

# Petos ja manipulaatio kukoistavat markkinataloudessa

Panu Kalmi

George Akerlof ja Robert Shiller,  
*Phishing for Phools: The Economics of Manipulation and Deception*,  
Princeton University Press 2015, 288 sivua.

Nobel-palkittujen George Akerlofin ja Robert Shillerin tuore kirja on juuri niin provokatiivinen kuin sen alaotsikosta (ja tämän kirjoituksen otsikosta) voi päätellä: markkinatalous antaa systemaattiset kannustimet petokseen ja manipulaatioon. Tästä markkinatalouden ominaisuudesta johtuu, että ajatus, jonka mukaan sääntelemättömät vapaat markkinat saavat aikaan optimaalisia tuloksia, on kestänyt.

Akerlof ja Shiller käyttävät kirjassaan melko laajaa määritelmää petoksesta ja manipulaatiosta. Sillä ei tarkoiteta ainoastaan tilanteita, joissa joku osapuoli syöllistyy laittomuuksiin, vaan kaikkia toimintoja, joissa toinen osapuoli (yleensä myyjä) käyttää hyväkseen informaatioetujaan, auktoriteettiasemaansa tai toisen osapuolen (*phools*) psykologisia heikkouksia tämän etujen vastaisesti.

Kirjassa esitetään esimerkki luottokorttimaksamisesta. Tieteellinen näyttö Drazen Prelecin ja Duncan Simesterin (2001) tutkimuksessa osoittaa, että kuluttajat, jotka käyttävät luottokorttia maksuvälineenä, ovat valmiita

maksamaan samoista hyödykkeistä systemaattisesti enemmän kuin kuluttajat, jotka maksavat käteisellä.<sup>1</sup> Tämä johtunee siitä, että luottokorttia käyttävien kuluttajien ei tarvitse miettiä niin paljon rahojensa riittävyttä, koska he voivat lykätä maksun tuonnemmaksi. Mahdollistamalla luottokorttimaksaminen kuluttajat saadaan kuluttamaan enemmän, kuin he oikeastaan haluaisivat kuluttaa, ja tämä täyttää manipulaation tunnusmerkit, vaikka mitään laitonta ei tapahdu. Kirjassa annetaan lukuisia vastaavanlaisia esimerkkejä siitä, kuinka kuluttajia rahoitus- ja hyödykemarkkinoilla höynäytetään (*phishing*). Monet esimerkit liittyvät auto- ja asuntokauppaan.

Kirjalla on suoraa relevanssia kuluttajien taloudellisen osaamisen ja kuluttajakäyttäytymisen tutkimukseen. Jossain tilanteissa, esimerkiksi jos kyse on epäsymmetrisen infor-

---

<sup>1</sup> Kokeellisessa tutkimusasetelmassa pystytään kontrolloimaan kuluttajien ominaisuuksia, joten tulos ei johdu siitä, että luottokorttia käyttävät olisivat varakkaampia.

maation hyödyntämisestä, taloudellisen luku-  
taidon parantaminen auttaa. Kun kuluttajat  
ymmärtävät vaikkapa rahoitustuotteet parem-  
min, he osaavat itse tehdä tilanteisiinsa sopi-  
vimmat valinnat riippumatta siitä, mitä heille  
yritetään myydä. Usein ongelma ei kuitenkaan  
ole informaatioissa vaan itsekontrollissa. Kulut-  
tajien preferenssejä manipuloimalla heille pys-  
tytään myymään tuotteita, jotka ovat heidän  
omien etujensa vastaisia. Mikä mielenkiin-  
toisinta, useissa tilanteissa kuluttajat tietävät  
itsekin toimivansa etujensa vastaisesti. Esi-  
merkkejä ovat uhkapelaaminen, alkoholin lii-  
kakulutus ja pikaluotot. Loogisesti tästä seu-  
raa, että kuluttajien tekemistä valinnoista ei voi  
päättellä heidän todellisia preferenssejään. Sa-  
muelsonin paljastettujen preferenssien teoria  
ei siis päde. Tämä on taloustieteilijälle ehkä  
provokatiivisin väite kirjassa, joskin muut se  
voi jättää kylmäksi.

Miten tilanne voidaan ratkaista? Akerlof ja  
Shiller esittävät sääntelyn, kuluttajasuojan ja  
kuluttaja-aktiivisuuden mahdollisina ratkaisui-  
na. Lienee hyvä todeta, että he eivät esitä ratkai-  
suksi mitään vaihtoehtoista talousjärjestelmää,  
kuten suunnitelmataloutta. Niin kuin suunni-  
telmatalouksia käsittelevästä kirjallisuudesta  
hyvin tiedetään, petokset ja manipulaatiot oli-  
vat suunnitelmatalouksissa yhtä lailla todelli-  
suutta kuin markkinatalouksissa, joskin keinot  
olivat usein erilaisia. Lisäksi suunnitelmatalous  
johtaa monenlaiseen taloudelliseen tehotto-  
muuteen.

Yksi ratkaisu, jota kirjassa ei käsitellä, on  
yrityksen omistusrakenne. Tilanteessa, jossa  
myyjällä on informaatioetu ostajaan verrattu-  
na, myyjä usein myös käyttää tätä etuaan hy-  
väkseen, erityisesti jos kyseessä on voittoa  
maksimoiva monikansallinen yritys. Se ei tee  
näin siksi, että nämä yritykset palkkaisivat eri-

tyisen moraalitonta henkilökuntaa, vaan siksi,  
että niillä on velvoite maksimoida osakkeen-  
omistajien voittoa. Jos voittoa lisää se, että  
käytetään hyväksi naivien ostajien tietämättö-  
myyttä tai itsekuri ongelmia, niin näin on teh-  
tävä, kunhan ei samalla tehdä mitään laitonta.

Kannustimet ovat erilaisia osuuskunnissa ja  
perheyriyksissä. Koska nämä eivät samalla ta-  
valla pyri voittojen maksimointiin, niillä on  
vähäisemmät kannustimet hyödyntää kulutta-  
jien heikkouksia ja tietämättömyyttä. Vaikka  
tätä aihetta on vaikea tutkia, niin Ryan Bubbin  
ja Alex Kaufmanin (2013) artikkeli antaa mien-  
lenkiintoista osviittaa siitä, kuinka osuustoi-  
minnalliset rahoituslaitokset perivät systemaati-  
sesti pienempiä luottokorttimaksuja kuin  
voittoa maksimoivat.

Kirjassa keskustellaan myös mielenkiintoi-  
sella tavalla siitä, miten kuluttajille saadaan  
myytyä ”suuria kertomuksia”, jotka sitten oh-  
jaavat heidän toimintaansa. Kirjoittajat näkevät  
Yhdysvaltojen kontekstissa vapaan markkina-  
talouden ja valinnanvapauden tällaisena tari-  
nana, joka heidän mukaansa on vaikeuttanut  
rationaalisen talouspolitiikan tekemistä. Tässä  
tosin näkyy kontekstin erilaisuus. Suomessa  
suuri kansallinen tarina ei varmaankaan olisi  
mahdollisimman vapaa markkinatalous, vaan  
hyvinvointivaltio.

Kirja on mielenkiintoinen ja lukemisen ar-  
voinen, vaikka ei kaikkia kirjoittajien arvoläh-  
tökohtia hyväksyisikään. Jossain mielessä il-  
maan jää kysymys siitä, mitä yleistä kirja on  
opettanut. Taloustieteen näkökulmasta keskei-  
set havainnot ovat siinä, että vapaiden markki-  
noiden ei voi olettaa johtavan hyvinvointiteo-  
reettisessa mielessä optimaalisiin tulemiin ja  
että tehdyistä valinnoista ei voi kaikissa tilan-  
teissa päätellä kuluttajan preferenssejä. Toi-  
saalta nämä ovat melko teoreettisia havaintoja,

sillä voi kysyä, kuinka moni taloustieteilijä todella uskoo hyvinvointiteoreemien ja paljastettujen preferenssien teorian yleispätevyyteen. Lisäksi kirjan määritelmä manipulaatiolle on niin laava, että vaikka hierarkkisista työ- tai ihmissuhteista lähtien on vaikea kuvitella elämänaluetta, jossa sitä ei toistuvasti esiintyisi.

Talous ja markkinavaihdanta ovat kuitenkin vain elämää, ja niitä koskevat samat epätodellisuudet kuin muitakin elämän alueita. Tärkeämpiä kysymyksiä ovat, miten markkinatalous toimii suhteessa vaihtoehtoihin ja miten havaittuja ongelmia voidaan korjata. Niiltä osin kirjan anti on laimeampaa. Joka tapauk-

sessä ainakin kirja osoittaa mielenkiintoisella tavalla, että kuluttajien valintojen tutkimuksessa tarvitaan yhtä lailla psykologiaa kuin taloustiedettä. Tässä asiassa käyttäytymistaloustieteellä on varmasti vielä paljon annettavaa. □

## Kirjallisuus

- Bubb, R. ja Kaufman, A. (2013), "Consumer biases and mutual ownership", *Journal of Public Economics* 105: 39-57.
- Prelec, D. ja Simester, D. (2001), "Always Leave Home Without It: A Further Investigation of the Credit-Card Effect on Willingness to Pay", *Marketing Letters* 12: 5-12.