

Martti Vihanto
Endogeeniset preferenssit,
tunteet ja sosiaalisen pääoman
murtautuminen
taloustieteeseen

Aboa Centre for Economics

Discussion Paper No. 18
Turku 2007



Copyright © Author(s)

ISSN 1796-3133

Turun kauppakorkeakoulun monistamo
Turku 2007

Martti Vihanto
Endogeeniset preferenssit, tunteet ja
sosiaalisen pääoman
murtautuminen taloustieteeseen

Aboa Centre for Economics
Discussion Paper No. 18
September 2007

ABSTRACT

Endogenous preferences, emotions, and the breaking of social capital into economics

The creation and effects of social capital have seldom been a target for systematic analysis in orthodox economics. The purpose of the paper is to argue that in order to include social capital, along with physical and human, into economic analysis, we have to regard human preferences as endogenous and pay more attention to the contents rather than merely the logic of choice and decision-making. The paper limits itself to examining the role of trust in the formation and disruption of social capital. Emotions such as guilt and shame are central in the emergence of trust within social relations. Sources of and means to strengthen trustworthiness are examined in the context of bank loans.

JEL Classification: B52, D11, O17

Keywords: social capital, trust, endogenous preferences, emotions, behavioural economics, bounded rationality

Contact information

Turku School of Economics, Department of Economics, 20500
Turku, Finland. Email: martti.vihanto@tse.fi.

1. Johdanto

Kansantaloustieteen perusoppikirjoissa tavanomainen esimerkki kuluttajan päätöksenteosta on tilanne, jossa tällä on valittavanaan kahta hyödykettä kuten perunoita ja lihaa.¹ Ihminen pystyy tyydyttämään ruuan tarpeensa monilla vaihtoehtoisilla tavoilla. Hän voi käydä kaverinsa luona syömässä tai mennä ravintolaan, jonka mainoskilpi toivottaa ravintolavieraat tervetulleiksi ruokailemaan. Ruoka saattaa olla kummassakin paikassa täysin samaa, ja muutenkin vaihtoehtojen välillä on paljon yhtäläisyyksiä. Yhtenä erona on pääoma, jota esimerkin henkilö tarvitsee. Ravintolan omistaja haluaa rahaa vastineeksi palveluistaan. Kaveri taas odottaa, että ruokavieras on mieluista seuraa, jättää pöytähopeat varastamatta ja ymmärtää kutsua hänet joskus myöhemmin vastavierailulle. Kaverin luona syöminen tietysti vaatii, että on joku jonka tuntee ja joka haluaa kutsua kotiinsa.

Yhteiskunnan toimivuus edellyttää, että ihmiset ottavat toimissaan huomioon muidenkin kuin vain omat etunsa. Esimerkiksi tehokkaat pankkiluottomarkkinat jäävät syntyväksi, jos velalliset etsivät kaiken aikaa tilaisuuksia jättää velvoitteensa hoitamatta eivätkä pankit voi luottaa asiakkaisiinsa. Ihmisten halua ja taipumusta ottaa huomioon muut yhteisönsä jäsenet, osallistua yhteisiin hankkeisiin ja yleensä ajatella asioita laajemmasta kuin vain omasta kapeasta näkökulmastaan on tapana kutsua sosiaalisesti pääomaksi.

Sosiaalisesta pääomasta on helpompi antaa esimerkkejä kuin täsmällistä ja yleispätevää määritelmää.² Kun yhteisössä on runsaasti sosiaalista pääomaa, sen jäsenet auttavat avun tarpeessa olevia, osallistuvat maanpuolustustyöhön ja tekevät talkootöitä yhdistyksissä.³ Sosiaalinen pääoma ilmenee ihmisten välisissä suhteissa, ja ihmisten käyttäytyminen on ikään kuin juurtunut ympäröivään yhteisöön.⁴ Sosiaalisen pääoman suhteen varakkaalle yhteisölle on ominaista suurempi keskinäinen luottamus

¹ Joseph E. Stiglitz (1993, 227) on tyypillinen oppikirjaesitys.

² Kriittisessä kirjallisuudessa sosiaalisen pääoman käsitettä pidetään epämääräisenä, venyvänä ja vakiintumattomana (Kajanoja 1998, 42).

³ Wallis, Killerby ja Dollery (2004, 241).

⁴ Coleman (1988, 98). Tässä yhteydessä käytetään usein termiä *embeddedness* (Tomer 1999, 1050).

kuin köyhemmälle,⁵ ja usein voidaan puhua luottamuspääomasta.⁶ Tässä artikkelissa rajoitutaan luottamuksen tarkasteluun, ja esimerkkinä käytetään luottamuksen syntymistä pankin ja laina-asiakkaan välille.

Pankkiluotossa on kysymys sananmukaisesti luotosta. Kun pankki antaa rahaa lainanhakijalle, sen täytyy luottaa siihen, että raha maksetaan aikanaan takaisin sovitun lyhennysohjelman mukaisesti. Luottamuksella tarkoitetaan tilannetta, jossa pankilla on aihetta odottaa velallisen käyttäytyvän toivomallaan tavalla, mutta odotukseen liittyy epävarmuutta.⁷ Luottamusta ei tarvittaisi, jos täydellinen varmuus vallitsisi.

Luottamuksen ja luotettavuuden käsittely kansantaloustieteessä riippuu ratkaisevasti siitä, miten varmuus ja epävarmuus halutaan määritellä. Taloustieteen ortodoksisessa oppisuunnassa oletetaan, että ihmisillä on joko täydellinen tai ainakin jäsentynyt tietämys kaikista päätöksiinsä vaikuttavista asioista, ja että kognitiiviset kyvyt tämän tiedon käsittelyssä ovat täydellisiä.⁸ Tunteista oletetaan, että ne eivät aiheuta häiriöitä päätöksenteossa tai ainakin, että niiden vaikutuksia voidaan pitää eksogeenisina tai annettuina.

Tässä artikkelissa katsotaan, että luottamuksen luonteen perinpohjainen ymmärtäminen edellyttää toisenlaista rationaalisuuden määrittelyä. Tavoitteena on tarkastella erityisesti tunteiden merkitystä luottamuksen syntymisessä. Selville pyritään saamaan, millaisilla keinoilla pankki pystyy lisäämään ja ylläpitämään laina-asiakkaidensa luotettavuutta ja siten vahvistamaan näiden taipumusta pitää lupauksensa ja maksaa laina takaisin sovitulla tavalla. Samalla saadaan käsitystä keinoista, joiden avulla julkinen valta pystyy luomaan puitteita sosiaalisen pääoman karttumiselle.

⁵ Luottamuksen määrää käytetään yhtenä sosiaalisen pääoman mittarina (Hjerpe 2003, 265).

⁶ Risto Harisalo ja Ensio Miettinen (1995, 21) määrittelevät luottamuspääoman ”inhimillisen vuorovaikutuksen tuloksena syntyväksi vakaumukseksi siitä, kuinka ihminen suhtautuu muihin ihmisiin, lähipiiriinsä ja yhteiskuntaan.”

⁷ Nooteboom (2002, 45).

⁸ Vihanto (2004, 241).

2. Valinnan logiikasta päätösten sisältöön

Kansantaloustieteen tunnusomainen piirre on oletus kuluttajien, poliitikkojen ja kaikkien muidenkin ihmisten rationaalisuudesta. Tieteenalan ortodoksiassa rationaalisuus määritellään siten, että ihmisten käyttäytymistä päästään tarkastelemaan optimointina. Kun esimerkiksi kuluttaja tekee ostopäätöksensä optimoimalla, hän valitsee tavanomaisessa kuluttajan teorian mallissa omien tavoitteidensa kannalta parhaan annetuista vaihtoehdoista oletettujen rajoitteiden puitteissa. Optimoijalla on kulloinkin vain mallin antama toimintatapa valittavanaan ja yksi ainoa mahdollinen ulospääsy päätöstilanteestaan.⁹ Hän ei siis ole sellainen vapaatahtoinen toimija kuin todellisuuden elävät ihmiset.

Taloustieteen niin kuin yleensä yhteiskuntatieteiden tehtävä on selittää ihmisten valintojen vaikutuksia ja erityisesti tahattomia seurauksia koko yhteiskunnan tasolla. Yksittäisiä valintoja ja niiden syntymistä on aihetta tarkastella vain siltä osin, kuin tämä auttaa lopulliseen tavoitteeseen pääsemisessä. Käyttäytymisen tarkastelu optimointina on aiheuttanut sen, että taloustieteen piirissä valintojen sisältöä ei juurikaan tarkastella edes tässä välineellisessä tarkoituksessa. Kun ihmisten päätösten oletetaan olevan ennalta mallin määrittämiä, niiden syiden ja sisällön selvittelyssä on talouden toiminnan ymmärtämisen kannalta vain vähän kiinnostavaa, ja preferenssit on luontevaa olettaa annetuiksi.

Optimointioletuksen myötä taloustieteestä on tullut korostuneesti oppi valinnan logiikasta. Uskali Mäki puhuu isolaatioista, joiden avulla yhteiskunnallisesta todellisuudesta eristetään selitettäviksi tulevat asiat, ja muut rajataan ulkopuolelle.¹⁰ Taloustieteen kehitysprosessin kuluessa valikoitunut oletus ihmisistä ja heidän käyttäytymisestään on ollut joissain suhteissa hedelmällinen. Se on tuottanut ylivoimaisen johdonmukaisen ajatusrakennelman, jonka avulla voidaan selittää minkä tahansa yhteiskunnallisten ilmiöiden joitakin aspekteja aina kauppatorin kaupankäynnistä ja suhdannevaihteluista perheen lastenhankintaan ja terroristien

⁹ Spiro J. Latsis (1976, 12) käyttää osuvaa ilmausta *single-exit situation*.

¹⁰ Mäki (2004, 322).

itsemurhaiskuihin. Valinnalla on ollut myös varjopuolensa.¹¹ Se aiheuttaa monien taloudellisten ilmiöiden rajautumisen ainakin joiltain osin taloustieteellisen selittämisen ulkopuolelle. Sosiaalinen pääoma on tällaisista ilmiöistä tärkeä esimerkki.¹²

Oletus preferenssien eksogeenisuudesta voidaan nähdä joko empiirisenä hypoteesina tai teoreettisena aksioomana. Edellisessä tapauksessa oletusta koetellaan tieteen tavanomaisilla menettelytavoilla. Hypoteesi ei läpäise tällaista testiä, eikä testauksella olisi paljon mitään tarkoitustakaan. Oletus preferenssien eksogeenisuudesta on tosiasiaa aksiooma, jonka varaan rakentuvalla odotetun hyödyn teorialla ei ole sinänsä tekemistä taloudellisen todellisuuden kanssa.¹³ Artikkelin tavoitteena on perustella, miksi tällainen valinnan logiikka ei riitä taloustieteen tehtäväksi.

Ortodoksisen taloustieteen malleissa pankin laina-asiakas hoitaa velvoitteensa, kun se on hänen oletettujen tavoitteidensa mukaista. Hän koettaa välttää luottohäiriöitä esimerkiksi sen vuoksi, että ne johtavat luottokortin irtisanomiseen, asunnon pakkohuutokauppaan tai muuhun hankaluuteen. Malleista johdetut keinot ehkäistä luottotappioita noudattelevat samaa ajattelutapaa. Tavanomainen neuvo pankeille on vaatia lainanhakijalta turvaavaa vakuutusta, joka toimii uskottavana lupauksena maksaa laina takaisin. Laina-asiakas on tässä samassa asemassa kuin valtiovalta, joka kieltäytyy korvaamasta alankoalueelle rakentavien tulvavahinkoja ja sitoo kätensä säättämällä alueelle rakentamisen laittomaksi.¹⁴ Jos rakentaminen on kansantalouden edun vastaista, sen salliminen johtaisi todennäköisesti huonompaan tulokseen, ja valtiovallan toiminta olisi aikaepäjohtonmukaista ja siis epärationaalista.

¹¹ Kaarina Hyvönen, Johanna Leskinen ja Mika Pantzar (2005, 119) kirjoittavat kuluttajien käyttäytymistä pohtiessaan, että ”tämän päivän kulutustutkimuksen kirjallisuudessa taloustiede esiintyy lähinnä joko historiallisena jäänteinä tai viitteenä, jota vastaan muita kulutustutkimuksen traditioita tarkastellaan”.

¹² Uusklassisen kasvuteorian kehittäjä Robert M. Solow (1999, 6) toteaa sosiaalisen pääoman ja talouden välisten vuorovaikutussuhteiden tutkimisesta: ”It is a dirty job, but someone has to do it; and mainstream economics has puristically shied away from the task.”

¹³ Edmond Malinvaud (1972, 16) myöntää oppikirjassaan epätavallisen avoimesti odotetun hyödyn teorian luonteen: ”The theory of utility is essentially logical in nature. It can be applied whatever are the motivations of consumer choices since the economist takes the utility function as given and does not attempt to explain how it is arrived at.”

¹⁴ Kydland ja Prescott (1977, 477).

Tavanomaisessa kielenkäytössä pankin laina-asiakas ei ole luotettava, jos pankki uskoo tämän toimivan sovitulla tavalla pelkästään oman laskelmoidun etunsa vuoksi. Asiakas ansaitsee aidolla tavalla luottamuksen, kun lupauksen pitäminen on hänelle arvo sinänsä eivätkä itsekkäät tarkoitukset pyhitä hänen keinojaan. Luottamuksesta sanan varsinaisessa merkityksessä on kysymys, kun henkilö on toisesta riippuvainen mutta kuitenkin uskoo, että tämä ei käytä tilaisuutta heti hyväkseen kun silmä välttää.¹⁵ Luotettu ihminen on tällaisessa tapauksessa luottamuksen arvoinen, sillä hänen toimiaan ohjaavat muutkin kuin ulkoiset kannustimet. Kysymys on sisäisestä motivaatiosta (*intrinsic motivation*), kun ihminen tekee asioita niiden itsensä vuoksi ilman mitään erityistä palkkiota tai muuta välineellistä syytä.¹⁶ Aidon luottamussuhteen syntyminen edellyttää, että osapuolet välittävät oikeasti toisistaan, osoittavat muitakin myönteisiä tunteita toisiaan kohtaan eivätkä pidä keskinäistä suhdettaan pelkkänä välikappaleena omien etujen edistämiseksi.¹⁷ Pettymyksen mahdollisuus on aina olemassa, eikä luottamuksen toiseen tarvitse olla yhtä voimakas kaikissa asioissa ja kaikissa tilanteissa. Luottamus ei myöskään edellytä sinisilmäistä tai sokeaa uskomusta kanssaihminen moraaliseen rikkumattomuuteen.

Aitoa luottamusta näyttää esiintyvän todellisuuden olosuhteissa riittävästi, jotta se on aihetta sisällyttää myös taloustieteen analyysiin. Ristiriitaa empiiristen havaintojen ja taloustieteen ortodoksisen luottamuskäsityksen välillä kutsutaan luottamusparadoksiksi (*trust paradox*).¹⁸ Samanlainen käsitteiden eroavuus taloustieteen ja arkikielen välillä ilmenee muidenkin hyveiden kuin luotettavuuden kohdalla. Tällaisia ovat rehellisyys ja vastuullisuus. Esimerkiksi pankin liiketoimintaa pidetään tuskin oikeasti vastuullisena, jos se ottaa ympäristönäkökohdat huomioon luototuksessa vain omien voittojensa turvaamiseksi.¹⁹ Nordea kertoo verkkosivuillaan, että sen ”arvot perustuvat pohjoismaisen vapauden kunnioittamiseen, yhdenvertaisuuteen ja ympäristöstä huolehtimiseen. Toimimme kunnan kansalaisina

¹⁵ Bart Nooteboom (2002, 48) käyttää termejä *real trust* ja *trust in the strong sense*.

¹⁶ Frey (1992, 162).

¹⁷ Saporito, Chen ja Sapienza (2004, 402)

¹⁸ James (2002, 293).

¹⁹ Vihanto (2005, 19).

eettisesti, rehellisesti ja vilpittömästi.”²⁰ Tämäntapaiset lupaukset eivät yksin ole uskottavia eivätkä vielä täytä aidosti vastuullisen liiketoiminnan edellytyksiä.

Ennen kuin havaittu käyttäytyminen tulkitaan taloustieteessä paradoksiksi tai anomaliaksi, viisas menettely on ensin tarkistaa, ettei kyseessä ole näennäinen ilmiö.²¹ Esimerkiksi pankin luottavaisuus ja laina-asiakkaan luotettavuus sen taustalla saattavat selittyä tarkemmin katsottaessa ulkoisella motivaatiolla. David M. Kreps muistuttaa työsopimuksia ja niiden ehtoja selvittäessään, että kutsumukselta tai muuten sisäisesti motivoituneelta näyttävä työnteko saattaa tosiasiaissa johtua työsuhteen jatkumisen varmistelusta, työkaverien painostuksesta tai muusta vastaavasta syystä.²² Jos luottavaisuutta selittää selvästi epärationaalinen käyttäytyminen, syyn lähempi tarkastelu kuuluu taloustieteen tutkimuskohteen ulkopuolelle. Esimerkiksi artikkelin alussa mainittu henkilö vippaa kaverilleen koston illallisen päätteeksi suuren summan rahaa, ja katu päätöstään heti aamulla herätessään ankeaan todellisuuteen. Lainasopimusten toisella puolella samanlaista epärationaalisuutta esiintyy, kun humalainen huomaa rahojensa loppuvan kesken remakkaa ravintolailtaa ja tilaa tekstiviestillä pikalainaa pankkitililleen. Kummassakin tapauksessa on muistettava, että ihminen voi pyrkiä olemaan järkevä vaikka näyttää toimivan ulkopuolisen silmissä tyhmästi.

Ortodoksisessa taloustieteessä luonnollinen tapa käsitellä aitoa luottamusta on pitää sitä eksogeenisena tekijänä. Jos pankki tietää lainanhakijan saavan mielihyvän tunteita siitä, että huolehtii velvoitteistaan vaikka pääsisi luikertelemaan niistä helpolla irti, pankki ottaa asiakkaan taipumuksen tietysti päätöksenteossa huomioon. Ortodoksialle ratkaisut ovat annettuja asioita, eikä se myöskään pohdi syitä asiakkaan herkkään omaantuntoon tai tämän haluun muuttaa preferenssejään.

²⁰ <www.nordea.com>, haettu 25.5.2007.

²¹ Richard A. Posner (1998, 1567) korostaa perustellusti ortodoksisen taloustieteen kilpailuetua suhteessa psykologiseen oikeustaloustieteeseen (*behavioral law and economics*): ”Rational-choice economics makes the analyst think hard.” Jukka Mähönen (2001, 150) suomentaa jälkimmäisen käyttäytymispainotteiseksi oikeustaloustieteeksi.

²² Kreps (1997, 360–361).

Tässä artikkelissa katsotaan, että tunteiden rajaaminen taloustieteellisen selittämisen ulkopuolelle on epätydyttävää, tai ainakin, että rajausta on harkittava kriittisesti tapaus tapaukselta. Tavoitteena on löytää uudenlainen rajaus, tai deisolaatio, jonka yksityiskohdat muotoutuvat vähittäisen koettelun kautta tieteen evoluutioprosesseissa.²³ Käyttäytymisen tutkiminen merkitsee, että taloustieteilijä pyrkii saamaan käsitystä valintojen sisällöstä eikä vain niiden logiikasta, ja taloustieteestä tulee näin empiirinen tiede.²⁴ Selitykseksi tietylle valinnalle ei silloin riitä tautologinen toteamus, että laina-asiakas maksimoi hyötyään, vaan valinnasta on oltava käytössä ihan oikeaa tietoa.

3. Tunteiden vaikutus käyttäytymiseen

Tunteilla tarkoitetaan seuraavassa mitä tahansa emootioita tai fiiliksiä, jotka aiheuttavat ihmisessä mielihyvää tai mielihäpeää. Äärimmillään ne ovat tunnekuohuja eli affekteja ja menevät ohi yhtä nopeasti kuin ovat tulleetkin. Tunnetiloille on ominaista, että ne syntyvät pääosin spontaanisti ilman tietoista kontrollia tai valintaa, tulkinta tapahtuu ihmismielessä nopeasti, ja reaktiot noudattavat melko säännönmukaista kaavaa.²⁵

Jon Elster jakaa tunteet kuuteen ryhmään.²⁶ Suuttumus, viha, syyllisyys, häpeä, ylpeys ja ihailu ovat ihmisten välisiin suhteisiin liittyviä tunteita. Katumuksen, riemun ja pettymyksen tunteet liittyvät ajatuksiin siitä, mitä olisi voinut tapahtua mutta ei tapahtunut. Pelon ja toivon tunteita aiheuttavat ajatukset siitä, mitä voisi tapahtua. Ilon tunne syntyy mieluisista ja surun tunne ikävistä tapahtumista. Muiden ihmisten omaisuuksien ajattelemisen synnyttää kateuden, vahingonilon, närkästymisen ja mustasukkaisuuden tunteita. Viimeisessä ryhmässä on sekalaisia tunteita kuten halveksinta, inho ja rakastuminen sekä yllättyminen, kyllästyminen ja turhautuminen.

²³ Mäki (2004, 321).

²⁴ Vihanto (2006, 226). Paul De Grauwe ja Marianna Grimaldi (2006, 3) toteavat tehokkaiden markkinoiden hypoteesiin viitaten: ”A scientific theory, unlike religious belief or works of art, should not be judged by its elegance but by its capacity to withstand empirical testing.” James R. Thompson ym. (2006) ovat samoilla linjoilla artikkelissaan ”Nobels for Nonsense”.

²⁵ Cohen (2005, 7).

²⁶ Elster (1998, 48).

Elster jättää ryhmittelyn ulkopuolelle vaistoihin perustuvat kuten kivun ja nälän tunteet (*visceral factors*).

Monia hyödykkeitä ostetaan markkinoilla pääasiassa tai pelkästään mielihyvän tunteiden saamiseksi ja mielipahan tunteiden välttämiseksi. Isä tuo tuliaisia työmatkalta varmastikin niiden tunteiden vuoksi, joita saamisen ilo synnyttää lapsissa ja tästä aiheutuva antamisen ilo hänessä itsessään. Ortodoksinen taloustiede ei kiellä tai poissulje sinänsä millään tavoin tunteiden vaikutusta kuluttajan käyttäytymiseen. Tunteet otetaan kuitenkin annettuina niin kuin säätilan muutokset, uusien virustautien syntyminen ja muut ”ei-taloudelliset” seikat. Jos joku ostaa ulkomaan lentokentältä rasian suklaata, hän paljastaa tällä tavoin preferenssinsä, eikä taloustieteilijän ole tarpeen tietää tai sanoa asiasta sen enempää. Seuraavassa tarkastellaan, mitä tapahtuu kun preferenssien *black box* avataan, ja valintojen syitä ja sisältöä ryhdytään tutkimaan tarkemmin.

Mallissa on miespuolinen kuluttaja, jolla on kaksi tavoitetta. Hän haluaa hankkia auton voidakseen ajaa työmatkat nopeammin kuin polkupyörällä, ja hän haluaa herättää ihailua muissa ihmisissä. Valittavana oletetaan olevan kaksi vaihtoehtoa. Mies voi joko ostaa oman auton tai liittyä autokerhoon, jonka jäsenet korjailevat talkoilla vanhoja autonromuja katsastuskuntoon. Käytävissä on tietty määrä rahapääomaa ja sosiaalista pääomaa.

Henkilöauto on ensisijassa kulkuneuvo, mutta se voi olla omistajalleen myös keino saada osakseen ihailua ja sen aiheuttamaa mielihyvää. Auton ostaminen selittyy silloin osittain menestymisen, paremmuuden tai jopa ylemmyyden tunteilla. Auton tuottama hyöty syntyy tässä kuvitteellisessa tilanteessa kahdesta osatekijästä tai ominaisuudesta (*characteristic*). Kelvin J. Lancasterin aikoinaan esittämässä lähestymistavassa kuluttajan ajatellaan ostavan erilaisten ominaisuuksien kimppuja eikä hyödykkeitä sinänsä.²⁷ Työpaikalle pääsee muutenkin kuin omalla autolla, ja ihailua voi herättää monella muulla tavalla kuin autonostolla. Vastaavasti kuluttaja saattaa ostaa reilun kaupan banaaneja, koska ne käyvät paitsi käteväänä retkieväänä antavat tunteen vastuullisesta ostopäätöksestä. Hedonisissa malleissa arvioidaan

²⁷ Lancaster (1966).

tilastollisin menetelmin, missä suhteessa esimerkiksi asunnosta maksettu hinta jakautuu eri ominaisuuksiin. Kun kuluttaja harkitsee mielessään kysyntähintaa, jonka hän on enintään valmis maksamaan autosta, banaanista tai asunnosta, hän tavallaan hajottaa hyödykkeen osiin ja hinnoittelee jokaisen osan erikseen.²⁸

Kun edellä olevaa ajatuskulkua jatketaan vähänkään pidemmälle, monet perinteisesti eksogeenisina pidetyt kuluttajien preferensseihin vaikuttavat tekijät osoittautuvat tosiasiaassa endogeenisiksi. Hinta on tällainen muuttuja. Jos työmatkojen ajaminen olisi auton ostamisen ainoa syy, rationaalinen kuluttaja preferoisi kahdesta samanlaatuisesta autosta halvempaa. Mutta jos mies ostaa auton osaksi sen perusteella, mitä muut ajattelevat hänestä ja hänen autostaan, halpa voikin olla huonompi vaihtoehto.²⁹ Hieno auto soveltuu samaan tapaan kuin kallis hajuvesi tai harvinaisen turkiseläimen nahka kerskakulutukseen (*conspicuous consumption*), koska kaikkia käytetään ulkosalla eri paikoissa ja muut näkevät käyttäjän kulutustyylin. Ympäristöaktivistit ja kettutyöt muuttavat preferenssejä, ja esimerkiksi bensasyöppö kaupunkimaasturi saattaa aiheuttaa enemmän häpeää kuin ylpeyttä, kun öljylähteet ehtyvät tai ilmasto lämpenee.

Myös miehen varallisuus tällä hetkellä, aikaisemmin sekä suhteessa muihin vaikuttaa hänen preferensseihinsä. Pienipalkkaiselle miehelle auto voi olla paljon tärkeämpi snobbailuväline kuin suuren pörssiyhtiön optiomiljonäärille. Jälkimmäisen ei tarvitse todistella muille menestymistään ostamalla autoja, sillä se on tiedossa muutoinkin. Näyttämisenhalu ilmenee ehkä niin, että miljonääri hankkii tuloja yli kaikkien tarpeidensa ja lahjoittaa koko ajan toisesta päästä rahaa kirkon diakoniatyöhön ja milloin mihinkin hyväntekeväisyyteen.³⁰ Aikaisempi varallisuustaso saattaa vaikuttaa niin, että jos kaverit ovat tottuneet näkemään miehen kalliin urheiluauton ratissa, tämä pyrkii ylläpitämään julkikuvaansa, vaikkei siihen olisi enää oikein varaakaan. Näin voi odottaa käyvän erityisesti silloin, kun kavereiden varallisuus kasvaa, nämä siirtyvät kalliimpiin autoihin ja mies uhkaa tipahtaa kulutuskilvan rattailta.

²⁸ Sirmans, Macpherson ja Zietz (2005, 3).

²⁹ Veblen-vaikutuksesta on kysymys, kun hyödykkeen kysyntä kasvaa hinnan kohotessa (Leibenstein 1950, 189).

³⁰ Joseph A. Schumpeter (1934, 93) mainitsee yhtenä yrittäjää liikkeellä pitävänä psykologisena tekijänä sen, että voittoa arvostetaan ”as an index of success and as a symptom of victory”.

Auton hankkiminen autokaupasta tai autokerhosta vaatii rahapääomaa ja sosiaalista pääomaa eri suhteissa. Autokauppias odottaa saavansa asiakkaaltaan vain riittävän määrän rahaa, mutta kerholaiset edellyttävät mukavaa juttuseuraa, luotettavuutta ja vastavuoroisuutta. Ihmisillä on näitä ominaisuuksia vaihtelevassa määrin, ja tämä rajoittaa valintoja niin kuin budjettirajoite perinteisessä kuluttajan valinnan mallissa. Rahapääoma ja sosiaalinen pääoma korvaavat toisiaan johonkin rajaan asti, ja ne voivat myös täydentää toisiaan. Jälkimmäisestä helposti mieleen tuleva esimerkki on edullinen asuntolaina, jonka autokerhossa oleva pankin luottopäällikkö järjestää toiselle jäsenelle. Pankki voi hyväksyä tällaisen suhteiden käytön, sillä luottohäiriö vaarantaa luottamuksen myös autokerhossa ja toimii tämän vuoksi vahvempana pelotteena. Toisaalta sosiaalista pääomaa voidaan käyttää väärin niin kuin kaikkea muutakin pääomaa. Hyvä veli -verkostot helpottavat esimerkiksi haitallisten kilpailunrajoitusten syntymistä.³¹

Ihmisen taipumus kokea tunteita ja toimia niiden mukaan perustuu perimään ja juontaa juurensa lajin kehitykseen. Syntymän jälkeisillä tapahtumilla, sosiaalisella ympäristöllä ja monilla muilla asioilla kuten koulutuksella on tunne-elämän kehitykseen ratkaiseva vaikutus. Jos mies on ostamassa ensimmäistä autoaan, hänellä ei voi olla omakohtaista kokemusta auton omistamisesta. Hän perustaa ostopäätöksensä esimerkiksi niihin tuntemuksiin, joita hänellä on ollut ajaessaan isänsä autoa tai ihaillessaan kavereiden menopelejä. Tai hän muistelee tunteita, joita ensimmäisen polkupyörän saaminen pikkupoikana hänessä aiheutti.

Kun mies oivaltaa auton edut ajaessaan sillä työmatkat, hän saattaa ryhtyä tekemään myös viikonlopun kauppareissut omalla autolla. Muutos voi tapahtua jo siinä vaiheessa, kun auto on hänellä vasta koekäytössä. Kauppiaan tavoitteena ehkä juuri onkin tarjota autottomille asiakkailleen tilaisuus oppia tuntemaan todelliset preferenssinsä ja käyttämään autoa.³² Ostosten siirtäminen pienestä lähikaupasta suureen automarkettiin altistaa miehen edelleen uusille vaikutteille. Polkupyörällä

³¹ Ogilvie (2004, 295).

³² F. A. Hayek (1961, 314) tuo esiin sinänsä itsestään selvän ajatuksen, että kukaan tuskin osaisi kaivata fiktio- tai mitään muutakaan kirjallisuutta, ellei joku olisi joskus älynnyt tarjota sellaista muiden saataville.

ajon vähentyessä kunto heikkenee ja mies huomaa muutaman kerran kuntosalilla käytyään, että liikunta antaa iltaisin paljon suuremman mielihyvän kuin pari tuopillista olutta. Spontaani oppimisprosessi jatkuu, ja sitä ohjaavat kuluttajan valppaus havaita uusia mahdollisuuksia,³³ suunnitelmallinen tiedon etsintä sekä myös sattuma.

Autoon ja siitä saatuihin tuntemuksiin tottuminen saattaa johtaa siihen, että mies ryhtyy käyttämään markkinoita laajemminkin myönteisten tunteiden kokemisen välineenä. Hän esimerkiksi ehdottaa autokerhon jäsenille, että perjantai-iltaisin käydään syömässä ulkona eikä entiseen tapaan vuorotellen kunkin kotona. Kun vieraantuminen ihmissuhteista ja yhteisöllisyydestä jatkuu, muutkin päätöstilanteet raamittuvat markkinavaihdannaksi.³⁴ Jos mies on lääkäri, hän alkaa kutsua potilaita asiakkaiksi ja potilastyötä myynniksi. Seurustelukumppania etsiessään hän puhuu avioliittomarkkinoista ja lasta tehdessään siitä, mitä investointi jälkikasvuun maksaa rahassa. Ortodoksisen taloustieteen edustajille tällainen raamitus ei ole ollut koskaan vaikeaa, ja jotkut saattavat laskea vakavissaan kohdunvuokrauksen tai jopa elinluovutuksen optimaalista hinnoittelua. Yhä useammalla asialla on hinta, ja kaikesta uhkaa tulla kauppatavaraa.

Kun mies tarvitsee aikaisempaa enemmän rahaa saadakseen haluamiaan asioita, hän alkaa tehdä ylitöitä ja vaatia työpaikallaan tulospalkkaukseen siirtymistä. Aika ei enää riitä autokerhossa käymiseen, ulkoisen motivaation merkitys kasvaa ja ammattiyhpeuden tunteet jäävät ahneuden jalkoihin. Palkkausjärjestelmän muutos yksistään voi syrjäyttää sisäistä motivaatiota. Päästyään tulospalkkioiden makuun mies havittelee niitä vielä lisää ehdottamalla, että siivouksen kaltaiset toissijaiset toiminnot pitää ulkoistaa, ja myös työterveyshuolto ja lopulta asiakasneuvontakin olisi ostettava muilta yrityksiltä. Perusteluna ulkoistamiselle ja kilpailuttamiselle hän esittää, että työntekijöistä pääsee tarvittaessa helpommin eroon, kun nämä tekevät työtään markkinavaihdannan kautta eivätkä organisaation jäseninä.³⁵

³³ Israel M. Kirzner (1997, 72) käyttää termiä *alertness* erotukseksi ortodoksisen etsintäteorian tarkoittamasta tiedon löytymisestä.

³⁴ Bowles (1998, 87).

³⁵ Oliver E. Williamson (1985, 150) on käyttänyt pitkään termiä *forgiveness* vertaillen hierarkioiden ja markkinoiden oikeudenmukaisuusjärjestelmiä.

Auton ostamisella ja sen käynnistämällä dynaamisella oppimisprosessilla on monitahoisia vaikutuksia sosiaaliseen pääomaan. Siirtyminen käyttämään markkinoita vähentää tarvetta ja motivaatiota hankkia ja ylläpitää sosiaalista pääomaa. Myös luontaiset tilaisuudet tähän vähenevät. Käyttämättä jäädessään sosiaalinen pääoma kuluu helposti ja poikkeaa tässä suhteessa fyysisestä pääomasta, jota esimerkiksi autotehdas käyttää autokorien valmistuslinjalla.³⁶ Markkinavaihdannalle on ominaista ostajan ja myyjän välisen suhteen etäisyys, anonymiteetti ja kasvottomuus sekä kanssakäymisen välineellisyys. Markkinoiden persoonattomissa yhteistyösuhteissa tarvitaan sosiaalisen pääoman sijaan rahaa, jonka hankkimisessa bisnestaidoista, itsekkyydestä ja jonkinasteisesta häikäilemättömyydestä on etua. Tällaisten ominaisuuksien palkitseminen aiheuttaa edelleen sosiaalisen pääoman rappeutumista ja onnettoman kierteen kiihtymistä.

Edellä esitetty tarina on siinä tavanomaisessa mielessä taloustieteellinen, että mallin mies tekee tai ainakin pyrkii tekemään kaikki päätöksensä rationaalisesti. Tarkastelu poikkeaa taloustieteen ortodoksisesta kuluttajan teoriasta siinä, että miehen preferenssien muotoutuminen otetaan tutkimuksen kohteeksi, ja erityisesti tunteita käsitellään endogeenisena tekijänä. Kaikkia tunteita ei ole tarpeen avata, ja esimerkiksi aurinkoisen sään vaikutuksia autonostoon voitaneen pitää turvallisesti annettuina. Tunteiden endogenisointi mutkistaa päättelyä ja vähentää päätelmien yleistettävyyttä, mutta se auttaa löytämään keinoja, joilla voidaan vaikuttaa tunteisiin ja niiden kautta taloudellisiin päätöksiin. Tämän artikkelin kannalta kiinnostavinta on saada viitteitä siitä, millaisilla keinoilla pankki pystyy vaikuttamaan luottoasiakkaidensa luotettavuuteen ja mahdollisuuksien mukaan lisäämään sitä. Tällaiset ”pehmeät” keinot luottotappioiden ennalta ehkäisyssä ovat artikkelin loppuosan teemana.

4. Aidon luotettavuuden lisääminen

Seuraavassa tarkastelussa on lähtökohtana, että pankki on myöntänyt lainanhakijalle lainan. Kysymyksessä on ehkä muutaman kuukauden pikavippi opiskelijalle tai pitkäaikainen investointiluotto autotehtaalle. Kun laina on myönnetty, pankin on

³⁶ Ostrom (1999, 179).

järkevää pyrkiä ylläpitämään ja vahvistamaan laina-asiakkaidensa luotettavuutta. Taito huolehtia luotettavuudesta on toimialalla niin keskeinen osa liiketoimintaosaamista, että se voi olla kilpailussa menestymisen tärkein kyvykkyys.³⁷ Jotta pankki pystyisi säilyttämään kyvykkyuden ja kehittämään sitä edelleen, ihmisten luotettavuuteen vaikuttavia tekijöitä olisi tunnettava mahdollisimman hyvin. Artikkelin lopuksi otetaan esille joitakin tällaisia tekijöitä ja tarkastellaan pankkien käytössä olevia keinoja vahvistaa luotettavuutta asiakaskunnassa. Samalla saadaan viitteitä mahdollisuuksista, joita lainsäätäjällä on luoda suotuisia olosuhteita keinojen käytölle. Onnistuessaan pankkien ja julkisen vallan toimenpiteet yhdessä ylläpitävät ja vahvistavat yhteiskunnan sosiaalista pääomaa.

Luottamus määriteltiin edellä tilanteeksi, jossa ihminen on toisesta riippuvainen, mutta hänellä on perusteita odottaa toiselta ennakoitavaa käyttäytymistä. Jos esimerkiksi pankki luottaa velalliseen, suhteeseen liittyy aina epävarmuutta, ja pankki asettaa siis itsensä jollain tavoin haavoittuvaan asemaan. Aito luottamus edellyttää syntyäkseen, että luotettu toimii sovitulla tai muuten toivotulla tavalla ilman selvää ulkoista syytä kuten rahallista palkkiota. Tällaisen käyttäytymisen taustalla ovat sisäiset motivaatiotekijät, jotka saavat esimerkiksi velallisen hoitamaan veloitteensa, koska se tuntuu hänestä oikealta tai muuten hyvältä. Käyttäytymistä voi selittää myös toisin päin niin, että luottamuksen arvoinen velallinen pyrkii torjumaan lupausten pettämisestä itselleen aiheutuvaa mielipahaa.

Yksilöiden välillä on suuria eroja kyvyssä tuntea mielihyvää tai mielipahaa, ja pankin etujen mukaista on koettaa ottaa selvää kunkin tunneprofiilista jo ennen lainan myöntämistä. Viitteitä lainanhakijan odotettavissa olevasta luotettavuudesta laina-ajan aikana on saatavissa tarkastelemalla tämän käyttäytymistä vastaavissa aikaisemmissa tilanteissa. Luottopisteitys (*credit scoring*) on yksi muun muassa tätä tarkoitusta varten kehitetty menetelmä. Esimerkiksi luottohäiriöiden voidaan katsoa kertovan lainanhakijan tyypillisistä käyttäytymistavoista, ja ne ennustavat näin ollen hänen tulevaa käyttäytymistään. Hyvän tunneprofiilin omaava lainanhakija saa lainan helpommalla ja halvemmallalla kuin muut, ja Robert H. Frank esittääkin ajatusleikkinä,

³⁷ Dynaamisista kyvykkyyksistä (*dynamic capabilities*) voidaan puhua, kun yritys on selvillä ”how combinations of competences and resources can be developed, deployed, and protected” (Teece, Pisano ja Shuen 1997, 510).

että ankara omantunto voisi olla erittäin kannattava hankinta itsekkäälle tai muuten tunnottomalle ihmiselle.³⁸

Ortodoksisessa pankkiteoriassa maine ja sen tuomat taloudelliset edut korostuvat luotettavuutta lisäävinä tekijöinä. Kun velallinen hoitaa velvoitteensa, hänellä on perusteita odottaa, että hän saa pankilta lainaa myöhemminkin. Mekanismin toimivuus edellyttää, että markkinoiden osapuolet tekevät sopimuksia keskenään toistuvasti. Silloin heidän välilleen syntyy vastavuoroisuus, jossa ensin pankki antaa asiakkaalle lainan, asiakas maksaa lainan takaisin, pankki vastaa tähän myöntämällä toisen lainan, ja niin edelleen. Luottotietorekisterien kautta tieto velallisten luotettavuudesta leviää pankkien välillä ja vahvistaa edelleen kannustinta ylläpitää luotettavan miehen mainetta.

Kun tunteiden muotoutuminen lisätään tarkasteluun, velkojan ja velallisen välisestä suhteesta piirtyy paljon rikkaampi kuva. Oletetaan, että velallinen on muuttamassa tuntemattomaan paikkaan ulkomaille ja tietää pääsevänsä velvoitteistaan lopullisesti eroon. Hän saattaa käyttäytyä tästä huolimatta lupaamallaan tavalla, jos hän saa siitä mielihyvän tunteita. Asian voi ilmaista myös niin, että henkilö kieltäytyy muuntamasta itselleen arvottomaksi käyvää mainetta rahaksi, jos saatava rahasumma tuottaa hänelle vähemmän hyötyä kuin menetetty mielihyvä. Rahat voisi käyttää esimerkiksi auton ostamiseen, mutta sillä kerskailu ei välttämättä kata aiheutuvaa kustannusta. Millaisilla keinoilla pankki pystyy vaikuttamaan siihen, että velallinen hoitaa velvoitteensa, vaikka luottamuksen pettäminen olisi taloudellisesti tuottoisaa?

Kokeellisen taloustieteen tutkimustulosten perusteella tiedetään, että ihmiset toimivat usein vastoin taloudellisia intressejään. He osallistuvat julkishyödykkeiden rahoitukseen, jakavat omaisuuttaan ja tekevät muita anomaalisia päätöksiä. Neurotaloustieteen menetelmillä saadaan jatkuvasti uutta hyödyllistä tietoa valintoihin vaikuttavista tekijöistä.³⁹ Yksi ajateltavissa oleva selitys epäitsekkäälle käyttäytymiselle on päätöstilanteen samankaltaisuus sellaisen toistuvan

³⁸ Frank (1987, 593).

³⁹ Esimerkkinä on oksitosiini, jonka on havaittu lisäävän luottamusta toiseen pelaajaan *trust game* -kokeissa. Colin F. Camerer (2007, 38) toteaa, että ”nothing in game theory would have predicted the effect of synthetic oxytocin.”

kanssakäymisen kanssa, kuten perhepiirissä, jossa itsekkyyks kävisi oikeasti kalliiksi.⁴⁰ Evoluutiopsykologisen tutkimustiedon valossa näyttää siltä, että sosiaalisilla taidoilla kuten kyvyllä yhteistyöhön ja vastavuoroisuuteen on ollut ratkaiseva merkitys ihmislajin kehitykselle.⁴¹ Inhimillinen taipumus toimia vastavuoroisesti ja vastata *quid pro quo* aktivoituu esimerkiksi silloin, kun pankin asiakas käy luottoneuvottelun kasvokkain luottovirkailijan kanssa, lupaa erikseen painottaen maksaa lainan sovitun lyhennysohjelman mukaan takaisin, ja puristaa vielä varmemmaksi vakuudeksi virkailijan kättä tilaisuuden päätteeksi.⁴² Verkkopankkitoiminnassa luottovirkailijan ei ole tarpeen koskaan tavata asiakasta, ja osapuolet voivat tehdä oman osuutensa sopimuksessa jopa eri hetkellä. Tällainen informaatioteknologian mahdollistama virtuaalisuus ja joustavuus tuovat etuja mutta aiheuttavat myös haittoja henkilökohtaisen kanssakäymisen puuttuessa.

Kun luottoneuvottelusta kuluu aikaa ja kokemus vähitellen unohtuu, laina-asiakkaan velvollisuuden tunteet todennäköisesti haalenevat. Pankin keino tämän estämiseksi on järjestää aika ajoin kohtaamisia velallisen kanssa tai pysyä jotenkin muuten hänen lähellään. Pienessä paikallispankissa luottamusilmapiirin ylläpito onnistuu helpommin kuin suuressa monikansallisessa liikepankissa ja saattaa olla sen tärkein kilpailuetu. Pankinjohtajan on helppo pistäytyä silloin tällöin yritysasiakkaan verstaalla, ja yrittäjä tapaa pankkinsa virkailijoita samalla kuin hoitaa pankkiasioita.

Suurella pankilla on kiistattomia mittakaavaetuja esimerkiksi taseanalyysien kaltaisten teknisten valvontakeinojen kehittämisessä ja käytössä. Pienessä pankissa tällaisten keinojen tarve on alun alkaen vähäisempi. Michel Ferrary kertoo, kuinka tieto avioriidoista ja alkoholismista leviää nopeasti sosiaalisissa verkostoissa ja lisää luottosuhteiden tehokkuutta.⁴³ Pankin pysyminen ajan tasalla asiakkaansa taloudellisesta tilanteesta mahdollistaa samalla sen, että ongelmiin osataan puuttua ajoissa ja ratkaisuja päästään etsimään yhteistuumin alusta alkaen. Liian läheisiin suhteisiin liittyy myös riskinsä, sillä ne saattavat altistaa luottovirkailijan erilaisille

⁴⁰ Samuel Bowles (1998, 88) käyttää tässä yhteydessä termiä *social distance*.

⁴¹ Fuentes (2004, 716).

⁴² Bazerman ym. (1998, 94).

⁴³ Ferrary (2003, 685–686).

psykologisille anomaloille⁴⁴ ja pahimmassa tapauksessa vietellä hänet kavallukseen.⁴⁵

Kun pankki kehittää keinoja luottoasiakkaidensa luotettavuuden lisäämiseksi, se joutuu luonnollisesti toimimaan lainsäädännön asettamissa puitteissa.

Taloustieteellisen tutkimustiedon keskeinen käyttökohde on avustaminen tuon lainsäädännön suunnittelussa. Sääntelyn avulla pystytään vaikuttamaan pankkien toiminnan kautta pankkilainaa tarvitsevien käyttäytymiseen, ja tämä vaikutusmekanismi on luonnollisesti järkevää ottaa huomioon sääntelyn yksityiskohtia suunniteltaessa.

Kun artikkelissa edellä tarkasteltiin autoa hankkivan miehen valintakäyttäytymistä, autokaupassa todettiin tarvittavan enemmän rahaa ja vähemmän sosiaalista pääomaa kuin autokerhossa. Siirtyminen kasvottomaan ja välineelliseen kanssakäymiseen aiheuttaa myös rahan lainaamisessa pääomatarpeen muutosta. Jos pankki ei voi luottaa lainanhakijaan eikä pysty lisäämään luotettavuutta, se joutuu vaatimaan lisävakuuksia, nostamaan korkoja ja toimimaan muutenkin ortodoksisen pankkiteorian oppien mukaan. Seurauksena on tehottomuutta ja hyvinvointitappioita. Yksi lainsäätäjän keino edistää luottamuksen syntymistä ja sosiaalisen pääoman karttumista on välttää suuren pankkikoon suosimista, ellei tähän ole riittävästi toiseen suuntaan painottavia syitä. Suuria pankkeja syntyy muun muassa sulautumien kautta, ja tiukka yrityskauppa- ja valvonta on yksi keino rajoittaa pankkikoon kasvua ja sosiaalisen pääoman rapautumista.

Pankki pystyy vahvistamaan vaikutelmaa luottosuhteen vastavuoroisuudesta ja samalla luottamusilmastoa muillakin keinoilla kuin henkilökohtaisella vuorovaikutuksella. Yksi tällainen on tehdä pyyteetöntä tai pyyteettömältä vaikuttavaa ja antaa jotain ikään kuin lahjaksi lainanhakijalle. Kun pankki antaa asiakkaalleen lainan alhaisella korolla tai ilman turvaavaa vakuutta, vaikka sillä olisi markkinavoimaa, asiakas tuntee todennäköisesti kiitollisuutta. Lainapäätökseen vastaaminen ”samalla mitalla” lyhennyksistä tunnollisesti huolehtimalla tuottaa silloin mielihyvän tunteita. Pankki pystyy tällä tavoin käynnistämään vastavuoroisuuden

⁴⁴ Zacharakis ja Meyer (1998, 73)

⁴⁵ Ferrary (2003, 695).

prosessin, joka kestää parhaimmillaan asiakkaan koko elämän ajan ja jatkuu vielä tämän lapsissa.⁴⁶ Vahva ja pitkäaikainen pankkisuhde kestää monenlaisia kolhuja, ja pankki uskaltaa katsoa tilapäisiä maksuhäiriöitä läpi sormien tai sallia järjestelemättömät luotot poikkeustilanteissa.⁴⁷ Tällaiset toimet ovat omiaan edelleen vahvistamaan luottamussuhdetta.

Edellä sanotun perusteella on aiheutta välttää toimia, joita laina-asiakkaat pitävät epäreiluina tai epäsolidaarisina. Närkästyminen tunteita saattaa syntyä esimerkiksi silloin, kun pankki nostaa korkoa kesken laina-ajan. Koronnoston syynä voi olla sovitun viitekoron muuttuminen, julkisen vallan harjoittaman korkosäännöstelyn lopettaminen tai muu hyväksyttävä syy, mutta silti asiakas kokee joutuneensa kuin nenästä vedetyksi. Jos selityksenä on väärinkäsitys asiakkaan puolelta, pankin kannattaa panostaa sopimusehtojen selittämiseen jo lainan myöntämisen hetkellä. Velkaantumisen riskeistä tulisi kertoa samoin kuin lainaturvavakuutuksen eduista. Neuvontatyöhön on erityistä aiheutta sellaisten henkilöasiakkaiden kohdalla, joiden kognitiiviset kyvyt ja päätöksenteon rationaalisuus ovat rajoittuneita.

Velallisen negatiiviset tunteet koron nousun johdosta vaikuttavat hänen yhteistyöhaluunsa ja johtaa pahimmillaan moraalikatoon (*moral hazard*). Moraalikato määritellään taloustieteessä sellaiseksi sopimuksen tai sopimuksenomaisen suhteen vastaiseksi toiminnaksi, jota toinen ei pysty havaitsemaan, ja joka on siis jollain tavoin kätkössä tai salattua (*hidden action*). Syyksi opportunistiseen käyttäytymiseen mainitaan perinteisesti sopimusten epätäydellisyys, joka tarjoaa kannustimia rikkoa sopimusehtoja. Todellisuuden oloissa selityksenä ei välttämättä ole ollenkaan opportunisti, vaan luontainen epäreiluuskammo, tietämättömyys pankin motiiveista tai muu inhimillinen ominaisuus.

Asiakkaan ärtymyksen tunteet saattavat provosoida kostomieltä ja halua levitellä tuttavapiirissä pankkia vahingoittavia huhupuheita. Tuttavat saattavat unohtaa pankin

⁴⁶ On myös mahdollista, että *gift exchange* -prosessi lähtee etenemään huonoon suuntaan (Akerlof 1982, 550) ja osapuolet antavat toisilleen ”silma silmästä, hammas hampaasta” (2. Moos. 21:24).

⁴⁷ Sopimusoikeudessa lojaliteettivelvollisuudella tarkoitetaan ”velvollisuutta ottaa vastapuolen edut huomioon kohtuullisessa määrin, ilman että sopimuksesta aiheutuvat omat oikeudet vaarantuvat kohtuuttomasti” (Tieva 2006, 246).

nimen vähän ajan päästä, kuulla sen alun perin väärin tai sekoittaa muuten asioita niin, että kaikkia pankkeja aletaan pitää epäilyttävinä. Taloustieteessä tarkastellaan usein pankkien ja talletusasiakkaiden välisen tietämyksen epäsymmetriaa, joka lisää talletuspaon vaaraa ja pankkijärjestelmän epävakautta.⁴⁸ Vastaavanlainen dominovaikutus syntyy myös lainapuolella, kun perusteettomat huhut lähtevät liikkeelle, tarttuvat velkojien joukossa ja aiheuttavat ulkoisia haittoja viattomille.

Velallisen kielteiset tunteet voimistuvat, kun koron kohoaminen johtaa kohtuuttomiin hankaluuksiin. Esimerkiksi asuntolainan kuukausilyhennykset kasvavat niin suuriksi, että vakuutena oleva asunto joudutaan panemaan myyntiin. Tämä aiheuttaa erityisen voimakkaita mielipahan tunteita, kun asuntojen hinnat ovat pohjalukemissa ja ”sikasykli” on huonoimmassa vaiheessaan, niin kuin korkeiden korkojen oloissa saattaa tapahtua.⁴⁹ Asunnon ostohinta on rationaalisesti ajatellen uponnut kustannus, mutta tappion realisoitumista saatetaan silti katua johtuen tappiokammosta.⁵⁰ Maksuvaikeudet ovat saattaneet olla jo pitkään ilmeisiä, mutta velallinen on välttänyt virheen tunnustamisesta johtuvia mielipahan tunteita ja tulkinnut huonoja ennusmerkkejä omia toiveitaan tukevilla tavoilla. Todellisuuteen tai kuvitelmiin perustuvat käsitykset muiden asuntovelallisten paremmasta tilanteesta lisäävät vielä entisestään vaikeuksissa kamppailevan tuskaa ja heikentävät edelleen maksumoraalia.

Velkojan toimilla voi olla velallisten kokemien tunteiden vuoksi laajakantoisemmat vaikutukset rahoitusmarkkinoihin ja niiden vakauteen kuin ortodoksinen talousteoria antaa ymmärtää. Julkisen vallan keinoja estää haitallisia noidankehiä syntymästä ovat koronkiskonnan kieltäminen sekä pakottavat lainsäännökset kohtuuttomien sopimusehtojen sovittelusta ja lainanantajan vastuusta. Mahdollisuus velkajärjestelyyn kestävässä tilanteessa oleville saattaa vähentää moraalikatoa, ja valtioiden välisissä velkasuhteissa moratorio tulee kysymykseen sodan tai muun vastaavan kriisin sattuessa. Tässä mainittujen sääntelytoimien laaja-alaisia ja välillisiä

⁴⁸ Mishkin (1992, 121).

⁴⁹ Sikasyklistä puhutaan, kun esimerkiksi korkojen alentuminen vahvistaa kysyntää asuntomarkkinoilla ja nostaa asuntojen hintoja, tarjonta kasvaa viiveellä, tämä alentaa aikanaan hintoja ja tarjonta sopeutuu jälleen vasta ajan kuluessa. Termi tulee sikataloudesta, jossa on havaittu samanlaista vaihtelua sikojen hinnan ja niiden astutusten välillä (Korpinen 1989, 14).

⁵⁰ Tappiokammolla (*loss aversion*) tarkoitetaan taipumusta tuntee tappio voimakkaammin kuin samansuuruinen voitto.

seurauksia on aika mahdotonta ymmärtää, jos tunteet niiden taustalla jätetään huomioon ottamatta. Myös lainsäädännön suunnittelu jää puolitiehen, jos tunteita pidetään tieteellisen tarkastelun ulkopuolelle kuuluvina eksogeenisina tekijöinä.

Velallisten luotettavuus ja yleisemmin sosiaalinen pääoma ovat keskeinen osa toimivaa rahoituksenvälitystä. Sosiaalinen pääoma on yksi tuotannontekijä pankkien palvelutuotannossa, ja julkisen vallan tehtävä on turvata sen luonnille parhaat saavutettavissa olevat puitteet. Sosiaalinen pääoma on pankille huomattavasti muuta pääomaa vaikeampaa hankkia.⁵¹ Fyysistä pääomaa kuten tietokoneita tai toimitiloja voi ostaa milloin tahansa markkinoilta, ja henkistä pääomaa saa palkkaamalla ammattitaitoisia työntekijöitä. Kumpaankin tarvitaan rahapääomaa, jota kannattava pankki kerää osakeanneilla.

Sosiaalisen pääoman kartuttaminen saattaa olla pankille erittäin kannattava strategia. Pankin kannalta hyödyllinen sosiaalinen pääoma on luonteensa vuoksi sen asiakkaiden ja työntekijöiden välisiin suhteisiin ja laajemmin yhteiskunnallisiin verkostoihin juurtunutta.⁵² Organisaation kehittäminen toimivaksi vaatii paljon aikaa ja pitkäaikaisia työsuhteita, ja sivutuotteena syntyy runsaasti hiljaista tietoa. Kaiken kaikkiaan tuloksena voi olla monimutkainen kokonaisuus, jonka kyvykkyyksiä kilpailijoiden on toivotonta jäljitellä ainakaan kovin nopeassa aikataulussa.

5. Johtopäätökset

Sosiaalinen pääoma ei ole juuri ollut kiinnostuksen kohteena ortodoksisessa taloustieteessä. Sen luonteen, syntymisen ja luomisen selittämiseksi on välttämätöntä tuntea ihmisten tunteisiin ja yleensä heidän valintojensa sisältöön vaikuttavia tekijöitä. Taloustieteessä näitä asioita on ollut pitkään tapana käsitellä eksogeenisina tekijöinä, joiden tarkempi analyysi on muiden tieteiden kuten psykologian tehtävä.

Taloustieteilijöiden suhtautuminen tunteisiin ja suoranainen dogmatismi niiden tarkastelua vastaan näyttää olevan vähitellen muuttumassa etenkin ulkomaisessa kirjallisuudessa. Tunteiden muodostuminen riippuu monista selkeästi taloudellisista

⁵¹ Ostrom (1999, 181).

⁵² Ferrary (2003, 694).

tekijöistä. Artikkelissa on tarkasteltu esimerkiksi auton hinnan tai pankkilainan koron vaikutusta maksajan kokemiin tunteisiin. Samalla on saatu käyttökelpoista tietoa sosiaalisen pääoman muodostumisesta auto- ja luottomarkkinoilla sekä keinoista vaikuttaa tuohon pääomanmuodostukseen. Tunteiden vaikutuksen käytännön merkitys ja tutkimisen tarve on viime kädessä empiirinen kysymys, ja siihen vastaaminen kuuluu jatkossa keskeisiin haasteisiin myös kansantaloustieteen piirissä.

Kirjallisuus

Akerlof, George A. (1982): Labor Contracts as Partial Gift Exchange. *Quarterly Journal of Economics* 97(4), 543–569.

Bazerman, Max H., Robert Gibbons, Leigh Thompson ja Kathleen L. Valley (1998): Can Negotiators Outperform Game Theory? Kirjassa *Nonrational Aspects of Organizational Decision Making. Debating Rationality*, toim. Jennifer J. Halpern ja Robert N. Stern. ILR Press, Ithaca, s. 78–98.

Bowles, Samuel (1998): Endogenous Preferences: The Cultural Consequences of Markets and other Economic Institutions. *Journal of Economic Literature* 36(1), 75–111.

Camerer, Colin F. (2007): Neuroeconomics: Using Neuroscience to Make Economic Predictions. *Economic Journal* 117, C26–C42.

Cohen, Jonathan D. (2005): The Vulcanization of the Human Brain: A Neural Perspective on Interactions Between Cognition and Emotion. *Journal of Economic Perspectives* 19(4), 3–24.

Coleman, James S. (1988): Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology* 94 Supplement, S95–S120.

De Grauwe, Paul ja Marianna Grimaldi (2006): *The Exchange Rate in a Behavioral Finance Framework*. Princeton University Press, Princeton.

Elster, Jon (1998): Emotions and Economic Theory. *Journal of Economic Literature* 36(1), 47–74.

Ferrary, Michel (2003): Trust and Social Capital in the Regulation of Lending Activities. *Journal of Socio-Economics* 31(6), 673–699.

Frank, Robert H. (1987): If *Homo Economicus* Could Choose His Own Utility Function, Would He Want One with a Conscience? *American Economic Review* 77(4), 593–604.

Frey, Bruno S. (1992): Tertium Datur: Pricing, Regulating and Intrinsic Motivation. *Kyklos* 45(2), 161–184.

Fuentes, Agustin (2004): It's Not All Sex and Violence: Integrated Anthropology and the Role of Cooperation and Social Complexity in Human Evolution. *American Anthropologist* 106(4), 710–718.

Harisalo, Risto ja Ensio Miettinen (1995): *Luottamuspääoma. Yrittäjyyden kolmas voima*. Tampere University Press, Tampere.

Hayek, F. A. (1961): The Non Sequitur of the 'Dependence Effect'. Kirjassa *Studies in Philosophy, Politics and Economics*. Routledge & Kegan Paul, London 1967, s. 313–317.

Hjerppe, Reino (2003): Luottamus yhteiskunnan moraalilimentymänä ja sen vaikutus talouden menestykseen. Kirjassa *Etiikka ja talous*, toim. Vesa Kanninen ja Matti Sintonen. WSOY, Helsinki, s. 257–279.

Hyvönen, Kaarina, Johanna Leskinen ja Mika Pantzar (2005): Selityksiä, ymmärrystä ja merkityksiä — kuluttajaekonomian paradigmaattinen kehitys. Kirjassa *Kuluttajaekonomia. Kotitalous ja kulutus*, kirj. Visa Heinonen ym. WSOY, Helsinki, s. 117–135.

James, Harvey S., Jr. (2002): The Trust Paradox: A Survey of Economic Inquiries into the Nature of Trust and Trustworthiness. *Journal of Economic Behavior and Organization* 47, 291–307.

Kajanoja, Jouko (1998): Sosiaalisen pääoman lyhyt historia. Julkaisussa *Sosiaalinen pääoma. Käsite ja sen soveltaminen sosiaali- ja talouspolitiikassa*, toim. Jouko Kajanoja ja Jussi Simpura. Valtion taloudellinen tutkimuskeskus, Julkaisuja 24, Helsinki, s. 37–44.

Kirzner, Israel M. (1997): Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach. *Journal of Economic Literature* 35(1), 60–85.

Korpinen, Pekka (1989): *Asuntojen hinnanmuodostuksesta Suomessa. Ekonometrinen tutkimus asuntojen kysynnästä, tarjonnasta ja hinnoista 1970–1988*. Työväen taloudellinen tutkimuslaitos, Tutkimuksia 22, Helsinki.

Kreps, David M. (1997): Intrinsic Motivation and Extrinsic Incentives. *American Economic Review, Papers and Proceedings* 87(2), 359–364.

Kydland, Finn E. ja Edward C. Prescott (1977): Rules Rather than Discretion: The Inconsistency of Optimal Plans. *Journal of Political Economy* 85(3), 473–491.

Lancaster, Kelvin J. (1966): A New Approach to Consumer Theory. *Journal of Political Economy* 74(2), 132–157.

Latsis, Spiro J. (1976): A Research Programme in Economics. Kirjassa *Method and Appraisal in Economics*, toim. Spiro J. Latsis. Cambridge University Press, Cambridge, s. 1–23.

Leibenstein, H. (1950): Bandwagon, Snob, and Veblen Effects in the Theory of Consumers' Demand. *Quarterly Journal of Economics* 64(2), 183–207.

Malinvaud, E. (1972): *Lectures on Microeconomic Theory*, käänt. A. Silvey. North-Holland, Amsterdam 1976.

Mishkin, Frederic S. (1992): Anatomy of a Financial Crisis. *Journal of Evolutionary Economics* 2(2), 115-130.

Mähönen, Jukka (2001): Käyttäytymispainotteisesta oikeustaloustieteestä. Kirjassa *Turun yliopiston oikeustieteellinen tiedekunta 40 vuotta*, toim. Timo Ahonen. Turun yliopisto, Turku, s. 149–156.

Mäki, Uskali (2004): Theoretical Isolation and Explanatory Progress: Transaction Cost Economics and the Dynamics of Dispute. *Cambridge Journal of Economics* 28(3), 319–346.

Nooteboom, Bart (2002): *Trust. Forms, Foundations, Functions, Failures and Figures*. Edward Elgar, Cheltenham.

Ogilvie, Sheilagh (2004): Guilds, Efficiency, and Social Capital: Evidence from German Proto-Industry. *Economic History Review* 57(2), 286–333.

Ostrom, Elinor (1999): Social Capital: A Fad or a Fundamental Concept. Kirjassa *Social Capital. A Multifaceted Perspective*, toim. Partha Dasgupta ja Ismail Serageldin. World Bank, Washington, D. C., s. 172–214.

Posner, Richard A. (1998): Rational Choice, Behavioral Economics, and the Law. *Stanford Law Review* 50, 1551–1575.

Saparito, Patrick A., Chao C. Chen ja Harry J. Sapienza (2004): The Role of Relational Trust in Bank–Small Firm Relationships. *Academy of Management Journal* 47(3), 400–410.

Schumpeter, Joseph A. (1934): *The Theory of Economic Development. An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*, käänt. Redvers Opie. Harvard University Press, Cambridge, Mass. 1968.

Sirmans, G. Stacy, David A. Macpherson ja Emily N. Zietz (2005): The Composition of Hedonic Pricing Models. *Journal of Real Estate Literature* 13(1), 3–43.

Solow, Robert M. (1999): Notes on Social Capital and Economic Performance. Kirjassa *Social Capital. A Multifaceted Perspective*, toim. Partha Dasgupta ja Ismail Serageldin. World Bank, Washington, D. C., s. 6–10.

Stiglitz, Joseph E. (1993): *Economics*. Norton, New York.

Teece, David J., Gary Pisano ja Amy Shuen (1997): Dynamic Capabilities and Strategic Management. *Strategic Management Journal* 18(7), 509–533.

Thompson, James R., L. Scott Baggett, William C. Wojciechowski ja Edward E. Williams (2006): Nobels for Nonsense. *Journal of Post Keynesian Economics* 29(1), 3–18.

Tieva, Antti (2006): Luottamus, lojaliteettivelvollisuus ja liike-elämän pitkäkestoiset sopimukset. *Defensor Legis* 87(2), 240–251.

Tomer, John F. (1999): Social and Organizational Capital. Kirjassa *Encyclopedia of Political Economy*, Vol. 2, toim. Phillip Anthony O'Hara. Routledge, London, s. 1049–1051.

Vihanto, Martti (2004): Luottamus ja moraali taloustieteessä. *Kansantaloudellinen aikakauskirja* 100(3), 239–249, <www.tse.fi/yltalous/kt/mvihanto/luomor.pdf>.

Vihanto, Martti (2005): Vastuullinen liiketoiminta taloustieteessä. Julkaisussa *Vastuullinen liiketoiminta. Peruskysymyksiä ja esimerkkejä*, toim. Tomi J. Kallio ja Piia Nurmi. Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja, Keskustelua ja raportteja 10:2005, Turku, s. 15-29, <www.tse.fi/yltalous/kt/mvihanto/vaslii.pdf>.

Vihanto, Martti (2006): Rationaalisuusoletuksen valinta oikeustaloustieteessä. *Oikeus* 35(2), 225–240, <www.tse.fi/yltalous/kt/mvihanto/ratval.pdf>.

Wallis, Joe, Paul Killerby ja Brian Dollery (2004): Social Economics and Social Capital. *International Journal of Social Economics* 31(3), 239–258.

Williamson, Oliver E. (1985): *The Economic Institutions of Capitalism. Firms, Markets, Relational Contracting*. Free Press, New York.

Zacharakis, Andrew L. ja G. Dale Meyer (1998): A Lack of Insight: Do Venture Capitalists Really Understand Their Own Decision Process? *Journal of Business Venturing* 13(1), 57–76.

Aboa Centre for Economics (ACE) was founded in 1998 by the departments of economics at the Turku School of Economics, Åbo Akademi University and University of Turku. The aim of the Centre is to coordinate research and education related to economics in the three universities.

Contact information: Aboa Centre for Economics, Turku School of Economics, Rehtorinpellonkatu 3, 20500 Turku, Finland.

Aboa Centre for Economics (ACE) on Turun kolmen yliopiston vuonna 1998 perustama yhteistyöelin. Sen osapuolet ovat Turun kauppakorkeakoulun kansantaloustieteen oppiaine, Åbo Akademin nationalekonomi-oppiaine ja Turun yliopiston taloustieteen laitos. ACEn toiminta-ajatuksena on koordinoida kansantaloustieteen tutkimusta ja opetusta Turun kolmessa yliopistossa.

Yhteystiedot: Aboa Centre for Economics, Kansantaloustiede, Turun kauppakorkeakoulu, 20500 Turku.

www.tse.fi/ace

ISSN 1796-3133