

AARVA JA ARVOT

Entisenä terveystalustajana ja nykyisenä etiikan harrastajana en voi olla kiinnittämättä huomiota Pauliina Aarvan mielenkiintoisen artikkelin ”Terveystalustuksen kritiikki 1980-luvulla” loppujaksossa olleeseen käsittevirheeseen (Alkoholipolitiikka 3/1991). Aarva kirjoittaa, että ”terveystalustuksessa arvot, rationaalisuus ja tunnepitoisuus ovat hankalasti erotettavissa toisistaan”. Näin todella on, koska käsitteet eivät ole yhteismitallisia! Jos olisivat, niin arvot kuuluisivat jotenkin ajattelun (ratio = järki = menetelmä saada tietoa ajattelun avulla) ja tunteiden ulkopuolelle.

Vaikka arvon käsitteellä

on etiikassa eli moraalifilosofiassa monenlaisia sisältöjä, tärkeätä on olla sotkematta toisiinsa arvoja ja arvonkantajia eli niitä asioita, joita arvostetaan. Onnellisuus, terveys, mielenrauha, elämä, ystävyys yms. eivät ole arvoja vaan arvonkantajia eli asioita, joille annetaan (yleensä) arvo ”hyvä”. Arvot ovat käsityksiä hyvästä ja pahasta, oikeasta ja väärästä, tavoiteltavasta ja vältettävästä. Nämä yksilön käsitykset ohjaavat ja arvioivat yksilön valintoja. Ne arvioivat myös toisten ihmisten valintoja.

Arvot eli yksilön käsitykset hyvästä ja pahasta, oikeasta ja väärästä, tavoitel-

tavasta ja vältettävästä eivät siis ole mitään yksilön rationaalisuuden ja emotionaalisuuden kanssa vastakkaisista, niistä erillistä. Päinvastoin, molemmilla tekijöillä (jotka nekään eivät esiinny ”puhtaina” vaan toisiinsa kietoutuneina) on vaikutusta arvojen muodostumiseen. Arvoihin ei siis liity mitään mystistä, vaan ne ovat aina meidän käsityksiämme etiikan peruskysymyksistä, ja me varustamme erilaisia asioita ”hyvän ja pahan”, ”oikean ja väärän”, ”tavoiteltavan ja vältettävän” nimilapuilla eli teemme niistä arvonkantajia.

KARI SAARI

ALKO JA KESKIOLUEN ANNISKELU

Alkoholipolitiikka-lehden numerossa 2/1991 Alkon kehittämisspäällikkö Juhani Hakala kirjoittaa Alkon

myönteiseksi näkemästä keskioluen kulutuksen kasvusta. Hän toteaa, että keskioluen osuus alkoholilain

alaisesta anniskelusta oli vuonna 1990 vain 3,4 prosenttia, kun vahvan oluen osuus oli 60 prosenttia.

Alkoholilain alaisen anniskeluravintolan myyntikate, yleisimmässä hintaryhmässä, on keskioluen osalta 14,10 markkaa, kun taas vahvan oluen kate on 14,53 markkaa puolen litran annokselta. Anniskeluravintoloiden myyntivolyymin pudotus kuluvan vuoden ensimmäisen kolmanneksen aikana on ollut 19 prosenttia ja palkkakustannusten nousu yli 6 prosenttia. Kysynnän tyrehtymiseen ovat syynä lisääntynyt kapasiteetti, yleiset taloudelliset näkymät sekä kuluttajien herännyt hintatietoisuus, joka osittain perustuu myös julkisen sanan harrastamaan provosoivaan kirjoitteluun. Korkeata hintakuvaa suomalaisista ravintolahinnoista on omiaan myös ylläpitämään vahvan oluen korkea hinta, ja vahvaa olutta ravintolat ensisijaisesti tarjoavat asiakkailleen. Verrattaessa taas keskioluen hintaa yleiseen eurooppalaiseen hintatasoon olemme varmasti hyvin kilpailukykyisiä.

KESKIOLUT ON
HOVIKELPOISTA

Olen Hakalan kanssa samaa mieltä siitä, että keskiolut on tulossa hovikelpoiseksi.

En voi kuitenkaan kaikilta osin yhtyä hänen käsitykseensä siitä, että ansio tästä olisi seurausta Alkon johdonmukaisesta työstä keskioluen hyväksi. Suomalaisen ravintoloitsijan, joka taistelee elämästään eurooppalaisia virkaveljiään suuremmassa kustannuspaineessa sekä pienemmällä myyntikatteella, ei voi olettaa suosivan keskiolutta, ennen kuin siitä saatava myyntikate vastaa vahvan oluen katetta. Alko, joka mielestäni varsin lyhytnäköisesti ja taitamattomasti on ohjannut anniskeluoikeuksien vapauttamista, on myös keskiolutkysymyksessä toimimassa sillä tavoin, että lähimpien vuosien aikana pienet yksityiset keskioluravintolat saavat siitä mitä todennäköisimmin maksaa kalliin hinnan. Keskioluen suosiminen tulisi johdonmukaisesti aloittaa nykyisen ravintolakapasiteetin piirissä nostamalla keskioluen anniskelukorvaus tasasuureksi vahvan oluen kanssa. Vapauttamalla keskiolutlain alaista anniskelua ruokitaan uusien keskioluravintoloiden syntyä. Nämä yksiköt eivät kuitenkaan pitkällä tähtäyksellä tule olemaan liiketaloudellisesti kannattavia. Toisaalta ne tulevat olemaan palveluvarustukseltaan varsin heppoisia, eivätkä ne näin ollen ole millään tavoin pe-

rusteltuja kuluttajan valintamahdollisuuksien lisääntymisen kannalta.

JOHTOPÄÄTÖKSET

Puhelimessa Juhani Hakala totesi minulle 25.6., että Alkon sisällä ei nähdä tarpeelliseksi odotettavissa olevassa hinnankorotuksessa muuttaa vahvan ja keskioluen anniskelukorvaussuhdetta. Hakalan mukaan Alko on tyytyväinen luontaiseen kehitykseen eikä näe tarvetta sen edistämiseen esimerkiksi hinnoittelueinoin jatkossa.

Mielestäni Alkon tulisi sekä alkoholipoliittisin että ravintolaelinkeinopoliittisin perustein tehdä sellaisia ratkaisuja, että keskioluen aseman vahvistumiselle alkoholilain alaisissa anniskelupaikoissa luotaisiin paremmat edellytykset. Lisäämällä keskiolutlain alaisen anniskelun houkuttelevuutta Alko toimii vastoin alkoholipoliittisia periaatteitaan.

Edellä esitetystä on varsin houkuttelevaa tehdä se johtopäätös, ettei Alko näe edulliseksi sitä, että keskiolut valtaisi markkinoita vahvalta oluelta, ovathan vahvan oluen tuotot Alkolle merkittävästi suuremmat kuin keskioluen.

JOUNI K. PÄIVÖLÄ