

Alkoholijuomien hinnoittelu on alkoholi-
politiikan keskeisin ja tehokkain keino,
jonka korvaaminen muilla toimenpiteillä
on vaikeaa. Toteuttamalla pitkäjänteises-
ti johdonmukaista hintapolitiikkaa voi-
daan saavuttaa halutut alkoholipoliittiset
tavoitteet. Huolimatta vankoista tieteel-
lisistä perusteluista suhtaudutaan Alkon
harjoittamaan hintapolitiikkaan ristirii-
taisesti, vaikka sen tavoitteista ollaan
usein hyvin yksimielisiä. Saatetaan jopa
asettaa kyseenalaiseksi koko hintapoliti-
ikan merkitys alkoholipolitiikan keinona.
Esimerkiksi ammattiyhdistysliikkeen ta-
holta ei hintapolitiikka näytä saaneen
riittävää ymmärtämystä osakseen.

Ristiriitainen suhtautuminen hintapoli-
tiikkaan saattaa osaltaan johtua siitä, että
ei tunneta hintaruuvien vaikutuksia eikä
sen käyttämiseen liittyvää päätöksente-
kojärjestelmää. Myöskään erilaisten int-
ressiryhmien vaikutusta hintapäätöksiin
ei täysin haluta tunnustaa. Tarkasteltaes-
sa hintapäätösten vaikutuksia on aluksi
hyödyllistä kuvata hintapolitiikkaan liit-
tyvien muuttujien kehitystä. Tässä yh-
teydessä tarkastellaan alkoholijuomien
reaalihintojen kehitystä, kuluttajien osto-
voiman kehitystä, alkoholijuomien kulu-
tusta ja sen rakenteen muuttumista.
Keskeisiä ovat myös alkoholista aiheutu-
viin haittoihin liittyvät tekijät sekä val-
tion saamat alkoholitulot. Muuttujien

kehityksen kuvailemisen lisäksi tarkas-
tellaan niiden välisiä riippuvuuksia, jotta
voitaisiin muodostaa perusteltu kuva hin-
tapolitiikan vaikutuksista.

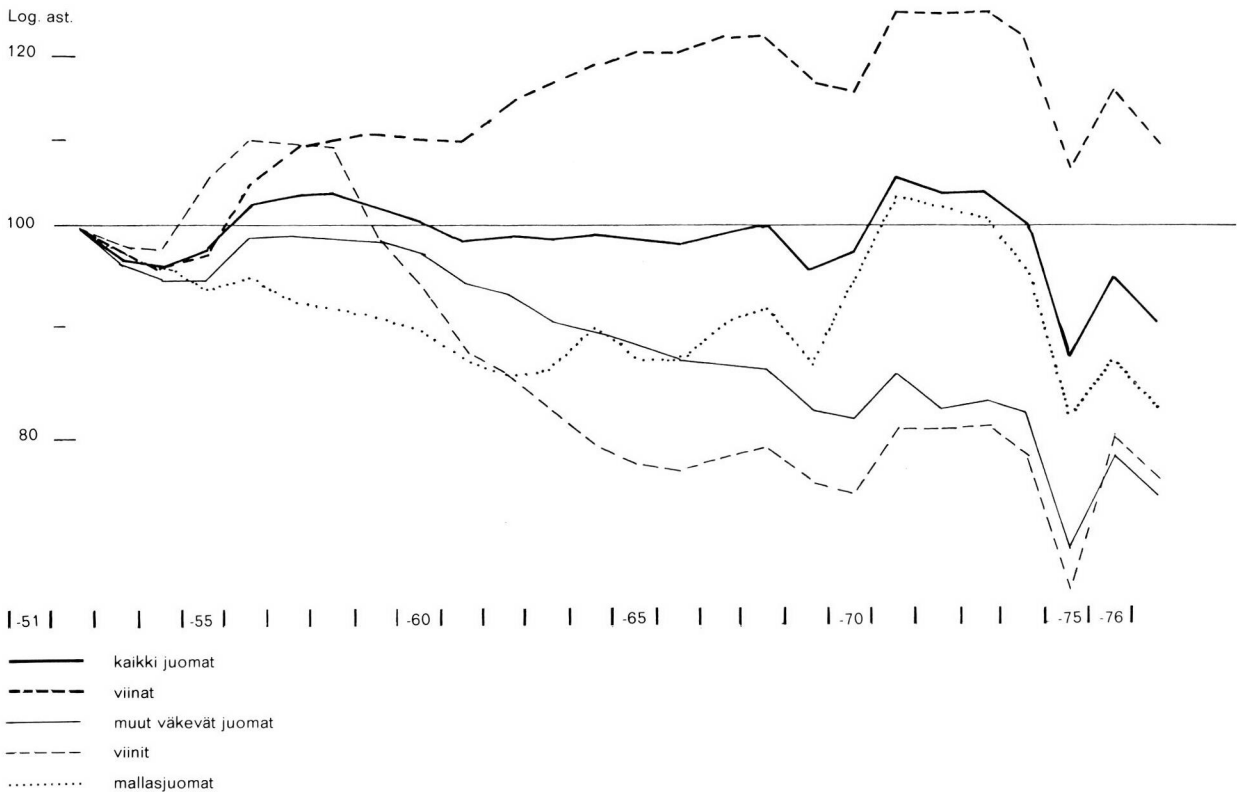
Hintaruuvien käyttöön liittyvän päätök-
sentekojärjestelmän oleellisia osia ovat
Alko, ennen kaikkea sen hallintoneuvos-
to, maan hallitus kokonaisuudessaan sekä
välittömästi asiaan liittyen sosiaali- ja
terveysministeriö ja valtiovarainministe-
riö. Virallisen päätöksenteko-organisa-
ation lisäksi saattavat hintapäätöksiin vä-
lillisesti vaikuttaa erilaiset painostus- ja
intressiryhmät. Tällaisia ovat esimerkiksi
ammattiyhdistysliike ja raittiusjärjestöt.

Hintapolitiikkaan liittyvien muuttujien kehitys

Kuvattaessa harjoitettua hintapolitiikkaa
tarkastellaan yleensä alkoholijuomien
reaalihintojen kehitystä. Tällöin verrat-
aan alkoholijuomien hintojen muuttu-
mista muiden hyödykkeiden hintatason
kehitykseen. Näin lasketut reaalihintain-
deksit vuosilta 1951—1976 esitetään ku-
viossa 1. Kaikkien alkoholijuomien hinta-
kehitys on vuoteen 1973 saakka läheisesti
seurannut kuluttajahintojen kehitystä.
Vaihtelu on rajoittunut indeksin arvojen
95 ja 105 välille. Kun kuluttajahintojen
taso kohosi vuonna 1974 noin 17 %
vuoteen 1973 verrattuna ja alkoholijuo-
mien hintoja ei tuona aikana voitu nostaa,
se merkitsi alkoholijuomien reaalihintojen
voimakasta laskua. Reaalihintaindek-
sin arvo oli 87. Vuoden 1975 aikana

Artikkelin laadinnassa olen saanut arvokasta apua
maisteri Eila Lainiolta ja maisteri Maija-Leena
Pylkkäseltä.

Kuvio 1. Alkoholijuomien myynnin reaalihintaindeksiä vuosina 1951—1976 (1951 = 100)



alkoholijuomien hintoja korotettiin kahdesti. Vuosikeskiarvoina nämä muutokset merkitsivät 28,5 %:n korotusta vuoteen 1974 verrattuna. Seuraavana vuonna hintoja korotettiin heinä-lokakuussa keskimäärin 6,1 %. Kuluttajahintojen noustessa samaan aikaan voimakkaasti jäivät alkoholijuomien reaali hinnat hinnankorotuksista huolimatta melko alhaiselle tasolle, pistelukuun 94 vuonna 1975 ja 90 vuonna 1976. Liinamaan tulopoliittisen sopimuksen mukaisesti ei alkoholijuomien vähittäismyyntihintoja tänä vuonna koroteta. Alkoholijuomien reaalihintaindeksin arvioidaan laskevan pistelukuun 83. Näin alhaisella tasolla eivät alkoholijuomien hinnat ole olleet kertaakaan vuoden 1951 jälkeen. Ne ovat noin 17 % vuosien 1951—1973 keskimääräisen tason alapuolella. Mikäli kuluttajahinnat kohoavat tulevaisuudessa lähes 10 %:n vuosivauhdilla, tulee vuosien 1951—1973

keskimääräisen reaalihintatason saavuttaminen olemaan vaikeata.

Tarkasteltaessa juomaryhmittäisten reaalihintaindeksien kehitystä todetaan, että hinnankorotukset ovat 50- ja 60-luvulla voimakkaimmin kohdistuneet viinoin. 70-luvulla on viinien hintoja korotettu suunnilleen samalla tavalla kuin muiden alkoholijuomien. Muiden väkevien juomien reaalihintaindeksin kehitykseen vaikuttaa oleellisesti ryhmään kuuluvan juomavalikoiman muuttuminen. Tästä syystä kehitystä on vaikea verrata muiden juomaryhmien reaalihintojen kehitykseen. Viinien hintoja on noudatetusta politiikasta johtuen korotettu suhteellisesti vähemmän kuin muiden alkoholijuomien. Kuitenkin 70-luvulla, varsinkin viime vuosina, viinien hinnankorotukset ovat olleet jonkin verran muita korotuksia suurempia. Tämä on johtunut kustannuksiin liittyvistä teki-

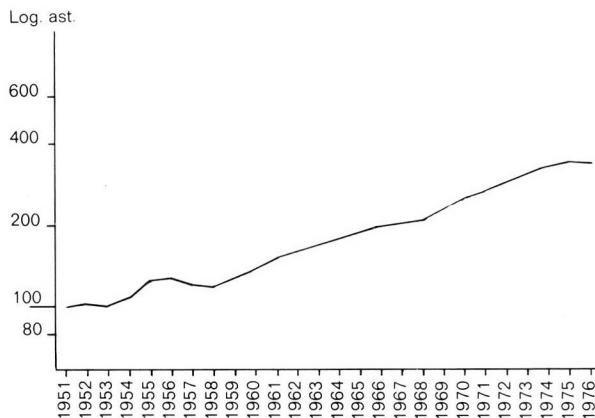
joista. Se ei ole kuitenkaan merkkinnyt muutosta Alkon perinteiseen mietojajuomia suosivaan politiikkaan, koska alkoholi on edelleen halvinta miedoissa viineissä. Mallasjuomien hintoja on korotettu 50-luvulla suhteellisesti muiden alkoholijuomien hintoja hitaammin. Viime vuosikymmenellä ne ovat nousseet keskioluen vapauttamista ennakoiden hieman muiden alkoholijuomien hintoja nopeammin. Vuonna 1969 keskioluen hintaa korotettiin jakelujärjestelmän laajentuessa.

Keskeinen muuttuja, jota hintapäätösten yhteydessä joudutaan tarkastelemaan, on kuluttajien ostovoima. Tätä voidaan tarkastella esimerkiksi reaalisen palkkasumman avulla, joka saadaan suhteuttamalla kansantulolaskelmien palkkasumma kuluttajahintojen kehitykseen. Kuviossa 2 on esitetty indeksilukuina näin saadun sarjan kehitys vuosina 1951—1976. Tänä aikana ovat kasvavan kehityksen katkaisseet taloudellisten lamakausien ajat. 50-luvun lopulla palkkasumma osoitti jopa selvää laskua, 60-luvun lopulla kasvuvauhti selvästi hidastui ja nyt vuonna 1975 kasvu oli myös edellisvuotista hitaampaa ja osoitti vuonna 1976 pientä laskua.

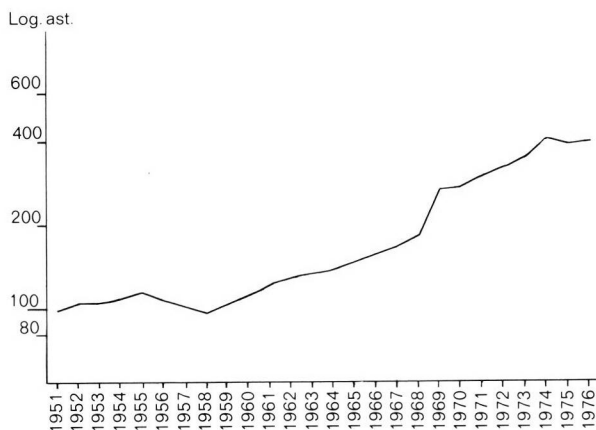
Alkoholijuomien kokonaiskulutuksen kehitys vuodesta 1951 lähtien ilmenee kuviossa 3. Vuoteen 1958 kokonaiskulutus ei mainittavasti kasvanut. Vuodesta 1959 lähtien alkoholijuomien kulutus on kasvanut melko voimakkaasti, mitä vielä korostaa vuoden 1969 lainmuutoksen aiheuttama hyppäys: kulutuksen kasvu vuodesta 1968 vuoteen 1969 oli yli 46 %. 70-luvulla kulutus on vuoteen 1974 saakka kasvanut voimakkaasti. Vuotuinen kasvu on vaihdellut 8,0 %:n ja 15,4 %:n välillä. Kokonaiskasvu on ollut noin 50 %. Vuonna 1975 kulutus laski ja viime vuonna se nousi vain 1,9 %, mutta jäi vuoden 1974 tasoa alhaisemmaksi. Tänä vuonna kulutus kasvaneeksi pari prosenttia. Pitkäaikainen kulutuksen kasvu on siis vuoden 1974 jälkeen lähes pysähtynyt.

Alkoholijuomien kulutuksen rakenteen kehitys esitetään kuviossa 4. 60-luvulla

Kuvio 2. Reaalinen palkkasumma indeksilukuina vuosina 1951—1976 (1951 = 100)



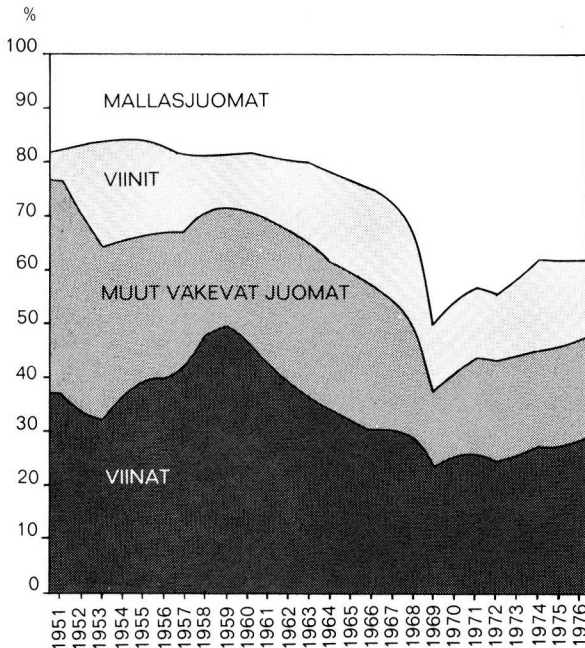
Kuvio 3. Alkoholijuomien kulutus (100 %:n alkoholina) indeksilukuina vuosina 1951—1976 (1951 = 100)



mietojen juomien eli viinien ja mallasjuomien osuus kasvoi jatkuvasti. Vuoteen 1969 mennessä oli mallasjuomien osuus muodostunut suurimmaksi ja mietojen juomien yhteinen osuus oli yli 60 %. Tämän jälkeen on mietojen juomien osuus pienentynyt siten, että se vuonna 1976 oli 53,3 %.

Valtion alkoholitulojen kehitys suhteessa alkoholijuomien kulutuksen arvoon käy ilmi kuviossa 5. Ne voidaan laskea vähentämällä kulutuksen markkamääräisestä arvosta erilaiset kustannustekijät, jotka liittyvät mm. alkoholijuomien tuotantoon, tuontiin ja jakeluun.

Kuvio 4. Eri juomaryhmien prosenttinen osuus 100 %:n alkoholiksi lasketusta kulutuksesta vuosina 1951—1976

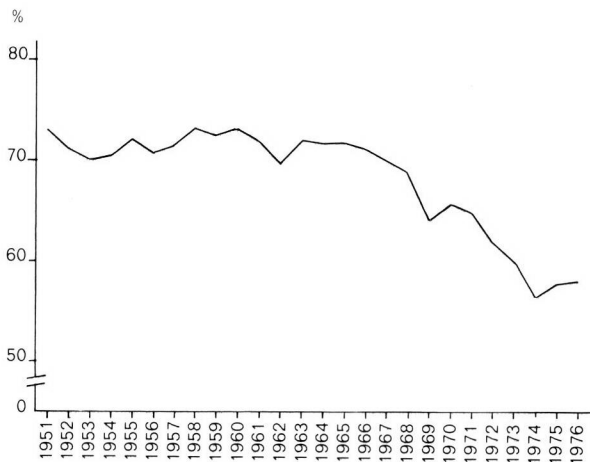


Kun lasketaan näin saadun alkoholitulon prosenttinen osuus alkoholijuomien kulutuksen arvosta, saadaan alkoholituloprosentti. Vuoteen 1968 saakka tämä on ollut 70 %:n paikkeilla. Vuonna 1969 valtion tulojen osuus laski 64 %:iin. Tämä johtui kulutuksen rakenteen muuttumisesta mallasjuomavaltaisemmaksi. Vuoteen 1976 mennessä valtion alkoholitulojen osuus on laskenut 58 %:iin.

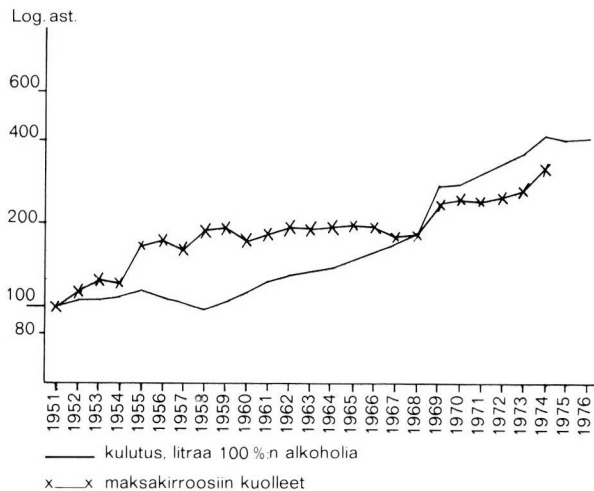
Alkoholipolitiikan yhtenä perimmäisenä päämääränä on alkoholista aiheutuvien haittojen minimointi. Haitat ovat yhteydessä alkoholijuomien kulutuksen tasoon ja osittain kulutuksen juomarymittäiseen rakenteeseen. Kun alkoholijuomien kulutuksen taso ja rakenne ovat yhteydessä harjoitettuun hintapolitiikkaan, seuraa tästä se, että hintaruuvilla vaikutetaan välillisesti alkoholijuomien kulutuksen kautta vähentävästi alkoholista aiheutuviin haittoihin.

Kuviossa 6 esitetään alkoholijuomien kulutuksen ja maksakirroosiin kuolleiden

Kuvio 5. Valtion alkoholitulojen suhde alkoholijuomien kulutuksen arvoon vuosina 1951—1976



Kuvio 6. Alkoholijuomien kulutus ja maksakirroosiin kuolleiden lukumäärä indeksilukuina vuosina 1951—1976 (1951 = 100)

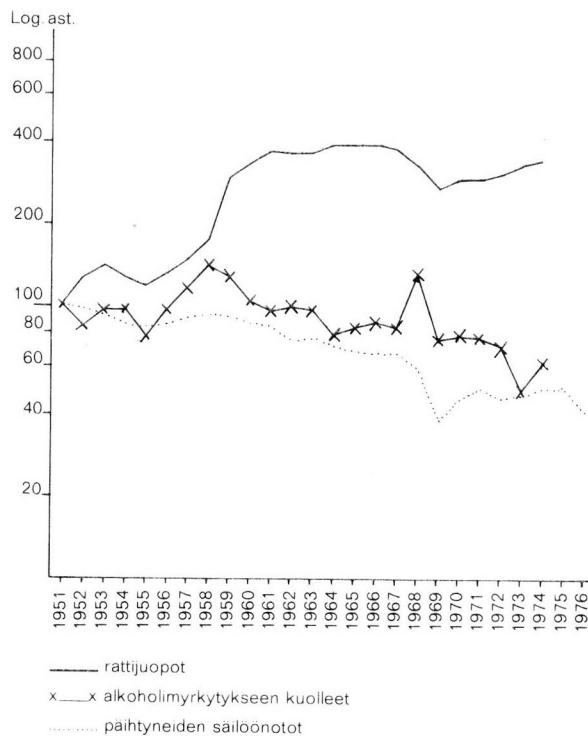


määrän kehitys indeksilukuina vuodesta 1951 lähtien. Maksakirroosien määrä on riippuvainen alkoholijuomien kulutuksen tasosta siten, että kulutuksen tason muuttuessa vastaava muutos maksakirroosien määrässä tapahtuu lähes 10 vuoden viiveellä. Niinpä 50-luvun puolivälissä tapahtunut kirroosien määrän lisääntyminen on peräisin alkoholijuomien kulutuksen kasvusta heti sotien jälkeen ja 60-luvun kulutuksen kasvu alkaa näkyä

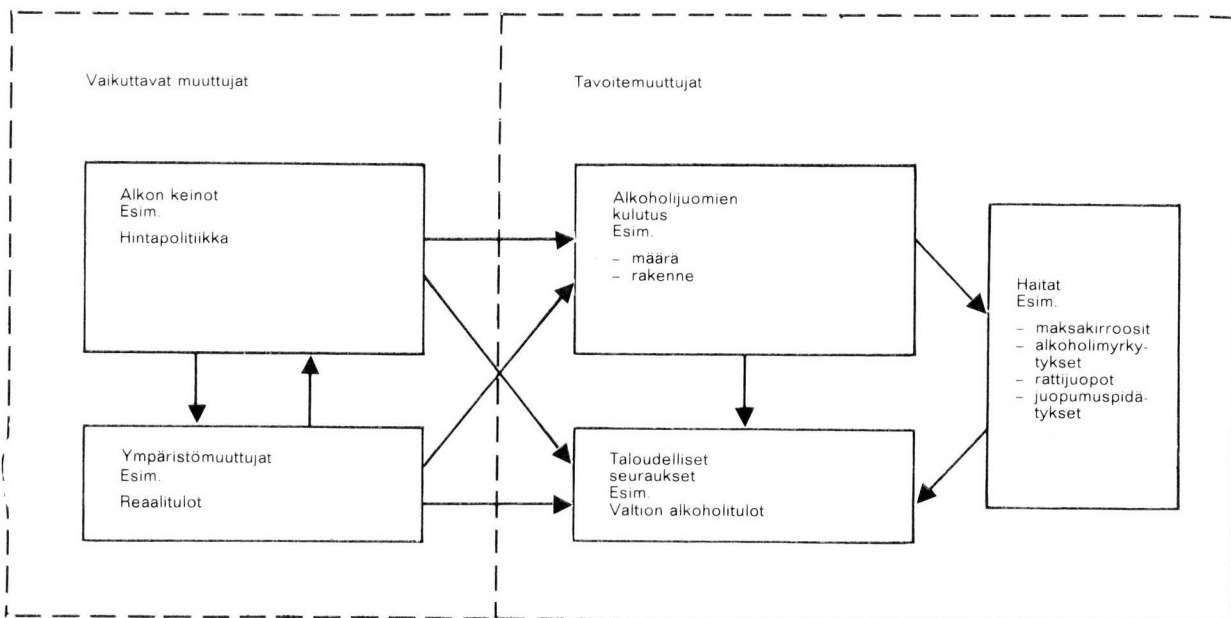
maksakirroosien määrässä 70-luvun puolella. Alkoholijuomien kulutuksen kasvusta päätellen maksakirroosien määrä kohoaa vielä 70-luvun lopulla ja 80-luvun alkupuolella, vaikka alkoholijuomien kulutus ei nykyisestä enää kasvaisi.

Kuviossa 7 on eräiden akuutteja haittoja kuvaavien muuttujien kehitys suhteutettu alkoholijuomien kulutuksen kehitykseen. Tarkasteltuna ajanjaksona on rattijuoppoustaapausten määrä kasvanut alkoholijuomien kulutusta nopeammin, kun taas alkoholimyrkytykseen kuolleiden määrä samoin kuin juopumuspidätysten määrä on kasvanut kulutusta hitaammin. Haitat ovat alkoholijuomien kulutuksen lisäksi yhteydessä muihin yhteiskunnallisiin tekijöihin. Esimerkiksi autojen lukumäärän kasvu on yksi osatekijä selitettäessä rattijuoppoustaapausten kasvua. Juopumuspidätysten määrään on vaikuttanut juopumusten rangaistavuudesta luopuminen vuoden 1969 alussa. Se pudotti selvästi pidätysten määrää. Seuraavina vuosina poliisi on jonkin verran tiukentanut otetta.

Kuvio 7. Eräiden alkoholihaittojen suhde alkoholijuomien kulutukseen indeksilukuina vuosina 1951—1976 (1951 = 100)



Kaavio 1.



Hintapolitiikkaan liittyvien muuttujien välisen riippuvuuden tarkastelua

Hintapolitiikkaan liittyvien muuttujien välisiä riippuvuuksia voidaan tarkastella kaavion 1 avulla.

Tarkastelun lähtökohtana ovat muutujat voidaan jakaa toisaalta ns. vaikutusmuuttujiin ja toisaalta ns. tavoitemuuttujiin. Vaikuttavat muuttujat puolestaan voidaan jakaa Alkon keinoihin eli kontrolloitaviin muuttujiin sekä ympäristömuuttujiin. Hintapolitiikka on yksi Alkon kontrollissa oleva keino vaikuttaa alkoholipolitiikan tavoitteisiin. Muita alkoholipolitiikan keinoja ovat mm. jakelupolitiikka, tuotanto- ja kauppapolitiikka sekä valistus- ja tiedotustoiminta. Ympäristömuuttujat vaikuttavat pääasiassa alkoholipolitiikan tavoitteisiin, osittain myös keinoihin. Oleellista on, että näihin ympäristömuuttujiin Alko alkoholipolitiikan harjoittajana ei voi vaikuttaa. Niiden vaikutukset tavoitemuuttujiin eivät siis ole Alkon kontrollissa. Tavoitemuuttujat eli ne seikat, joiden avulla alkoholipolitiikan tavoitteet asetetaan, liittyvät puolestaan alkoholijuomien kulutukseen, kulutuksesta aiheutuviin haittoihin sekä taloudellisiin seurauksiin.

Kulutuksen määrään ja rakenteeseen vaikuttavat yksinkertaistetun kaavion 1 mukaan alkoholijuomien reaali hinnat ja kuluttajien reaalityulojen kehitys mitattuna reaalisena palkkasummana avulla. Kulutuksen määrän muutoksen oletetaan riippuvan reaalityulojen ja reaali hintojen muutoksesta esimerkiksi kaaviossa 2 esitettävällä tavalla.

Näinkin yksinkertaisen mallin kyky selittää alkoholijuomien kulutuksen muutosta on todettu hyväksi (ks. Antti Somervuori: Alkoholijuomien kokonaiskulutus ja hintapolitiikka, Alkoholipolitiikka

6/1976), joskin realistisemmissä malleissa joudutaan ottamaan huomioon myös muita tekijöitä. Paitsi menneen kehityksen selittämiseen voidaan tätä mallia käyttää hintapäätösten valmisteluun ja ennakointiin. Esimerkkinä mallin käytöstä on laskettu, minkälaiseksi alkoholijuomien kulutus olisi muodostunut, jos alkoholijuomien reaali hinnat olisi 70-luvulla pidetty muuttumattomina (esimerkki 1), tai millä tavalla alkoholijuomien reaali hintaindeksin olisi pitänyt muuttua, jotta alkoholijuomien kulutus ei olisi kasvanut lainkaan (esimerkki 2).

Vastaavat mallit voidaan muodostaa juomaryhmittäin ja tätä kautta selvittää alkoholijuomien kulutuksen rakenteen riippuvuus reaalityulojen kehityksestä ja juomaryhmittäisten reaali hintaindeksien kehityksestä. Hintapolitiikkaa voidaan siis käyttää myös alkoholijuomien kulutuksen rakenteen suuntaamiseen. Esimerkissä 3 on laskettu, miten vuoden alkuun sijoitettu hintojen korotus, viinat ja muut väkevät juomat 15 %, viinit ja mallasjuomat 5 %, olisi vaikuttanut vuoden 1976 kulutuksen rakenteeseen. Päätös olisi myös vähentänyt alkoholijuomien kokonaiskulutusta, mutta tässä on tarkasteltu vain vaikutusta kulutuksen rakenteeseen.

Esimerkit osoittavat, että hintapolitiikkaa voidaan käyttää alkoholijuomien kulutuksen kasvun rajoittamiseen ja jopa pysäyttämiseen sekä kulutuksen rakenteen ohjaamiseen.

Valtion alkoholitulot ovat riippuvaisia alkoholijuomien hintojen ja kulutuksen kehityksestä. Seuraavassa asetelmassa esitetään karkeat arviot alkoholitulo prosentteista, jotka olisi saatu noudattamalla edellä esitettyjen esimerkkien 1 ja 2 edellyttämää hintapolitiikkaa. Kustannusten on tällöin oletettu riippuvan kulu-

Kaavio 2.

$$\boxed{\text{Alkoholijuomien kulutuksen muutos \%}} = \boxed{1.0} \times \boxed{\text{Reaalityulojen muutos \%}} + \boxed{-0.7} \times \boxed{\text{Reaali hintojen muutos \%}}$$

tuksen määrästä.

	-70	-71	-72	-73	-74	-75	-76
toteutunut	66	65	62	60	56	58	58
esimerkki 1	66	66	66	66	66	66	66
esimerkki 2	68	72	74	76	77	77	

Laskelmat ovat hyvin "teoreettisia" eikä niiden perusteella voi tehdä kovin pitkälle meneviä johtopäätöksiä. Alkoholitalouteen liittyvien muuttujien välisiin riippuvuuksiin ei tässä yhteydessä ole mahdollista tarkemmin paneutua. Joka tapauksessa edellä lasketut esimerkit osoittavat, että mikäli kustannustekijöistä tehty olettaus pitäisi paikkansa — pitkällä eli noin 10—15 vuoden aikavälillä se on realistinen —, olisi esimerkin 1 mukaisella hintapolitiikalla alkoholitulo prosentti pysynyt muuttumattomana ja esimerkin 2 mukaisella hintapolitiikalla se

olisi kasvanut noin 10 prosenttiyksikköä. On luonnollista, että lyhyellä aikavälillä esimerkiksi investointien aiheuttamat kustannukset eivät ole välittömästi riippuvaisia kulutuksen kasvusta vaan aiheuttavat alkoholitulo prosentissa lyhytaikaisia heilahteluja alaspäin. Myöhemmin tapahtuu todennäköisesti vastaava heilahdus ylöspäin. Kaiken kaikkiaan on yksi merkittävä syy alkoholitulo prosenttin laskuun ollut 70-luvulla alkoholijuomien reaalihintojen lasku. Tietysti myös Alkon investoinnit ovat osaltaan aiheuttaneet lyhytaikaista laskua alkoholitulo prosentissa, mutta se kompensoituu tulevaisuudessa vastaavan suuruisena nousuna. Pitkällä aikavälillä alkoholitulo prosentti on riippuvainen lähes yksinomaan alkoholijuomien hintakehityksestä suhteessa yleiseen kustannustason nousuun.

Mahdollisimman suuri alkoholitulo pro-

Esimerkki 1.

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976
toteutunut reaalihintaindeksi	105	104	104	100	87	94	90
"tavoitteeksi" otettu reaalihintaindeksi		105	105	105	105	105	105
toteutunut kulutus litraa 100 %:n alkoholia/henkilö	4,30	4,72	5,10	5,60	6,45	6,19	6,31
kulutus litraa 100 %:n alkoholia/henkilö, mikäli reaalihintaindeksi olisi pysynyt muuttumattomana		4,58	4,98	5,37	5,69	5,98	5,92

Esimerkki 2.

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976
toteutunut kulutus litraa 100 %:n alkoholia/henkilö	4,30	4,72	5,10	5,60	6,45	6,19	6,31
"tavoiteltu" kulutus litraa 100 %:n alkoholia/henkilö		4,30	4,30	4,30	4,30	4,30	4,30
toteutunut reaalihintaindeksi	105	104	104	100	87	94	90
"tavoitteen" mukainen indeksi		114	127	140	150	159	157

Esimerkki 3.

	kulutuksen rakenne vuonna 1976 %	hinnankorotus %	"hintapäätöksen" vaikutus rakenteeseen muuttunut ± %-yksikköä rakenne
viinat	28,2	15	25,7 -2,5
muut väkevät juomat	18,5	15	16,6 -1,9
viinit	14,7	5	15,8 +1,1
mallasjuomat	38,6	5	41,9 +3,3
	100,0		100,0

sentti ei kuitenkaan takaa mahdollisimman suuria alkoholituloja. Periaatteessa on mahdollista suunnitella hintapolitiikkaa siten, että valtion alkoholitulot tulevat mahdollisimman suuriksi. Nykyisessä tilanteessa tällainen hintapolitiikka olisi myös kulutuksen rajoittamisen kannalta harjoitettua hintapolitiikkaa parempi vaihtoehto.

Kuka hintaruuvia käyttää?

Edellä esitetyt tarkastelut osoittavat hyvin selvästi, että hintaruuvia käyttämällä voidaan rajoittaa alkoholijuomien kulutuksen kasvua, ohjata kulutuksen rakennetta sekä hankkia valtiolle lisätuloja, joten nämä tavoitteet eivät ole keskenään ristiriidassa. Tämän lisäksi tiedetään, että kulutuksen kasvun rajoittaminen ja kulutuksen suuntaaminen miedompiin juomiin vähentää alkoholista aiheutuvia kroonisia ja akuutteja haittoja. Tällöin vähenevät myös haittojen hoitamisesta yhteiskunnalle aiheutuvat menot.

Kaikki tiedolliset perusteet hintaruuvien käyttämiselle ovat siis olemassa. Miksi sitten hintojen korottaminen on niin vaikeata? Alkoholilain mukaan päätösvalta asiassa on Alkon hallintoneuvostolla, joka määrää myytävien alkoholijuomien hinnat. Kuitenkin ennen kuin hallintoneuvosto tekee päätöksensä alkoholijuomien hintojen määräämisestä, on siitä neuvoteltava sosiaali- ja terveysministeriön ja valtiovarainministeriön kanssa. Muodollisesti on olemassa pelkkä neuvotteluvelvollisuus. Käytännössä tämä on kuitenkin viime aikoina merkinnyt sitä, että alkoholijuomien hintojen korotukset ovat usein olleet hallituksessa esillä. Tällöin ne on väistämättömästi yhdistetty tulopoliittisiin neuvotteluasetelmiin. Hallituksen taholta on tällöin luonnollisesti vastustettu alkoholijuomien hintojen korotuksia. Välittömänä perusteluna on ollut alkoholijuomien hinnankorotuksen kuluttajahintaindeksiä nostava vaikutus. On selvää, että ainoastaan varsin poikkeuksellisissa oloissa voidaan kuvitella parlamentaaristen voimasuhteiden mu-

kaan nimitetyn hallintoneuvoston korottavan alkoholijuomien hintoja vastoin maan hallituksen ilmaisemaa tahtoa. On tunnustettava se tosiasia, että käytännössä alkoholijuomien hinnankorotukset joudutaan suorittamaan yhteisymmärryksessä Alkon hallintoneuvoston ja maan hallituksen kanssa.

Tämä ei kuitenkaan kokonaan ratkaise hintojen korottamiseen liittyvää vaikeutta. Koska hinnankorotusten vastustamisen perusteluina on käytetty sen kuluttajahintaindeksiä korottavaa vaikutusta, on jopa vakavassa mielessä pohdittu alkoholin poistamista kuluttajahintaindeksistä. Tästä asiasta voinee lainata Pekka Kuusen tässä lehdessä esittämää kannanottoa (pääkirjoitus, Alkoholipolitiikka 6/1974):

”Jos indeksimuutoksella todella voitaisiin turvata alkoholilaisissa Alkolle edellytetty hintapolitiittinen liikkumatila, Alko olisi kai ensimmäisenä tätä ehdottamassa. Alkoholipolitiikan harjoittamisen kovassa koulussa olemme kuitenkin Alkossa oppineet karttamaan näennäisratkaisuja. Alkoholien poistaminen hintaindeksistä olisi keskinäistä itsepetosta eikä juuri mitään muuta. Koskispullon hinta elää duunarin palkkalaskelmissa kokonaan riippumatta siitä, miten herrat indeksinsä laskevat.

Indeksin puhdistamisajatus lienee lähinnä osoitus siitä, että hintaindeksin luonnetta ja tehtävää ei ole täällä oikein ymmärretty. Kun viina vaaditaan poistettavaksi elinkustannusindeksistä, katsotaan, että viina ei kuulu välttämättömiin elintarvikkeisiin, joiden mittaamiseen elinkustannusindeksin pitäisi näiden vaatimusten mukaan keskittyä. Virhe tässä ajattelussa on siinä, että hintaindeksien tehtävänä ei ole mitata hyödykkeiden hintoja sen mukaan, ovatko hyödykkeet välttämättömiä vai vähemmän välttämättömiä, ovatko ne hyväksyttäviä vai paheksuttavia vaan pelkästään sen mukaan, mikä paino niillä todellisessa kulutuksessa on.”

Selvää on, että alkoholijuomien poistaminen kuluttajahintaindeksistä ei myöskään ratkaise ongelmaa. Pohjimmiltaan on kysymys tavallisten alkoholijuomien kuluttajien sinänsä oikeutetusta intressistä saada ostaa alkoholijuomat kohtuullisella hinnalla. Tämä intressi kanavoituu helposti ammattiyhdistysliikkeen kautta tapahtuvaksi painostukseksi maan hallitusta kohtaan. Työmarkkinapoliittisten neuvottelujen ollessa kuumimmillaan — kun on suuri tarve sopimusten solmimi-

seen — jätetään alkoholipoliittiselta kannalta sinänsä tarpeelliset hinnankorotukset suorittamatta ja ostetaan osittain työmarkkinasopua alkoholipoliittikan kustannuksella. Tässä yhteydessä halutaan usein, vastoin parempaa tietoa, antaa kansalaisille sellainen kuva, ettei hintaruuvien käytöllä olisi mitään merkitystä pyrittäessä rajoittamaan alkoholiuomien kulutuksen kasvua.

Lienee niin, että hintaruuvien käyttäminen ei tulevaisuudessakaan tule olemaan helppoa ja että hinnankorotukset joudutaan tekemään hyvin ristiriitaisten intressien vallitessa.

Hintapolitiikan lähtökohdat tulevaisuudessa

Hintapolitiikan rationaalinen harjoitta-

minen tulevaisuudessa edellyttää lähtökohtanaan eräiden tosiasioiden tunnustamista.

Ensinnäkin kaiken tähän saakka kertyneen tiedon perusteella hintapolitiikka on nykyisissä oloissa tehokkain keino pyrittäessä harjoittamaan tasapainoista alkoholipoliittikkaa. Mikäli pystytään harjoittamaan hyvin suunniteltua pitkäjänteistä hintapolitiikkaa, voidaan alkoholiin liittyviä ongelmia yhteiskunnassa kontrolloida riittävästi.

Toiseksi hintapolitiikkaa harjoitettaessa on tietoisesti pyrittävä sovittamaan yhteen alkoholiin liittyvät hyvinkin ristiriitaiset intressit. Tässä yhteydessä mikään intressiryhmä ei voi vaatia omien päämääriensä täydellistä toteuttamista.

English summary

Antti Somervuori: Hintaruuvi alkoholipoliittikan keinona (Pricing as an instrument of alcohol policy)

The article states that the pricing of alcoholic beverages is the most essential and the most effective instrument of alcohol policy and it can hardly be replaced by other instruments. The desired goals of alcohol policy can be reached by a long-term consequential pricing policy. In spite of strong scientific arguments, the pricing policy adopted by Alko is often criticized, even if there are no differences of opinion as to what the goals of the pricing policy should be. There have even been doubts as to whether pricing is in any way a useful instrument of alcohol policy. One reason for this contradictory attitude towards the pricing policy may be a lack of understanding of the effects of alcohol prices and the decision-making system for using pricing as an instrument of alcohol policy.

In order to help explain the effects of price decisions, the variables considered in pricing policy are first described. These include the prices of alcoholic beverages in real terms and relative to the purchasing power of consumers, the total consumption of alcoholic beverages and the structure of consumption, the income to the state obtain through

the sale of alcohol and, most important, the variables related the damage produced by alcohol. The changes in these variables are described, and the interactions between them are explained, in order to give a picture of the effects of pricing policy. This is followed by a description of the decision-making system, the essential parts of which are Alko, especially the administrative council of Alko, the state government as a whole and the ministries directly involved, the Ministry of Social and Health Affairs and the Finance Ministry.

According to the article, the rational use of pricing policy in the future requires that certain facts be recognized now.

First, on basis of all the known data, pricing is today the most effective instrument for use in a well-balanced alcohol policy. If a well-controlled long-term pricing policy can be used, the problems in connection with the usage of alcoholic beverages in a society can be sufficiently controlled.

Second, while using the pricing policy the often very conflicting interests related to alcohol should be consciously adjusted. No interest group can demand that its own purposes must be fully executed.