

ALKOHOLVANOR OCH ALKOHOLPOLITIK

SÖREN HOLMBERG OCH LENNART WEIBULL

Den alkoholpolitiska debatten i Sverige sköt plötsligt fart i början av 2000-talet. Anledningen var inte minst att EU-medlemskapets konsekvenser för alkoholförseln slog igenom. I princip blev nu all privat införsel av sprit, vin och starköl fri. Medierna gav stor uppmärksamhet åt förändringen och busslaster av nyfikna reste till billigaffärerna i norra Tyskland. Det växte snart fram en oro för att detta skulle underminera det svenska försäljningsmonopolet. En utredning tillsattes med syfte att se över de svenska skattesatserna på alkohol. Tanken var att en kontrollerad försäljning av billigare alkohol i Sverige skulle förhindra en okontrollerad privatinförsel. Samtidigt beviljades ett forskningsprojekt om vad en skattesänkning skulle innebära för svenskarnas alkoholvanor.¹

När utredningen presenterades 2004 hade luften börjat gå ur debatten. De som var tveksamma mobiliserade sig och skattesänkningens sociala baksida illustrerades med vilka grupper som drabbades då Finland gjort en motsvarande reduktion av spritskatten. Dessutom visade statistik att uppgången i privatinförseln av alkohol brutits 2005 och hela frågan verkade klinga av. Som vi kunde visa på grundval av SOM-undersökningen 2005 och 2006 föll samtidigt det folkliga stödet för en alkoholskattesänkning kraftigt (Holmberg och Weibull, 2007).

Därmed kan det tyckas att frågan om alkoholskattesänkning tills vidare kunde lämnas därhän. Men den snabba förändringen i opinionen väcker samtidigt frågor. Har verkligen allmänhetens problembild förändrats så kraftigt att den innebär att det inte längre finns något stöd för skattesänkningen? Hur har alkoholvanorna utvecklats? Och vad har skett med det tidigare iakttagna, relativt starka, positiva sambandet mellan den egna alkoholkonsumtionen och stödet för en skattesänkning? Syftet med detta kapitel är därför att analysera förhållandet mellan å ena sidan problemupplevelsen – hur allvarligt alkoholproblemet bedöms vara i Sverige – och de egna alkoholvanorna och å den andra synen på sänkt alkoholskatt både 2004 då stödet var starkt och 2007 då det, som vi snart skall se, har ytterligare försvagats.

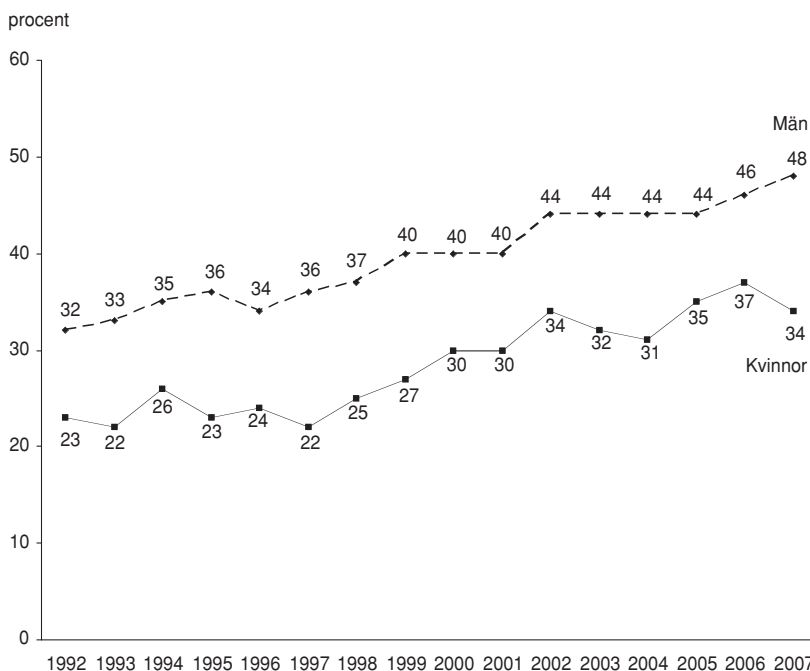
Alkoholvanor och inköpsresor

SOM-institutet har sedan början av 1990-talet ställt en årlig fråga om alkoholvanor. I motsats till de studier som Sorad vid Stockholms universitet regelbundet gör av den faktiska mängden alkohol som genomsnittssvensken konsumerar (t ex Boman m fl, 2007) gäller SOMs fråga hur ofta man har druckit alkohol – sprit, vin eller starköl – under de senaste tolv månaderna. För 2007 visar det sig att 39 procent

gjort det åtminstone någon gång i veckan varav en knapp fjärdedel flera gånger i veckan, och ytterligare drygt 25 procent någon gång i månaden. Andelen som inte smakat någon alkohol var 15 procent.

Om vi alltså utgår från vanan att dricka starköl, vin och sprit kan vi konstatera att det finns en klar uppgång i regelbundet drickande sedan den första SOM-mätningen 1992. Då låg alkoholkonsumtionen på 27 procent minst någon gång i veckan. Uppgången, som i tabell 1 redovisas för män respektive kvinnor, nådde 44 respektive 34 procent år 2002 för att därefter i huvudsak stabiliseras. De två senaste åren finns det dock på nytt en viss uppgång för män, medan det senaste är en nedgång bland kvinnorna.

Figur 1 Regelbundna alkoholvanor bland män och kvinnor (procent)



Kommentar: Resultaten kommer från SOM-undersökning och visar andel män respektive kvinnor som anger att de dricker starköl, vin eller sprit minst en gång i veckan.

Personer i övre medelåldern, högutbildade och boende i storstäderna är de som har den mest regelbundna alkoholvanan. Varannan person i åldersspannet 50-64 år dricker alkohol åtminstone någon gång i veckan, i högre tjänstemannafamiljer är andelen över 60 procent. Siffrorna kan jämföras med 28 procent bland pensionärer

Tabell 1 Konsumtion av starköl, vin eller sprit under de senaste tolv månaderna 2004 och 2007 (procent)

	Ålder		Utbildning				Subjektiv familjeklass				Boendeort				
	15-29	30-49	50-64	65-85	Låg	Medel- låg	Medel- hög	Hög	Arbeter- hem	Tjänste- männa- hem	Högre tjänste- männa- hem	Före- tagar- hem	Stor- stad/ tätort	Mindre tätort	Lands- bygd
<i>Minst en gång i veckan</i>															
2004	29	40	49	34	29	37	46	51	30	44	62	43	51	40	31
2007	31	42	50	36	28	38	41	58	29	50	61	45	54	43	34
<i>Någon gång året/ halvåret/månaden</i>															
2004	53	51	40	43	48	49	45	41	53	45	30	36	39	46	52
2007	49	50	40	41	47	49	48	35	55	39	32	44	35	43	50
<i>Ingen gång</i>															
2004	18	9	11	23	23	14	9	8	17	11	8	11	10	14	17
2007	20	8	10	23	25	13	11	7	16	11	7	11	11	14	16
<i>Summa procent</i>															
2004	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
2007	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
<i>Antal svar</i>															
2004	643	1122	956	725	879	1128	695	699	1469	905	518	254	914	1131	830
2007	611	1034	947	719	752	1116	646	757	1338	855	558	260	515	1585	699

och 34 procent bland boende på landsbygden. I jämförelse med de senaste åren är bilden i stort sett densamma, vilket exemplifieras i tabell 1 av mätningen 2004, som lagts in som jämförelse med tanke på den då annorlunda opinionen i alkoholskattefrågan.

Bakom de demografiska skillnaderna ligger olika livsmönster. Regelbundna alkoholvanor har klart samband med ett aktivt, utåtriktat stadsliv med bio och restaurangbesök, men också med övertidsarbete och utlandsresor. Religion och estetiska intressen har däremot ett negativt samband med alkoholkonsumtion.

Resor i syfte att handla billigare alkohol utomlands ligger i stort sett på samma nivå 2007 som 2005. Då uppgav 28 procent att de åtminstone någon gång om året storhandlat alkohol utomlands och 11 procent hade gjort det minst en gång i kvartalet. År 2007 är motsvarande siffror 26 och 9 procent (Holmberg och Weibull, 2006). I båda fallen är det Sydsverige och Halland som utmärker sig med högst siffror. Andelen som storhandlat har dessutom ökat i båda dessa regioner – upp med fem procentenheter, medan det för Stockholm finns en klar nedgång – ner med fem procentenheter. Möjligen skall resultatet tolkas så att inköpsresandet blivit ett etablerat fenomen i södra Sverige, medan nyhetens behag är borta i övriga landet utan att någon vana etablerats. Den svaga nedgången i inköpsresor stöds av en analys som visar att även alkoholsmugglingen gick ner efter 2005 ((Svensson och Hradilova Selin, 2007).

Personer som åker på inköpsresa är ofta medelålders med utbildning över genomsnittet. Ju längre söderut man kommer desto högre blir andelen pensionärer som storhandlar alkohol utomlands. Det finns även ett klart positivt samband med egen alkoholvana och inköpsresor utomlands. Resultaten visar således att inköpsresorna på många håll har blivit en etablerad vana samtidigt som vi kan notera att de i allt mindre utsträckning ägnas medieuppmärksamhet.

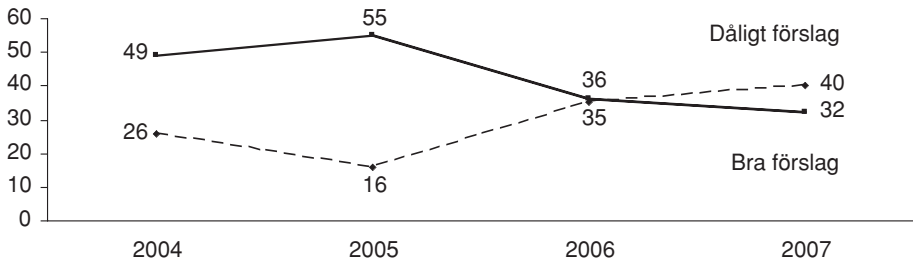
Synen på skattesänkningen

Utredningen om sänkt alkoholskatt hade då den lades fram 2004 ett relativt starkt stöd i den allmänna opinionen. Nästan exakt hälften av den svenska allmänheten tyckte hösten samma år att det var ett bra förslag att sänka alkoholskatten och endast en fjärdedel var emot. Året därpå då debatten om privatinförsel av alkohol var särskilt stark polariserades opinionen ytterligare och förespråkarna för lägre skatt på alkohol var nu i majoritet. Men valåret 2006 var opinionen plötsligt en annan. Nu var istället de två ståndpunkterna – för respektive emot – jämnstarka (Holmberg och Weibull, 2007).

Den opinionssvängning som iaktogs 2006 har fortsatt 2007 om än i minskande takt. Nu har nej-sidan fått överhanden: 40 procent ställer sig negativa till en sänkning av alkoholskatten mot 32 procent som är positiva till förslaget. Den snabba förändring som vi förra året kände en viss osäkerhet inför var inte tillfällig utan uttryck för ett trenderbrott (se figur 2).

Figur 2 Andel positiv och negativ till att sänka alkoholskatten 2004 – 2007 (procent)

fråga: "Sänka skatten på alkohol".



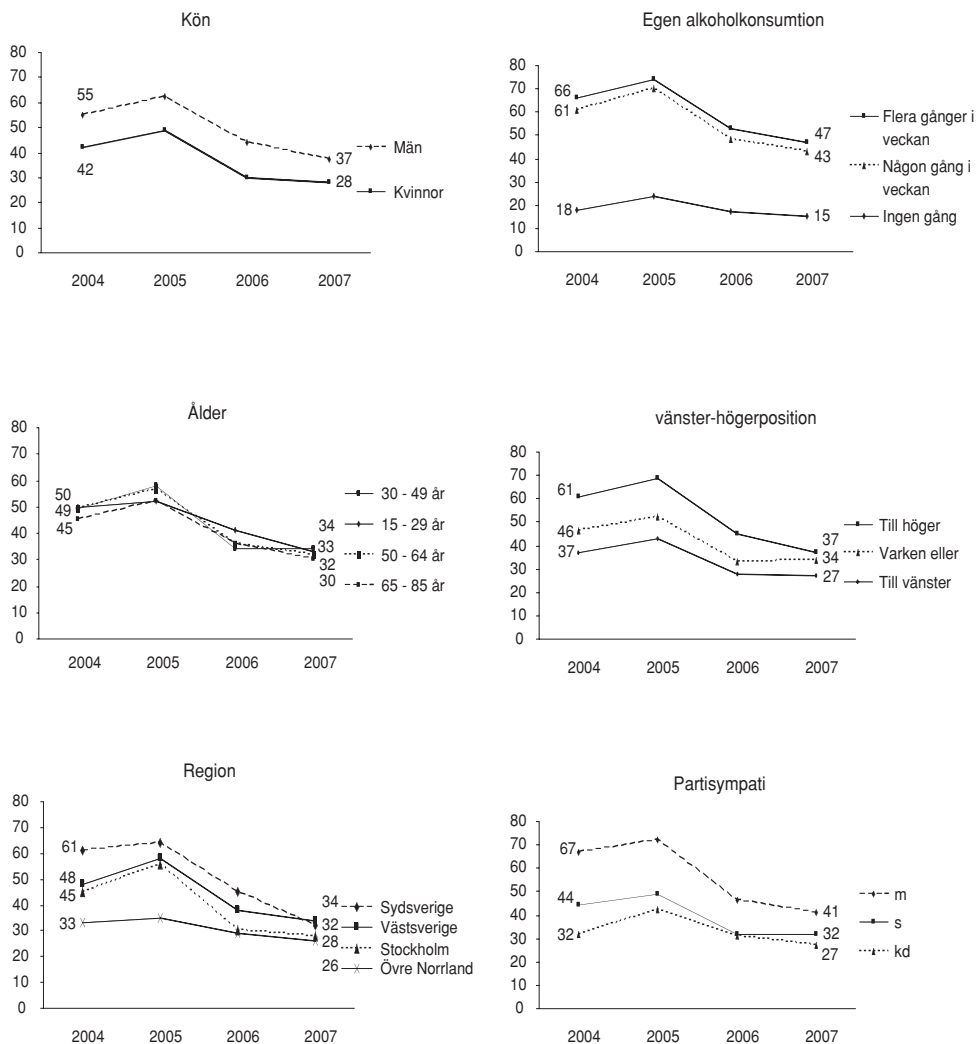
Kommentar: Procenten har beräknats bland personer som besvarat enkätfrågan. Frågan innehåller också svarsalternativet "varken bra eller dåligt".

När vi 2006 diskuterade vad som kunde ligga bakom en sådan opinionsförändring pekade vi först på att det framför allt var bland de grupper som varit klara förespråkare för en ökad alkoholfrihet som minskat sitt stöd för förslaget att sänka skatten på alkohol. Det är samma mönster som fortsätter 2007 (figur 3 på nästa sida). Åsiktsskillnaderna mellan olika grupper minskar dock efter hand. Också bland de mest regelbundna alkoholkonsumenterna och bland personer som placerar sig ideologiskt till höger fortsätter stödet för skattesänkningen att falla och inte i någon av dessa grupper finns det längre en majoritet för utredningsförslaget.

Den fortsatta nedgången mellan 2006 och 2007 visar sig vara särskilt uttalad bland personer som placerar sig politiskt till höger och bland moderata sympatisörer. Det ger ett stöd för vår hypotes att det till viss del är en allmänpolitisk faktor som ligger bakom opinionssvängningen. De nya moderaterna har inte längre frihets- och skattesänkingsfrågor lika uttalade på sin agenda som tidigare. Samma förändring hos de moderata sympatisörerna, om än inte lika kraftig, finns i frågan om att tillåta försäljning av vin, sprit och starköl i livsmedelsbutiker. Här har andelen som stöder ett sådant förslag minskat från 58 till 48 procent mellan 2004 och 2007.

Även om vi ser en konvergens i åsikterna om alkoholskatten är det viktigt att understryka att de grundläggande opinionsmönstren kvarstår år 2007. Det är främst män som i klart större utsträckning än kvinnor vill sänka alkoholskatten – 37 respektive 28 procent. Skattesänkningen har lågt stöd hos högutbildade (24 procent). Det lägsta stödet för en skattesänkning (15 procent) finns bland dem som aldrig dricker alkohol och de högsta (43 procent) bland dem som dricker regelbundet. Den senare åsiktsdifferensen pekar ut en viktig faktor bakom synen på alkoholskatten – egenintresset. Frågan är dock om det kan finnas någon ytterligare faktor som ligger bakom förändringen i alkoholopinionen. Låt oss se på en alternativ modell.

Figur 3 Andel positiv till att sänka alkoholskatten 2004 – 2007 i olika grupper (procent)



Alkohol – ett samhällsproblem?

Ett centralt antagande om hur opinionsskiften sker är att det inträffat någon förändring i den sociala problembilden. Det kan gälla att en ny fråga kommer upp på den samhälleliga dagordningen eller att ett problem avförs som löst. Synen på alkoholskatten skulle möjligen kunna vara ett exempel på båda: problemet kom upp som en följd av den ökade privatinförseln och försvann sedan när den inte längre verkade ha samma aktualitet i medieopinionen. Men frågan är om detta stämmer när vi granskar allmänhetens bild av sakernas tillstånd.

Vi kan belysa allmänhetens problemupplevelse med två frågor som ställdes i 2007 års SOM-undersökning. Den ena gäller i vad mån man känner oro för ökad alkoholkonsumtion, den andra hur man ser på alkoholpolitiken som en följd av EU-medlemskapet. Det är snarast den förra som ger en rimlig operationalisering av problemupplevelsen. Det visar sig här att det också finns en förändring i synen på alkohol som samhällsproblem. År 2004 var det 23 procent som ansåg att ökad alkoholkonsumtion var mycket oroande, år 2007 hade andelen minskat till 18 procent. Om vi inkluderar även dem som anser problemet ganska oroande är nedgången sex procentenheter – från 59 till 53 procent (se tabell 2).

Oron för ökad alkoholkonsumtion var både 2004 och 2007 större i de grupper som tidigare visat sig vara minst benägna att sänka alkoholskatten. Det gäller kvinnor, högutbildade, personer till vänster ideologiskt och partipolitiskt och person som aldrig använder alkohol. Omvänt anser män, de som placerar sig politiskt till höger och de som dricker alkohol minst en gång i veckan att problemet är mindre. Nedgången i problemupplevelse finns i samtliga grupper. Den år 2007 lika stor bland dem aldrig dricker alkohol som bland dem som gör det varje vecka. Möjligen finns det en svag tendens att nedgången är något större hos dem som 2004 upplevde problemet som särskilt allvarligt.

Mönstret är detsamma för synen på hur EU-medlemskapet påverkar den svenska alkoholpolitiken. År 2005 då inköpsresorna var som mest uppmärksammade ansåg 35 procent av svenskarna att EU medfört en försämring i svensk alkoholpolitik, en andel som två år senare minskat till 27 procent. Intressant nog minskade under samma tid även andelen som menade att EU-medlemskapet inneburit en förbättring av alkoholpolitiken, men bara från 19 till 16 procent. När frågan inte längre var på agendan ökade istället andelen som saknade en klar uppfattning.

Både indikatorerna på alkoholen som samhällsproblem uppvisar således en nedgång. Resultatet kan förefalla motsägelsefullt. Om alkoholkonsumtionen inte upplevs lika oroande som tidigare kunde man kanske tro att acceptansen skulle öka för en sänkt alkoholskatt. Men en sådan tolkning tar inte hänsyn till skattesänkingsförslagets bakgrund: det lanserades för att motverka alkoholproblem inte för att underlätta tillgången. Den alternativa tolkningen är således att när problemet inte uppfattas som lika viktigt sjunker också stödet för den föreslagna åtgärden.

Tabell 2 Alkohol som samhällsproblem: andel som anser ökad alkoholkonsumtion mycket eller ganska oroande 2004 och 2007 (procent)

	2004	2007	Förändring
Samtliga	59	53	-6
Kvinnor	67	59	-8
Män	52	47	-5
15 – 29 år	50	46	-4
30 – 49 år	49	43	-6
50 – 64 år	63	54	-9
65 – 85 år	79	73	-6
Lågutbildad	68	66	-2
Medellågutbildad	55	51	-4
Medelhögutbildad	60	52	-8
Högutbildad	54	44	-10
Mycket politiskt intresserad	64	57	-7
Ganska politiskt intresserad	62	56	-6
Inte särskilt politiskt intresserad	59	50	-9
Inte alls politiskt intresserad	42	46	+4
Klart vänster	58	57	-1
Något vänster	66	57	-9
Varken eller	59	56	-3
Något höger	57	51	-6
Klart höger	50	50	±0
v	55	51	-4
s	61	57	-4
mp	62	57	-5
c	72	62	-10
fp	56	45	-11
kd	75	60	-15
m	51	42	-9
Dricker aldrig alkohol	83	74	-9
Dricker någon gång	51	56	+5
Dricker minst en gång/vecka	52	42	-10

Kommentar: Resultat för sd-sympatisörer 2007 är 49 procent.

Partipolitik, problemupplevelse eller egna alkoholvanor?

Vi har pekat på åtminstone tre förklaringar till allmänhetens åsikt om att sänka alkoholskatten. Det är den egna alkoholkonsumtionen – som visat sig vara den enskilt bästa prediktorn varje år, det är synen på alkohol som samhällsproblem och det är den politiska ideologin. Det handlar alltså om inverkan från beteenden, föreställningar och värderingar. Vårt speciella intresse är att se hur denna förklaringsmodell faller ut 2007 i jämförelse med 2004. Med tanke på att vi sett att alkoholkonsumtionen och ideologin förändrats endast obetydligt mellan de två åren är hypotesen att problemupplevelsen har fått större betydelse för synen på skattesänkning. Vi kan pröva sambanden i en serie effektanalyser (se figur 4).

Om vi först ser hur problemupplevelsen relaterar sig till den egna alkoholkonsumtionen är det tydligt att den senare har en klart större betydelse för synen på skattesänkningen. Det var särskilt tydligt 2004. Bland regelbundna alkoholkonsumenter som såg en ökad alkoholkonsumtion som ett samhällsproblem var det över hälften (55 procent) som stödde förslaget att sänka alkoholskatten, i jämförelse med 15 procent bland dem som inte dricker alkohol. 2007 har siffrorna utjämnats. Den största förändringen är att regelbundna alkoholkonsumenter som inte ser ökad alkoholkonsumtion som ett samhällsproblem nu i betydligt lägre grad än 2004 är för en skattesänkning. Det samlade utfallet är att både problemupplevelse och egen alkoholkonsumtion har mindre betydelse för synen på skattesänkningen 2007 än 2004.

Problemupplevelsens relation till ideologin uppvisar ett likartat mönster. Ideologin spelar den större rollen 2007 för synen på skattesänkning, men inte 2004. Men både ideologi och problemupplevelse har sammantaget fått en något mindre betydelse. Den stora nedgången i stödet för skattesänkning finns framför allt hos personer som inte upplever alkohol som ett samhällsproblem.

Den tredje analysen ställer ideologisk självplacering mot alkoholvanor. Och resultaten visar tydligt att konsumtionsvanorna betyder mer för attityden till alkoholskattesänkningen än ideologin. Resultaten bekräftar också till stor del vad man kunde sluta sig till av de två föregående effektanalyserna: det är framför allt personer som är regelbundna alkoholkonsumenter och som placerar sig politiskt till höger som minskat sitt stöd för en skattesänkning.

En viktig iakttagelse är således att opinionen för en sänkt alkoholskatt i stor utsträckning har sitt stöd hos personer med regelbundna alkoholvanor som placerade sig till höger och som inte uppfattade alkoholkonsumtion som något större samhällsproblem. Om vi kontrollerar för samtliga tre variabler kan vi konstatera att 84 procent i denna grupp år 2004 var för en sänkt alkoholskatt, att jämföra med 16 procent bland absolutister som placerade sig till vänster och kände oro för ökad alkoholkonsumtion. År 2007 har stödet för alkoholskatten i den förra gruppen minskat med hela 37 procentenheter till 47 procent medan nedgången i den senare är bara fem procentenheter till 10 procent. Följer vi upp analysen med regressionsanalys

Figur 4 *Inställning till alkoholskatt efter problemupplevelse, ideologi och egna alkoholvanor 2004 och 2007: andel som anser att sänkning av alkoholskatten är ett bra förslag (procent)*

		Ökad alkoholkonsumtion oroande		Effekt av problemupplevelse
		Ja	Nej	
Egen alkoholvana	Aldrig	15 / 11	24 / 26	+9
	Varje vecka	55 / 38	75 / 47	+20
Effekt av alkoholvana		+40	+27	+51
				+21

		Ökad alkoholkonsumtion oroande		Effekt av problemupplevelse
		Ja	Nej	
Ideologisk självplacering	Vänster	30 / 19	53 / 28	+23
	Höger	51 / 37	77 / 45	+9
Effekt av ideologi		+21	+18	+24
				+17

		Ideologisk självplacering		Effekt av ideologi
		Vänster	Höger	
Egen alkoholvana	Aldrig	14 / 13	17 / 11	+3
	Varje vecka	49 / 38	73 / 45	-2
Effekt av alkoholvana		+35	+25	+56
				+34

Förklaring: 

bekräftas att samtliga tre faktorer – egen alkoholvana, problemupplevelse och ideologisk självplacering – inverkar på åsikten om sänt alkoholskatt. Men mer intressant är att den egna alkoholvanan hade relativt störst påverkan 2004, medan problemupplevelsen spelar den relativt största rollen 2007. Därmed bekräftas det inledande antagandet.

Vilken opinionssvängning – och varför?

Även om vi kan visa på vissa tydliga empiriska förklaringsmönster säger dessa inte allt om vad som faktiskt skapade förändringen i opinionen. Men innan vi går in på problemet med tolkningen måste vi ställa frågan om konstansen i opinionen. Det vi sett är en förändring mellan ganska få mätpunkter – från 2004 till 2007. Var då 2004 på något sätt ett avvikande år och förändringen handlade om att gå tillbaka till ett tidigare läge? Det går inte att besvara på grundval av frågan om synen på alkoholskatten som ställdes första gången 2004, men indikationer kan hämtas från analyser av svaren på en annan fråga som ställts i SOM-undersökningarna sedan 2001: om man anser att försäljning av starköl, vin och sprit skall tillåtas i livsmedelbutiker.

Omkring en tredjedel av svarspersonerna 2007 tyckte att det var ett bra förslag att tillåta alkoholförsäljning i livsmedelsbutiker. De som stöder förslaget är samma grupper som är för en sänkning av alkoholskatten: män, medelålders, moderata sympatisörer och de som regelbundet dricker alkohol. Mönstret är också detsamma när det gäller samspelet mellan problemupplevelse och egen alkoholkonsumtion. Bland dem som anser att alkoholen är ett samhällsproblem men som själva inte dricker är stödet för alkoholförsäljning i livsmedelsaffärer 7 procent, bland dem som dricker alkohol regelbundet och inte ser alkohol som är samhällsproblem är det 50 procent – och bland dem som placerar sig politiskt till höger och regelbundet dricker alkohol är stödet 49 procent.

Svarsmönstret är alltså exakt detsamma som för synen på sänkt alkoholskatt, men i den här analysen kan vi gå tillbaka inte bara till 2004 utan ända till 2001. Analysen bekräftar att opinionen även i synen på alkoholförsäljning i livsmedelsbutiker var mer positiv 2004 än 2007 – men det intressanta är att opinionen var ännu mer positiv 2001, särskilt bland dem med regelbunden alkoholvana och med högeråsikt. I denna grupp har stödet för den fria försäljningen minskat från 72 procent 2001 till 61 procent 2005 och 49 procent 2007. Resultatet pekar således på en ännu mer alkoholliberal opinion 2001 än 2004. Om vi hade ställt frågan om alkoholskatt redan då är det således troligt att stödet skulle ha varit ännu större.

För att svara på frågan om varför alkoholopinionen svängde måste vi först reflektera över varför de alkoholliberala åsikterna var så framträdande fram till 2005. Det vi har sett är att den alkoholpositiva opinionen byggde på ett starkt stöd bland regelbundna alkoholkonsumenter med högeråsikt som inte såg alkohol som ett samhällsproblem. En tolkning är att en marknadsliberal grunduppfattning gick

hand i hand med egenintresset för billigare alkohol. Man kan anta att uppmärksamheten för de nya införselmöjligheterna förstärkte intresset. Att förslaget till skattesänkning på alkohol också hade visst stöd från nykterhetsorganisationer bidrog med all sannolikhet till att ge legitimitet åt åsikten.

Men så svängde opinionen. Problemet med alkohol som samhällsproblem kom upp på dagordningen. Opinionsbildningen förstärktes och konsekvenserna av den finska skattesänkningen i form av ökat våld och ökad utslagning fick en viss medieuppmärksamhet, liksom den ökade smuglingen och vidareförsäljningen av EU-sprit. Men det fanns även en politisk sida. Som vi sett minskade moderaterna sin profil i frågor om skattesänkningar och betonade oftare det sociala ansvaret.

En rimlig tolkning är att det som ändrade åsikterna var att många olika faktorer bidrog till en opinionsvind, som medförde att skattesänkingsfrågan tappade aktualitet. Utredningsförslaget blev liggande utan några egentliga förespråkare och den minskade uppmärksamheten i kombination med ökad problemmedvetenhet innebar ett minskat opinionsstöd.

Not

- ¹ Whose drinking changes how much when liquor taxis fall? Effects of tax cuts. Projekt vid Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning vid Stockholms universitet. Startat 2003. Jfr Mäkelä m fl (2007)

Referenser

- Boman, Ulrika, Hradilova, Selin, Klara, Ramstedt, Mats och Svensson, Johan (2007) *Alkoholkonsumtionen i Sverige fram till år 2006*. (SoRAD Rapportserie, nr 48). Stockholm: Centrum för alkohol- och drogforskning, vid Stockholms universitet.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2006) På besök i Calle Grenzshop. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Du stora nya värld*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören, Weibull, Lennart (2007) Den förändrade alkoholopinionen. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *det nya Sverige*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Mäkelä, Pia, Bloomfield, Kim, Gustafsson, Nina-Katri och Room, Robin (2007) *Effects of major changes in alcohol availability: study design, data collection procedures and measurement*. (SoRAD Report series, nr 46). Stockholm: Centrum för alkohol- och drogforskning, vid Stockholms universitet.
- Svensson, Johan, Hradilova Selin, Klara (2007) *Alkoholsmuggling i Sverige*. Stockholm: Centrum för alkohol- och drogforskning, vid Stockholms universitet.