PÄÄKIRJOITUS

Terve ja epäterve kilpailu

Hannu Vartiainen
VTT
Yrjö Jahnssonin säätiö

Kunnallisvaalien alla keskusteltiin peruspalveluiden yksityistämisestä, ulkoistamisesta ja kilpailuttamisesta. Lisäpontta keskustelulle toi tuore kysely, jonka perusteella individualismi, kilpaileminen ja kilpailuyhteiskunta istuu nuorten helsinkiläisten arvoihin entistäkin paremmin. Kilpailua ja kansalaisten valinnanvapautta haluttiin lisätä. Jokainen koettiin oman onnensa sepäksi.

Kilpailullisesti toimiva markkinajärjestelmä on vailla epäilystä nykyaikaisen yhteiskunnan perusedellytys. Yleensä ajattelemme, että myös kilpailun edistäminen lisää markkinoiden tehokkuutta. Olemme jopa perustaneet viraston edistämään kilpailua. Mutta onko kaikki kilpailu hyväksi? Mitä varsinaisesti tarkoitamme kilpailulla?

Tavanomaisessa kielenkäytössä kilpailu merkitsee taistelua voitosta. Osanottajat yrittävät lyödä toisensa käsillä olevilla kilpailukeinoilla. Määre ”kilpailu” siis luonnehtii asetelmaa, jossa taloudenpitäjät tekevät päätöksiään. On selvää, että kilpailuasetelman luominen *sinänsä* ei lisää yhteiskunnan toimivuutta vaan *kannustimet,* jotka sen myötä syntyvät. Jos kannustimet eivät ole kohdallaan, voi kilpailu itse asiassa johtaa resurssien hukkakäyttöön. Silloin kilpailua kannattaa rajoittaa, ei edistää. Esimerkki havainnollistaa asiaa.

Olkoon tasaväkisten hiihtäjien A ja B hiihtokilpailu, jossa voittaja saa palkinnon 6 €. Tasaväkiset hiihtäjät voittavat kilpailun yhtä suurella todennäköisyydellä. Olkoon kilpailijoilla mahdollisuus harjoittaa dopingia, mistä aiheutuu käyttäjälleen 2 € terveyshaitta. Parantuneen suorituskyvyn takia dopingia harjoittava hiihtäjä kuitenkin voittaa puhtaan hiihtäjän. Molempien hiihtäjien harjoittaessa dopingia he ovat jälleen tasaväkisiä.

Jos kummatkin hiihtäjät ovat puhtaita, molempien odotettu hyöty voittamisesta on 6 € / 2 = 3 €. Jos A harjoittaa dopingia ja B ei, A:n odotettu hyöty on 6 € – 2 € = 4 €, ja B:n hyöty on 0. Jos taas B harjoittaa dopingia ja A ei, tilanne on päinvastainen. Jos molemmat harjoittavat dopingia, on kummankin hyöty (6 € / 2) – 2 € = 1 €.

Kannattaako hiihtäjän harjoittaa dopingia vai ei? Asetelma hahmottuu oheisesta matriisista: Vasemman puoleinen valintajoukko ku-

vaa A:n valintoja ja yläpuolinen valintajoukko B:n valintoja. Solun ensimmäinen numero kuvaa A:n odotettua hyötyä valintayhdistelmästä ja jälkimmäinen numero B:n hyötyjä.

		B	
		Puhdas	Doping
A	Puhdas	3,3	0,4
	Doping	4,0	1,1

Kyseessä on tuttu *vangin ongelma*, jossa *molempien kilpailijoiden kannattaa harjoittaa dopingia* riippumatta vastustajan valinnasta. Tasapainossa molemmat siis saavat hyödyn 1 € vaikka *dopingista vapaa kilpailu toisi molemmille suuremman hyödyn* 3 €.

Perusongelma on, että hiihtäjät eivät kykene sitoutumaan puhtaaseen urheiluun. Sitoutuminen on mahdollista, jos dopingin käytöstä saatavaa etua voidaan vähentää. Tämä edellyttää ulkopuolisen tahon asettamaa sanktiota dopingin käytölle. 2 € rangaistus dopingin harjoittajalle muuttaakin asetelman päälaelleen, ja dominoivaksi strategiaksi muodostuu dopingista vapaa kilpailu.

Havainto, että strategisissa asetelmissa ei aina päädytä Pareto-optimaaliseen lopputulokseen, ei tietenkään ole uusi. Käsillä olevassa kontekstissa tulkinta on kuitenkin yllättävä. Jo pelkkä kilpailu niukasta resurssista – voitosta – kannustaa hiihtäjät uhraamaan terveysresurssejaan. Investoinnit dopingiin vähentävät kokonaishyvinvointia, mutta silti niitä halutaan tehdä.

On myös huomionarvoista, että rationaalinen hiihtäjä ei koskaan sortuisi dopingiin ilman kilpailua. Dopingia ei siis tarvitsisi kieltää, kuten ei muitakaan yksilölle haitallisia toimintamalleja, tupakointia, roskaruokaa, hatutta kävelemistä pakkasella tai lottoamista, jos mitalit jaettaisiin arvalla.

Doping-esimerkkimme eroaa oppikirjoissa käsitellystä markkinakilpailumallista siinä, että investoinnit eivät lisää muiden markkinaosapuolten ylijäämää. Oletamme, että hiihtoyleisö kokee vähintään yhtä viihdyttävänä hidasvauhtisen, mutta puhtaan kilpailun, kuin kovavauhtisen ja epäpuhtaiden urheilijoiden kilvan. Tämä on tärkeä oletus, ja erityisen luonteva urheiluasetelmassa.

On tähdellistä, että se, mitä yleensä tarkoitamme käsitteellä kilpailu, ei implikoi kilpailun olevan hyödyllistä. Kilpailuun liittyvä toiminta saattaa olla hyödyllistä jollekin osapuolelle tai sitten ei. Jotta kilpailu edistäisi yleistä hyvinvointia, on kilpakumppanin lyömisen edistettävä riittävästi jonkin kolmannen markkinaosapuolen hyvinvointia. Ideaalitilanteessa kilpailutoiminta siirtää hyvinvointia suoraan yhdeltä talousyksiköltä toiselle. Patologisessa tapauksessa – kuten esimerkissämme – sillä ei ole lainkaan hyvinvointivaikutuksia.

Oppikirjojen hyödykemarkkinat ovat lähellä ideaalitilannetta – kilpailu vaikuttaa suoraan joko ostajien tai myyjien ylijäämään. Siksi ensimmäinen hyvinvointiteoreema dominoi mielikuvaamme kilpailun vaikutuksista. Kilpailua tapahtuu kuitenkin myös muilla yhteiskunnan lohkoilla. On helppo keksiä asetelmia (urheilun lisäksi), jotka ovat lähempänä patologista tapausta.

– Investoinnit (mielikuva)markkinointiin eivät välttämättä paranna kuluttajien päätöksentekokykyä.
– Lobbauksesta ja julkiseen päätöksentekoon vaikuttamisesta syntyvät kustannukset voivat olla jopa jaettavia etuuksia suuremmat.
– Ylioppilaiden sisäänpääsy yliopistoon edel-

lyttää vuosien työpanoksen, muttei välttämättä vaikuta sisäänoton rakenteeseen.
– Oikeudenkäyntikulut riitatilanteessa ovat suuret verrattuna määrättyihin korvauksiin.
– Sota vahingoittaa kaikkia sodan osapuolia.

Kilpailua kannattaa siis toisinaan pikemminkin rajoittaa kuin edistää. Oleellista on kysyä, milloin ja miten niin tulisi tehdä. Joidenkin haitallisten kilpailumallien, esimerkiksi lasten nujakoinnin, kieltäminen toimii kohtuullisesti, mutta aina kiellot eivät toimi, kuten dopingin hallinnan vaikeus osoittaa. Haitallista kilpailua saattaa olla yhtä vaikeaa havaita kuin haitallista kilpailun rajoittamista, esimerkiksi kartellia.

Suuri periaatteellinen ongelma syntyy siitä, ettei ole selvää millainen kilpailu hukkaa resursseja ja millainen on tuottavaa. Esimerkiksi osa markkinointiviestinnästä tai etujärjestötoiminnasta on selkeästi informatiivista ja parantaa kuluttajien ja päättäjien päätöksentekokykyä. Rajanveto epäinformatiivisen ja informatiivisen viestinnän välille on vaikeaa.

Erityisen vaikea liikakilpailun ongelma on ilmeisesti niissä olosuhteissa, joissa kilpailun kohde, esimerkiksi kuluttaja, potilas tai virkamies, on altis vaikutteille, eikä prosessoi informaatiota asianmukaisesti. Päätöksentekoon vaikuttaminen viestinnällä, imagon ja toimitilojen rakennuksella, tai päätöksentekijän mielistelyllä, saattaa olla ratkaiseva vaikutus lopulliseen päätökseen. Takeita ei kuitenkaan ole siitä, että resurssien uhraaminen tällä tavoin edistää lopullisen allokaation tehokkuutta.

Kilpailu niukoista palkinnoista saattaa johtaa resurssien hukkaamiseen. Kilpailun kritiikittömällä edistämisellä ei ole taloustieteellistä perustetta. Syytä nuorison muuttuviin asenteisiin voisi pikemminkin etsiä yhteiskunnan individualisoitumisesta, poliittisen ilmaston muuttumisesta ja, ehkäpä, nuorison itseluottamuksen lisääntymisestä. □