

OLUET OVAT ALKON KILPAILIJOITA!

Kun muut paitsi vähittäismyyntimonopoli murtuvat, Alko joutuu uudenlaiseen kilpailutilanteeseen. Alko on jatkossa yhteiskunnallisen vastuunsa tunteva, kansainvälistyvä, tulos- ja kasvuhakuinen yritys, sanoo syyskuun alussa työnsä aloittanut uusi pääjohtaja Ilkka Suominen. Kasvua haetaan ennen kaikkea viennistä, mutta kotimaassakin Alko aikoo kasvattaa omien tuotteidensa markkinaosuuksia. Oluet ovat Alkon kilpailijoita, ja Alko käy kilpaan kehittämällä tuotevalikoimaansa. Enää ei voida toimia niin, että me

tekisimme vain pahanmaksuisia juomia ja muut tekisivät ne hyvänmakuiset, Suominen linjaa.

ALKOHOLIPOLIITTINEN ROOLI KAVENTUU

Alko joutuu lähitulevaisuudessa useimmilla toimialoiltaan avoimeen kilpailuun muiden samalla alalla toimivien yritysten kanssa. Johtaako tämä liiketaloudellisen puolen korostumiseen Alkon toiminnassa?

– Se johtaa liiketaloudellisuusvaatimukseen aivan toisella tavalla. Kyllä tätä täyden

monopolin aikaa voi kuvata niin, että kun kohtuullinen järki pidettiin päässä, niin tulot voitiin mitoittaa menojen mukaan ja menoihin voitiin laittaa sellaistaakin, mikä ei tähän varsinaiseen tuloksentekotoimintaan kuulu. Nyt on menot mitoitettava ansaittavien tulojen mukaan. Enää ei voida lähteä siitä, että tulot saadaan mitoitetaan itse – ne mitoittuvat. Jo uusi alkoholiverolaki ja myös muut lainsäädännön muutokset joutuvat tähän.

Entä Alkon omassa strategiassa?

– Olen käyttänyt sellaisia ilmaisuja – ilman että tästä nyt täytyisi tehdä kanonisoitua totuutta –, että Alko on yhteiskunnallisen vastuunsa tunteva, kansainvälistyvä, tulos- ja kasvuhakuinen yritys. Meiltä siirtyvät yhteiskunnan meille asettamat viranomaisvelvoitteet, mukaan lukien osa – ainakin näillä näkymin suuri osa – alkoholipolitiikasta sosiaali- ja terveysministeriöön, ja me toimimme sitten vastuumme tuntien yhtenä sen alaisena yksikönä. Kyllä täältä selkeästi irttoa tätä alkoholipoliittista toimintaa.

Kuitenkin sekä sinä että Heikki Koski olette viime aikoina korostaneet alkoholipoliittisten toimintojen Alkolla säilyttämisen tärkeyttä.

– Olemme korostaneet siksi, että näiden toimintojen siirtäminen pois Alkolta näyttää olevan omistajamme tahto, kuten uuden alkoholilakiehdotuksen perusteluista ilmenee. Alkon

Kuva: Iiro Nurminen



puolelta, jo ihan sanoisinko käytännön syistä, on esitetty, että olemme valmiit edelleen hoitamaan ja että olisi hyvä, jos me voisimme edelleen hoitaa näitä tehtäviä tottunein voimin täällä Alkossa. Siis ennen kaikkea valistus- ja tiedotuspuolta, mutta myöskin osaa tutkimuksesta.

Entä periaatteellisesti?

– Jos lähtee täältä yritystalouden puolelta ja siitä, mitä yhteiskunta meiltä laajemmin haluaa, luulen, että jälleen keran joudutaan siihen kiistelyyn, onko sopivaa, että Alko hoitaa tällaisia tehtäviä. Jos taas lähdetään rauhallisesta traditiosta ja tiedosta ja tunteuksesta, niin silloin kaikki puhuu minun mielestäni sen puolesta, että nämä toiminnot voisivat olla, veromarkoin rahoitettuna, edelleen yhteydessä Alkoon. Sehän ei enää voi olla meidän tuloksesta rahoitettua. Se on yhteiskunnallista toimintaa, ja yhteiskunnan täytyy jättää se osa verona kerättävästä summasta tänne.

Alkon puolelta ei siis ole aktiivista pyrkimystä vapautua alkoholipoliittisista tehtävistä?

– Ei, me emme pyri niistä pois. Tässä on syytä lähteä enemmän käytännölliseltä kuin ideologiselta pohjalta. Yhteiskunta mielestäni aivan oikein haluaa kasvattaa kansalaisensa tekemään sellaisia valintoja, jotka ovat kansalaisten terveyden kannalta hyviä. Siksi yhteiskunta haluaa tutkia alkoholihaittoja ja tiedottaa niistä. Kun tämä on meillä mielestäni hyvin hoidettu, niin miksi me haluaisimme tunkea sen yhteiskunnalle – tietäen, että se siellä joutuisi kilpailemaan niukkenevista budjettivaroista. Mutta se ei voi olla tästä kil-

pailutaloudessa saatavasta tuloksesta rahoitettua.

Alkoholilakihan ei ole aikaisemmin velvoittanut Alkoa tuottamaan tutkimusta ja valistusta, vaan ne on Alkon sisällä ideoitu ja käynnistetty omaehtoisesti. Onko tämä tavallaan perustelu niiden säilyttämiseksi täällä?

– Näiden toimintojen perustaminen Alkoon osoittaa, että Alko on tuntenut vastuuta eli, kun yhteiskunta ei Alkon mielestä ole riittävästi tutkimusta ja valistusta harjoittanut, niitä on perustettu tänne. Toisaalta se on ollut mahdollista, koska tulonmuodostus on asetettu täällä päätettyjen menojen tasolle. Nyt tällainen rahoitustapa ei enää ole mahdollinen, mutta syntynyt traditio on luonut hyvän koneiston. Miksi tätä hyvää koneistoa pitäisi nyt ryhtyä vaaranalaistamaan tai hajauttamaan ministeriön alaisiin eri lohkoihin, joissa se häviäisi byrokratian sokkeloihin? Mutta ei keskeinen perustelu ole minusta se, että ne on täällä keksitty, vaan se, että ne on täällä hyvin hoidettu.

Olisiko alkoholipoliittisten toimintojen rahoittaminen alkoholiverosta teknisesti hankalaa?

– Ei, se olisi hoidettavissa kahdella eri tavalla. Nettomenetelmässä me saisimme yhteiskunnan päättämän summan käytettäväksi tutkimukseen, valistukseen ja tiedottamiseen. Yhteiskunta sanoisi, että noin monta kymmentä miljoonaa voitte käyttää tähän, sitä me emme kerää teiltä veroina pois. Toinen mahdollisuus olisi se, että raha kiertää valtion budjetin kautta ja palautuu tänne.

Onko näiden toimintojen

sijoittamisessa kyse josta-kin intressiristiriidasta?

– En osaa sanoa. Minusta tämä on hyvin pitkälle käytännöllinen kysymys, enkä haluaisi uskoa, että ministeriö nyt olisi tässä hamuamassa valtaa itselleen. Kyllähän siellä on riittävästi tehtäviä jo nytkin ja niiden rahoittaminen vaikeata.

Eikö tässä ole kysymys yleisemminkin yrityksen sosiaalisesta vastuusta? Eikö Alkon – kuten muidenkin riskipitoisia aineita tuottavien firmojen – ole velvollisuuskina kantaa huolta tuotteidensa aiheuttamista haitoista?

– Nykyisen yhteiskuntafilosofian kannalta tilanne on kyllä täysin päinvastainen. Nyt korostetaan sitä, että yksilöt tulisi kouluttaa, valistaa ja kasvattaa siten, että he pystyvät itse tekemään valintansa. Jos firma tuottaa autoja, sen täytyy tietysti huolehtia siitä, että ne ovat mahdollisimman turvallisia, mutta se ei voi olla vastuussa siitä, jos ihmiset ajavat kolareita. Samoin meidän täytyy tuntea vastuamme ja toimia tiukasti niiden pelisääntöjen rajoissa, jotka yhteiskunta meille asettaa. Mutta jos joku juo itsensä juovuksiin, me emme sitä krapulaa voi auttaa.

ALKON ON KILPAILTAVA

Eikö tämän vastuun pitäisi näkyä siinä, millaisia juomia kehitellään. Onko sosiaalisen vastuun mukaista, jos voimakkaasti satsataan esim. hyvänmakuisiin ja halpoihin nuorisujuomiin?

– Salmiakkiposkenkorva-tapaus osoitti, että aikaisemmin meillä oli mahdollisuus toimia jopa niin, että jokin hyvänma-

kuinen juoma vedetään pois myynnistä. Tuleva ja jo nykyinen ETA-käytäntö edellyttää, että jos jotakin juomaa myydään laillisesti jossakin ETA-maassa ja sitä tarjotaan meille myytäväksi, se on myyntiin otettava.

Kyse oli lähinnä Alkon omasta tuotannosta.

– Kun jatkossa meidän on hankittava ne tulot, joilla me itse kukin – tässä vaiheessa niin minä itse kuin tekin – toimimme ja palkkamme saamme, niin se ei käy niin, että me teemme mahdollisimman pahanmakuisia alkoholijuomia – vaikkapa kamferthispriitä – ja muut tekisivät ne hyvänmakuiset. Me kuihtuisimme pois, ja muut kukoistaisivat Suomen markkinoilla. Sellaiseen Alkoon en ainakaan minä ajatellut tulevani.

Tuleeko Salmiakkikossu takaisin?

– Alkon piirissä ei valmistuksen uudelleen aloittamista ole harkittu, mutta juoman taannoinen suosio saattaa houkutella ulkomaisia valmistajia.

Entä ulkomaille suuntautuva markkinointi. Tuoreessa Finlandia News -lehdessä on kuva slovakialaisesta jalkapallojoukkueesta, joka markkinoi Finlandia Vodkaa. Onko se asiallista?

– Alko toimii joka maassa niiden pelisääntöjen mukaan, jotka se yhteiskunta on sinne luonut.

Eikö Alkon uskottavuus kotimaassa kärsi, jos se ulkomaille ei välitä täällä noudattamastaan sosiaalisen vastuun linjasta?

– Me toimimme meille asetettujen pelisääntöjen mukaan. Mutta me emme lähde korostamaan jossakin maassa, että me poistumme näiltä markkinoilta

suosiolla, kun tässä maassa sallitaan myös urheilujoukkueen mainostaa Finlandia Vodkaa. Me käytämme ne mahdollisuudet hyväksi siinä maassa. Tässä maassa me toimimme niin kuin takäläinen lainsäädäntö edellyttää. Ei tässä uskottavuuden kannalta ole minusta ongelmaa. Minusta voi kysyä niin päin, että miten uskottavuuden silloin käy, jos Alko yksipuolisesti tai hyvin voimakkaasti korostaa alkoholin haittoja – ja sitten valmistaa ja myy. Siinähan se peruskottavuuden ongelma on.

Onko syntymässä oleva konsernirakenne voima vai heikkous? Alkon Toimihenkilöiden puheenjohtaja Taru Ryhti on epäillyt, että monopoliasemassa oleva kauppa, jonka on kohdeltava tuottajia tasapuolisesti ja oltava pidettyvä markkinoinnissaan, joutuu ristiriitaan myyntiään maksimoimaan pyrkivän teollisuuden intressien kanssa?

– Kaupalla on selkeät pelisäännöt. Kaupan on otettava hyllynsä ne tuotteet, joita sille tarjotaan. Teollisuus saa jokaisen tuotteensa kaupan hyllylle, siinä ei ole minkäänlaista ristiriitaa. Konsernin kannalta on vain hyvä, jos teollisuus on ekspansiivinen. Yritykset eivät koskaan ole staattisia, ne joko supistuvat ja kuolevat pois tai ne pyrkivät laajenemaan. Suomessa meillä ei ole laajenemismahdollisuuksia, kulutus alkaa olla aika lähellä kattoa. Tämä yritys voi laajentua vain kansainvälisesti, ja siinä meillä ainoa valtti on hyvälaatuinen juomavalikoima.

Eikö tämä rakenne synnyttävä jatkuvaa epäilyä ”oman” teollisuuden suostimisesta?

– Tätä epäilyä tulemme näkemään jatkuvasti. Suosimisen mahdollisuuksia on kuitenkin kovin vähän. Ainoa, mitä voidaan epäillä, on se, miten juomat myymälöissä sijoitellaan. Jos Koskenkorva on parhaalla paikalla, myymälä perustelee sen sillä, että se myy eniten. Tähän epäilijä taas sanoo, että se myy parhaiten juuri siksi, että se on parhaalla paikalla. Tämöisiin asioihin joudumme varmasti ottamaan kantaa vuoden jokaisena päivänä kaikissa myymälöissä.

OLUTVALTAISUUDEN KASVU PÄÄTTY

Sanoit, ettei alkoholin kulutus Suomessa olisi enää nousemassa. Miten arvelet juomatapojen kehittyvän jatkossa ja mikä vaikutus uudella verolalla tulee olemaan? Katkeaako miedontuva kehitys?

– Oluen suosiminen, joka siis ei ole Alkon tuote, on paitsi vienyt kulutusta miedompaan suuntaan myös lisännyt kokonaiskulutusta. Jonkin tuotteen, jonka juomisen aloittamiskynnys on matala kuten keskioluen, voimakas suosiminen mieluummin nostaa kuin laskee kokonaiskulutusta, ihan varmasti. Verolain vaikutuksista on vaikea sanoa muuta kuin että juomaryhmien sisällä tuotemerkkien keskinäiset suhteet saattavat muuttua rajustikin. Mielenkiintoisinta on seurata olutryhmän sisäistä kehitystä eli sitä, alkaako vahvan oluen osuus uudelleen kasvaa. Oma arvioni on, että käyttötottumukset ovat menneet kolmoseen päin jo niin pitkälle, ettei oleellista muutosta enää tapahdu. Yleisesti ottaen voin kui-

tenkin sanoa, ettei olutvaltaisuu-
den laajeneminen enää jatku.
Alkon toimitusjohtajana minun täytyy esittää se kysymys, että haitanneeko tuo mitään. Me emme valmista oluita. Oluet ovat meidän kilpailijamme!

– Mitä kulutuksen kehitykseen yleisesti ottaen tulee, niin kyllä tämä maa tulee meidän elinaikanamme olemaan – varsinkin suhteellisesti – köyhempi muihin kehittyneisiin maihin verrattuna kuin me olimme vuosina 1989–90. Ihmisten täytyy priorisoida kulutustaan, ja kyllä silloin ilmeisesti tämä alkoholi juoma – aivan oikein – saa aikaisempaa pienemmän painoarvon. En usko, että 80-luvun lopun huippulukua alkoholin kulutuksessa enää saavutetaan, vaikka tuotannolliset kasvuvut lähtisivätkin pysyvään nousuun. Työttömyys tulee pitkään pysymään korkeana, ihmiset ovat velkaantuneita jne. Uusia kulutusjuhliä ei ole näköpiirissä. Ikävää, että kulutuksen väheneminen tulee tältä puolelta eikä asennemuutosten kautta, mutta pitkällä tähtäimellä se muokkaa ehkä myös asenteita.

Jos kasvu on haettava viennistä, mitkä ovat lupavimmat suunnat. Onko EU Alkon kannalta jo tukossa?

– Ei se tukossa ole, mutta ei EU Pohjois-Saksaa lukuun ottamatta ole votka-alueita. Laajenemissuunta ilman muuta on entiset Neuvostoliiton maat, nimenomaan ne alueet, joilla venäläiset itse asuvat. Venäläiset ovat votkan kuluttajia. Tietysti USA on myös tärkeä. Mutta ei kyse missään ole siitä, että käyttö kovasti laajenisi, vaan siitä, kuka sen votkamarkkinan saa.

Oliko politiikko Ilkka Suominen liberaalimpi alkoholisioissa kuin nyt pääjohtajana aloittava Ilkka Suominen? Onko linja muuttunut?

– Silloin kun olin vielä politiikko ja minun väitettiin olevan hyvin diktatorinen, niin massensin kokoomuksen nuorten liiton innokkaat jäsenet torjumalla ajatuksen viinien siirrosta maitokaappoihin. En minä niin hirveän liberaali ole ollut ennenkään. Tietysti tässä on asetettava sanansa kieli keskellä suuta. Minusta vähän kaikissa leireissä puhutaan kovin juhlallisesti tuotteesta nimeltä alkoholi. Se ei ole mikään kovin juhlallinen, se on ihmisten arkipäivää nykyään. Se, että se joillekin, aika monellekin, on ongelma, niin sekin on arkipäivää. Meidän monopolimme ylläpito on hyvin pitkälti siitä kiinni, miten me pystymme palvelemaan ihmisiä alkoholijakelussa. Tämä on palveluysikkö ja sen täytyy olla palveluysikkö. Se on arkipäivää, että palvelu sujuu, on monipuolista ja ystävällistä. En tarkoita, etteikö se tätä nyt olisi, mutta juuri tästä kaikki on kiinni, että me arkipäivän tasolla hoidamme hommamme. Silloin me voimme sen monopolin pitää.

Millaisena näet Alkon tulevaisuuden?

– Meidän tehtävämme Alkossa on ylläpitää vähittäismyyntimonopolia, se on myös minun tehtäväni nyt. Mutta samalla meidän täytyy ihan kirkaasti katsoa tulevaisuutta silmiin. Paineet vähittäismyyntimonopolin purkamiseksi alkavat 1.1.1995. Eikä tarvitse olla kovin suuri ennustajakyky, jos sanoo, että ainakin jonkun meistä elinaikana tämä eu-

rooppalaistuu. Se on enemmän kuin todennäköinen kehitys. Mutta ei meidän tehtävämme Alkossa ole tätä monopolia purkaa, vaan pitää sitä yllä ja osoittaa, että se pystyy palvelemaan suomalaisia. Ja ulkomaisia toimittajia, kaikkia.

Alko on karsinut henkilöstöä melko lailla viime vuosina. Vieläkö saneerusta on tarvetta jatkaa?

– Kyllä suurin sopeutus – Heikki Kosken johdolla tehtynä – on jo takanapäin. Huomatavasti pienemmät sopeutukset ovat edessäpäin. Tässä voi palata sikäli alkupisteeseen, että meidän on asetettava kaikkialla menot sen mukaan, miten tämä konserni pystyy hankkimaan tuloa. Koska konserni on kilpailutaloudessa, vaikka yksi osa siitä on monopoli, niin kaikki henkilökuntamitoitukset riippuvat siitä, kuinka me pystymme tuloja ansaitsemaan. Jos teollisuus laajenee, saa hyvän vientitoiminnan aikaan, ei ole mitään syytä lähteä purkamaan väkeä teollisuudesta, luultavasti sitä lisätään. Tiedämme, että kaupassa on nykyiseen myyntivolyymiin nähden vielä jonkin verran tehostamisen tarvetta. Hallinto on se kriittisin. Normaaliin konserniin verrattuna siellä on edelleen aika raskas miehitys, Alkon historiasta johtuen, ja siellä on vielä tehtävää. Kun sanon näin, tarkoitan, että sopeutukset pyritään hoitamaan sisäisillä siirroilla. Mutta tämä vaatii sekä koulutuksen tehostamista että aktiivista mielenkiintoa henkilöstön taholta.

Voisitko vielä tiivistää, mikä Alko on vuonna 2000?

– Sanotaan, että seuraavaan visioon liittyy myös toiveita. Alko on silloin teollisuuttaan

laajentanut, diversifioinut ja kansainvälistänyt – ja sen takia tuottava ja menestyvä. Monopolin puolella Alko on niin alueellisesti kuin asiallisesti hyvin palveleva myymäläverkko, joka ei nykyisestä ole paljon laajentunut. Arctican osalta uskon, että meillä on edelleen hotelli- ja ravintolaketju omistuksessamme. Onko siinä joku ulkomainen tai kotimainen partneri, en tiedä.

Lopuksi henkilökohtaisempi kysymys. Lehtitiedot kertovat, että aiot ryhtyä kokoomuksen kansainvälisen toimikunnan johtoon. Onko tällä mitään tekemistä eräiden vuonna 2000 pidettävien vaalien kanssa?

– Ei riivattu viekөөn ole. Ja kirjoita se riivattu siihen mukaan. Mutta en minä kiellä poliittista taustaani. Ja kun minulla on aika laajat kansainvä-

liset suhteet – mm. Pohjoismaihin, Saksaan, Englantiin ja erityisesti Venäjän nykyisiin uudistajiin –, niin jos voin tässä suhteessa maatani ja puoluetani palvella olemalla heidän kansainvälisen toimikuntansa puheenjohtajana, niin annoin suostumukseni. Se ei ole politiikointia, se on lähinnä meidän ulkosuhteittemme hoitamista.

MATTI VIRTANEN
JORMA HENTILÄ

KOKONAISUUTTA JA MARGINAALEJA

Olavi Kaukosen raportin keskeinen kysymys on: tulisiko päihdetyötä painottaa nykyistä enemmän sosiaalipoliittisesti? Raportti liikkuu kiinnostavalla tavalla hallinnollisen selvityksen ja asioiden taustoja sekä tulevaisuuden tavoitteita käsittelevän, kantaa ottavan puheenvuoron välimaastossa.

Raportin alkuosa kuvaa päihdehuollon toimintajärjestelmää, voimavaroja ja tuotoksia alueittain. Merkilläpantavia huomioita tässä tarkastelussa ovat ainakin seuraavat kolme. Jokseenkin kaikki päihdehuoltoon erikoistuneet palvelut sijoittuvat sosiaalihuollon hallinnonalalle. Päihdeongelmallisista hoidettiin vuonna 1991 71 prosenttia sosiaalihuollon ja 29 prosenttia terveydenhuollon palveluissa. Tähän kuvaan vaikuttaa kuitenkin ratkaisevasti tilastoinnin tapa määrittellä päihdeongelmallisuus; kuten Kaukonen toteaa, ovat suurkuluttajat ja

heidän mahdollisesti saamansa sosiaali- ja terveystalvet tällä tavoin määritellyn päihdehuollon ulkopuolella.

Toiseksi tarkastelu tuo esiin sen, että 1980-luvulla syntyi laitoshoidossa ylikapasiteettia, joka on vain osittain purkautunut. Palvelujen saatavuuden kannalta avokuntoutus on tärkeää, sillä avokuntoutuksessa on yli kaksi kertaa enemmän asiakkaita kuin laitoksissa ja kolme kertaa enemmän kuin asumispalveluissa.

Kolmas mielenkiintoinen huomio liittyy palvelujen alueellisen vaihtelun tarkasteluun. Kaukonen toteaa, että ongelmien alueellinen vaihtelu ja palvelujen tarjonnan alueelliset erot eivät vastaa toisiaan, ja pääättelee, että ”palvelujen määrälliseen ja alueelliseen kehitykseen ovat aivan ilmeisesti osaltaan vaikuttaneet valtionosuusjärjestelmissä tapahtuneet muutokset siten, että ne ovat asteittain mahdollistaneet

palvelujen kasvun” (s. 20). Myös paikallisesta päihdehuollon tarpeesta riippumaton taloudellinen intressi on osaltaan vaikuttanut kuntien päätöksiin, erityisesti pienemmissä kunnissa ja kuntainliittoihin sitouduttaessa. Uudet yksiköt toivat kuntiin työpaikkoja ja verotuloja. Kaukonen toteaa myös sen (hallinnolle ehkä hankalan) seikan, että palvelujen muoto ja sisällöllinen rakenne eivät selity yksinomaan taloudellisista tekijöistä, eivät myöskään alkoholihaittojen tasosta tai sosiaalisten ongelmien luonteesta. Päihdepalvelujen alueelliseen vaihteluun, muutoon ja sisältöön ovat mitä ilmeisimmin vaikuttaneet paljolti myös sosiaalishistorialliset tekijät. Huomattavaa merkitystä lienee jopa yksittäisillä kunnallisilla ja alueellisilla toimijoilla (s. 21). Palvelut eivät siis kehity pelkästään hallitun suunnittelun ja rationaalisten tekijöiden, vaan myös sattuu-