

## UUSI ULJAS MONOPOLI

Alkosta tehdään itsenäinen vähittäismyyntimonopoli. Samalla se kummallinen alkoholi-konserni, jonka osana Alko on viime vuodet ollut, lakkaa käytännössä olemasta ja Suomen monopolista tulee samalla tavalla itsellinen kuin Ruotsin ja Norjan vastaavista. Kyse ei olekaan konsernin pilkkomisesta, vaan monopolin irrottamisesta sellaisesta rakenteesta, johon se ei EU-säännösten mukaan voi kuulua. Monopolin irrottamisen jälkeen konsernin toinen elinkeelpoinen osa, alkoholijuomia valmistava Primalco, vapautuu toimimaan siten, kuin kilpailutalouteen osallistuvan yrityksen tuleekin.

Uusi Alko ponnistaa vankalta pohjalta. Sen jyrkein perusta on EY:n tuomioistuimen 23.10.1997 tekemä Franzén-päätös. Kuten Kari Paaso on korostanut (Alkoholipolitiikka 6/97), tuomioistuin ei antanut Ruotsin Systembolagetille tilapäistä poikkeuslupaa, vaan se teki periaatteellisen linjauksen. Alkoholin myyntimonopolit ovat päätöksen jälkeen kaikkialla EU:ssa hyväksyttäviä, jos ne selkeästi perustuvat yleisen edun mukaisiin tavoitteisiin, kunhan ne kohtelevat toisista jäsenvaltioista tuotavia tavaroita sekä oikeudellisesti että tosiasiallisesti tasapuolisesti. Päätöksen jälkeen alan intressipiirien ahkerasti käyttämä Brysselin-tie on yksiselitteisesti loppuun kuljettu. Pallo on taas täysin ja kokonaan Suomen hallussa.

Mutta jos Suomi sai pallon, niin kuka sen sai? Aluksi se putosi maan hallituksen ja Alkosta ensisijaisesti vastaavan sosiaali- ja terveysministeriön syliin – ja tuli alas varsin hallitulla tavalla. Ainakin näin jälkikäteen arvioiden oli viisasta antaa konsernin olla siihen asti, kunnes EY:n tuomioistuin oli päätöksensä tehnyt. Jos päätös olisi ollut toisenlainen ja johtanut pohjoismaisten alkoholimonopolioiden purkamiseen, konserni olisi ehkä ollut järkevää säilyttää. Mutta kun päätös oli tämä, sen jälkeen ei ollut enää mitään syytä viivyttellä.

Maan hallitus ja johtavat viranomaiset ovatkin tuomioistuimen päätöksen jälkeen toimineet kiitettävän ripeästi ja määrätietoisesti. Tammikuun 7. päivänä 1998 hallituksen talouspoliittinen ministerivaliokunta päätti, että monopoli irrotetaan konsernista ja että se jää sosiaali- ja terveysministeriön alaisuuteen, kun taas muut osat konsernia siirtyvät konsernin purkamisen jälkeen kauppa- ja teollisuusministeriölle.

Tämän jälkeen omistaja siirsi nopeaan tahtiin pääjohtaja Ilkka Suomisen vetämän konsernin aiemman johdon sivuun ja otti kolmen ministeriön edustajien välityksellä ja STM:n kansliapäällikön Markku Lehdon johdolla keskeisen määräysvallan sekä konsernin että Alkon hallituksissa. Tarkoitus on, että konsernin osien uudelleenjärjestely viedään loppuun tämän vuoden aikana.

Ensi eduskuntavaaleissa pallo siirtyy Suomen kansalle, koska silloin myös tämän valitun linjan kannatus mitataan. Siksi olennaista on, että monopolin säilyttämisellä näyttäisi olevan takanaan myös – toisin kuin julkisuus mielellään uskottelee – kansan täysi tuki. Monopolia on väitetty heikoksi sillä perusteella, että viinien vapauttamisen kannattajat ovat gal-

luptutkimuksissa saavuttaneet 90-luvulla noin 60 prosentin enemmistön. Jostain syystä huomattavan paljon vähemmälle huomiolle on jäänyt se vielä vakuuttavampi enemmistö, joka väkevien juomien myynnin pysyttämiseksi monopolin suojissa on: tasaisesti lähes 80 prosenttia suomalaisista on 90-luvulla ollut tätä mieltä, kuten Salme Ahlström ja Esa Österberg gallup-trendejä kuvatessaan ovat osoittaneet (Alkoholipolitiikka 1/97).

Ainoa järkevä johtopäätös näistä luvuista on, että kansan ylivoimaisen enemmistön mielestä monopolia tarvitaan ja että sitä tarvitaan nimenomaan väkevien juomien myyntikanavaksi. Erimielisyyttä on vain siitä, pitääkö viinien olla myytävänä myös muualla kuin monopolissa.

Seuraavaksi etapiksi, jolloin monopolin "täytyy" purkautua, alan intressipiirit ovat nimenneet vuoden 2004. Tuolloin EU:n turistialkoholin tuontisäännökset Pohjoismaissa viimeistään yhdenmukaistuvat EU-käytännön kanssa. Tämä on kuitenkin jo niin karkea hämäys, että ainoastaan hyväuskoisin osa julkisuutta on saatu kampanjaan mukaan. Turistiviinan tuonnin määrien väljentyminen johtaa kotimaisen alkoholiverotuksen jonkinasteiseen alentamiseen monopolin myyntiaseman ja kokonaiskulutuksen hillinnän turvaamiseksi, mutta itse monopolia alkoholiverojen ja sitä kautta vähittäishintojen alennus ei uhkaa.

Päinvastoin: kuten mm. Alkon varatoimitusjohtaja Erkki Valta on toistuvasti korostanut, ei ole mitään syytä laajentaa alkoholijuomien saatavuutta silloin, kun hintoja on pakko alentaa. On pikemminkin niin päin, että varautuminen turistiviinan tuontisäännösten väljentymiseen entisestään korostaa monopolin olemassaolon järkevää ydintä.

Mikä monopolin rationaali ydin sitten on? Ismo Tuomisen perinpohjainen analyysi (Alkoholipolitiikka 6/97) monopolin perimmäisistä tavoitteista tislaa esiin tärkeimmän perusmotiivin: yksityisen voitontavoittelun minimoimisen ja aivan erityisesti aggressiivisen markkinoinnin poistamisen alkoholimyynnistä.

Periaatteessa suurimmat rahantekomahdollisuudet alkoholikaupassa liittyvät nimenomaan väkevien juomien myyntiin. Viinan teko on halpaa suhteessa niihin hintoihin, joita ihmiset ovat valmiit näistä tuotteista maksamaan. Pohjoismainen monopolijärjestelmä leikkaa väliin jäävän "ilman" korkean verotuksen avulla yhteiskunnalle. Koska vähittäismyynnimonopoli on tärkein kanava, minkä kautta jokainen viinanvalmistaja joutuu kulkemaan tavoittaakseen asiakkaansa, Alko kykenee asemansa avulla tehokkaasti kontrolloimaan alan voimakkaimman intressiryhmän voitonpyynteitä.

Mutta kuten Tuomisen korostaa, monopoli ei saa käyttää asemaansa väärin: yksityisen voitontavoittelun korvaaminen julkisella veisi monopolilta tuen niin EU:n kuin Suomen kansan silmissä. Monopolin täytyy toimia yleisen edun hyväksi, säätelämällä alkoholitaloutta ja sitä kautta kulutusta ilman kaiken läpäisevää voittointressiä. Omasta tehtävästään monopoli suoriutuu Tuomisen mielestä kunnialla, jos se kykenee "leikkaamaan alkoholijuomien kulutuksesta pois sen osan, joka liiketaloustieteen mukaan voitaisiin optimaalisella markkinaohjautuvuudella ja kuluttajiin kohdistuvalla myynninedistämällä saada aikaan". Monopolin pitää palvella, mutta ei tyrkyttää.

Monopoli ei "ratkaise" Suomen sen paremmin kuin minkään muunkaan maan viinapulaa. Vapaaseen myyntiin verrattuna se kykenee kuitenkin paremmin säätelämään alkoholitalouden toiminnan ehtoja ja sitä kautta kulutuksen ja haittojen tasoa. Juuri siksi se on pysyvän taistelun kohde.

MATTI VIRTANEN