

Kirja johon olisi voinut soveltaa sen omia oppeja

OTTO TOIVANEN

ma. professori

HKKK

Ian Dobbs: Managerial Economics: Firms, Markets and Business Decisions, Oxford, 2000

Epätäydellisen kilpailun taloustiede kertoo, että yritysten kannattaa usein differentioida tuotteensa kilpailijoiden tuotteista. Samoin tiedämme, että yleisesti ottaen yritysten määrän kasvu tietyillä markkinoilla johtaa hinta-kustannusmarginaalien supistumiseen. Lisäksi tiedämme, että erittäin suuri prosentti uusista yrityksistä poistuu markkinoilta lyhyen ajan kuluessa perustamisesta. Tämä kirja on yksi lisätuote («yritys») aineopintotason mikrotaloustieteen kirjamarkkinoille. Miten nämä markkinat sitten pitäisi määritellä? Jo pitkään on ollut tarjolla tekstejä jotka on räätälöity tietyille yleisölle (esim. MBA-opiskelijat). Niinpä voisi ajatella, että meillä on yhden markkinan sijasta useita toisiaan lähellä olevia (osa)markkinoita. Erikoistuminen jollekin osamarkkinalle on tietysti yksi tapa differentioida tuote. Nyt käsiteltävän kirjan kirjoittaja on valinnut erilaisen lähestymis-

tavan, ja yrittää suunnata tuotettaan useille osamarkkinoille. Kirjan esipuheessa mainitaan, että se soveltuisi kurssikirjaksi niin projektinsuunnittelun, päätöksentekoaalyysin, hintateorian, organisaatioiden taloustieteen, tai johdon (managerial, business) tai mikrotaloustieteen kursseille. Vaikuttava lista (!?). Tältä osin ei voi sanoa, että kirjoittaja olisi sisäistänyt opetusta differentioinnin merkityksestä. Ainoa rajoitus (yritys differentioida) jonka hän asettaa on, että kirja on suunnattu opiskelijoille joilla on »hieman» perusopintoja taloustieteessä.

Hyvin nopeasti käy selväksi, että kirjoittaja on sisäistänyt omat (tieteenalansa) opetukset toisella tasolla. Useimmat kirjat on (kirjoittajaa lainatakseni) kirjoitettu amerikkalaiseen, keskustelemaan tyyliin, formaalimman esitystavan kustannuksella. Niinpä Dobbs on valinnut erilaisen lähestymistavan: kirjan esitysmuoto on varsin formaali ja lyhytsanainen. Tapaustutkimukset tai -kuvaukset («caset») joita esitetään ovat numeerisempia kuin useiden muiden oppikirjojen suosimat, talousjournalismista usein suoraan lainatut tapauskuvaukset. Itselleni tämä esitystapa sopii paljon paremmin.

Kirja pyrkii varsin selvästi kattamaan sellaiset mikrotaloustieteen osa-alueet joita yrityselämään tähtäävien mielellään näkisi kahlaavan läpi opintojensa kuluessa. Niinpä varsin paljon tilaa uhrataan hinnoittelulle ja kysyntäanalyysille, oligopoliteorialle ja sen sovelluksille. Nämä ovat hyvin esitettyjä. Voi tietysti kysyä, kuinka paljon tilaa soveltavan mikroteorian kirjassa kannattaa uhrata empiiriselle kysyntäanalyysille, ja kysyntäestimoinnin eri kiemuroille. Se, että tässä kirjassa uhrataan varsin paljon tilaa tällaiselle paljastaa kirjan heikon puolen: se yksinkertaisesti yrittää kattaa liian paljon, ja siksi

tullee jäämään paremmin fokuoitujen oppikirjojen jalkoihin. Samaan viittaa yllä oleva pitkä lista kursseista joiden perusoppikirjaksi kirjoittaja on teostaan ajatellut. Tämä on tavallaan sääli, sillä Dobbs esittää useimmat asiat varsin selkeästi ja perusteellisesti, ja ennen kaikkea tiiviimmin kuin useimmat kilpailijansa. Lienee kuitenkin niin, että parempaan lopputulokseen olisi päästy niin asiakkaiden kuin yrityksenkin kannalta, jos kirjoittaja olisi malttanut differenttioida tuotteensa ei vain esitystavan, vaan myös sisällön suhteen.