
Kruunun leiviskä

Oy Alko Ab on siitä erikoinen yhtiö, ettei sen syntysanoja saatu mahtumaan yhteen lauseeseen, piti käyttää kahta. Yhtiön tulee ensinnäkin hoitaa alkoholin tuontia, valmistusta ja jakelua niin, että siitä aiheutuvat terveydelliset ja sosiaaliset haitat ovat mahdollisimman pienet. Toiseksi, yhtiön tulee tulouttaa alkoholista saatava taloudellinen hyöty valtiolle. Alkosta onkin ajan mittaan tullut valtiolle tehokas verotusmekanismi — todennäköisesti niitä harvoja, joita kansalainen käyttää iloisin odotuksin.

Näiden kahden päämäärän ristiriidasta on paljon keskusteltu. Naapurimaassa se usein kiteytetään muotoon ”att sälja, men inte vilja” eli myydä vaikkei tahtoisikaan. Kahden viime vuosikymmenen aikana ristiriita lienee meillä kuitenkin huomattavasti lieventynyt. Valtion kassa-asiat ja tulonmuodostus ovat olleet kunnossa. Takanapäin ovat ne ajat, jolloin Helsingin keskustan myymälöistä kiidätettiin päivän kassat suoraan valtiokonttoriin esivallan maksuvalmiutta kohottamaan.

Toinenkin seikka on ollut omiaan tasapainottamaan Alkon valtiontaloudellisia ja alkoholipoliittisia velvoitteita. Kruunun halukkuutta nostaa rajusti hintoja on vähentänyt se, että niin palkoissa kuin eläkkeissä on ollut indeksikynnyksiä. Viinan hinta on ollut vanhasta indeksitavaroitten korissa. Tämä hinta taas on ollut niitä harvoja, joista valtiovalalla on ollut määräävä ote. Minkä kruunu olisi mittavalla hinnankorotuksella saanut, sen se olisi helposti menettänyt kohonneina virkamiespalkkoina ja -eläkkeinä sekä heikentyneenä kansainvälisenä hintakilpailukyknä.

Kun paineet tällä rintamalla ovat vähentyneet, on yhteiskunnallisen keskustelun painopistekin pyrkinyt siirtymään. Nykyisin keskustellaan paljon enemmän Alkosta yrityksenä ja Alkon viranomais- ja valvontatehtävistä kuin alkoholipolitiikan ja finanssipolitiikan ristiriidasta.

Oy Alko Ab on pyrkinyt ottamaan monopoliasemastaan irti sen suoman teknisen tehokkuuden. Tuotanto on hyvin keskittynyttä ja tehtaitten välinen työnjako selkeä. Sarjapituuksissa Alko voittaa monet suuremmatkin kansainväliset alkoholijuomien tuotantoyhtiöt. Varastointi on keskittynyt Helsingissä olevaan keskusvarastoon. Jakelussa pyritään niin ikään vuosittaiseen tuottavuuden nousuun.

Uuden tekniikan ja uusien työmenetelmien tuoma hyöty näkyikin valtion Alkolta saamista reaalityuloissa. Ne ovat nousseet nopeammin kuin myynnin volyyymi ja Alkon toimintakustannukset. Nousu ei selity kulutuksen rakennemuutoksella. Kulutus on päinvastoin pyrkinyt siirtymään niiden tuotteiden suuntaan, jotka ovat lievemmin verotettuja, kuten mallasjuomat, tai joissa Alkon oma kate on heikompi, kuten miedoissa viineissä.

Kuluvan vuosikymmenen alussa valtio sai alkoholista tuloa 4,3 miljardia markkaa. Vuonna 1986 tuo summa oli lähes kaksinkertaistunut, noussut 7,8 miljardiin. Alkon kautta syntyvä rahavirta kattaa edelleenkin leijonanosan. Se oli vuonna 1980 3,2 miljardia markkaa ja vuonna 1986 runsaat 5,6 miljardia. Muut alkoholitulot — tullit, olutverot, keskioluen liikevaihtovero ja anniskelutoiminnasta tuleva liikevaihtovero — ovat kuitenkin kasvaneet vieläkin nopeammin: 1,0 miljardista vuonna 1980 peräti 2,2 miljardiin vuonna 1986. Kruunun leiviskä levenee yhtiön ulkopuolella niin, että tulolähteitten painotuksessakin tapahtuu muutoksia. Erityisesti panimoteollisuuden tehokkuudella on, paitsi teollisuuspoliittista, myös valtiontaloudellista merkitystä.

Reippaasta kasvusta huolimatta on valtion alkoholitulojen osuus kaikista kruunun tuloista laskussa. Viime vuosikymmenen huippuvuonna, vuonna 1971, alkoholitulot muodostivat runsaat 11 % valtion tuloista. Vuonna 1980 ne olivat jo reilusti alle 10 %:n. Vuonna 1986 oli osuus enää 8,5 %:n paikkeilla. Tänä

vuonna se ilmeisesti hieman nousee, kun hinnoja on päästy korottamaan vähän reippaammin.

Monopolilla on kaikkien muitten velvoitteiden lisäksi myös palveluvelvoite. Ostajalla ei ole, ei ainakaan maissa, muuta laillista vaihtoehtoa kuin ostaa Alkosta. Yhtiön tulee pitää kysyntää vastaavaa lajivalikoimaa kohtuullisen tiheässä myymäläverkostossa.

Elintason noustessa on kaikissa kulutustavaroissa havaittavissa siirtymistä parempilaatuksi tuotteisiin ja merkkitarvoihin. Alkoholi-juomat eivät muodosta tästä poikkeusta. Korkeatasoiset ja kansainvälisesti tunnetut merkituotteet pyrkivät toisaalta olemaan sisäänostohinnoiltaan sellaisia, ettei kruunun osuuden ulosmittaaminen ole ongelmatonta. Näin on erityisesti laatuviinien osalta. Yhä useampi suomalainen onkin havainnut kalliissa tuotteissa verovapaan mahdollisuuden ja käyttänyt sitä hyväkseen.

Kruunun leiviskä ei toki ole uhattuna. Muutokset kulutustottumuksissa ja pyrkimykset laadun nostamiseen pitävät kulutuspainetta yllä. Alkoholi on vuosien saatossa pyrkinyt arkipäiväistymään. Kruunu saa vielä pitkään pidätellä nousupaineita hintoja korottamalla.

Juomateollisuuden rationaalistamispotentiaalikaan ei ole loppuun käytetty eikä jakelunkaan. Niinkin perinteinen ala kuin panimoteollisuus on suurten teknisten mullistusten kourissa. Etanolituotannostakin näyttää jatkuvasti löytyvän tuottavuutta kohottavia investointeja.

Mikään kulutuksen kasvu ei kuitenkaan jatku ikuisesti. Elintarviketeollisuudessa on jo saatu tuta, että vatsalla on rajansa. Juomapuolellakin kuluttaja tulee vielä havaitsemaan, että päällä ja maksalla on niin ikään. Eräissä pitkälle kehittyneissä teollisuusmaissa kulutus on jo hienokseltaan laskussa.

Bertil Roslin