

Tunteiden ja sosiaalisen pääoman murtautuminen taloustieteeseen

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 syömässä joko ystävänsä luona tai mennä ravintolaan, jonka mainoskilpi toivottaa vieraat tervetulleiksi. Vaihtoehtojen välillä saattaa olla myös paljon yhtäläisyyksiä. Ruoka voi olla esimerkiksi molemmissa paikoissa täysin samaa. Vaihtoehdot erottaa toisistaan henkilön tarvitsema raha. Ravintolan omistaja haluaa nimittäin maksun vastineeksi palveluistaan. Ystävä puolestaan odottaa, että ruokavieras on mieluista seuraa, että tämä jättää pöytähopeat varastamatta ja ymmärtää kutsua hänet myöhemmin vastavierailulle. Lisäksi ystävien luona syöminen edellyttää tietysti sitä, että on olemassa joku, joka haluaa kutsua hänet kotiinsa syömään.

Yhteiskunnan toimivuus edellyttää, että otamme toimissamme myös muut ihmiset huomioon. Esimerkiksi tehokkaat pankkimarkkinat jäisivät kokonaan syntymättä, jos velalliset etsisivät kaiken aikaa tilaisuuksia jättää velvoitteensa hoitamatta eivätkä pankit voisi enää luottaa omiin asiakkaisiinsa. Ihmisten halua ja taipumusta ottaa huomioon muut yhteisönsä jäsenet, osallistua yhteisiin hankkeisiin ja yleensä ajatella asioita laajemmasta kuin omasta kapeasta näkökulmastaan, on tapana kutsua sosiaalseksi 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 verkostoissa⁴, ja ihmisten käyttäytyminen on ikään kuin juurtunut ympäröivään yhteisöön.⁵ Taloustieteellinen ajattelutapa noudattelee metodologista individualismia. Se määrittelee sosiaalisen pääoman, fyysisen

ja henkisen pääoman tapaan, yksilöjen hallussa olevaksi niukaksi resurssiksi. Käsitettä on mahdollista lähestyä myös luottamuksen näkökulmasta. Sosiaalisen pääoman suhteen varakkaissa yhteisöissä vallitsee usein suurempi keskinäinen luottamus⁶ kuin pääomaköyhemmissä yhteisöissä. Näin ollen voidaan puhua sosiaalisen pääoman sijaan myös luottamuspääomasta.⁷ Tässä artikkelissa rajoitutaan luottamuksen tarkasteluun. Esimerkkinä käytetään luottamuksen syntymistä pankin ja laina-asiakkaan välille.

Pankkiluotossa on sananmukaisesti kysymys luotosta. Kun pankki antaa rahaa lainanhakijalle, sen täytyy luottaa siihen, että raha maksetaan aikanaan takaisin sovitun lyhennysohjelman mukaisesti. Tässä tapauksessa luottamuksella tarkoitetaan tilannetta, jossa pankilla on aihetta odottaa velallisen käyttäytyvän toivomallaan tavalla, mutta odotukseen liittyy epävarmuustekijöitä. Luottamusta ei tarvittaisi, jos pankin ja lainanhakijan välillä vallitsisi täydellinen varmuus.⁸ Luottamuksen ja luotettavuuden käsittely riippuu ratkaisevasti siitä, miten varmuus ja epävarmuus halutaan määritellä. Taloustieteen ortodoksinen oppisuunta olettaa, että ihmisillä on joko täydellinen tai jäsentynyt tietämys kaikista päätöksiinsä vaikuttavista asioista ja että heidän kognitiiviset tiedonkäsittelykykynsä ovat täydellisiä.⁹ Se myös määrittelee tunteiden aiheuttamat vaikutukset eksogeenisiksi tai annetuiksi tekijöiksi, jotka eivät vaikuta päätöksentekoon.

Artikkelin lähtökohtana on se, että luottamuksen luonteen perinpohjainen ymmärtäminen edellyttää rationaalisuuden erilaista määrittelyä. Tunteiden rajaaminen taloustieteellisen selittämisen ulkopuolelle on epätydyttävää, tai ainakin rajausta on harkittava kriittisesti tapaus tapaukselta. Tavoitteena on löytää uudenlainen määrittely, jonka yksityiskohdat muotoutuvat vähittäisen koettelun kautta tieteen evoluutioprosesseissa.¹⁰ Käyttäytymisen tutkiminen merkitsee, että taloustieteilijä pyrkii saamaan käsitystä valintojen sisällöstä eikä vain niiden logiikasta, ja että taloustieteestä tulee näin empiirinen tiede.¹¹ Selitykseksi tietylle valinnalle ei tällöin riitä tautologinen toteamus laina-asiakkaasta maksimoimassa hyötyään, vaan valinnasta on oltava käytössä ihan oikeaa tietoa. Historiantutkijoille lähestymistapa antaa ortodoksiaa todennäköisesti paremmat mahdollisuudet käyttää hyväksi taloustieteellistä tutkimustietoa. Artikkelin tavoitteena on tarkastella erityisesti tunteiden merkitystä luot-

tamuksen syntymisessä. Siinä pyritään selvittämään, millaisin keinoin pankki kykenee lisäämään ja ylläpitämään laina-asiakkaidensa luotettavuutta ja siten vahvistamaan näiden taipumusta pitää lupauksensa lainan takaisinmaksusta sovitulla tavalla. Samalla saadaan käsitys niistä keinoista, joiden avulla julkinen valta pystyy luomaan puitteita sosiaalisen pääoman karttumiselle.

Valinnan logiikasta päätösten sisältöön

Yksi kansantaloustieteen tunnusomaisista piirteistä on oletus ihmisten rationaalisuudesta. Tieteenalan ortodoksiassa rationaalisuus määritellään siten, että ihmisten käyttäytymistä tarkastellaan optimointina. Esimerkiksi kuluttajan teorian mallissa ihmiset tekevät ostopäätöksensä optimoimalla, valitsemalla oletettujen rajoitteiden puitteissa tavoitteidensa kannalta parhaan mahdollisen annetuista vaihtoehtoista. Kuluttajalla on tällöin yksi ainoa mahdollinen rationaalinen ulospääsy päätöstilanteestaan.¹² Näin ollen hän ei ole samanlainen vapaatahtoinen toimija kuin todellisuuden elävät ihmiset.

Taloustieteen, niin kuin yleensä yhteiskuntatieteiden, tehtävänä on selittää ihmisten valintojen vaikutuksia ja erityisesti niiden tahattomia seurauksia koko yhteiskunnan tasolla. Yksittäisiä valintoja ja niiden syntymistä käsitellään ainoastaan silloin, kun tämä auttaa lopulliseen tavoitteeseen pääsemisessä. Taloustieteen parissa vallitseva optimointiajattelu on aiheuttanut sen, että tähän saakka valintojen syiden ja sisällön selvittäminen on katsottu talouden toiminnan ymmärtämisen kannalta toisarvoiseksi. Näin ollen preferenssit on ollut luontevaa olettaa annetuiksi. Jos joku pitää esimerkiksi perunoita lihaa parempina, erot mauissa vain todetaan ja otetaan taloustieteellisiin malleihin eksogeenisina tekijöinä, jotka eivät vaikuta päätöksenteon sisältöön.

Optimointioletuksen myötä taloustieteestä on tullut korostuneesti oppi valinnan logiikasta. Uskali Mäki puhuu isolaatioista, joiden avulla eristetään selitettäviksi tulevat asiat yhteiskunnallisesta todellisuudesta.¹³ Taloustieteen kehitysprosessin kuluessa valikoitunut oletus ihmisistä ja heidän käyttäytymisestään on joissain suhteissa ollut myös hedelmällinen. Se on tuottanut johdonmukaisen ajatusrakennelman, jonka avulla voidaan selittää minkä tahansa yhteiskunnallisten ilmiöiden aspekteja aina kauppatorin kaupankäynnistä ja

suhdannevaihteluista perheen lastenhankintaan ja terroristien itsemurhaiskuihin saakka. Valinnalla on kuitenkin ollut myös varjopuolensa.¹⁴ Se aiheuttaa monien taloudellisten ilmiöiden rajautumisen ainakin joiltain osin taloustieteellisen selittämisen ulkopuolelle. Sosiaalinen pääoma on tärkeä esimerkki tällaisista ilmiöistä.¹⁵

Vaikka taloustieteellisen tutkimuksen käyttämä oletus preferenssien eksogeenisuudesta voidaan nähdä myös empiirisenä hypoteesina, on se tosiasiaassa aksiooma, jonka varaan rakentuvalla odotetun hyödyn teorialla ei ole sinänsä tekemistä taloudellisen todellisuuden kanssa.¹⁶ Tämän artikkelin tavoitteena on perustella, miksi tällainen valinnan logiikka ei riitä taloustieteen tehtäväksi, vaan tutkimuksen on oltava avarakatseisempaa ja otettava perusteellisemmin huomioon myös valintojen syyt ja sisällöt.

Ortodoksisen taloustieteen malleissa pankin laina-asiakas hoitaa velvoitteensa, kun se on hänen tavoitteidensa mukaista. Hän koettaa välttää luottohäiriöitä, koska ne saattavat johtaa esimerkiksi luottokortin irtisanomiseen, asunnon pakkohuutokauppaan tai muihin hankaluuksiin. Myös luottotappiota käsittelevät teoreettiset mallit noudattelevat samaa ajattelutapaa. Ne neuvovat pankkeja vaatimaan lainanhakijoilta vakuuksia, jotka toimivat uskottavana lupauksena maksaa laina takaisin. Laina-asiakas on tällöin samassa asemassa kuin valtiovalta, joka kieltäytyy korvaamasta alankoalueelle rakentavien tulvavahinkoja ja sitoo kätensä säätämällä alueelle rakentamisen laittomaksi.¹⁷ Jos rakentaminen on kansantalouden edun vastaista, sen salliminen johtaisi todennäköisesti huonompaan tulokseen, ja valtiovallan toiminta olisi epäjohtonmukaista ja näin ollen teorian mukaan epärationaalista.

Tavanomaisessa kielenkäytössä pankin laina-asiakas ei ole luotettava, jos pankki uskoo tämän toimivan sovitulla tavalla pelkästään oman laskelmoidun etunsa vuoksi. Asiakas ansaitsee aidon luottamuksen vasta, kun hänen toimiaan ohjaavat myös muut kuin ulkoiset kannustimet. Luottamuksesta sanan varsinaisessa merkityksessä on kysymys, kun henkilö on toisesta riippuvainen mutta uskoo, että tämä ei heti silmän välttääessä käytä tilaisuutta hyväkseen, vaan lupausten pitämisellä on hänelle arvoa sinänsä.¹⁸ Käytännössä kysymys on sisäisestä motivaatiosta (*intrinsic motivation*), jolloin ihminen tekee asioita niiden itsensä vuoksi ilman erityistä palkkiota tai muuta välineellistä syytä.¹⁹

Aidon luottamussuhteen syntyminen edellyttää, etteivät osapuolet pidä keskinäistä suhdettaan pelkkänä välikappaleena omien etujen edistämisessä ja että he välittävät toisistaan sekä osoittavat myönteisiä tunteita toisiaan kohtaan.²⁰ Pettymyksen mahdollisuus on kuitenkin aina olemassa. Luottamuksen ei tarvitse olla yhtä voimakas kaikissa asioissa ja kaikissa tilanteissa eikä se myöskään edellytä sinisilmäistä tai sokeaa uskomusta kanssaihminen moraaliseen rikkumattomuuteen.

Ristiriitaa empiiristen havaintojen ja taloustieteen ortodoksisen luottamuskäsityksen välillä kutsutaan luottamusparadoksiksi (*trust paradox*).²¹ Samanlaisen käsitteiden eroavuus taloustieteen ja arkikielen välillä ilmenee myös muiden hyveiden kuin luotettavuuden kohdalla. Tällaisia ovat esimerkiksi rehellisyys ja vastuullisuus. Pankin liiketoimintaa pidetään tuskin vastuullisena, jos se ottaa ympäristönäkökohdat huomioon luototuksessa ainoastaan omien voittojensa turvaamiseksi.²² Nordea kertoo verkkosivuillaan, että sen ”arvot perustuvat pohjoismaisen vapauden kunnioittamiseen, yhdenvertaisuuteen ja ympäristöstä huolehtimiseen. Toimimme kunnon kansalaisina eettisesti, rehellisesti ja vilpittömästi”.²³ Tämänlaiset lupaukset eivät kuitenkaan yksinään ole uskottavia, eivätkä vielä täytä aidosti vastuullisen liiketoiminnan edellytyksiä.

Ennen kuin havaittu käyttäytyminen tulkitaan taloustieteessä paradoksiksi tai anomaliaksi, on viisasta tarkistaa, että kyseessä ei ole näennäinen ilmiö.²⁴ Esimerkiksi pankin luottavaisuuden ja laina-asiakkaan luotettavuuden tausta saattaa selittyä tarkemmin katsottaessa ulkoisella motivaatiolla. David M. Kreps muistuttaa työsuhteiden jatkumisen varmistelusta, työkaverien painostuksesta tai muusta vastaavasta syystä.²⁵ Jos luottavaisuutta selittää selvästi epärationaalinen käyttäytyminen, syyn lähempi tarkastelu kuuluu taloustieteen tutkimuskohteen ulkopuolelle. Esimerkiksi henkilön lainatessa kaverilleen koston illallisen päätteeksi suuren summan rahaa, hän todennäköisesti katu päätöstään heti aamulla ankeaan todellisuuteen herätessään. Lainasopimusten toisella puolella samanlaista epärationaalisuutta esiintyy, kun humalainen huomaa rahojensa loppuvan kesken remakkaa ravintolailtaa ja tilaa tekstiviestillä pikalainaa pankkitililleen. Molemmissa tapauksissa on muistettava, että ihmi-

nen voi pyrkiä olemaan järkevä vaikka näyttää ulkopuolisen silmissä toimivan epärationaalisesti.

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

Tunteiden vaikutus käyttäytymiseen

Tunteilla tarkoitetaan seuraavassa emotioita, jotka aiheuttavat ihmisessä mielihyvää tai mielipahaa. Äärimmillään ne ovat tunnekuohuja, jotka menevät ohi yhtä nopeasti kuin ovat syntyneet. Tunnetiloille on ominaista, että ne ilmaantuvat pääosin spontaanisti ilman tietoista kontrollia tai valintaa. Lisäksi niiden tulkinta tapahtuu ihmismielessä nopeasti ja reaktiot noudattavat melko säännönmukaista kaavaa.²⁶

Jon Elster jakaa tunteet kuuteen ryhmään.²⁷ Suuttumus, viha, syyllisyys, häpeä, ylpeys ja ihailu ovat ihmisten välisiin suhteisiin liittyviä tunteita. Katumuksen ja pettymyksen tunteet liittyvät ajatuksiin siitä, mitä olisi voinut tapahtua. Pelon ja toivon tunteita aiheuttavat ajatukset siitä, mitä voisi tapahtua. Ilon tunne syntyy mieluisista ja surun tunne ikävistä tapahtumista. Muiden ihmisten omaisuuksien ajatteleminen synnyttää kateuden, vahingonilon, närkästymisen ja mustasukkaisuuden tunteita. Viimeisessä ryhmässä on sekalaisia tunteita kuten halveksunta, inho ja rakastuminen sekä yllättyminen, kyllästyminen ja turhautuminen. Elster jättää ryhmittelyn ulkopuolelle sellaiset ihmisten vaitoihin perustuvat tunteet, kuten kipu ja nälkä (*visceral factors*).

Monia hyödykkeitä ostetaan pääasiassa tai pelkästään mielihyvän tunteiden saamiseksi ja mielipahan tunteiden välttämiseksi. Esimerkiksi isä tuo tuliaisia työmatkalta niiden tunteiden vuoksi, joita saamisen ilo synnyttää lapsissa ja tästä aiheutuva antamisen ilo hänessä itsessään. Ortodoksinen taloustiede ei sinänsä kiellä tai sulje pois millään tavoin tunteiden vaikutusta kuluttajan käyt-

täytymiseen. Se kuitenkin käsittelee tunteita annettuina, samalla tavalla kuin säätilan muutoksia, uusien virustautien syntymistä ja muita "ei-taloudellisia" seikkoja. 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 tämä preferenssien *black box* avataan, ja ryhdytään tutkimaan tarkemmin valintojen syitä ja sisältöä.

Esimerkin miespuolisella kuluttajalla on kaksi tavoitetta. Hän haluaa hankkia auton voidakseen ajaa työmatkat nopeammin kuin polkupyörällä. Lisäksi hän haluaa herättää ihailua muissa ihmisissä. Valittavana on kaksi vaihtoehtoa. Mies voi joko ostaa oman auton tai liittyä autokerhoon, jonka jäsenet korjailevat talkoilla vanhoja autonromuja katsastuskuntoon. Valinnan rajoitteina ovat käytettävissä oleva raha, jäsenyyden edellyttämät sosiaaliset taidot ja muu pääoma.

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. Tässä kuvitteellisessa tilanteessa auton tuottama hyöty syntyy kahdesta osatekijästä tai ominaisuudesta (*characteristic*). Kelvin J. Lancasterin aikoinaan esittämässä lähestymistavassa kuluttajan ajatellaan ostavan erilaisten ominaisuuksien kimppuja eikä hyödykkeitä sinänsä.²⁸ Työpaikalle pääsee myös ilman autoa ja ihailua voi herättää monella muulla tavalla kuin autonostolla. Vastaa-vasti kuluttaja saattaa ostaa reilun kaupan banaaneja, koska ne ovat sekä käteviä retkieväitä että antavat tunteen vastuullisesta ostopäätöksestä. Hedonisissa malleissa arvioidaan 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 asumosta, hän tavallaan hajottaa hyödykkeen osiin ja hinnoittelee jokaisen osan erikseen.²⁹

Kun edellä olevaa ajatuskulkua jatketaan vähänkään pidemmälle, monet perinteisesti eksogeenisinä pidetyt kuluttajien preferensseihin vaikuttavat tekijät osoittautuvat tosiasiaassa endogeenisiksi. Myös hinta on tällainen muuttuja. Jos työmatkojen ajaminen olisi auton ostamisen ainoa syy, rationaalinen kulut-

taja preferoisi kahdesta samanlaatuisesta autosta halvempaa. Jos mies puolestaan ostaa auton osaksi sen perusteella, mitä muut ajattelevat hänestä ja hänen autostaan, halpa auto voi olla huonompi vaihtoehto.³⁰ 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. Ympäristöaktiivisuuden yleistyminen kuitenkin muuttaa preferenssejä, ja esimerkiksi bensasyöppö kaupunkimaasturi saattaa aiheuttaa enemmän häpeää kuin ylpeyttä, kun öljylähteet ehtyvät tai ilmasto lämpenee.

Myös miehen varallisuus vaikuttaa hänen preferensseihinsä. Pienipalkkaiselle miehelle auto voi olla paljon tärkeämpi snobbailuväline kuin suuren pörs-siyhtiön optiomiljonäärille. Jälkimmäisen ei tarvitse todistella muille menestymistään ostamalla autoja. Näyttämisenhalu ilmenee ehkä niin, että miljonääri hankkii tuloja yli kaikkien tarpeidensa ja lahjoittaa koko ajan toisesta päästä rahaa kirkon diakoniatyöhön ja hyväntekeväisyyteen.³¹ Toisaalta, jos kaverit ovat tottuneet näkemään miehen kalliin urheiluauton ratissa, tämä luultavasti pyrkii ylläpitämään julkikuvaansa, vaikkei hänellä olisi siihen enää varaa. Näin voi odottaa käyvän erityisesti silloin, kun kavereiden varallisuus kasvaa ja mies uhkaa tipahtaa kulutuskilvan rattailla.

Auton hankkiminen autokaupasta tai autokerhosta vaatii rahapääomaa ja sosiaalista pääomaa eri suhteissa. Autokauppias odottaa saavansa asiakkaaltaan vain riittävän määrän rahaa, mutta kerholaiset edellyttävät mukavaa jutuseuraa, luotettavuutta ja vastavuoroisuutta. Rahapääoma ja sosiaalinen pääoma korvaavat toisiaan tiettyyn rajaan saakka, mutta ne voivat myös täydentää toisiaan, kun esimerkiksi autokerhon jäsenenä toimiva pankin luottopäällikkö järjestää kerhon toiselle jäsenelle asuntolainan. Pankki voi hyväksyä tällaisen suhteiden käytön, sillä luottohäiriö vaarantaa luottamuksen myös autokerhossa ja toimii tämän vuoksi vahvempana pelotteena. Toisaalta sosiaalista pääomaa, niin kuin kaikkea muutakin pääomaa, voidaan käyttää myös väärin ja tällaiset hyvä veli -verkostot saattavat helpottaa esimerkiksi haitallisten kilpailunrajoitusten syntymistä.³²

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 sitten hän muistelee niitä tunteita, joita ensimmäisen polkupyörän saaminen pikkupoikana hänessä aikanaan 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 on tarjota autottomille asiakkailleen tilaisuus oppia tuntemaan todelliset preferenssinsä ja käyttämään autoa.³³ Ostosten siirtäminen pienestä lähikaupasta suureen automarkettiin altistaa miehen edelleen uusille vaikutteille. Polkupyörällä 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, suunnitelmallinen tiedon etsintä ja sattuma.³⁴

Autoon ja siitä saatuihin tuntemuksiin tottuminen saattaa johtaa siihen, että mies ryhtyy käyttämään markkinoita laajemmin myönteisten tunteiden kokemisen välineenä. Hän voi esimerkiksi ehdottaa autokerhon jäsenille, että perjantai-iltaisin käydään syömässä ulkona eikä entiseen tapaan vuorotellen kunkin kotona. Kun vieraantuminen ihmissuhteista ja yhteisöllisyydestä jatkuu, myös muut päätöstilanteet raamittuvat markkinavaihdannaksi.³⁵ Jos mies on lääkäri, hän ryhtyy kutsumaan potilaitaan asiakkaiksi ja potilastyötä myynniksi. Seurustelukumppania etsiessään hän puhuu avioliittomarkkinoista ja lasta tehdessään siitä, mitä investointi jälkikasvuun maksaa rahassa.³⁶

Yhä useammalla asialla on hinta ja kaikesta uhkaa tulla kauppatavaraa. Miehen tarvitessa aikaisempaa enemmän rahaa, hän alkaa tehdä ylitöitä ja vaatia työpaikallaan tulospalkkaukseen siirtymistä. Aika ei enää riitä autokerhossa käymiseen, ulkoisen motivaation merkitys kasvaa ja ammattitilpeyden 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 työterveyshuolto ja lopulta myös asiakasneuvonta olisi ostettava muilta yrityksiltä. Ulkoistamisen ja kilpailuttamisen perusteluna hän esittää, että työntekijöistä pääsee tarvittaessa helpommin eroon, kun nämä tekevät työtään markkinavaihdannan kautta eivätkä organisaation jäseninä.³⁷

Auton ostamisella ja sen käynnistämällä dynaamisella oppimisprosessilla on siis monitahoisia vaikutuksia sosiaaliseen pääomaan. Markkinoiden käyttö vähentää tarvetta ja motivaatiota hankkia ja ylläpitää sosiaalista pääomaa. Myös luontaiset tilaisuudet tähän vähenevät. Fyysisestä pääomasta poiketen sosiaalinen pääoma kuluu helposti jäädessään käyttämättä.³⁸ Ostajan ja myyjän välisen suhteen etäisyys, anonymiteetti ja kasvottomuus sekä kanssakäymisen välineellisyys ovat markkinavaihdannalle ominaisia tekijöitä. 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 onnetoman kierteen kiihtymistä.

Edellä esitetty tarina on siinä tavanomaisessa mielessä taloustieteellinen, että mallin mies tekee tai ainakin pyrkii tekemään kaikki päätöksensä rationaalisesti. Tarkastelu kuitenkin 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 päätelyä ja vähentää päätelmien yleistettävyyttä, mutta se auttaa löytämään keinoja, joilla voidaan vaikuttaa tunteisiin ja niiden kautta taloudellisiin päätöksiin.

Aidon luotettavuuden lisääminen

Seuraavan tarkastelun lähtökohtana on se, että pankki on myöntänyt lainanhakijalle lainan. Kysymyksessä on ehkä muutaman kuukauden pikavippi opiskelijalle tai pitkäaikainen investointiluotto autotehtaalle. Lainan myöntämisen jälkeen pankin on järkevää pyrkiä ylläpitämään ja vahvistamaan laina-asiakkaidensa luotettavuutta. Yksi markkinoilla menestymisen tärkeimmistä edellytyk-

sistä on pankin kyky huolehtia velallisten luotettavuudesta.³⁹ Jotta pankki pysyy säilyttämään ja kehittämään tätä ominaisuutta, sen on tunnettava ihmisten luotettavuuteen vaikuttavia tekijöitä 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. 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 velvoitteensa, koska se tuntuu hänestä oikealta tai muuten hyvältä. Käyttäytymistä voi selittää myös toisin päin. Luottamuksen arvoinen velallinen pyrkii tällöin torjumaan lupausten pettämisestä itselleen aiheutuvaa mielipahaa.

Yksilöiden kyvyissä tuntea mielihyvää tai mielipahaa on suuria eroja. Pankin etujen mukaista on pyrkiä ottamaan näistä tunneprofileista selvää jo ennen lainan myöntämistä. Viitteitä lainanhakijan luotettavuudesta on saatavissa tarkastelemalla tämän käyttäytymistä vastaavissa aikaisemmissa tilanteissa. Luottopisteytys (*credit scoring*) on yksi tätä tarkoitusta varten kehitetty menetelmä. Esimerkiksi luottohäiriöiden voidaan katsoa kertovan lainanhakijan tyyppillisistä käyttäytymistavoista ja ne vaikeuttavat tämän vuoksi lainansaantia.⁴⁰

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 tarvittaessa myös myöhemmin. Mekanismin toimivuus edellyttää, että markkinoiden osapuolet tekevät sopimuksia keskenään toistuvasti. Silloin heidän välilleen syntyy vastavuoroisuus, jossa 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 luotettavan miehen mainetta.

Velkojan ja velallisen välisestä vuorovaikutussuhteesta piirtyy kuitenkin huomattavasti rikkaampi kuva, kun tarkastelussa otetaan huomioon myös tunteiden vaikutukset päätöksentekoon. Oletetaan esimerkiksi, että velallinen on muuttamassa tuntemattomaan paikkaan ulkomaille ja että hän tietää pääsääntönsä 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 tutkimustulokset osoittavat, 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.⁴¹ Yksi ajateltavissa oleva selitys epäitsekäälle käyttäytymiselle on päätöstilanteen samankaltaisuus sellaisen toistuvan kanssakäymisen kanssa, jossa itsekkyyks kävisi oikeasti kalliiksi.⁴² Evoluutiopsykologisen tutkimustiedon valossa näyttää siltä, että sosiaalisilla taidoilla sekä kyvyllä yhteistyöhön ja vastavuoroisuuteen on ollut ratkaiseva merkitys ihmislajin kehitykselle.⁴³

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.⁴⁴ Verkkopankkitoiminnassa luottovirkailijan ei sen sijaan ole tarpeen tavata asiakasta, vaan 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 lähellä. Pienessä paikallispankissa luottamusilmapiirin ylläpito onnistuu huomattavasti helpommin kuin suuressa monikansallisessa liikepankissa ja saattaa olla pienen pankin tärkein kilpailuetu. Pankinjohtajan on helppo pistäytyä silloin tällöin yritysasiakkaan verstaalla. Lisäksi yrittäjä voi tavata pankkinsa virkailijoita samalla kun hoitaa päivittäisiä pankkiasioitaan.

Suurella pankilla on kiistattomia mittakaavaetuja esimerkiksi taseanalyysien kaltaisten teknisten valvontakeinojen kehittämisessä ja käytössä. Pienessä pankissa tällaisten keinojen tarve on jo alun alkaen vähäisempi. Michel Ferrary kertoo, kuinka tieto avioriiidoista ja alkoholismista leviää nopeasti sosiaalisissa verkostoissa ja lisää luottosuhteiden tehokkuutta.⁴⁵ Pankin pysyminen ajan tasalla asiakkaansa taloudellisesta tilanteesta mahdollistaa samalla sen, että ongelmiin osataan puuttua ajoissa ja ratkaisuja päästään etsimään yhteistuumien alusta alkaen. Liian läheisiin suhteisiin liittyy myös riskinsä, sillä ne saattavat altistaa luottovirkailijan erilaisille psykologisille anomalioille⁴⁶ ja pahimmassa tapauksessa vietellä hänet kavallukseen.⁴⁷

Kun pankki kehittää keinoja luottoasiakkaidensa luotettavuuden lisäämiseksi, se joutuu luonnollisesti toimimaan lainsäädännön asettamissa puitteissa. Taloustieteellisen tutkimustiedon keskeisenä pyrkimyksenä on avustaa lainsäädännön suunnittelussa. Sääntelyn avulla pystytään vaikuttamaan pankkien toiminnan kautta pankkilainaa tarvitsevien käyttäytymiseen. Tämä vaikutusmekanismi on luonnollisesti järkevää ottaa huomioon myös sääntelyn yksityiskohdista suunniteltaessa.

Kun artikkelissa edellä tarkasteltiin autoa hankkivan miehen valintakäyttäytymistä, autokaupassa todettiin tarvittavan enemmän rahaa ja vähemmän sosiaalista pääomaa kuin autokerhossa. Myös rahan lainaamisessa pääomatarve muuttuu siirryttäessä kasvattamaan ja välineelliseen kanssakäymiseen. Jos pankki ei voi luottaa lainanhakijaan eikä pysty lisäämään luotettavuutta, se joutuu vaatimaan lisävakuuksia, nostamaan korkoja ja toimimaan ortodoksisen pankkiteorian oppien mukaan. Seurauksena on tehottomuutta ja hyvinvointitappioita. Yksi lainsäätäjän keinoista 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 sulau-

tumien kautta, minkä vuoksi tiukka yrityskauppavalvonta on yksi keino rajoittaa pankkikoon kasvua ja sosiaalisen pääoman rapautumista.

Pankki pystyy vahvistamaan vaikutelmaa luottosuhteen vastavuoroisuudesta ja samalla luottamusilmastoa myös muilla keinoilla kuin henkilökohtaisella vuorovaikutuksella. Yksi tällainen on tehdä jotain pyyteetöntä, tai sellaiselta 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 prosessin, joka kestää parhaimmillaan asiakkaan koko elämän ajan ja jatkuu aina seuraaviin sukupolviin saakka.⁴⁸ Vahva ja pitkäaikainen pankkisuhde kestää monenlaisia kolhuja ja pankki uskaltaa katsoa tilapäisiä maksuhäiriöitä läpi sormien tai sallia järjestelemättömät luotot poikkeustilanteissa.⁴⁹ Tällaiset toimet ovat omiaan edelleen vahvistamaan luottamussuhdetta.

Edellä sanotun perusteella on aihetta välttää sellaisia toimia, joita laina-asiakkaat pitävät epäreiluina tai epäsolidarisina. Närkästymisen tunteita saattaa syntyä esimerkiksi silloin, kun pankki nostaa korkoa kesken laina-ajan. Koronaston syynä voi olla sovitun viitekoron muuttuminen, julkisen vallan harjoittaman korkosäännöstelyn lopettaminen tai muu hyväksyttävä syy, mutta silti asiakas kokee joutuneensa petetyksi. 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 aihetta sellaisten henkilöasiakkaiden kohdalla, joiden kognitiiviset kyvyt ja päätöksenteon rationaalisuus ovat rajoittuneita.

Velallisen negatiiviset tunteet koron nousun johdosta vaikuttavat hänen yhteistyöhaluunsa ja saattavat pahimmillaan johtaa moraalikatoon (*moral hazard*). Moraalikato määritellään taloustieteessä sopimuksen vastaiseksi toiminnaksi, jota toinen ei pysty havaitsemaan, ja joka on siis jollain tavoin kätöksä tai salattua (*hidden action*). Syyksi opportunistiseen käyttäytymiseen mainitaan perinteisesti sopimusten epätäydellisyys, joka tarjoaa kannustimia rikkoa sopimusehtoja. Todellisuudessa selityksenä ei välttämättä ole opportu-

nismi, vaan luontainen vastenmielisyyss epäreiluja toimintatapoja kohtaan, tietämättömyys pankin motiiveista tai jokin muu inhimillinen ominaisuus.

Asiakkaan ärtymyksen tunteet saattavat provosoida kostomielitä ja halua levitellä tuttavapiirissä pankkia vahingoittavia huhupuheita. Tuttavat saattavat unohtaa pankin 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.⁵⁰ 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 saattavat kasvaa niin suuriksi, että vakuutena oleva asunto joudutaan myymään. Oman kodin menettäminen aiheuttaa aina ahdistusta ja mielipahaa. Epämieluisat tuntemukset ovat erityisen voimakkaita, jos asuntojen hinnat ovat pohjalukemissa ja ”sikasykli” on huonoimmassa vaiheessaan, niin kuin korkeiden korkojen oloissa saattaa tapahtua.⁵¹ Asunnon ostohinta on rationaalisesti ajattelun upponnut kustannus, mutta tappion realisoitumista saatetaan silti katua tappiokammosta johtuen.⁵² 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 ovat lisänneet vielä entisestään vaikeuksissa kamppailevan tuskaa ja heikentäneet entisestään maksumoraalia.

Velkojan toimilla voi olla velallisten kokemien tunteiden vuoksi laajakantoisemmat vaikutukset rahoitusmarkkinoihin ja niiden vakauteen kuin ortodoksinen talousteoriat antaa ymmärtää. Julkinen valta voi estää haitallisen noidankehän syntymistä kieltämällä koronkiskonnan ja säätämällä pakottavia lainsäädännöksiä kohtuuttomien sopimusehtojen sovittelusta ja lainanantajan vastuusta. Kestämättömässä taloudellisessa tilanteessa oleville myös velkajärjestelyn myöntäminen saattaa vähentää moraalikatoa. Sääntelytoimien laaja-alaisia ja välillisiä seurauksia on kuitenkin mahdotonta ymmärtää, jos niiden taustalla

vaikuttavat tunteet jätetään huomioimatta. Samoin 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 pankkien palvelutuotannossa keskeinen tekijä. Julkisen vallan tehtävä on turvata sen luonnille parhaat saavutettavissa olevat puitteet. Sosiaalinen pääoma on pankille huomattavasti muuta pääomaa vaikeampaa hankkia.⁵³ Fyysistä pääomaa kuten tietokoneita tai toimitiloja voi ostaa markkinoilta milloin tahansa. Henkistä pääomaa on saatavissa palkkaamalla ammattitaitoisia työntekijöitä. Näihin molempiin tarvitaan rahapääomaa, jota kannattava pankki puolestaan kerää osakeanneilla.

Sosiaalisen pääoman kartuttaminen saattaa olla pankille erittäin kannattava strategia. Pankin kannalta hyödyllisintä on yhteiskunnan verkostoihin ja sen asiakkaiden ja työntekijöiden välisiin suhteisiin juurtunut sosiaalinen pääoma.⁵⁴ Toimivan organisaation kehittäminen vaatii paljon aikaa ja sen sivutuotteena syntyy usein runsaasti hiljaista tietoa. Tämän prosessin tuloksena pankit voivat saavuttaa kokonaisuuden, jota kilpailijoiden on toivotonta yrittää jäljittää, ainakaan kovin lyhyellä aikavälillä.

Johtopäätökset

Ortodoksinen taloustiede ei tähän mennessä ole ollut kovin kiinnostunut sosiaalisen pääoman käsitteestä. Sosiaalisen pääoman luonteen, syntymisen ja luomisen selittämisen kannalta on välttämätöntä tuntea ihmisten tunteisiin ja yleensä heidän valintojensa sisältöihin vaikuttavia tekijöitä. Taloustieteessä näitä on ollut pitkään tapana käsitellä eksogeenisina tekijöinä, joiden tarkempi analyysi on muiden tieteiden tehtävä.

Taloustieteilijöiden suhtautuminen tunteisiin ja suoranainen dogmatismi niiden tarkastelua vastaan näyttää olevan vähitellen muuttumassa erityisesti ulkomaisessa kirjallisuudessa. Tunteiden muodostuminen riippuu monista selkeästi taloudellisista tekijöistä. Artikkelissa on tarkasteltu esimerkiksi auton hinnan tai pankkilainan koron vaikutusta maksajan kokemuksiin 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. – Gibbons, Robert – Thompson, Leigh – Valley, Kathleen L. (1998): Can Negotiators Outperform Game Theory? Kirjassa Jennifer J. Halpern – Robert N. Stern (eds.): *Nonrational Aspects of Organizational Decision Making. Debating Rationality*. 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, 95–120.
- De Grauwe, Paul – Grimaldi, Marianna (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, Agustín (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 – Miettinen, Ensio (1995): *Luottamuspääoma. Yrittäjyyden kolmas voima*. Tampere University Press: Tampere.
- Hayek, F. A. (1967): The Non Sequitur of the 'Dependence Effect'. Teoksessa *Studies in Philosophy, Politics and Economics*. Routledge & Kegan Paul: London, 313–317.
- Hjerppe, Reino (2003): Luottamus yhteiskunnan moraalilähteenä ja sen vaikutus talouden menestykseen. Teoksessa Vesa Kanninen – Matti Sintonen (toim.): *Etiikka ja talous*. WSOY: Helsinki, 257–279.
- Hyvönen, Kaarina – Leskinen, Johanna – Pantzar, Mika (2005): Selityksiä, ymmärrystä ja merkityksiä – kuluttajaekonomian paradigmaattinen kehitys. Teoksessa Visa Heimonen ym. (kirj.): *Kuluttajaekonomia. Kotitalous ja kulutus*. WSOY: Helsinki, 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. Teoksessa Jouko Kajanoja – Jussi Simpura (toim.): *Sosiaalinen pääoma. Käsite ja sen soveltaminen sosiaali- ja talouspolitiikassa*. Valtion taloudellinen tutkimuskeskus, Julkaisuja 24: Helsinki, 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.
- Kouvo, Antti (2004): Sosiaalinen pääoma käsitteenä ja empiirisenä työkaluna. Teoksessa Pekka Räsänen – Hannu Ruonavaara – Ismo Kantola (toim.): *Kiistoja ja dilemmoja – sosiologisen keskustelun vastakkainasetteluja*. Kirja-Aurora: Turku, 139–152.
- Kreps, David M. (1997): Intrinsic Motivation and Extrinsic Incentives. *American Economic Review*, Papers and Proceedings 87 (2), 359–364.
- Kydland, Finn E. – Prescott, Edward C. (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. Teoksessa Spiro J. Latsis (ed.): *Method and Appraisal in Economics*. Cambridge University Press: Cambridge, 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*, känt. A. Silvey. North-Holland: Amsterdam.
- Mishkin, Frederic S. (1992): Anatomy of a Financial Crisis. *Journal of Evolutionary Economics* 2 (2), 115–130.
- Mähönen, Jukka (2001): Käyttätymispainotteisesta oikeustaloustieteestä. Teoksessa Timo Ahonen (toim.): *Turun yliopiston oikeustieteellinen tiedekunta 40 vuotta*. Turun yliopisto: Turku, 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, Sheilaigh (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. Teoksessa Partha Dasgupta – Ismail Serageldin (eds.): *Social Capital. A Multifaceted Perspective*. World Bank: Washington, D. C., 172–214.
- Posner, Richard A. (1998): Rational Choice, Behavioral Economics, and the Law. *Stanford Law Review* 50, 1551–1575.
- Saparito, Patrick A. – Chen, Chao C. – Sapienza, Harry J. (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*, känt. Redvers Opie. Harvard University Press: Cambridge, Mass. 1968.
- Sirmans, G. Stacy – Macpherson, David A. – Zietz, Emily N. (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. Teoksessa Partha Dasgupta – Ismail Serageldin (eds.): *Social Capital. A Multifaceted Perspective*. World Bank: Washington, D. C., 6–10.
- Stiglitz, Joseph E. (1993): *Economics*. Norton: New York.
- Teece, David J. – Pisano, Gary – Shuen, Amy (1997): Dynamic Capabilities and Strategic Management. *Strategic Management Journal* 18 (7), 509–533.
- Thompson, James R. – Baggett, L. Scott – Wojciechowski, William C. – Williams, Edward E. (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. Teoksessa Phillip Anthony O'Hara (ed.): *Encyclopedia of Political Economy*, Vol. 2. Routledge: London, 1049–1051.
- Vihanto, Martti (2004): Luottamus ja moraalitieteessä. *Kansantaloudellinen aikakauskirja* 100 (3), 239–249.
- Vihanto, Martti (2005): Vastuullinen liiketoiminta taloustieteessä. Teoksessa Tomi J. Kallio – Piia Nurmi (toim.): *Vastuullinen liiketoiminta. Peruskysymyksiä ja esimerkkejä*. Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja, Keskustelua ja raportteja 10: 2005: Turku, 15–29.
- Vihanto, Martti (2006): Rationaalisuusoletuksen valinta oikeustaloustieteessä. *Oikeus* 35 (2), 225–240.
- Wallis, Joe – Killerby, Paul – Dollery, Brian (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. – Meyer, G. Dale (1998): A Lack of Insight: Do Venture Capitalists Really Understand Their Own Decision Process? *Journal of Business Venturing* 13 (1), 57–76.

Viitteet

- 1 Joseph E. Stiglitzillä on tyypillinen oppikirjaesitys. Stiglitz 1993, 227.
- 2 Kriittisessä kirjallisuudessa sosiaalisen pääoman käsitettä pidetään epämääräisenä, venyvänä ja vakiintumattomana. Kajanoja 1998, 42.
- 3 Wallis – Killerby – Dollery 2004, 241.
- 4 Kouvo 2004, 141.
- 5 Coleman 1988, 98. Tässä yhteydessä käytetään usein termiä *embeddedness*. Tomer 1999, 1050.
- 6 Luottamuksen määrää käytetään yhtenä sosiaalisen pääoman mittarina. Hjerpe 2003, 265.
- 7 Risto Harisalo ja Ensio Miettinen määrittelevät luottamuspääoman ”*inhimillisen vuorovaikutuksen tuloksena syntyväksi vakaumukseksi siitä, kuinka ihminen suhtautuu muihin ihmisiin, lähipiiriinsä ja yhteiskuntaan*”. Harisalo – Miettinen 1995, 21.
- 8 Nooteboom 2002, 45.
- 9 Vihanto 2004, 241.
- 10 Mäki 2004, 321.
- 11 Vihanto 2006, 226. Paul De Grauwe ja Marianna Grimaldi 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*”. De Grauwe – Grimaldi 2006, 3. James R. Thompson *et al.* ovat samoilla linjoilla artikkelissaan ”Nobels for Nonsense”. Thompson *et al.* 2006.
- 12 Spiro J. Latsis käyttää osuvaa ilmausta *single-exit situation*. Latsis 1976, 12.
- 13 Mäki 2004, 322.
- 14 Kaarina Hyvönen, Johanna Leskinen ja Mika Pantzar kirjoittavat kuluttajien käyttäytymistä pohtiessaan, että ”tämän päivän kulutustutkimuksen kirjallisuudessa taloustiede esiintyy lähinnä joko historiallisena jäänteinä tai viitteenä, jota vastaan muita kulutustutkimuksen traditioita tarkastellaan”. Hyvönen – Leskinen – Pantzar 2005, 119.
- 15 Uusklassisen kasvuteorian kehittäjä Robert M. Solow 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*”. Solow 1999, 6.
- 16 Edmond Malinvaud 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". Malinvaud 1972, 16.

- 17 Kydland – Prescott 1977, 477.
- 18 Bart Nooteboom käyttää termejä *real trust* ja *trust in the strong sense*. Nooteboom 2002, 48.
- 19 Frey 1992, 162.
- 20 Saparito – Chen – Sapienza 2004, 402.
- 21 James 2002, 293.
- 22 Vihanto 2005, 19.
- 23 www.nordea.com, haettu 25.8.2008.
- 24 Richard A. Posner korostaa perustellusti ortodoksisen taloustieteen kilpailuetua suhteessa psykologiseen oikeustaloustieteeseen (*behavioral law and economics*): "*Rational-choice economics makes the analyst think hard*". Posner 1998, 1567; Jukka Mähönen suomentaa jälkimmäisen käyttäytymispainotteiseksi oikeustaloustieteen. Mähönen 2001, 150.
- 25 Kreps 1997, 360–361.
- 26 Cohen 2005, 7.
- 27 Elster 1998, 48.
- 28 Lancaster 1966.
- 29 Sirmans – Macpherson – Zietz 2005, 3.
- 30 Veblen-vaikutuksesta on kysymys, kun hyödykkeen kysyntä kasvaa hinnan kohotessa. Leibenstein 1950, 189.
- 31 Joseph A. Schumpeter mainitsee yhtenä yrittäjää liikkeellä pitävänä psykologisena tekijänä sen, että voittoa arvostetaan "*as an index of success and as a symptom of victory*." Schumpeter 1934, 93.
- 32 Ogilvie 2004, 295.
- 33 F. A. Hayek 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. Hayek 1961, 314.
- 34 Israel M. Kirzner käyttää termiä *alertness* erotukseksi ortodoksisen etsintäteorian tarkoittamasta tiedon löytymisestä. Kirzner 1997, 72.
- 35 Bowles 1998, 87.
- 36 Ortodoksisen taloustieteen edustajille tällainen raamitus ei ole ollut koskaan vaikeaa ja jotkut saattavat laskea vakavissaan kohdunvuokrauksen tai jopa elinluovutuksen optimaalista hinnoittelua.
- 37 Oliver E. Williamson on käyttänyt pitkään termiä *forgiveness* vertaillessaan hierarkioiden ja markkinoiden oikeudenmukaisuusjärjestelmiä. Williamson 1985, 150.
- 38 Ostrom 1999, 179.
- 39 Dynaamisista kyvykkyyksistä (*dynamic capabilities*) voidaan puhua, kun yritys on selvillä "*how combinations of competences and resources can be developed, deployed, and protected*". Teece – Pisano – Shuen 1997, 510.
- 40 Robert H. Frank esittää ajatusleikkinä, että ankara omantunto voisi olla erittäin kannattava hankinta itsekkäälle tai muuten tunnottomalle ihmiselle. Frank 1987, 593.
- 41 Esimerkkinä on oksitosiini, jonka on havaittu lisäävän luottamusta toiseen pelaajaan *trust game* -kokeissa. Colin F. Camerer toteaa, että "*nothing in game theory would have predicted the effect of synthetic oxytocin*". Camerer 2007, 38.
- 42 Samuel Bowles käyttää tässä yhteydessä termiä *social distance*. Bowles 1998, 88.
- 43 Fuentes 2004, 716.
- 44 Bazerman *et al.* 1998, 94.
- 45 Ferrary 2003, 685–686.
- 46 Zacharakis – Meyer 1998, 73.
- 47 Ferrary 2003, 695.
- 48 On myös mahdollista, että *gift exchange* -prosessi lähtee etenemään huonoon suuntaan. Akerlof 1982, 550. Osapuolet antavat silloin toisilleen "*silmä silmästä, hampaas hampaasta*". 2. Moos. 21:24.
- 49 Sopimusoikeudessa lojaliteettivelvollisuudella tarkoitetaan "*velvollisuutta ottaa*

vastapuolen edut huomioon kohtuullisessa määrin, ilman että sopimuksesta aiheutuvat omat oikeudet vaarantuvat kohtuuttomasti". Tieva 2006, 246.

50 Mishkin 1992, 121.

51 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.

52 Tappiokammolla (*loss aversion*) tarkoitetaan taipumusta tuntea tappio voimakkaammin kuin samansuuruinen voitto.

53 Ostrom 1999, 181.

54 Ferrary 2003, 694.

II

SUKUPUOLITTUNUT PÄÄOMA