljning, vilket innebär att tillverkare av alkoholdrycker skall få sälja av det de tillverkar på tillverkningsstället. Läget idag är att sådan försäljning inte får förekomma utan skall ske via Systembolagets närmaste butik.⁷¹

Men samtidigt är dagens situation märklig i det att det råder detaljhandelsmonopol men inte partihandelsmonopol och att reklam är tillåten. Som har framhållits krävs det via EU-domstolen att Systembolaget skall vara objektiva och neutralt när det kommer till urval av sortiment och hur försäljning och information om varorna bedrivs. Detta kan bli ohållbart i längden genom att reklamförbudet är hävt. Partihandlare kan då göra reklam för de viner som de importerar för att påverka konsumenterna att efterfråga dessa viner hos Systembolaget. Då ett av Systembolagets uppdrag är kundservice skall bolaget, om det är möjligt, se till att kunden får det vin som önskas. Det kan börja med att vinet privatimporteras via bolaget, för att sedan, efter att tillräckligt många har efterfrågat vinet, hamna i beställningssortimentet och slutligen i bassortimentet efterhand som försäljningen stiger. Även om Systembolagets urvalskriterier är neutrala och objektiva blir de inte det i praktiken genom att de partihandlarna som finns har möjlighet att styra fram sina egna varor.

Ett annat lite märkligt exempel är möjligheten att överklaga de beslut som Systembolaget tar när det kommer till vilka varor som skall ingå i sortimentet. Konstruktionen liknar den som finns för myndighetsbeslut. Om till exempel CSN avslår en ansökan om att få studiestöd finns det en möjlighet att få saken överprövad ifall den som drabbas finner att beslutet är felaktigt. Ett annat exempel är den möjlighet som finns att överklaga den rättning som har gjorts av en

⁶⁹ Johansson, 2008, s.217

⁷⁰ Johansson, 2008, s.188-195

⁷¹ SOU 2009:22, s.102-109

tentamen. Samtidigt står det i ägardirektiven att Systembolaget skall drivas ekonomiskt effektivt.

Som visades tidigare finns det dock betydande kostnader associerade med bruket av alkohol. Detta kommer man inte ifrån. Som också visades i 2.7 är det mängden alkohol som konsumeras per individ som är det viktiga. Därför tänkte jag begrunda dessa tre alternativ:

- Dagens system
- Ett system med licensierade specialbutiker
- Ett system med partihandels- och detaljhandelsmonopol med reklamförbud och individuella inköpsrestriktioner.

Varför väljer jag då dessa alternativ? Utgångspunkten för denna uppsats är dagens system, därav status-quo alternativet att bibehålla dagens detaljhandelsmonopol. Men som jag har visat är detta system inte optimalt. Då är frågan berättigad att ställa om det finns alternativ som är bättre. Då det i dagens alkoholpolitik finns två krafter som drar i monopolet, antingen de som vill uppluckra monopolet, med till exempel gårdsförsäljning, och de som vill bevara dagens detaljhandelsmonopol är det då värt att begrunda vad som är nästa steg, efter gårdsförsäljning, av en uppluckring av monopolet, nämligen ett system med licensierade specialbutiker. Systembolaget har också självt gått i en riktning mot ökad tillgänglighet. Jag vill också titta på ett alternativ som inte är särskilt aktuellt idag, nämligen att göra tillgänglighetsinskränkningar. Orsaken till detta är de skador som alkoholen gör och om det är möjligt att minska dessa skador genom att göra det som tredje alternativet föreslår.

5.2 Steg 2-Vem räknas?

Med tanke på att detaljhandelmonopolet är nationellt är den naturliga beräkningsgrunden landet i dess helhet. Men som visades under 3.4 ser den totala konsumtionen olika ut i olika delar av landet. I de två storstadslänen, undantaget Skåne, ligger konsumtionen på 10,2 liter 100 % ren alkohol för varje person över 15 år medan det i Norrland konsumeras 8,1 liter. Med tanke på att sjukvården är landstingens ansvarsområde och att det är landstingens invånare som, till största delen, betalar för sjukvården genom landstingsskatten kanske landstingen skall användas som beräkningsgrund. Detta fungerade för 100 år sedan då alkoholpolitiken till stora delar var en lokal fråga men skulle inte fungera idag då kommunikationsmöjligheterna

är kraftigt förbättrade. Som exempel kan det anges att från sydvästra Skåne är körtiden till exempelvis Kronobergs län 1,5-2 timmar. Dessutom flyttar människor idag mycket längre sträckor än vad som gjordes förr och byter landsting mycket oftare. Med detta i åtanke förefaller riksbasis var det bästa. Dessutom har riksdag och regering jurisdiktion över hela landet och är dessutom den institution som ensamt reglerar alkoholskatterna.

För att återvända till sydvästra Skåne ligger Köpenhamn, via bron, cirka 30 minuter bort. Köpenhamn är dock ett annat land, vilket betyder andra lagar och andra skattesatser. Men fortfarande lika åtkomligt som andra delar av Sverige då införselkvoterna, som nämnts tidigare, endast är indikativa och huvudprincipen är att det skall vara för personligt bruk. Detta gör att det finns andra marknader tillgängliga än den som kontrolleras av Systembolaget för svenskarna. Denna aspekt måste alltid finnas i åtanke men eftersom monopoliet endast berör dem som lever och verkar i Sverige räcker det med Sverige och svenskarna som beräkningsgrund.

5.3 Steg 3-Effekterna

Det finns både positiva och negativa effekter av alkoholkonsumtion. För det är effekterna på alkoholkonsumtionen som är det viktiga eftersom det är huvudmålet för de båda alkoholpolitiska instrumenten, att minska alkoholkonsumtionen och begränsa skadeverkningarna. Ifall instrumenten är verkningslösa eller ifall effekterna inte är större än kostnaderna kan det vara en idé att se ifall det finns andra vägar att gå.

Konsumtionen av alkohol för en del goda effekter med sig eftersom konsumenterna inte avstår från att köpa den. Deras vilja att betala för den måste därför vara minst lika stor som priset, inklusive alkoholskatterna, annars hade de inte köpt spriten. Med åtanke på att konsumenterna faktiskt inhandlar spriten måste den ha några positiva effekter. Det kan vara till exempel att en flaska gott vin förhöjer upplevelsen av en måltid, eller en flaska öl med snaps till maten. Det kan också vara ett glas sherry till desserten. Alkohol kan också användas i olika livsmedel, till exempel soppor, för att förhöja smaken. Alkoholen är också en viktig del av det sociala livet till exempel skålandet och dess betydelse. Sedan finns det också de som sätter ett värde på att bli berusade. Denna uppräknig är förmodligen inte fullständig och för att få en fullständig sådan krävs en kundundersökning, och någon sådan har jag inte funnit.

Hur mäts dessa positiva effekter? För att få någon form av uppskattning tänkte jag använda Systembolagets intäkter, vilket är vad konsumenterna betalar för varorna, och dividera detta med Systembolagets marknadsandel för att få en uppskattning av viljan att betala för all den alkohol som konsumeras.

De negativa effekterna av att konsumera alkohol består till en del av diverse sjukdomar och till en annan del av produktionsbortfall. I del 2.7 gavs exempel på olika medicinska åkommor. Dessa åkommor kan delas in i två grupper, båda orsakade av för hög konsumtion. Det är dels gruppen med skador som uppstår direkt, eller relativt omgående, som till exempel alkoholförgiftning och olika våldsbrott⁷², och mer långsiktiga skador som skrumplever och alkoholdemens. Till detta kommer produktionsbortfall som sjukskrivningar och förtida dödsfall. Dessa effekter kan mätas genom vad sjukvården kostar för de sjukdomsfall som kan relateras till alkohol, antalet sjukskrivningsdagar som kan relateras till alkohol och likaså antalet dödsfall som kan relateras till alkohol. Ett annat mätinstrument är kostnaderna för polisinsatser som kan relateras till alkohol, till exempel misshandel, våldtäkter och rattfylleri.

Effekterna av de olika instrumenten är i vilken grad de begränsar de olika skador som kan uppstå av alkoholkonsumtion, eftersom instrumenten är tillkomna med detta explicita syfte. Sedan har de båda instrumenten sina förtjänster och kostnader. Skattevapnet drar in inkomster till statskassan men detta tas från konsumentöverskottet och/eller producentöverskottet och är därmed en transferering som inte behöver räknas. Kostnaderna som alkoholskatterna för med sig är att det skapar en dödviktsförlust eftersom skatten gör att priset blir högre och därmed får de individer som har en betalningsvilja som ligger mellan det pris som blir resultatet av skatten och jämviktspriset blir utan sprit, och därmed gör en nyttoförlust eftersom de inte får den nytta som de vill ha. Men i fall det finns negativa externa effekter, det vill säga att alkoholens kostnader inte avspeglas i det pris som sätts på marknaden eller hos konsumenternas betalningsvilja, kan skatten helt eller delvis korrigera priset upp till den nivå som är samhällsekonomiskt optimal. Detta är i så fall en vinst, sett ur samhällets synpunkt.

Monopolet drar också in inkomster till statskassan genom den utdelning som uppstår. Jerker Holm (2004, s.6 och 8-9) visar att Systembolaget kan medföra kostnader i fall verksamheten inte sköts rationellt och präglas av korrupion. I fall verksamheten sköts rationellt finns det stordriftsfördelar med ett monopol. Monopolet medför också kostnader för konsumenterna

⁷² Norström&Ramstedt, 2008, s.5

genom att det dels tar tid att transportera sig till bolaget och tiden det tar att vara på bolaget. Dessa kostnader kan dock samhällsekonomiskt kompenseras av att alkoholkonsumtionen hålls nere och därmed leder till mindre skador. Det kan i det sammanhanget vara intressant i fall Systembolaget medför lägre alkoholskador, vilket bör bli resultatet ifall monopolet är det enda att tillgå, det vill säga monopolet har en hög marknadsandel. Ett av Systembolagets huvudmål är att vara icke vinstdrivande vilket bör ha en viss inverkan på alkoholskadorna genom att intresset för merförsäljning är borttaget.⁷³

5.4 Steg 4- Effekterna över tid

Som jag skrev i föregående stycke baseras de alkoholpolitiska verktygen alkoholskatterna och detaljhandelsmonopolet på att den totala alkoholkonsumtionen skall hållas nere. Ramstedt&Norström (2008, s.7) visar i sin undersökning att totalkonsumtionen är positivt korrelerad med alkoholskadorna, alltså desto mer som det dricks desto mer alkoholskador. Det viktiga är därmed hur den totala alkoholkonsumtionen kommer att se ut i framtiden. Innan framtiden skall skattas, kan det vara värt att begrunda hur det har varit de senaste 150 åren. Johansson (2008, passim) visar vid ett flertal tillfällen att konsumtionen följer ganska väl hur den allmänna konjunkturen utvecklas, med uppgångar under 1870- och senare delen av 1890-talet och nedgångar under 1880-talet och 1930-talet. Vid de två första perioderna var det högkonjunktur och vid de två senare perioderna lågkonjunktur. Den absoluta botten i alkoholkonsumtionen de senaste 150 år inträffade 1918, då första världskriget hade lett till en livsmedelsbrist som gjorde att produktionen och konsumtion av alkohol kraftigt fick skäras ned. Under efterkrigstiden har konsumtionen generellt varit i stigande vilket avspeglar det ökade välståndet. Som Johansson (2008, s.233) skriver var alkoholkonsumtionen som lägst under den period som motboken gällde, mellan 1920-1955, under de senaste 150 åren. Som visades under 3.4 tabell 5 har den totala, skattade, konsumtionen de senaste åren varit fallande efter att stigit fram till 2004, men ligger ändå något högre 2008 än 2001, för riket som helhet. Som tidigare nämnts avskaffades införselkvoter stegvis 2000-2004, men sedan dess har inga förändringar genomförts som har inskränkt tillgängligheten.

Hur ser då framtiden ut? Det är väldigt svårt att avgöra, då konjunkturer endast kan förutsägas med några års framförhållning och den politiska utvecklingen är lika oförutsägbar. Det enda som kan sägas är att alkohol i någon form och mängd kommer att konsumeras, med tanke på dessa långa historia som mänsklig dryck. Några trender som dock kan ses är att

⁷³ Holm, 2004, s.5

spritkonsumtionen i framtiden kommer att vara en mindre del av den alkohol som konsumeras och att vin och öl kommer att dominera. Som har visats har priset en stor betydelse för hur stor mängd alkohol som konsumeras, vilket därmed betyder att alkoholskattens nivå har en stor betydelse för hur mycket som konsumeras (momsen räknas inte in eftersom den är lika för alla varor). Konsumtionen kommer därmed att följa de åtgärder som vidtas.

5.5 Steg 5- Monetära värden

För att fastställa det monetära värdet av nyttan av alkoholkonsumtion tänkte jag börja med att skatta betalningsviljan med grund i Systembolagets försäljningsintäkter 2008. Detta divideras med bolagets marknadsandel för att få en skattning av betalningsviljan för all alkohol som konsumeras. Jag är medveten om att prisläget skiljer sig mellan Systembolaget, utlandet och restaurangerna men antar att betalningsviljan är densamma bara det att konsumentöverskottet skiljer sig åt. Systembolagets intäkter 2008 var 21 296 miljoner kronor och marknadsandelen 2008 var, för hela riket, 57,4 %. Som jag nämnde ovan är Systembolagets marknadsandel olika i olika delar av landet och därför fungerar rikssnittet bra som riksläkare. $21296/0,574=37\,101$ miljoner kronor. Då jag av egen erfarenhet vet att Systembolaget inte ägnar sig åt några former av rabatter och inte försöker lägga beslag på hela konsumentöverskottet, utan använder en påslagsmodell⁷⁴, och inte ägnar sig åt prisdiskriminering finns det därmed ett konsumentöverskott att skatta. Nu är inte konsumentöverskottet detsamma för den alkohol som konsumeras hos Systembolaget som den som konsumeras genom andra källor. Konsumentöverskottet för resandeförseln bör vara högre eftersom en rationell individ maximerar sin egen nytta och inte skulle ägna sig åt resandeförsel ifall inte konsumentöverskottet är större än att inhandla alkoholen på Systembolaget. Men för tids vinnande antar jag att konsumentöverskottet totalt är det samma som för den alkohol som konsumeras hos Systembolaget. Johnson (2000, s.76) anger den totala betalningsviljan, vilket är en summering av konsumentöverskottet och vad konsumenterna betalar för varorna, som att vara 55 miljarder kronor 1998, vilket omräknat till 2008 års priser var 64 miljarder kronor. Då konsumtionen mellan 1998 och 2008 ökat från 8,1 liter till 9,4 liter, vilket är 16 %, bör också betalningsviljan ha följt med vilket ger en betalningsvilja, i 1998 års priser, på 63,8 miljarder kronor, vilket i 2008 års priser blir 74,6 miljarder kronor.⁷⁵

⁷⁴ Holm, 2004, s.15

⁷⁵ www.scb.se 2010-01-12

För att skatta kostnaderna tänker jag använda mig av den skattning som Johnson (2000, s.51-64) gör. Han skattade kostnaderna till att 1998 vara 109 miljarder kronor, vilket omräknat i 2008 års priser blir 128 miljarder kronor⁷⁶. Det är samma beräkning som refereras under 2.7, vilket då även inkluderar produktionskostnaderna. Men de 128 miljarderna är endast en uppräknig genom inflationen. Sedan dess har alkoholkonsumtionen stigit. 1998 konsumerades 8,1 liter 100 % ren alkohol⁷⁷ mot 9,4 liter 2008. Skadorna har då också ökat eftersom det finns ett direkt samband mellan den mängd som konsumeras och alkoholskadorna⁷⁸. Konsumtionen har ökat med 1,3/8,1≈16 %. Då det finns en viss fördröjningseffekt när det gäller alkoholskadorna antar jag för enkelhetens skull att skadorna har ökat med 10 %. En ökning av kostnaderna, i 1998 års priser, från 109 miljarder till 119,9 miljarder blir en 10 % ökning. 119,9 miljarder omvandlat i 2008 års priser blir 140,2 miljarder.⁷⁹

Dessa värden är en skattning av dagsläget. Frågan blir då ifall en förändring av dagens situation är bättre eller sämre än dagens läge.

5.6 Steg 6-Diskontering

Som jag skrev under punkt fyra är en skattning av den framtida konsumtionen mycket svår att göra. Jag kommer i beräkningen av net social benefits under 5.7 endast att ta med i beräkningen den skillnad i konsumtion, och de därmed relaterade skadorna som hade varit idag ifall en annan organisation av alkoholpolitiken låg för handen.

5.7 Steg 7-Beräkning

I status quo läget är det samhällseliga nettovärdet som följer:

$$74,6 \text{ miljarder kronor} - 140,2 \text{ miljarder kronor} = -65,6 \text{ miljarder kronor.}$$

Det viktiga när det gäller alternativ som förespeglats under 5.1 är hur stort minuset blir, för ett minus blir det i vilket fall som helst. Låt oss börja med det alternativet att skatterna höjs men allt annat behålls oförändrat. Det direkta resultatet blir att prisskillnaden kontra Tyskland och Danmark ökar medan prisskillnaden mot Norge och Finland minskar. En skattehöjning, och

⁷⁶ www.scb.se 2010-01-12

⁷⁷ SOU 2005:25 s.49

⁷⁸ Ramstedt&Norström, 2008, s.7

⁷⁹ www.scb.se 2010-01-12

därmed prishöjning, bör resultera i en minskad försäljning för Systembolaget och även att den totala registrerade försäljningen i landet sjunker. Om däremot den totala konsumtionen sjunker är svårt att säga. En skattehöjning gör att resandeförseln blir mer lockande, dels för att konsumentöverskottet blir större för dem som ändå skulle handla i Sverige men dels också för att det finns en möjlighet för de vars betalningsvilja är lägre än de svenska priserna, efter skattehöjningen, att få denna betalningsvilja tillfredsställd i utlandet. Ett högre pris leder också till att vinsterna för de som smugglar eller bränner hemma ökar. Troligen förblir betalningsviljan den samma bara det att den hittar andra marknader. Kostnaderna däremot kan bli högre genom att främst ungdomen, >20 år, får ökad tillgång till illegal sprit och därmed exponeras för de skador som är relaterade till alkoholen. Det rör sig dock främst om de medicinska skadorna då det stora flertalet inte står till arbetsmarkandens förfogande. Då vårdkostnaderna ligger på mellan 20-25 miljarder kronor blir kostnadsökningen som mest ett par miljarder. Det är alltså ett sämre alternativ än utgångsläget.

Om skatterna då sänks? Givet att allt annat hålls oförändrat kommer den svenska prisnivån närmare framförallt den tyska och danska prisnivån, de viktigaste resandeförselländerna för svenskarna. SOU 2005:25 (s. 121-133) har gjort en skattning av effekterna på den totala konsumtionen i fall öl- och vinskatten sänks med 30 %. Som grund för förändringarna i konsumtion används en priselastisitet på ca -0,55 för starkölet och ca -0,81 för vinet. Den totala konsumtionsökningen skattas då till att bli som högst 0,34 liter 100 % ren alkohol, och den totala alkoholkonsumtionen skulle stiga med 3-4 %. Denna skattesänkning skulle också resultera i en förändring mellan varifrån svensken hämtar sin alkohol genom att Systembolagets försäljning av starköl och vin beräknas öka med 8-10 % medan resandeförseln av respektive dryck skulle minska med 5-10 %. Utredningen gör dock ingen skattning av vad effekterna blir på kostnadssidan. I samma utrednings femte bilaga (s.406) anges dock att en konsumtionsökning från 7 liter ren alkohol till 11 liter ren alkohol skulle öka de samhällliga kostnaderna med åtminstone 40-50 %. Om dessa siffror överförs till den konsumtionsförändring som förutspås av utredningen:

$$0,34 \text{ l förändrad alkoholkonsumtion} / 4 \text{ l dito} = 0,085$$

$$0,085 * 0,5 \text{ (ökade samhällskostnader i \%)} = 0,0425$$

$$0,085 * 0,4 \text{ (ökade samhällskostnader i \%)} = 0,034$$

En konsumtionsökning med 3-4 % skulle i så fall leda till att samhällets kostnader steg med 3,4-4,25 %. Den fråga som då måste ställas är i fall de samhällliga vinsterna stiger i samma utsträckning som konsumtionen stiger och om de kompenserar de ökade samhällliga kostnaderna. Som framgår av kapitel fyra, i denna uppsats, mäts de samhällliga vinsterna genom betalningsviljan. Då måste det hållas i åtanke att det inte är konsumenterna utan producenterna som betalar alkoholskatten, alltså om jag går in och köper en flaska vin på Systembolaget är det pris jag betalar med skatten inräknad, det som benämns *statutory incidence* på engelska. Här skall man dock hålla denna incidens skild från ekonomisk incidens, som är beroende av konsumenternas priselasticitet för vin, i detta fall. Då de elasticiteter som skattades i SOU 2005:25 är negativa innebär det att efterfrågekurvan har en viss negativ lutning. Den alkoholskatt som tas ut delas då mellan konsumenterna och producenterna genom att producenterna då kan vältra över en del av skatten, genom högre priser, på konsumenterna utan att de förlorar allt för mycket försäljning, och därmed intäkter. I samband med skatteuttaget uppstår dock en dödviktsförlust. En skattsänkning skulle dock innebära att dödviktsförlusten blir mindre genom att de konsumenter som vid det högre priset inte var villiga att betala detta nu är villiga att betala det lägre priset och därmed får sina preferenser tillfredsställda och som följd av detta ökar deras nytta. Om den aggregerade nyttoökningen över alla individer är lika stor som kostnadsökningen har jag inte underlag för att besvara.

Detta om skatterna. Då återstår de två bolagsalternativen. Det första alternativet var att partihandeln åter lades under monopol och ett reklamförbud återinfördes. Detta skall då vara kombinerat med en möjlighet att förhindra individer att inhandla alkoholdrycker. Det jag har i åtanke är ett system liknande det med spärrlistor som infördes efter det att motboken avskaffades 1955. Partihandelsmonopolet skulle då ha en konstruktion liknande den som Systembolaget har. Detta skulle eliminera den motsättning som idag finns mellan ett icke-vinstdrivande detaljhandelsmonopol och vinstdrivande leverantörer. För att se om detta sänker alkoholkonsumtionen kan det vara värt att begrunda hur stor alkoholkonsumtionen var före 1995, då det var detta system som gällde, kombinerat med ett tillverkningsmonopol för spritdrycker. 1998 konsumerades 8,1 liter, mot 9,4 liter för 2008, och under perioden från 1989 till 1998 sjönk visserligen den registrerade konsumtionen med 0,7 l men, som framhålls i SOU 2005:25 (s.47), sjönk inte den totala konsumtionen under samma period. Då måste man hålla i åtanke att införselkvoterna var väsentligt mycket lägre under denna tid än de är idag.

Partihandelsmonopolet betydelse för alkoholkonsumtionen kan ifrågasättas genom att ökningen i konsumtionen började samma år som införselkvoterna började höjas, år 2000.⁸⁰Som Holm (2004, s.6) skriver kan ett monopol både ha sina för och nackdelar. Han nämner också att monopol kan ha en tendens att bli för stora genom att det inte finns någon konkurrens som ser till att kostnaderna hålls nere. Men för konsumenternas betalningsvilja är inte organisationen det viktiga utan att de får de varor som de önskar till ett pris som ger ett konsumentöverskott. Kan det då visas att konsumentöverskottet är större utan monopolet än med monopolet skall monopolet avskaffas.

För att återvända till möjligheten att stänga av personer från inköp kan det vara värt att notera att det finns en grupp konsumenter som är högkonsumenter, som konsumerar skadliga mängder alkohol. I SOU 2004:86 nämns det att den tiondel av befolkningen som konsumerar mest står för 50 % av den totala konsumtionen och att endast 30 % dricker mer än medelvärdet, alltså 9,4 liter 2008. Medianen är drygt hälften av medelvärdet.

Det är dock den stora gruppen låg- och måttlighetskonsumenter som står för den största delen av de akuta skadorna (exempelvis misshandel och alkoholförgiftning) och de lindriga sociala och medicinska skadorna. Storkonsumenterna svarar dock för majoriteten av de kroniska skadorna (exempelvis skrumplever).⁸¹

När det gäller att avstänga människor från att inhandla alkohol ger den så kallade preventionsparadoxen, som visades ovan, vid handen att det finns svåra avgränsningsfrågor att avgöra. Vem skall räknas som högriskkonsument och vad är en riskfylld konsumtion? Är det farligast, och kostsammast, att dricka mycket kontinuerligt och långsamt tyna bort eller att dricka lite kontinuerligt men dricka mycket en gång och dö i en trafikolycka. En annan problematik är var förbudet skall gälla. Skall det vara enbart på Systembolaget eller på alla ställen som säljer alkohol i Sverige. Hur skall man då hantera frågan om den alkohol som kan föras in från utlandet. Desto fler ställen som skall hantera sådana förbudslistor desto kostsammare blir administrationen. Men då skall man komma ihåg att det redan idag finns en missbrukarvård som kostar pengar. Av de 20 miljarder som Johnson (2000, s.64) listar som vårdkostnader kommer 10 miljarder från socialvården. Det finns därför själ att undersöka hur mycket administrationskostnaderna skulle öka för sådana här beslut, då socialvården

⁸⁰ SOU 2005:25, s.49

⁸¹ SOU 2005:25, s.68-69

huvudsakligen hanteras av kommunerna, och hur stora besparingar som kan göras i fall man lyckas begränsa konsumtionen, beroende på i hur stor utsträckning konsumtionen kan begränsas med avseende på den problematik som skissats upp ovan.

Det sista alternativet är en övergång från dagens system till ett system med licensierade specialbutiker. Den första aspekten som då måste tas i beaktande är ifall Systembolaget har någon effekt på alkoholskadorna. I en rapport av Norström&Ramstedt (2008, s.11-21) har en jämförelse mellan Systembolagets marknadsandel och förekomsten av alkoholskador gjorts mellan tre regioner i Sverige. Dessa regioner är Syd, som består av Skåne län, Hallands län, Blekinge län, Kronobergs län, Jönköpings län och Västra Götalands län, Mellan, som består av Kalmar län, Gotlands län, Östergötlands län, Södermanlands län, Örebro län och Stockholms län, och Nord, som består av Uppsala län, Västmanlands län, Dalarnas län, Värmlands län, Gävleborgs län, Västernorrlands län, Västerbottens län, Jämtlands län och Norrbottens län. Alkoholskadorna är mätta genom antalet per 100 000 invånare som är 15 år eller äldre. Av de olika skadekategorierna ger sig tre av dem genom rubriken. Alkoholdiagnos är dock en samlingsbenämning på de olika medicinska åkommor som kan relateras till alkohol och misshandel är de olika våldsbrott som kan relateras till alkohol. Resultaten är som följer:

Tabell 8. Systembolagets marknadsandel och skadefrekvens

Region	Systembolagets marknadsandel i %	Alkohol-diagnos	Alkohol-förgiftning	Alkohol-förgiftning 10-19 år	Rattfylleri	Misshandel
Syd	47	44,3	36,8	31,9	49,1	213,6
Mellan	69	50,0	59,0	49,3	52,1	276,6
Nord	75	45,4	43,6	47,1	54,6	204,8
Riket	60	46,3	45,9	41,7	51,2	231,1

Källa: Norström&Ramstedt, 2008, s.11-21

I samma undersökning genomfördes också en tidsserieanalys som visade att i fall Systembolagets marknadsandel steg sjönk alkoholskadorna men det existerade fortfarande nivåskillnader på alkoholskadorna mellan de olika regionerna. Denna tabell visar att sambandet mellan alkoholskadorna och Systembolagets marknadsandel är det motsatta mot det som brukar framhållas, det vill säga att Systembolaget verkar återhållande på alkoholskadorna. Författarna framhåller att undersökningsperioden, och därmed underlaget, är kort. Detta betyder att detta måste följas upp under en längre tid, för om detta skulle vara

fallet faller den viktigaste motivationen för Systembolagets existens. För att om en högre marknadsandel för Systembolaget betyder att alkoholskadorna blir högre betyder detta i förlängningen att en större marknadsandel för Systembolaget medför högre kostnader för samhället.

Vad skulle alternativet, med licensierade specialbutiker, innebära för skadenivån? I Holder et al (2008, s.9) skriver de att konsumtionen skulle öka med 14 % och att de olika skadekategorierna skulle öka med mellan 10 och 26 %. Deras antaganden, som de bygger sina skattningar av konsumtionsförändringen på, om effekterna av ett system med licensierade specialbutiker är att antalet butiker skulle öka från dagens cirka 400 till ca 1000, att det totala sortimentet skulle bli större även om varje enskild butik skulle ha ett mindre sortiment och att detta sortiment skulle inkludera olika rabatterade produkter. De förutsätter också att priserna skulle sjunka med 5 %, att konsumtionen skulle öka med 5 % på grund av en ökad mängd reklam, att öppettiderna skulle bli längre och att ålderskontrollen skulle bli sämre. Allt detta hänger dock på hur tillstånden utformas. Tillstånden kan inkludera bestämda öppettider, som serveringstillstånden gör idag, och därmed sättas till de tider som Systembolaget har idag. Vad gäller antalet butiker behöver de inte öka till ett 1000-tal eftersom staten, eller kommunerna, inte har ett intresse av ett större antal butiker. En berättigad fråga är också vilket kundunderlag, och därmed omsättning, som krävs för att en specialbutik skall bära sig. Det kan visa sig att det antalet butiker som finns är tillräckligt, när de effekter som en central inköpare har på kostnaderna, genom lägre inköpspriser på grund av de stora kvantiteterna, försvinner. En annan aspekt är att konsumtionen för 2008 var näst lägst i landet i Skåne, som har den bästa tillgången till andra marknader, och därmed i praktiken inte har ett monopol längre. Konkurrensen mellan butikerna skulle kunna leda till att kostnaderna, för produktionen, sänks. Holm (2004, s.34) visar att Systembolaget de senaste åren kraftigt har ökat sina överskott utan att detta har resulterat i högre utdelningar eller i lägre handelsmarginaler. Som Holder et al framhåller leder ett avskaffande av monopolet till en konkurrens om kunderna som kan visa sig i olika rabatter eller erbjudanden. Detta skulle dock kunna förbjudas genom lagstiftning eller i tillstånden.

När det kommer till kontrollen av att detta efterlevs, och att de regler som kommer från alkohollagen om ålderskontroll och så vidare, finns det idag tillståndsenheter i varje kommun för serveringstillstånden. De skulle kunna utöka sin verksamhet till att även omfatta de licensierade specialbutikerna. Detta skulle dock innebära en ökad kostnad. Samtidigt skulle

den problematik med märkesneutraliteten som finns idag försvinna genom att behovet av en institution för överklagande av sortimentbeslut skulle försvinna. Det sista som måste in i ekvationen är vad kunderna skulle tycka om denna förändring. Det ökade stödet för Systembolaget som har kommit de senaste åren kan härledas från de förändringar som Systembolaget har gjort i sitt butiksnät. En lokal specialbutik skulle vara mycket känsligare för sina kunders önskemål än vad ett nationellt monopol är och därmed öka konsumenternas nytta, och betalningsvilja, genom att anpassa sitt sortiment efter vad affärens kunder efterfrågar och inte vad ett nationellt genomsnitt säger att kunderna vill ha.⁸²

5.8 Steg 8- Osäkerheterna

Då jag inte har gjort en statistisk undersökning själv utan baserar mig på andra källor kan jag inte själv göra en statistisk signifikansanalys. Det jag däremot kan visa är att det finns en hel del osäkerheter. Som visas i SOU 2005:25 Bilaga 5 (s.407) finns det många olika skattningar för vad alkoholen kostar för samhället, som bland annat beror på hur de centrala begreppen definieras och att de indirekta kostnaderna beräknas med olika metoder. En annan osäkerhet är vilken priselasticitet som är aktuell. Som Fölster et al (1999, s.23) visar har det skattats olika priselasticiteter för de olika varukategorierna. Den senaste skattningen som redovisas i den tabellen omfattar 1995 och ger till exempel en elasticitet på -0,8 för öl mot -0,55 som används i SOU 2005:25. Som Fölster et al (1999, s.24) visar finns det skäl att inte använda samma priselasticitet vid stora prisförändringar som vid små förändringar i priset.

5.9 Steg 9- Rekommendation

När det kommer till en total samhällsekonomisk lönsamhetsbedömning skulle jag förorda att bruket av alkohol försvinner helt. Då detta inte har skett de senaste 5000 åren är det inte troligt att det kommer att ske inom en nära framtid. Frågan blir då vilken nivå på kostnaderna som är acceptabla. Som jag visade när det gäller de olika skattealternativen begränsas effekterna väsentligt av de barriärer som EU-medlemskapet sätter upp. Det finns två vägar att gå för att komma åt dessa barriärer. Det ena är att verka för en generell skattehöjning inom EU på alkohol med den konsekvensen att prisläget närmar sig det svenska. Då skulle kraften i det svenska alkoholskattevapnet återkomma. En sänkning är inte aktuell då det förmodligen skulle leda till ökade samhällskostnader. Den andra vägen är att sänka införselkvoterna väsentligt för att därmed begränsa tillgången till utrikes marknader som en ventil ifall

⁸² Resonemanget grundas på Holm, (2004), s. 13-14

prisläget i Sverige uppfattas som för högt. Detta eftersom priset är den viktigaste faktorn som bestämmer alkoholkonsumtionen, och därmed alkoholskadorna, vilket i sin tur bestämmer samhällskostnaderna.

När det gäller tillgänglighetsinskränkningarna förordar jag, om inte fullt genomförande, i varje fall ett försök med licensierade specialbutiker i delar av landet för att se vad som skulle hända med alkoholkonsumtionen ifall detta system infördes fullt ut. Lämpligast kan tre län användas som försöksområden, ett storstadslän, ett norrlandslän och ett län i södra Sverige förutom de tre storstadslänen. Detta mot bakgrund av att Systembolagets effekter på alkoholskadorna, och alkoholkonsumtionen, kan ifrågasättas. Ett liknande försök har gjorts med frågan om lördagsöppet. Det kan också vara värt att göra en utredning ifall ett system med spärrlistor (individuella inköpsrestriktioner) är möjligt att genomföra. Jag tror att de samhällsliga vinsterna kan vara betydande även om det kan vara ett ingrep i den personliga friheten, då alla insatser som sparar kostnader och liv är värda att utvärdera.

5.10 Avslutande kommentarer

En fråga som kan ställas är varför som inte alla monopol avskaffades samtidigt och inte bara partihandelsmonopolet och sprittillverkningsmonopolet. Då hade den problematiken med neutralitetskravet för varorna försvunnit. Förhållandet kunde också ha varit det omvända med ett bibehållande av alla monopolen, och restriktiva införselkvoter, ifall medlemskapsförhandlingarna till EU hade skötts annorlunda. Sedan verkar det också finnas en tendens vid ett fasthållande vid de rester som finns av den svenska alkoholpolitiken för att hålla uppe skenet av fungerande alkoholpolitik, samtidigt som det i den senaste alkohollagspropositionen förordas ett uppluckrande av detaljhandelsmonopolet genom tillåtandet av gårdsförsäljning. Ett fungerande monopol förutsätter att det är ensamt för att vara effektivt, annars är det inte ett monopol. Men ifall monopolet är skadligt bör det dock avskaffas. Till detta kommer gynnandet av ölet framför vinet, både skatte- och lagmässigt, då det viktigaste inte är vad som dricks utan hur mycket alkohol som dricks.

Referenser

Alkohollag (1994:1738)

Andersson, Fredrik (2006), *Reglera Mera- En studie om alkoholens pris- och inkomstelasticitet*, Kandidatuppsats, Nationalekonomiska institutionen, Lunds uinversitet.

Andréasson, S., Göransson, B., Lindberg, J., Nycander, S., Romanus, G., Westerholm, B., *Kris i alkoholfrågan- Nya villkor för folkhälsa och välfärd*, Hjalmarson & Högberg, Stockholm.

Billum, S., Groth, C., Hammar, E. (1995), *Alkohollagen- En kommentar*, Fritzes förlag, Stockholm.

Boardman, A. E., Greenberg, D. H., Vining, A. R., Weimer, D. L. (2006), *Cost-Benefit Analysis Concepts and Practice Third Edition*, Pearson Education, Upper Saddle River, New Jersey, USA.

Bringéus, Nils-Arvid (2000), *Det svenska dryckesmönstret på Linnés tid*, i Johansson, B. W. & Salomonsson, A., (2000), *Våra drycker till vardags och fest*, Carlssons bokförlag, Stockholm.

Fölster, S., Eckerdal, C., Gidehag, R. Pyddoke, R. (1999), *Helan eller halvan? Konsekvenser av halverad alkoholskatt*, AIT Scandbook, Falun.

Holder, Harold (red.) (2008), *Alcohol Monopoly: Potential effects of privatization of the Swedish alcohol retail monopoly*, Statens folkhälsoinstitut, Stockholm

Holm, Jerker (2004), *En ekonomisk analys av detaljhandelsmonopolet på marknaden för alkoholdrycker*, Rapport på uppdrag av Konkurrensverket, Nationalekonomiska institutionen, Lunds universitet.

Isacsson, Sven-Olof (sammanställt referat) (2000), *Alkohol, hälsa och lagstiftning- Symposium om svensk alkoholpolitik under ett halvt årtusende*, i Johansson, B. W. & Salomonsson, A., (2000), *Våra drycker till vardags och fest*, Carlssons bokförlag, Stockholm.

Johansson, Lennart (2008), *Staten, supen och systemet*, Brutus Östlings bokförlag Symposion, Stockholm/Stehag.

Johnson, Anders (2000), *Hur mycket kostar supen?*, Sober förlag, Malmö

Lag (1994:1564) om alkoholskatt

Laurin, Urban (2000), *En del börjar till och med fottrampa igen – moderna trender inom vinhantering*, i Johansson, B. W. & Salomonsson, A., (2000), *Våra drycker till vardags och fest*, Carlssons bokförlag, Stockholm.

Olsson, Sven-Olle R (2000a), *Från Blod & Mjök till Vin & Sprit – Dryckernas systematik*, i Johansson, B. W. & Salomonsson, A., (2000), *Våra drycker till vardags och fest*, Carlssons bokförlag, Stockholm.

Olsson, Sven-Olle R (2000b), *Lushunnabir och En stor stark*, i Johansson, B. W. & Salomonsson, A., (2000), *Våra drycker till vardags och fest*, Carlssons bokförlag, Stockholm.

Norström, Thor & Ramstedt, Mats (2008), *Alkoholrelaterade problem – spelar det någon roll varifrån alkoholen kommer?*, Forskningsrapport nr. 51, Sorad, Stockholm.

Ramstedt, Mats (red.) (2009), *Tal om alkohol 2008- En statistisk årsrapport från Monitorprojektet*, Forskningsrapport nr.54, Sorad, Stockholm.

SOU 2004:86, *Var går gränsen?*, Delbetänkande Alkoholinförelutredningen

SOU 2005:25, *Gränslös utmaning- alkoholpolitik i en ny tid*, Slutbetänkande från Alkoholinförelutredningen.

SOU 2009:22, *En ny alkohollag.*, Slutbetänkande av Alkoholhagsutredningen, Stockholm.

Swahn, Jan-Öjvind (2000a), *Drag ur dryckernas folklore*, i Johansson, B. W. & Salomonsson, A., (2000), *Våra drycker till vardags och fest*, Carlssons bokförlag, Stockholm.

Swahn, Jan-Öjvind (2000b), *Man vet bäst vad vattnet är värt när brunnen är tom*, i Johansson, B. W. & Salomonsson, A., (2000), *Våra drycker till vardags och fest*, Carlssons bokförlag, Stockholm.

Systembolaget (1991), *Våra varor – historia och framställning*, Systembolaget AB, Stockholm

Systembolaget (2009), *Ansvarsredovisning 2008 med finansiell rapportering*, Systembolaget AB, Stockholm.

Tillkännagivande (2008:39) av avtal mellan Systembolaget Aktiebolag och staten.

Internet

Epp.eurostat.ec.europa.eu 2009-12-25

www.alkoholprofilen.se 2009-12-28

www.scb.se 2010-01-12

www.sorad.su.se 2010-01-04

www.systembolaget.se 2010-01-04, 2009-12-17, 2009-12-15, 2009-12-14, 2009-12-11, 2009-12-09, 2009-12-01 och 2009-11-16