

EY-kuvioita seuratessa eivät voi olla tulematta mieleen suuret systeeminrakentaja-rationalistit. Tuon ra-

kennelman pyörittäjien täytyy olla aitoja Descartesin ja Spinozan jälkeläisiä, ettei vain vanha kunnan Hegelkin

väijyisi jossain. Rakennelma on sen verran komea.

KARI PAASO

ALKOHOLIVERO ALKOHOLILLE — JA VAIN SILLE

Kansamme onni tuskin lisääntyisi, jos alkoholipolitiikkamme liberalisoituisi kertaheitolla sellaiseksi, kuin se on vanhoissa eurooppalaisissa viinimaissa, joissa alkoholiin on sopeuduttu vuosituhansien ajan niin geneettisesti kuin sosiaalisestikin; onhan alkoholi elämän päällimmäinen ongelma joka kymmenennelle suomalaiselle — ja heidän omaisilleen. Kansan viinahimoja on hillittävä, mutta miten?

RAJOITUKSISTA HINTA-ASEESEEN

Alkoholipolitiikassa on siirtynyt ja joudutaan väkisin siirtymään saannin hankaloittamisesta pelkän hintaaseen käyttöön, sillä kansainvälistyvässä maailmassa oudot määräykset tuntuvat yhä oudommilta. Mikään ei sinänsä estä noudattamasta omintakeista alkoholipolitiikkaa — noudattaahan

Saudi-Arabiakin — mutta suomalaisten enemmistö suhtautuu simputtamiseen yhä kielteisemmin, ja me elämme sentään demokratiassa.

Saannin vaikeuttaminen on huono tapa vähentää viinan juontia. Se pitää yllä ajatusta, että viinaa on juotava aina, kun sitä saa, ja sitä saa joka tapauksessa yhä useammin. On myös epäta-sa-arvoista, että helsinkiläinen saa juomansa kävelemällä vain lähimpään Alkoon, mutta syrjäseuduilla pullolle tulee lisähintaa pitkästä auto- tai taksimatkasta. Se on yhtä oikeudenmukaista kuin se, että Alkolla olisi syrjäseuduilla korkeammat hinnat.

Asiakkaille aiheutetut ylimääräiset matkat ja jonoissa seisomiseen tuhrautunut aika ovat silkkaa rahan ja ajan tuhlausta ja siksi osoitus politiikan heikkoudesta. Jopa maaseudun kauppa-kuolemaa on osaltaan jou-

duttanut se, että Alkon takia on pitänyt matkata kirkonkylään tai kaupunkiin, jolloin on myös poikettu halvassa supermarketissa.

Saatavuuden hankaloittaminen on peräti keinoa alkoholipolitiikkaa, jos pidämme rajoitettavaa alkoholipolitiikkaa vain välivaiheena, jonka aikana kansa kasvatetaan ”tavoille”. Jos sen sijaan syy suomalaisten huonoksi väitettyyn viinapähän löytyykin geneettisestä perimästä, eikä suomalaisten siten voi koskaan olettaakaan tulevan sinuiksi alkoholin kanssa, voidaan saannin hankaloittamista keinona perustella — olettaen, että se toimii käytännössä.

Saatavuuden vaikeuttamiselta meni pohja suurelta osin keskioluen vapautuessa. Jos humalaa etsii, saa sen keskioluestakin. Myynnin rajoitukset toimivatkin oikeastaan enää oluen hyväksi viinejä vastaan, eivätkä alkoholin käytön vähentäjänä.

Minun on vaikea löytää alkoholipoliittista perustetta sille, että ravintolavaunussa voi kitata pullotolkulla olutta, mutta kahvin kanssa ei saa lasia sherryä, ellei ota samalla munakasta.

Oluen suosiminen on enemmän maatalouspolitiikkaa kuin terveystieteitä. Se on nostanut suomalaisten miesten keskipainoa useilla kiloilla.

Entä jos kaikki saatavuuden rajoitukset poistettaisiin ja tyydyttäisiin hillitsemään viinan himoja vain korkealla hinnalla? Sitä on oikeastaan jo kokeiltu: Helsingissä ainoa kulutusta tehokkaasti vähentävä rajoitus on se, ettei iltamyöhällä heränneeseen janoon löydy lääkettä R-kioskeista. Viinin saaminen elintarvikeliikkeisiin tuskin lisäisi Helsingissä alkoholikulutusta olennaisesti, koska olut on jo elintarvikeliikkeissä ja koska alkoholimyymälöitä on runsaasti. Helsingissä alkoholia kuluu enemmän kuin muualla maassa, mutta mitään tavanomista juominkia helppo saatavuus ei ole aiheuttanut. Päinvastoin, hoidon ja jännittävyyden väistyttyä alkoholista osa helsinkiläisnuorista näkyy oppineen kohtuukäyttäjiksi — etenkin aiemmin niin määrässä maineessa ollut opiskelijanuoriso. Alkoholien helppo saatavuus näyttää nuorten keskuudessa johtavan ongelmajuoimisesta samanlaiseen sosiaaliseen korrelaatioon kuin voimme havaita vallitsevan

tupakan kohdalla.

En usko saatavuuden rajoituksilla olevan tulevaisuutta. Jopa koko Alkon monopolin järjestyttä kannattaa jatkossa harkita. Jäljelle jää valistuksen ohella vain korkea hinta.

VERO SYRJII LAATUJUOMIA

Alkoholi on Suomessa kallista ja sen on syytä kalliina pysyäkin, mutta kuka on keksinyt sen, että alkoholivero on verrannollinen juoman arvoon eikä sen sisältämän alkoholin määrään? Veron kohteena onkin lähinnä juoman laatu, ikään kuin punaviini esimerkiksi muuttuisi vaarallisemmaksi, jos sitä säilytetään muutama vuosi tammitynnyrissä.

Arvoon perustuva alkoholivero on tehnyt hyvistä viineistä tai laadukkaista konjakeista niin kalliita, ettei niitä juuri voi Suomesta ostaa. Aitoa samppanjaa on vain harva suomalainen saanut koskaan edes maistaa. Laatujuomat on viety tavallisen kansan ulottumattomiin. Tällaiseen ei ole mitään alkoholipoliittista perustetta. Alkoholijuomassa vaarallista on alkoholi, ei laatu. Miksi siis ei veroteta sitä, mitä halutaan torjua, eli alkoholia ja vain sitä?

Laatujuomia ostetaan lähinnä vain ulkomailta. Voiton keräävät lentoasemien ja laivojen verovapaat myymälät. Laatujuomien korkeampi absoluuttinen vero ei

myöskään pidättelee rikkaiden juomahaluja, sillä rikkaakin voi tinkiä laadusta. Köyhän on pakko.

Alkoholiveroa uudistettiin viime syksynä siten, että viinien osalta vero laski 45 prosenttiin juoman arvosta. Muutos näkyy Alkon uudessa hinnastossa laatuviinien hintojen alenemisena. Esimerkiksi samppanjoiden hinnat ovat laskeneet 190 markasta 150 markkaan. Tämä lohduttanee viinien ystäviä, mutta perusongelma jää: koska vero on yhä verrannollinen juoman arvoon, se syrjii yhä laatuviinejä, vaikka tietysti vähän aiempaa vähemmän.

VERO ALKOHOLILLE, EI JUOMAN LAADULLE!

Entä jos prosentuaalinen alkoholivero korvattaisiin yksinkertaisesti vain alkoholimäärään perustuvalla markkamääräisellä verolla? Nykyiset tulot alkoholista saisi verolla, joka olisi 260 markkaa/litra puhdasta alkoholia. Veron määrä olisi silloin juomalajeittain suunnilleen taulukon 1 mukaan.

Vero tulisi siis kuten nykyin verottoman hinnan ja jakelukustannusten päälle.

Oluiden hinta nousisi selvästi. Se osoittaa vain, kuinka olutta suosivaa alkoholipolitiikkamme on. Malli poistaisi III- ja IV-oluiden väliltä keinotekoisien eron, joka ulkomaisten oluiden myötä onkin joutunut aika

outoon valoon, kun viimeiset promillen kymmenykset oluen alkoholipitoisuudessa voivat siirtää merkin veroluokasta toiseen. Se toisi markkinoille ilmeisesti myös nykyistä keskiolutta laime-
ammatt olutlaadut.

Halvimpien viinien vero näyttäisi myös selvästi nousevan. Se on kuitenkin näennäistä, sillä Alko ei ole todellisuudessa hinnoitellut juomia niin, että se olisi lisännyt ostohintaan kaavamaisesti alkoholiveron osuuden. Halvimpien viinien veroton hinta on vain muutamia markkoja pullolta, eikä prosentuaalinen alkoholivero riittäisi nostamaan myyntihintaa riittävän korkealle. Samaa periaatetta on noudatettu halvimpien viinien hinnoittelussa. Halvimpien juomien osalta ”alkoholivero” on Alkon omalla päätöksellä siis jo nyt tavallaan alkoholimäärään perustuva, mutta arvokkaimpien juomien kohdalla arvoon perustuva vero nostaa hinnan liian korkeaksi.

TAI EI SENTÄÄN IHAN

Kaavamaisesti pelkkään suoraan alkoholimäärään perustuva vero suosisi ehkä liiaksi väkeviä juomia mietojen kustannuksella. Jos mietoja juomia — ja erityisesti olutta — halutaan suosia, veron voi panna riippuvaiseksi alkoholimäärän ohella myös

Taulukko 1. Prosentuaalinen vero ja alkoholimäärään perustuva markkamääräinen vero juomalajeittain, mk

	uusi vero	nykyinen vero
keskiolut	3,20— 4,07	1,56
A-olut	4,07— 5,03	3,08
Soave	21,00	11,70
1983 Brut Imperial	21,00	76,50
Koskenkorva	50,00	47,90
Renault, Carte Noire Extra	80,00	200,75

juoman pitoisuudesta. Samaa määrää alkoholia verotettaisiin siis sitä lievemmin, mitä suurempaan vesimäärään se on sekoitettu. Vero voisi perustua esimerkiksi alkoholimäärään siltä osin kuin alkoholipitoisuus ylittää 2,5 prosenttia.

Edelleen veron täydellinen riippumattomuus juoman hinnasta voisi ehkä johtaa liian pieniin suhteellisiin hintaeroihin laatujuomien ja heikkolaatuisempien juomien välillä, jolloin suomalaisten juomavalikoima painottuisi liiankin laadukkaisiin — ja valuuttavarantoa tuhlaaviin — juomiin. Nykyisestä laatujuomien diskriminoinnista siirryttäisiin halpojen juomien diskriminointiin.

HINTAJOUSTOSTA VÄÄRÄ TULKINTA

Olen itsekkin ollut joskus tilastotieteilijänä tutkimassa alkoholijuomien hintajousto-

ja — siis sitä, kuinka paljon myynnin volyyymi laskee, kun hintaa nostetaan. Hintajoustoksi on useissa tutkimuksissa saatu noin — 0,7. Se tarkoittaa, että kun hintaa nostetaan kymmenen prosenttia, myynnin volyyymi laskee seitsemän prosenttia, jolloin tulot nousevat kolme prosenttia.

Tämä tieto saattaa johtaa alkoholipolitiikasta päättäviä harhaan. Joustotutkimuksissa käytetty myynnin volyyymi on aivan muuta kuin alkoholipolitiikassa kiinnostuksen kohteena oleva alkoholin kulutus. Volyymin laskua on sekin, että siirrytään kalliista viinipullosta halpaan. Alkoholin mitatusta hintajoustosta melko huomattava osa lieneekin juuri tuota laadun sopeutumista: hintojen nousu johtaa laadusta vaan ei määrästä tinkimiseen. Se on alkoholipoliittisesti aivan eri asia kuin se, mihin hinnan-
korotuksilla pyritään.

OSMO SOININVAARA