

Kim Wrangle

Matkaopas markkinatalouteen



KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU

Karelia-ammattikorkeakoulun julkaisu
B:32

MATKAOPAS MARKKINATALOUTEEN

Kim Wrangé

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU 2014

Julkaisusarja

B:32

Vastaava toimittaja

Kari Tiainen

Graafinen suunnittelu ja taitto

Riikka Ruotsalainen

Kansikuva

© *Abhijit Kar Gupta*
(*CC BY 2.0 -lisenssi, creativecommons.org*)

© Tekijä ja Karelia-ammattikorkeakoulu

Tämän teoksen osittainenkin kopiointi on tekijänoikeuslain mukaisesti kielletty ilman nimenomaista lupaa.

ISBN 978-952-275-149-2 (painettu)
ISBN 978-952-275-150-8 (verkkójulkaisu)
ISSN-L 2323-6876
ISSN 2323-6876

Joensuu, LaserMedia Oy, 2014

Karelia-ammattikorkeakoulu - Julkaisutoiminta
julkaisut@karelia.fi
tahtijulkaisut.net

SISÄLTÖ

Esipuhe 8

Johdanto 9

Raha 14

- Raha on vaihdon väline 14
- Korko on rahan hinta 15
- Ihme nimeltä koron korko 16
- Inflaatio syö rahan arvoa 18

Markkinat 22

- Kuluttaja on markkinoiden kruunaamaton kuningas 22
- Olettamus rationaalisesta kuluttajasta täydellisen informaation maailmassa 24
- Marginaalituotot ja -kustannukset kuluttajien päätösten takana 24
- Markkina on kohtaamispaikka 26
- Kansantalouden kiertokulku 26
- Kysyntä ja tarjonta 28
- Markkinatasapaino 31
- Kysynnän jousto 32
- Kuluttajan budjetti rajoittaa kysyntää 34
- Tuotteen kysynnän elinkaari 34
- Kysynnän lisääminen markkinoinnin keinoin 36
- Kysynnän säilyttäminen asiakkuudenhallinnan keinoin 38
- Esimerkkejä kysynnän ja tarjonnan soveltamisesta käytännössä 39
 - Tulojen nousun vaikutus kysyntään 39
 - Uuden teknologian vaikutus tarjontaan 40
 - Globaalien työmarkkinoiden vaikutus työn tarjontaan ja hintaan 41
 - Esimerkki hintasäännöstelystä: julkinen terveydenhoito 42
 - Ympäristöverojen vaikutus kysyntään ja tarjontaan 44
- Makro on mikroa! 45

Voitto 48

- Voitto ei ole kirosana, sillä muuten loppuisi työ 48
- Yrityksen olemassaolon tarkoitus 49
- Enemmän on parempaa – lisäarvon tekeminen ja voiton maksimointi 52
- Riski ja tuotto kulkevat käsi kädessä 56
- Monopoli vai kilpailu 57
- Vapaasta kilpailusta monopoliin 60

Pääoma 64

- Omistusoikeus mahdollistaa pääomien kertymisen 64
- Pääoma on kertynyttä lisäarvoa 65
- Omaisuusvaikutus tekee työtä pääoman eduksi 67
- Tuottavuus on työn, pääoman ja teknologian liitto 68
- Miksi pääoma liikkuu sinne missä se tuottaa eniten? 68
- Luonnonvarat ovat niukkoja pääomia 69

Kolikon toinen puoli 72

- Sääntö 72 panee pääoman tekemään työtä, mutta kenen hyväksi? 72
- Ilmaisia lounaita ei ole olemassa – myös voiton maksimoinnilla on hintansa 74
- Voisiko voittoa optimoida maksimoinnin sijaan? 75

Loppusanat 77

Kirjallisuutta 78

Kirjailijasta 78

ESIPUHE

deä tähän julkaisuun lähti Karelia-amk:n Liiketalouden ja tekniikan keskuksen ravintolan lounaspöydästä. Keskustelimme kollegoiden kanssa siitä, miten nykypäivänä opiskelijat lukevat yhä vähemmän kirjallista aineistoa. Tähän on monta syytä, joista vähäisin ei ole kallistuneet elinkustannukset ja sitä kautta yhä pienemmät taloudelliset mahdollisuudet hankkia oppimateriaalia. Avoin oppimateriaali, oppikirjajulkaisut sähköisessä ympäristössä sekä oppimateriaalin tuottaminen korkeakoulujen toimesta nousivat esiin keskustelussamme, kun pohdimme vaihtoehtoja ongelman ratkaisemiseksi.

Työhuoneeseen palattuani ja siitä edelleen kouluttamaan siirtyessäni katseeni osui kirjahyllyssä olevaan vanhaan teokseeni. Mielessäni kävi, että asianosaisessa teoksessa on runsaasti sellaista aineistoa, joka voisi palvella omia opiskelijoitamme ja mahdollisesti suurempaakin yleisöä, jos se olisi maksutta saatavilla korkeakoulumme sähköisessä julkaisusarjassa tai jos sen voisi ostaa kohtuulliseen hintaan kirjakaupastamme. Rohkaisin mieleni ja otin yhteyttä kustantajan edustajaan, joka oli myötämielinen tälle idealle.

Edellinen versio tästä aineistosta julkaistiin vuonna 2005 Yrityssanoma Oy:n sarjassa Yhteiskuntakirjat.com nimellä ”Markkinatalouden luonnonlait vähenevän öljyn maailmassa”. Aineiston uudelleen julkaisemisesta on sovittu kustantajan kanssa ja kiitän kustantajan edustajaa uudelleenjulkaisemiseen saadusta luvasta. Tähän teokseen olen valikoinut aiemasta teoksesta laajoja osia, joita olen tarvittaessa päivittänyt vastaamaan nykyhetkeä.

Olen monta kertaa todennut, miten vähän tavalliset ihmiset tietävät talousasioista ja tuntevat niitä markkinatalouden perusvoimia, mitkä vaikuttavat heidän päivittäiseen elämäänsä. Talouden lainalaisuudet ovat monelle yksittäiselle kansalaiselle valitettavan tuntemattomia ja vieraita. Varsinkin monilta nuorilta tuntuu puuttuvan käsitys siitä, mitä esimerkiksi raha oikeasti on tai mitä kulutusluoton korko käytännössä tarkoittaa. Yrittäjäperheessä varttuneena ja liiketaloudellisen koulutuksen hankkineena ovat talousasiat tulleet itselleni läheiseksi ja ovat sitä luonnollisesti edelleen toimiessani markkinoinnin yliopettajana.

Tämä julkaisu on syntynyt halusta kirjoittaa opaskirja markkinatalouteen niin suurelle yleisölle, kuin omille opiskelijoilleni, ja jakaa täten elämän varrella kertynyttä tietoa sekä kokemuksia ja näkemyksiä. Kirjassa otetaan myös kantaa moniin edelleen ajankohtaisiin asioihin ja sitä voikin hyvällä syyllä kutsua tietokirjan ja pamfletin yhdistelmäksi.

Joulukuussa 2014
Kim Wränge

JOHDANTO

Tämän julkaisun tavoitteena on esitellä yleistajuisesti valikoituja talusteorian sekä liiketalouden perusasioita. Erityisesti tässä hetkessä, jota leimaa taloudellisen ajattelun ja liike-elämän toimintamallien tunkeutuminen lähes joka elämäntilanteelle, esitellyt perusasiat näyttävät toimivan ikään kuin luonnonlait fyysisessä maailmassa. Siksi niitä kutsutaankin tässä julkaisussa vertauskuvallisesti markkinatalouden tai markkinoiden luonnonlaeiksi.

Vaikka julkaisun sanoma perustuu yleisesti hyväksytyille talouden perusajatuksille, heijastelee se samalla kirjoittajan omia mielipiteitä, kokemuksia ja näkemyksiä näihin oppeihin. Julkaisua ei siis ole tarkoitettu puhtasveriseksi talusteorian oppimateriaaliksi, vaan lähinnä herättämään lukijan kiinnostus markkinatalouden lainalaisuuksia ja talousajattelua kohtaan.

Kirja on tarkoitettu seuraaville kohderyhmille:

- » liiketalouden opiskelijoille talusteorian perusopintojen oheismateriaaliksi sekä opaskirjaksi markkinatalouteen
- » tavalliselle kansalaiselle talusteoreettisen ja liiketaloudellisen ajattelun oppaaksi sekä mielenkiinnon herättäjäksi näiden asioiden jatko-opiskeluun
- » suurelle yleisölle keskustelun herättäjäksi muun muassa sellaisten asioiden suhteen kuin tulisiko yritysten pyrkiä optimoimaan voittojaan maksimoinnin sijaan.

Tekstin loppuun on koottu luettelo teoksista, joita on käytetty julkaisun lähteinä ja joiden avulla lukija voi syventää näkemyksiään esitettyihin asioihin. Luettelo ei ole tyhjentävä, vaan pikemminkin pieni otos niistä teoksista, jotka ovat vaikuttaneet kirjoittajan omiin ajatuksiin. Lukijaa pyydetään huomioimaan, että monen teoksen kohdalla on saatavilla uusia painoksia ja kehittyneempiä sekä vaihtoehtoisia julkaisuja. Luettelossa on sekä korkeakouluissa käytettyjä perusteoksia että käytännön työelämän edustajien kirjoituksia, ja onpa jokin luettelossa mainituista teoksista jo alansa klassikko. Lisäksi julkaisun lähdeaineistona on käytetty lehtikirjoituksia sekä internetissä esiintyviä dokumentteja. Näitä lähteitä ei ole sisällytetty lähdekirjallisuuteen, vaan ne on pyritty merkitsemään asianmukaisesti alaviitteisiin.

Talusteoria on itsessään arvoneutraalia, mutta sitä soveltavat omassa toiminnassaan ja jokapäiväisessä elämässään muiden muassa poliitikot, ekonomistit, pankkiirit, ammattiyhdistysliike, työnantajajärjestöt, toimittajat, sekä muut yhteiskunnan toimijat ja viime kä-

dessä usein jopa asiasta tietämättään yksittäiset kansalaiset. Jokainen pyrkii löytämään siitä omaa ajatusmaailmaansa ja asiaansa tukevia väittämiä sekä perustelevaan sillä jo tehtyjä valintoja tai tulevia päätöksiä.

Talousteoria on loppujen lopuksi suhteellisen yksinkertaista. Kariikoidusti voidaan sanoa, että siitä ovat tehneet salatiedettä talousteorian akateemiset tutkijat, jotka yrittävät mallintaa todellisuutta matemaattisten mallien avulla. Valitettavasti tulevaisuutta ei voi ennustaa kovinkaan hyvin ja matemaattisten ennustemallien toimivuus sosiaalisessa vuorovaikutuksessa olevien epärationaalisten toimijoiden suhteen on vähintäänkin kyseenalaista. Akateemiset tutkijat toki tunnustavat tämän kritiikin ja ovat pyrkineet ottamaan sen huomioon omilla tutkimuksissaan.

Kirjan sanoma on silti todellinen ja vakava. Markkinat, raha ja talous ovat erottamaton osa yhä useamman maapallon asukkaana elämää. Ne ovat olleet sitä toisille kauemmin kuin toisille, mutta selvää on, että yhä suurempi osa maailman ihmisiä tulee niiden vaikutuspiiriin päivittäin. Meikin, jotka niin sanotuissa läntisissä teollisuusmaissa olemme jo useiden sukupolvien ajan eläneet rahataloudessa, ohitamme yleensä nämä luonnonlait päivittäisessä elämässämme huomaamatta, kuinka paljon ne meihin vaikuttavat.

Jokaisen meistä on syytä tuntea nämä perusvoimat ja ymmärtää niiden mahti. Ne vaikuttavat jokapäiväiseen yhteiskunnalliseen ja sosiaaliseen elämäämme ainakin niin kauan, kunnes markkinoiden ja luonnonvarojen kantokyvyn todelliset rajat tulevat vastaan, jolloin jatkuvan talouskasvun doktriini joudutaan korvaamaan jollakin toisella. Toisaalta markkinoiden luonnonlait eivät ole, toisin kuin oikeat luonnonlait, täysin riippumattomia sosiaalisista, ihmisten välisistä, sopimuksista. Niihin voidaan puuttua ja niitä voidaan periaatteessa säätää, jos tahtoa löytyy. Viime kädessä onkin kysymys siitä, onko ihminen markkinoita vai markkinat ihmistä varten. Markkinoiden luonnonlait eivät itsessään ole oikeistolaisia, vasemmistolaisia tai vihreitä. Kyse on arvovalinnoista.

Myös yksittäisinä kuluttajina teemme näitä arvovalintoja joka päivä. Omat kulutustottumuksemme määräävät hyvin paljon sen, mihin maailman tuotanto keskittyy ja miten tuotantoa saadaan aikaan. Jopa suuret monikansalliset yritykset ja näiden osakkeenomistajat, eli pääoman edustajat, ovat valmiita ja viime kädessä jopa pakotettuja kuuntelemaan markkinoiden, eli viime kädessä kotitalouksien ja kuluttajien, ääntä.

Julkaisu koostuu seuraavista osioista: Raha, Markkinat, Voitto, Pääoma sekä Kolikon toinen puoli. Ensimmäinen osio kertoo, mitä raha on ja miksi korko on rahan hinta. Osiossa käsitellään korolle koron laskemisen ihmettä sekä inflaatiota, eli rahan arvon alenemista. Nämä peruskäsitteet on syytä hallita ennen kuin voi tutkia markkinoita, sillä markkinoilla rahaa vaihdetaan erilaisiin hyödykkeisiin.

Julkaisun toinen osio esittelee markkinoita ja markkinoiden toimijoita sekä kansantalouden kiertokulkua. Lukija johdatetaan kysynnän ja tarjonnan analysoimisen maailmaan, joka loppujen lopuksi on aika yksinkertainen. Joskus lukijasta voi tuntua siltä kuin arkijärjellä selitettävästä asiasta tehtäisiin turhan monimutkainen erilaisine käyrineen ja piirroksineen. Osiossa esitetty kysyntä-tarjonta-kehikko on kuitenkin vahva ajatustyökalu silloin kun halutaan tutkia erilaisten vaihtoehtojen vaikutuksia kuluttajien ja yritysten valintoihin ja käyttäytymiseen markkinoilla. Myös markkinoinnin ja asiakkuuden hallinnan käsitteitä

sivutaan, koska niillä on oma tärkeä merkityksensä kysynnän luomisessa ja ylläpitämisessä markkinoilla.

Kolmas osio käsittelee voiton ja yritystoiminnan merkitystä. Vain voitollinen yritystoiminta voi jatkua ja luoda hyvinvointia yhteiskuntaamme. Harva meistä on lisäksi pohtinut, miksi yrityksiä ylipäättään on olemassa ja tähänkin kysymykseen saadaan vastaus tässä osiossa.

Neljäs osio tarkastelee pääoman merkitystä. Käsitteenä pääoma on ehkä omiaan herättämään varsinkin vanhemmassa lukijakunnassa muistoja menneiltä vuosikymmeniltä. Niinpä niin, ei Karl Marx ehkä loppujen lopuksi sittenkään kovin väärässä ollut, vaikka kommunismi, maailmanhistorian suurin talouspoliittinen kokeilu, epäonnistui. Kuitenkin myös vasemmiston edustaja joutuu tänä päivänä myöntämään sen, että yksityinen omistusoikeus ja mahdollisuus pääomien kerryttämiseen ovat vapaiden ja demokraattisten markkinoiden tukipylväitä. Ilman niitä eläisimme totalitarismissa.

Julkaisun viimeinen, viides osio, on nimetty kolikon toiseksi puoleksi. Aiemmin kirjassa esitettyjä asioita halutaan nyt katsoa toisesta näkökulmasta. Rahan, markkinoiden, voiton maksimoinnin ja pääoman kartuttamisen kriittinen tarkastelu on paikallaan jo senkin vuoksi, että ne eivät ratkaise läheskään kaikkia inhimillisen elämän ongelmia. Myös voiton maksimoinnilla on hintansa ja kysymys kuuluukin, voisiko voittoa optimoida maksimoinnin sijaan.



RAHA

RAHA

RAHA ON VAIHDON VÄLINE

Raha on niin itsestään selvä asia elämäämme, että tuskin tulemme vaivanneeksi ajatuksiimme sillä, mitä käsitteen raha taakse kätkeytyy. Mitä raha on? Raha on yksinkertaisesti sanottuna vaihdon väline. Sen sijaan, että meidän tarvitsisi joka päivä vaihtaa tuotteita tai palveluksia niiden kanssa, joiden tuotteita tai palveluksia haluamme ostaa, vaihdamme rahaa näitä hyödykkeitä vastaan.

Ajatellaan, että olisit ammatiltasi pöydän tekijä. Aina kun haluaisit ostaa jotain, sinun pitäisi maksaa tekemilläsi pöydillä. Jos haluaisit tehdä vaikka ulkomaanmatkan, pitäisi sinun ottaa pöytiä mukaan matkalle matkavaluutaksi. Mitä jos ulkomailla ei yhtäkkiä enää arvostettaisikaan juuri sinun tekemiäsi pöytiä? Paljon helpompaa on kuljettaa mukanaan rahaa – tai muovikorttia.

Tehokkaalta vaihdon välineeltä vaaditaan seuraavia ominaisuuksia:

- » Sen on säilytettävä arvonsa ajan kuluessa, eikä se saa pilaantua
- » Se on voitava tunnistaa rahaksi helposti ja nopeasti
- » Kaikkien on voitava hyväksyä se yleisenä vaihdon välineenä
- » Sitä on voitava helposti kantaa mukanaan niin kotimaassa kuin ulkomailla.¹

Kuka keksi rahan tai missä raha keksittiin? Karvonen esittelee omalla sivustollaan erinomaisen katsauksen rahan käytön vaiheittaiseen historiaan, mistä osin mukailen on alla esitetty valikoituja otteita.²

Ennen rahan keksimistä ihmiset kävivät kahdenkeskistä vaihtokauppaa, jossa tavara vaihtui tavaraan. Tämä oli kuitenkin hankalaa, sillä kaupan osapuolet eivät välttämättä halunneet sitä tavaraa, mitä toinen tarjosi. Tämä ongelma ratkesi, kun vaihdon välineenä alettiin käyttää sellaisia tavaroita, joiden arvon pystyi määrittämään ja jotka itsessään kelpasivat vaihdon välineeksin. Tällaisia tavaroita olivat esimerkiksi karja, turkikset (Suomessa mm. oravannahka) ja helmet.

Vähitellen jalometallit syrjäyttivät tavaran vaihdon välineenä. Aluksi jalometalleja käytettiin harkkoina tai renkaina, joista murrettiin kaupan kohteen arvoa vastaava pala. Pian erisuuruisia metallinpaloja alettiin murtaa etukäteen valmiiksi kauppatapahtumia varten ja lopulta määrätyn kokoisiin ja muotoisiin metallinpalasiin alettiin lyödä leimoja, joissa ilmoitettiin metallirahan arvo. Tästä ei ollut enää pitkä matka paperirahaan, jonka arvo perustuu puhtaasti käyttäjien luottamukseen siitä, että paperirahassa ilmoitettu rahamäärä vastaa maksuvälineen arvoa. Lopulta rahasta on tullut pelkkiä tietokoneelta toiselle siirrettäviä numeroita, joiden virtaa hallitaan erilaisilla maksukorteilla ja tilisiirroilla.

KORKO ON RAHAN HINTA

Rahaa voidaan ostaa ja myydä kuten mitä tahansa hyödykettä. Toisilla on rahaa ja toisilla ei ole rahaa. Ne, joilla on rahaa, voivat kuluttaa tässä hetkessä niin kuin haluavat. Ne, joilla ei ole rahaa, eivät voi kuluttaa halujensa ja tarpeidensa mukaan, mutta ne, joilla on ylimääräistä rahaa, voivat lainata sitä niille, joilla sitä ei ole.

Mitä vahvempi tarve henkilöllä on kuluttaa juuri tällä hetkellä, sitä kiihkeämmin hän on valmis ottamaan rahaa velaksi joltakin toiselta ja sitä kovemman hinnan hän on valmis maksamaan lainaamastaan rahasta. Rahan hintaa kutsutaan korkoksi. Korko riippuu rahan kysynnästä ja siitä kuka kysyy. Jos rahan yleinen kysyntä on suurta, ovat korotkin yleensä suuret. Sellaiselta henkilöltä, joka on epävarma takaisinmaksaja, vaaditaan yleensä korkeampaa korkoa kuin sellaiselta, joka varmasti maksaa lainansa takaisin. Epävarmuus nostaa hintaa. Luottotappioriski on katettava korkeammalla korolla.

Korko on siis korvaus siitä, että voimme kuluttaa huomisen sijasta jo tänään. Sille, joka lainaa rahaa toiselle, kuuluu korko siitä, että hänen varallisuuttaan on siirtynyt lainaksi toiselle. Nythän rahan lainaksi antanut ei voi itse kuluttaa niin paljon kuin ennen lainan antamista. Toisaalta, hän joka otti velaksi rahaa toiselta, on velvollinen maksamaan rahan lainaajalle palkkioksi lainasta korkoa, koska nyt hänkin voi puolestaan kuluttaa jo tänään.

Jos tarvitset asunnon itsellesi ja perheellesi, on luonnollista, että otat pankista asuntolainaa. Tuskin jaksat odottaa 30 vuotta, että olet saanut rahat säästettyä. Silloin on jo liian myöhäistä. Tarve on nyt ja 30 vuotta on pitkä aika ihmiselämässä. Olet siis valmis maksamaan siitä, että voit hankkia asunnon jo tänään.

¹ Anderson 2000, 14.

² Erkki Karvonen. 1999. Pääoma on notkein olento maan päällä. Talouskin tarvitsee sopimista pelisäännöistä. <http://www.uta.fi/~tierka/paaoma.html>. Vierailtu 15.5.2014.

IHME NIMELTÄ KORON KORKO

Korolle koron laskemisesta käytetään usein esimerkkinä tarinaa shakkipelin keksimisestä. Tarinan mukaan peli keksittiin Intiassa 500-luvulla erään ruhtinaan ajankuluksi. Ruhtinas ihastui peliin niin paljon, että lupasi täyttää keksijän minkä tahansa toiveen.

Shakkipelin keksijä pyysi palkinnokseen vehnänjyviä seuraavasti: Shakkipelissä on 64 ruutua ja keksijä halusi yhden riisinjyvän ensimmäiselle ruudulle, kaksi jyvää toiselle ruudulle, neljä jyvää kolmannelle ruudulle, kahdeksan jyvää neljännelle ruudulle, kuusitoista jyvää viidennelle ruudulle ja niin edelleen. Kyse on yksinkertaisesta potenssiin korottamisesta, jonka lopputulos saadaan laskemalla $(2^{64} - 1)$.³ Jutun juju on siinä, että viimeiselle ruudulle tulee niin paljon vehnänjyviä, ettei edes koko maailman nykyinen tuotanto riittäisi sitä täyttämään! Tarinan erään version mukaan ruhtinas oli ensin loukkaantunut niin mitättömästä palkkiopyynnöstä kuin jokusesta vehnänjyvästä.

Monelle meistä vehnänjyvät eivät riitä avaamaan korolle korkoa laskemisen ihmettä, joten on ehkä syytä pitäytyä konkreettisemmassa esimerkissä. Vaikka esimerkit ovat aina ”vain” esimerkkejä, on seuraavan esimerkin sanoma puhutteleva. Ajatellaan kahta henkilöä, jotka molemmat sijoittavat rahojaan pitkällä aikavälillä tarkoituksenaan viettää leppoisia eläkepäiviä.⁴

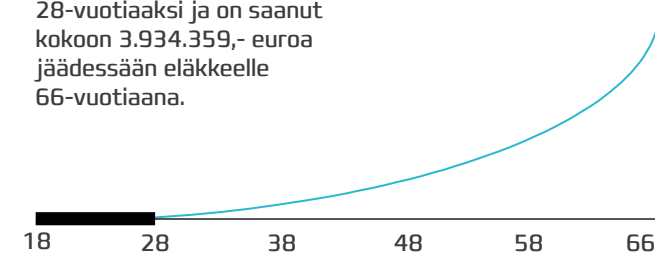
1] Antti Aikainen alkaa sijoittaa rahojaan samana päivänä, kun hän täyttää 18 vuotta ja valmistuu ammattikoulusta LVI-asentajaksi. Hän sijoittaa joka vuosi kymmenen vuoden ajan 6.000,- euroa osakemarkkinoille ja saa sijoituksistaan keskimäärin 10 % vuotuisen tuoton. Antti aikoo jäädä eläkkeelle vasta 66-vuotiaana uuden eläkejärjestelmän mahdollistamana. Hän lopettaa sijoittamisen 28-vuotiaana, koska avioituu ja perustaa perheen. Antti ei kuitenkaan koske siihen mennessä kertyneisiin säästöihinsä 38 vuoteen ennen kuin täyttää 66 vuotta. Antin säästöt siis kasvavat passiivisesti korolle korkoa joka vuosi ennen eläkevuosien alkamista. Paljonko Antilla on säästöissä, kun hän jää eläkkeelle?

2] Matti Myöhäinen valmistuu 18-vuotiaana ylioppilaaksi ja päättää jatkaa opintojaan korkeakoulussa. Hän valmistuu 28-vuotiaana, avioituu ja perustaa perheen sekä aloittaa työuransa. Hän alkaa samalla sijoittaa 6.000,- euroa joka vuosi osakemarkkinoille ja saa sijoituksistaan keskimäärin 10 % vuotuisen tuoton. Matti jatkaa vuotuista sijoittamista 38 vuotta aina 66 ikävuoteen asti, jolloin hän jää eläkkeelle. Mattin sijoitukset, kuten Antinkin sijoitukset, ovat kasvaneet korolle korkoa samalla kun uusia sijoituksia on tehty, eikä pääomaan ole kajottu. Paljonko Matilla on enemmän säästöissä kuin Antilla, kun hän jää eläkkeelle?

Ensi näkemältä vaikuttaisi siltä, että Matti on todellakin saanut säästettyä itselleen suuremman omaisuuden. Onhan Matti sijoittanut 28-vuotiaasta asti 38 vuoden ajan joka vuosi 6.000,- euroa 10 % korolla. Antti puolestaan sijoitti saman vuotuisen summan vain 10 vuoden ajan 28-vuotiaaksi asti.

Mutta kun katsomme lopputulosta, voimme todeta, että näin ei ole (kuvio 1). Antin säästöt ovat kasvaneet 3.934.359,- euroon ja Matti on toki hänkin saanut kasaan kunnioitettavan 2.402.663,- euron omaisuuden. Se, missä Matti hävisi, on aika. Mitä nuorempana sijoittamisen, eli korolle korkoa kerryttämisen aloittaa, sitä suurempi sen vaikutus on!

Antti säästää 6.000,- euroa
vuodessa 18-vuotiaasta
28-vuotiaaksi ja on saanut
kokoon 3.934.359,- euroa
jäädessään eläkkeelle
66-vuotiaana.



Matti säästää 6.000,- euroa
vuodessa 28-vuotiaasta alkaen
38 vuoden ajan ja on saanut
kokoon 2.402.663,- euroa
jäädessään eläkkeelle
66-vuotiaana.



Kuvio 1. Ihme nimeltä korko

Vaikka esimerkin säästösummat ovat keksittyjä, ei itse asia muutu miksikään. Esimerkin huikeat loppusummat ovat mahdollisia sillä varauksella, että säästetyille rahoille saa keskimäärin 10 %:n vuotuisen tuoton. Toisaalta esimerkissä on se totuus, että mainitut vuotuiset säästösummat ovat oikeasti mahdollisia ainakin joillekin henkilöille muutenkin kuin teoriassa. Nuorella, esimerkiksi juuri valmistuneella LVI-asentajalla, jolla ei ole opintolainaa, on itse asiassa käytännössä paremmat lähtökohdat aloittaa säästäminen heti valmistuttuaan kuin esimerkiksi korkeakoulututkinnon suorittaneella, jolla on pitkän opiskeluputken aikana kertynyt paljon opintolainaa. Tämä tietysti edellyttää sitä, että saa heti valmistuttuaan työpaikan ja että osaa elää säästäväisesti.

Ja jos puolitetaan vuotuinen sijoituspanos 3.000,- euroon, voi lähes jokainen tulevaisuuden 18-vuotias käden taitaja, joka saa työpaikan, säästää 250,- euroa kuussa 10 vuoden ajan edellyttäen että on valmis luopumaan muista asioista kymmeneksi vuodeksi. Ja jos muistaa pitää näppinsä erossa pesämunastaan, ei korkeakoulututkinnon suorittanut kollega voi kuin ihmetellä eläkepäivillään, että missä meni vikaan.

Toisaalta, jos kaikki tekisivät niin kuin Antti ja Matti, pienenesi kansantalouden kokonaiskysyntä 500,- (tai 250,-) euroa kuukaudessa kaikkien kohdalla. Tämä rahavirtojen ohjautuminen säästämiseen johtaisi siihen, että ainakin joidenkin yritysten myynti ja liikevaihto pienenesi, eivätkä nämä yritykset tai pörssiyrityt olisi enää yhtä kannattavia. Taloudessa kaikki asiat vaikuttavat kaikkiin asioihin. Toisen voitto on toisen tappio.

³ Luku kaksi kerrottuna itsellään 64 kertaa miinus yksi.

⁴ Alkuperäinen esimerkki löytyy Richardsonin teoksesta (1993, 21–23). Esimerkkiä on mukautettu Suomen olosuhteisiin.

INFLAATIO SYÖ RAHAN ARVOA

Inflaatio tarkoittaa rahan arvon alenemista eli yleistä hintatason nousua. Se tarkoittaa käytännössä sitä, että jos sinulla on taskussasi tänään sata euroa ja jos hinnat nousevat huomenna, niin et enää huomenna saa sadalla eurollasi niin paljon kuin olisit saanut tänään.

Inflaatio on myrkkyä kansantalouden kilpailukyvyille ja yksittäiselle kuluttajalle, koska pienentää yksittäisen kuluttajan kuukausipalkan ostovoimaa ja nostaa oman maan hintatasoa verrattuna kilpailevien maiden hintatasoon. Inflaatio on seurausta yleisestä rahan määrästä, rahan kiertonopeudesta ja taloudellisen toimeliaisuuden määrästä.

Vanhoina hyvinä aikoina voitiin kansantaloutta rahoittaa setelipainolla, mutta rahan määrän lisääminen johti monissa tapauksissa voimakkaaseen inflaatioon eli hintatason nousuun. Tämä voitiin puolestaan kompensoida kyseisen maan valuutan devalvoinnilla, eli valuutan arvon alentamisella. Näin voitiin keinotekoisesti puuttua hintatasoon ja kilpailukykyyn. Nykymaailmassa tämä ei ole enää mahdollista. Keskuspankkien tavoitteena on hillitä inflaatiota. Devalvaatiot ovat lisäksi historiaa. Se, mitä jää jäljelle, ja minkä toivotaan joustavan, on työn hinta.

Miksi inflaatio on niin paha asia ja mihin se johtaa? Ajatellaan yritystä, joka myy tuotteitaan asiakkailleen tietyllä hinnalla. Yritys ostaa raaka-aineita eri toimittajilta ja jalostaa ne eteenpäin myytäväksi. Yritys toimii vuokratiloissa ja sillä on ulkopuolista henkilökuntaa. Aika ajoin raaka-aineiden myyjät, vuokranantaja sekä työntekijät vaativat korotuksia omiin hintoihinsa. Mikäli yritys ei siirtäisi näitä hinnankorotuksia omille asiakkailleen nostamalla vastavuoroisesti myös itse hintojaan, alkaisi sen tulos heiketä. Mikäli yleinen kustannustason nousu jatkuisi, mutta asiakkaille myytävien tuotteiden hinnat pysyisivät samoina, saattaisi yritys jopa alkaa tuottaa tappiota. Siksi yhden tuotannon tekijän hinnan korottaminen alkaa siirtyä hyvin nopeasti myös muiden tuotannon tekijöiden ja lopputuotteiden hintoihin.

Inflaatio on myös yksi syy siihen, että on järkevää sijoittaa säästöt muualle kuin pankkitilille. Tällä hetkellä se korko, mitä pankit maksavat tavallisilta käyttötileiltä, on niin pieni, että se ei riitä kattamaan inflaation aiheuttamaa rahan arvon alenemista. Inflaatio siis syö koko ajan pankkitileillä makaavien varojen arvoa.

Euroalueen inflaatio oli huhtikuussa 2014 0,7 prosenttia ja Suomessa vastaavana ajankohdantana 1,1 prosenttia. Euroopan keskuspankin tavoitteena on pitää inflaatio kahden prosentin tuntumassa pitkällä aikavälillä. Alla on esitetty esimerkki kuluttajahintojen vuosimuutoksesta ja siihen vaikuttavista asioista.

Inflaatio pysyi huhtikuussa 1,1 prosentissa⁵

Tilastokeskuksen laskema kuluttajahintojen vuosimuutos oli huhtikuussa 1,1 prosenttia. Inflaatio oli sama myös maaliskuussa. Huhtikuussa kuluttajahintoja nostivat vuodessa eniten vuokrankorotukset ja avohoito- ja sairaalapalveluiden kallistuminen. Ravintola- ja kahvilapalveluiden ja alkoholijuomien hinnankorotuksilla oli myös vaikutusta inflaatioon. Kuluttajahintojen nousua taas hillitsi huhtikuussa vuoden takaisesta eniten viihde-elektronikan, elintarvikkeiden, polttonesteiden, ja omakotitalokiinteistöjen halpeneminen. Maaliskuusta huhtikuuhun kuluttajahinnat nousivat 0,1 prosenttia. Tilastokeskuksen haastattelijat keräävät indeksiä varten kaiken kaikkiaan noin 50 000 hintatietoa lähes 500 hyödykkeestä noin 2 700 liikkeestä aina kuukauden puolivälissä. Lisäksi noin 1 000 hintatietoa kerätään keskitetysti. Kuluttajahintaindeksin käyttäjän käsikirja löytyy kuluttajahintaindeksin kotisivulta tilastokeskus.fi -palvelusta.

Suomen tilanne on edelleen hyvä inflaation suhteen. Hintojen vakaus on ollut omiaan kasvattamaan kuluttajien luottamusta omaan ja maan talouteen. Hillitty inflaatio pitää myös yleisen korkotason kurissa. Keskuspankilli ei ole tarvetta koron nostoilla hillitä kulutusta ja hintojen nousua, mikä on tehnyt tilanteen otolliseksi esimerkiksi asuntolainan ottamiseen.

Mutta on muistettava, että asuntolainoja otetaan usein vuosiksi, ellei peräti vuosikymmeniksi, eteenpäin. Nykyisin jotkut pankit tarjoavat asuntolainoja jopa 30–60 vuoden takaisinmaksulla. Korkotaso voi kuitenkin nousta lähitulevaisuudessa. Tämä olisi syytä ottaa huomioon lainasuunnitelmia tehtäessä.



MARKKINAT

MARKKINAT⁶

KULUTTAJA ON MARKKINOIDEN KRUUNAAMATON KUNINGAS

Talouden pienin yksikkö, josta markkinat ja niiden kokonaiskysyntä muodostuu, on kuluttaja, eli siis me kaikki ihmiset yhdessä ja erikseen. Me ostamme ja myymme (tai puolestamme ostetaan ja myydään) hyödykkeitä lähes joka päivä syntymästä kuolemaan asti. Hyödykkeillä tarkoitetaan tässä yhteydessä niin julkisia kuin yksityisiäkin tuotteita ja palveluita.

Me ostamme, siis kulutamme, tuotteita ja palveluita, joista maksamme ennalta sovitun hinnan. Meillä on kuluttajina loppujen lopuksi uskomaton voima käsissämme – tai pikemminkin lompakossamme. Omalla ostovoimallamme pidämme yllä tätä yhteiskuntaa siinä muodossa kuin sen nykyisin tunnemme.

Kun esimerkiksi aamulla heräämme ja keitämme aamukahvin, tulemme samalle huomaamattamme kuluttaneeksi Etelä-Amerikasta tuotetun kahvin lisäksi sähköä paikalliselta sähköyhtiöltä, posliinista kahvimukiamme, jääkaapista esille ottamaamme kahvimaitoa, keittiön kalustoa, paikallisen vesilaitoksen vettä kahvin keittämiseen ja kahvimukin tiskaimiseen ja niin edelleen. Huomaamme, että lähes kaikki mitä teemme, liittyy tavalla tai toisella kuluttamiseen. Ja kuluttaminen edellyttää ostamista ja rahan käyttämistä. Ja kun ostamme, luomme samalla yrityksille liikevaihtoa, jonka ansiosta yritykset voivat palkata työntekijöitä, jotka puolestaan voivat keittää oman aamukahvinsa.

Kuluttajina meillä on hallussamme valtava voima, jonka merkitystä emme täysin edes ymmärrä. Jos haluaisimme, voisimme panna polvilleen minkä tahansa yrityksen maailmassa, mikäli vain olisimme samanaikaisesti yhtä mieltä teon oikeutuksesta. Samoin voisimme kaksinkertaistaa monen yrityksen liikevaihdon vain suuntaamalla lompakkomme ostovoiman kyseisen yrityksen kassakoneen kilinäksi.

Yritykset tietävät tämän, vaikkakin monet niistä käyttäytyvät nykyään kuin olisivat unohtaneet sen tosiasian, että asiakas on kuningas. Toisaalta liiallinen asiakkaan suuntaan kumarminen ei sekään ole pelkästään hyvästä. Yrityksen on huolehdittava myös omasta kannattavuudestaan, muuten se ei voi kovin kauan olla palvelemaan asiakkaitaan.

Yritykset tunnustavat ja tunnistavat kuluttajien voiman ja pyrkivät tietoisesti ohjaamaan näiden ostokäyttäytymistä. Yksinkertaisesti sanottuna yritykset haluavat, että ostamme niiltä enemmän. Toisaalta, mitä enemmän ostamme joltakin tietyltä yritykseltä, sitä vähemmän meillä on mahdollisuuksia ostaa muilta, koska yleensä käytettävissä olevat varamme eivät ole rajattomat. Yritykset ovat niin sanotusti saman puurokupin äärellä ja puuroa on jaossa vain rajallinen määrä.

Kuluttajat vaikuttavat omilla valinnoillaan siihen, mikä menee kaupaksi ja mikä ei. Toisaalta kuluttajien tarpeet kehittyvät, vaihtelevat ja muuttuvat ajan kuluessa ja toisaalta yritykset pyrkivät vaikuttamaan siihen, että kuluttajat valitsisivat juuri heidän tuotteensa. Markkinoilla onkin käynnissä ankara eloonjäämiskamppailu siitä, kuka saa voitettua puolelleen eniten ja oikeanlaisia asiakkaita. Markkinoilla käydään alituista vuoropuhelua yritysten ja kuluttajien, ostajien ja myyjien välillä.

Kuluttajien käyttäytymistä säätelevät heidän tarpeensa ja halunsa saada jotakin tuotetta tai palvelua. Halu muuttuu ostopäätöksiksi, mikäli kuluttajalla on käytössään kaupan tekemiseen vaadittava rahasumma. Myyjät tietävät tämän ja pyrkivät tekemään ostamisen kynnyksen mahdollisimman matalaksi tarjoamalla esimerkiksi osamaksua, mikäli ostopäätöksen esteenä sattuisi olemaan rahan puute.

Tarpeista puhuttaessa viitataan usein Abraham Maslowin aikanaan kehittämään tarvehierarkiaan⁷, jonka perusidea on se, että ihminen tyydyttää ensin eloonjäämisen tarpeitaan, kuten ruoka ja juoma sekä vaatetus ja vasta sitten sosiaalisia sekä itsensä toteuttamisen tarpeitaan. On selvää, että ihminen on biologinen olento, joka toimii yksilönä sosiaalisessa ympäristössä. Eloonjääminen on ehdoton edellytys sille, että muita kulutustarpeita voi syntyä ja että nämä tarpeet voidaan tyydyttää myös jatkossa.

Kuluttaja on markkinoiden pienin yksikkö, joka viime kädessä tekee päätöksen siitä, kuka saa palasen hänen ostovoimaansa. Kuluttaja on edelleen markkinoiden kruunaamaton kuningas – usein tietämättään tai ymmärtämättään. Kruunu odottaa yhä noutajaansa!

6 Tämän osion lähteinä on käytetty pääasiallisesti kirjallisuusluettelossa mainittuja Eklundin (1990), Slomanin (1991) ja Varianin (1990) teoksia, joiden sivuilta tekijä on aikoinaan opiskellut esiteltyjä perusasioita. Suomen kielellä on saatavana useita vastaavia ajantasaisia perusteoksia, joihin lukijaa kannustetaan tutustumaan. Suuri osa talousteorian oppikirjojen mikrotalousteorian perussisällöstä on lähes ajatonta ja samansisältöistä julkaisijasta ja julkaisuajankohdasta riippumatta.

7 Maslow 1954, 35–58.

OLETTAMUS RATIONAALISESTA KULUTTAJASTA TÄYDELLISEN INFORMAATION MAAILMASSA^B

Talousteoriassa oletetaan, että ihmiset tekevät rationaalisia, järkipäisiä, päätöksiä. Tähän perusolettamukseen liittyy ajatus siitä, että jokainen markkinoilla toimiva kuluttaja tai yritys tekee päätöksensä perusteellisen pohdinnan ja laskennan jälkeen. Kaikista toimista oletetaan tehtävän niin sanottuja tuotto-kustannus -laskelmia, eli kaikkien markkinoiden vaihtotapahtumien taustalla on tietoa siitä, mitä kustannuksia vaihdosta aiheutuu ja mitä hyötyjä siitä on saatavissa. Ihmisten oletetaan pystyvän selvittämään nämä kustannukset ja tuotot sekä toimimaan markkinoilla siten, että he saavat korkeimman mahdollisen hyödyn niille resursseille ja omaisuudelle, joka heillä on käytössään. Jos vaihtotapahtumasta aiheutuvat kustannukset ovat suuremmat kuin hyödyt, tulee vaihdosta pidättäytyä ja päinvastoin. Joka tapauksessa tulee hyötyjen vastata kustannuksia, jotta vaihto kannattaa.

Tämä edellyttää luonnollisesti erittäin hyviä tietoja kaikista erilaisista vaihtoehtoista ja sitä, että kuluttajat esimerkiksi koko ajan päivittävät tietojään ja että tämä tieto on parasta mahdollista saatavilla olevaa tietoa. Lisäksi ihmisten tulee oikeasti pystyä arvioimaan valintojensa kustannus- ja tuottovaikutuksia. Nämä vaatimukset eivät kuitenkaan ole mahdollisia oikeassa elämässä, vaikka talousteoreettiset oletukset pohjautuvatkin täydellisen informaation ja hyötyjään maksimoivan rationaalisen kuluttajan perushypoteeseihin.

Ehkä voimme kuitenkin lähteä siitä olettamuksesta, että ihmiset pyrkivät jollakin tapaa maksimoimaan hyötyjään ja minimoimaan kustannuksiaan omassa käyttäytymisessään. Ihmiset pyrkivät hyödyntämään sitä tietoa, mitä heillä on markkinoista, päästäkseen omalta kannaltaan parhaimpaan mahdolliseen lopputulokseen. Se, mitä on yllä todettu ihmisistä, kuluttajista, pätee myös vastaavalla tavalla yritysten päätöksentekoon.

On kuitenkin erotettava lyhyen ja pitkän aikavälin hyödyn maksimointi. Lyhyellä aikavälillä moni tekemämme ratkaisu tuntuu järkipäiseltä valinnalta, mutta osoittautuukin pitkässä juoksussa typeryydeksi. Valitettavasti tulevaisuutta on vaikea ennustaa, eikä siis kaikki mahdollinen tieto ole kuluttajien käytössä.

MARGINAALITUOTOT JA -KUSTANNUKSET KULUTTAJIEN PÄÄTÖSTEN TAKANA

Minkälaisia voisivat olla ne harkinnat ja laskelmat, joiden pohjalta kuluttajat ja yritykset toimivat markkinoilla? Miten tapahtuu hyödyn maksimointi?

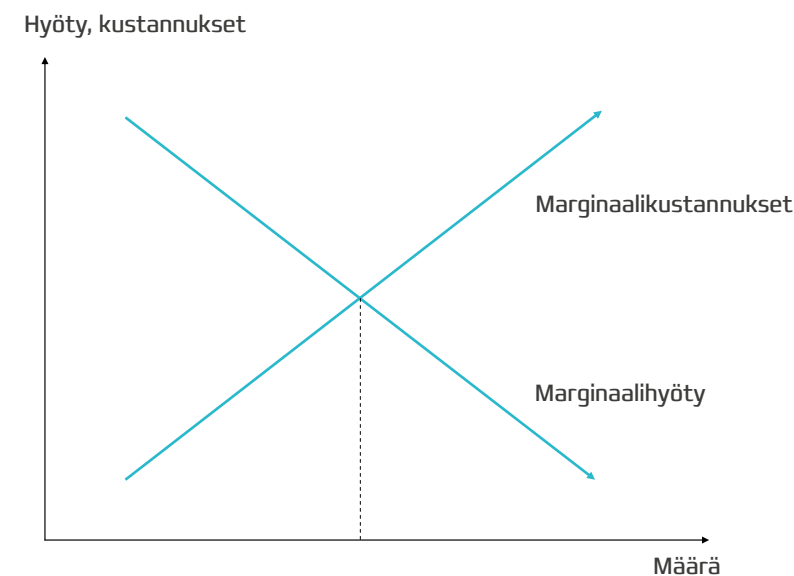
Ratkaisevaa päätöksenteossa ei ole se, mitä on tapahtunut aiemmin, vaan se, mitä tapahtuu nyt. Päätöksenteossa ratkaisevaa on, mitä seuraavasta päätöksestä seuraa. Yrityksessä ei esimerkiksi uutta työntekijää palkatessaan pohdita, mitä aiemmin palkatut henkilöt tuottavat, vaan mitä uuden työntekijän ajatellaan tuottavan. Kuluttajat eivät pohdi, mitä mielihyvää saivat äsken syömästään jäätelöstä, vaan sitä mielihyvää, mitä mahdollisesti seuraava jäätelö heille tuottaa.

Se hyöty, minkä kuluttajat saavat kuluttaessaan vielä yhden tuotteen tai palvelun, on nimeltään marginaalihuöty. Sitä tuottoa, minkä yritykset saavat myydessään vielä yhden tuotteen tai palvelun, kutsutaan marginaalituotoksi. Näitä lisäyksiä kuluttajan tai yrityksen saamassa hyödyssä tai tuotossa verrataan taloudellisessa analyysissä siihen marginaalikustannukseen, jonka vielä yhden panoksen antaminen tai uhrauksen tekeminen merkitsee.

Näissä laskelmissa marginaalikustannusten oletetaan nousevan. Se tarkoittaa sitä, että kustannukset yhden lisätuotteen tai -palvelun valmistamisesta tai tuottamisesta lisääntyvät. Tämä johtuu siitä, että suhteellisesti enemmän resursseja tulee ottaa käyttöön, jotta voidaan valmistaa vielä yksi yksikkö. Yksilötasolla ajatellaan henkilön uhrausten nousevan: jokainen lisätyötunti vaati enemmän uhrauksia kuin edellinen.

Vastaavasti ajatellaan, että marginaalihuöty tuotteen tai palvelun lisääntyvästä kulutuksesta on laskeva. Jokainen jäätelö, jonka syömmme lisää, antaa meille todennäköisesti yhä vähemmän nautintoa. Lopulta alamme jo voida pahoin ja lisähuöty on pian negatiivinen.

Koska taloudellisesti toimivat markkinoiden toimijat, kuluttajat ja yritykset, haluavat maksimoida huötynsä, niiden kannattaa verrata marginaalikustannuksia marginaalituottoihin. Taloudellinen vaihdanta jatkuu niin kauan kunnes marginaalikustannukset ja marginaalituotot ovat yhtä suuret. Tämän jälkeen tuotot jäisivät kustannuksia pienemmiksi ja vaihdannasta aiheutuisi tappiota. Tätä selvennetään oheisella kuviolla 2.



Kuvio 2. Rationaalinen päätöksenteko: kuluttaminen jatkuu, kunnes marginaalihuöty on pienempi kuin marginaalikustannukset

MARKKINA ON KOHTAAMISPAIKKA

Sana markkina tulee englannin kielen sanasta 'market place', eli markkinapaikka. Käytännössä tämä on tarkoitettu toria tai muuta vastaavaa paikkaa, jossa ostajat ja myyjät ovat voineet kohdata toisensa. Myyjälle olisi työlästä alituisesti kiertää talosta taloon myymässä tuotteitaan. Ostajalle olisi aivan yhtä työlästä, jos hänen pitäisi etsiä myyjä käsiinsä aina eri paikasta. Helpointa on tavata samassa paikassa, jonka kaikki tuntevat.

Nykypäivän tori on viime vuosien aikana yhä enemmän siirtynyt Internetiin. Tuotteiden hintoja ja ominaisuuksia on helppo verrata keskenään ja ostopäätöksen voi tehdä hiiren klikkauksella.

Markkinoiden toiminta edellyttää markkinainformaatiota ja luottamusta. Markkinainformaatiolla tarkoitetaan, että kuluttajilla on saatavilla kaikki tarvittava tieto ostopäätöksensä perustaksi. Käytännössä täydellisen markkinainformaation saaminen voi olla vaikeata tai jopa mahdotonta. Ostopäätökset on tehtävä oletusten ja arvailujen varassa. Jos tuote täyttää tietyt odotusarvot, emme ainakaan pety ja ehkä ostamme samalta myyjältä uudelleen.

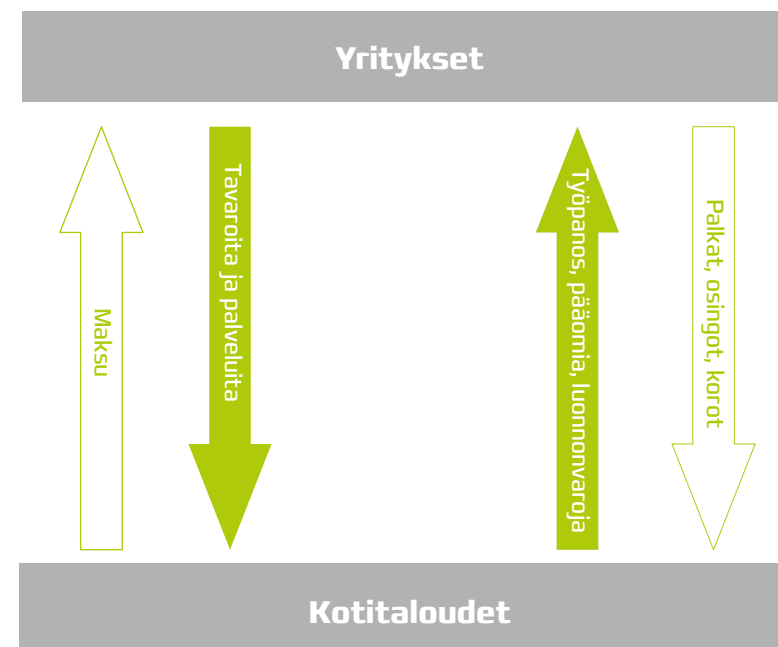
Luottamus on ehdoton edellytys kaupan päättämiseksi. Ilman luottamusta ei synny kauppia, sillä jos epäilen, että tullen huijatuksi, en osta myyjältä. Luottamus rakentuu pikku hiljaa kokemuksen myötä sekä myyjän maineen perusteella. Ihmisten on luontaista kertoa muille tai ainakin oman lähipiiriin jäsenille, jos he tietävät, että myyjä on luotettava tai epäluotettava.

Markkinoilla kysyntä ja tarjonta kohtaavat. Markkinoiden tehtävänä on tasapainottaa kysyntä ja tarjonta. Puhutaankin kysynnän ja tarjonnan laista. Sillä tarkoitetaan kysynnän ja tarjonnan vuorovaikutusta, jonka kautta markkinoilla muodostuu kysynnän ja tarjonnan tasapainottava hinta.

KANSANTALouden KIERTOKULKU

Yksinkertaisimmillaan markkinat koostuvat kuluttajien muodostamista kotitalouksista sekä yrityksistä. Kotitaloudet antavat yritysten käyttöön omistamiaan tuotannontekijöitä – työvoimansa, omistamiaan luonnonvaroja ja pääomia – ja saavat vaihdossa yrityksiltä palkka-, korko- ja osinkotuloja. Yritykset käyttävät työvoimaa, luonnonvaroja ja pääomia tuottaakseen tuotteita ja palveluita, joita ne myyvät kotitalouksille. Kotitaloudet maksavat tuotteista ja palveluista niillä rahoilla, joita ne ovat saaneet myydessään työvoimaansa ja lainatessaan pääomiaan yrityksille.

Tällä tavalla kuvattuna yhteiskunta esittäytyy meille kiertokulkuna. Tuotannontekijöitä muutetaan tuotteiksi ja palveluiksi, joita myydään edelleen kotitalouksille (tuotevirta). Näitä vastaa rahavirta: yritykset maksavat palkkaa ja osia voitoistaan kotitalouksille ja kotitaloudet maksavat näillä tuloilla ostaakseen tuotteita ja palveluita yrityksiltä. Tätä havainnollistetaan seuraavassa kuviossa 3.



Kuvio 3. Kansantalouden kiertokulun malli

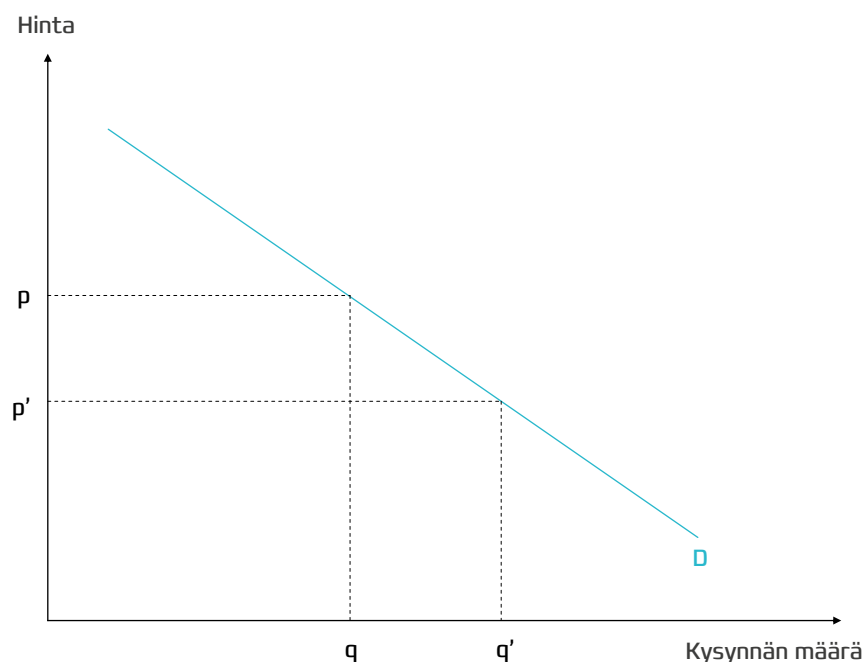
Tämän kiertokulun puitteissa voidaan esittää kolme perustavaa laatua olevaa kansantalouden kysymystä:

- 1) Mitä tuotetaan?
- 2) Miten tuotetaan?
- 3) Keiden kesken tuotannon tulokset jaetaan?

Markkinataloudessa nämä peruskysymykset ratkaistaan vapailla markkinoilla. Kyse on viime kädessä siitä mitä yritykset ovat valmiita maksamaan siitä työvoimasta, pääomasta ja luonnonvaroista, joita kotitaloudet omistavat ja toisaalta siitä, minkä hinnan kotitaloudet pyytävät, jotta ovat valmiita antamaan nämä tuotannontekijät yritysten käyttöön. Tuotannon suuntaus ja tuotantoteknologian taso, siis mitä ja miten tuotetaan, määräytyy markkinataloudessa sen mukaan miten paljon voittoa yritykset voivat tehdä tuottaessaan erilaisia tuotteita ja palveluita. Yritykset suuntautuvat tuottamaan niitä hyödykkeitä ja käyttämään sellaisia tuotantomenetelmiä, jotka antavat suurimmat tuotot.

KYSYNTÄ JA TARJONTA

Talousteoreettisessa kirjallisuudessa kysyntä esitetään usein niin sanotun kysyntäkäyrän avulla. Tätä havainnollistetaan seuraavassa kuviossa 4.



Kuvio 4. Kysyntäkäyrä D⁹

Kuluttajat ovat valmiita ostamaan q kappaletta nimeämätöntä tuotetta hintaan p . Mikäli hintaa lasketaan tasolle p' , nousee kysynnän määrä tasolle q' .¹⁰ Kuviosta nähdään, että hinnan noustessa kysynnän määrä laskee ja hinnan laskiessa kysynnän määrä nousee. Kun kaikki hinta-määrä -pisteet yhdistetään, muodostuu kysyntäkäyrä D (joka tässä esityksessä on itse asiassa suora viiva). Tällainen esitystapa tuntuu aluksi yksinkertaisen asian tekemiseltä monimutkaiseksi, mutta yllä esitetty kysynnän ja hinnan vuorovaikutuksen dynamiikka on itse asiassa tehokas ajatustyökalu.

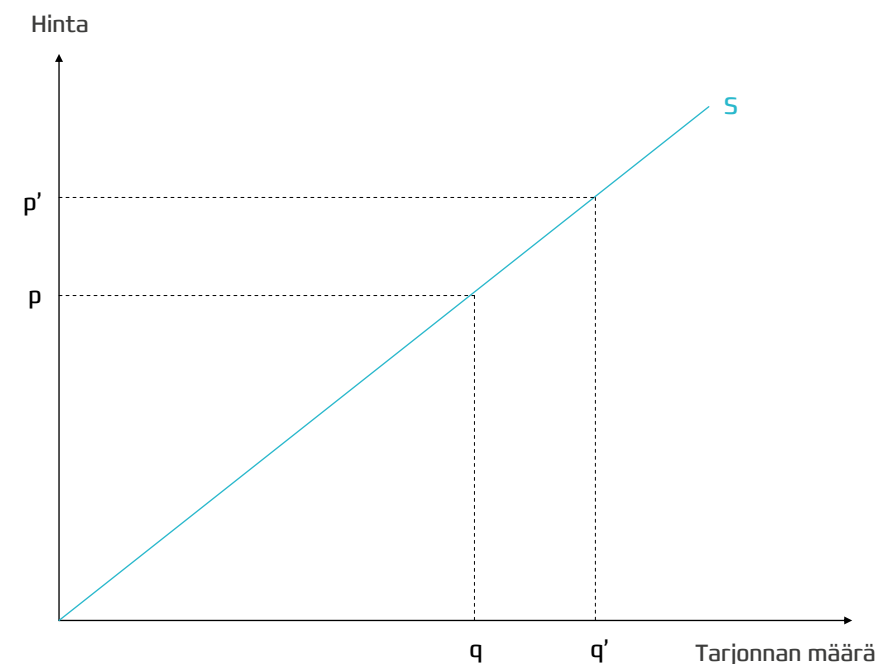
Tuotteen hinnan lasku lisää kysyntää ja tuotteen hinnan nousu vähentää kysyntää. Tätä kutsutaan kysynnän laiksi. Tähän lakiin on kaksi syytä:

- » Kun tuotteen hinta nousee, ihmiset tuntevat itsensä köyhemmiksi. Heillä ei ole enää samanlaisia mahdollisuuksia ostaa niin paljon samaa tuotetta kuin ennen. Heidän ostovoimansa laskee. Tätä kutsutaan hinnan nousun tulovaikutukseksi.
- » Kun tuotteen hinta nousee, se on suhteessa kalliimpi kuin muut vastaavat tuotteet. Ihmiset siirtyvät käyttämään korvaavia tuotteita. Tätä kutsutaan hinnan nousun substituutiovaikutukseksi.¹¹

Kaikki kysyntä on lopulta johdettua kysyntää. Lähes minkä tahansa hyödykkeen kysyntä voidaan johtaa jonkin toisen hyödykkeen kysynnästä.

Ajatellaan esimerkiksi matkapuhelinta. Kun Nokian matkapuhelinten kysyntä kasvaa, kasvaa myös kysyntä niistä raaka-aineista, joita matkapuhelinten valmistus vaatii. Luonnollisesti myös työvoiman kysyntä lisääntyy. Kysynnän kasvusta hyötyvät myös Nokian alihankkijat ja muut tavaroiden ja palveluiden tuottajat ja myyjät. Matkapuhelinten kysynnän kasvu saa siis aikaan valtaisan ketjureaktion, kysynnän kerroinvaikutuksen. Sama pätee minkä tahansa muun hyödykkeen kysyntään. Mutta sama pätee myös toisinpäin. Kun jonkin hyödykkeen kysyntä pienenee, pienenee myös tähän hyödykkeeseen sidoksissa olevien hyödykkeiden kysyntä ja viime kädessä pienenee myös näihin, toinen toisiinsa kytköksissä oleviin, hyödykkeisiin liittyvien työpaikkojen kysyntä.

Vastaavalla tavalla kuin kysyntä käyttäytyy suhteessa hintaan, voidaan johtaa markkinoiden tarjontakäyrä. Verrattuna kysyntään, tarjonta käyttäytyy käänteisesti hintaan suhteutettuna. Mitä korkeamman hinnan yritys voi saada markkinoilta, sitä enemmän yritys on valmis tarjoamaan markkinoille ja mitä pienemmän hinnan yritys voi saada markkinoilta, sitä vähemmän yritys on valmis tarjoamaan hyödykkeitään markkinoille. Tämä on kuvattu alla olevassa kuviossa 5.



Kuvio 5. Tarjontakäyrä S¹²

9 D-kirjain tulee englannin kielen sanasta demand, mikä tarkoittaa kysyntää.

10 Luetaan p pilkku ja q pilkku.

11 Katso esimerkiksi Sloman 1990, 49.

12 S-kirjain tulee englannin kielen sanasta supply, mikä tarkoittaa tarjontaa.

Kuviosta nähdään, että hintaan p yritys on valmis tarjoamaan nimeämätöntä hyödykettä määrän q . Jos hinta nousisi tasolle p' , yritys olisi halukas tarjoamaan hyödykettä määrän q' . Kaikkien hinta-määrä-pisteiden yhdistelmät muodostavat tarjontakäyrän S .

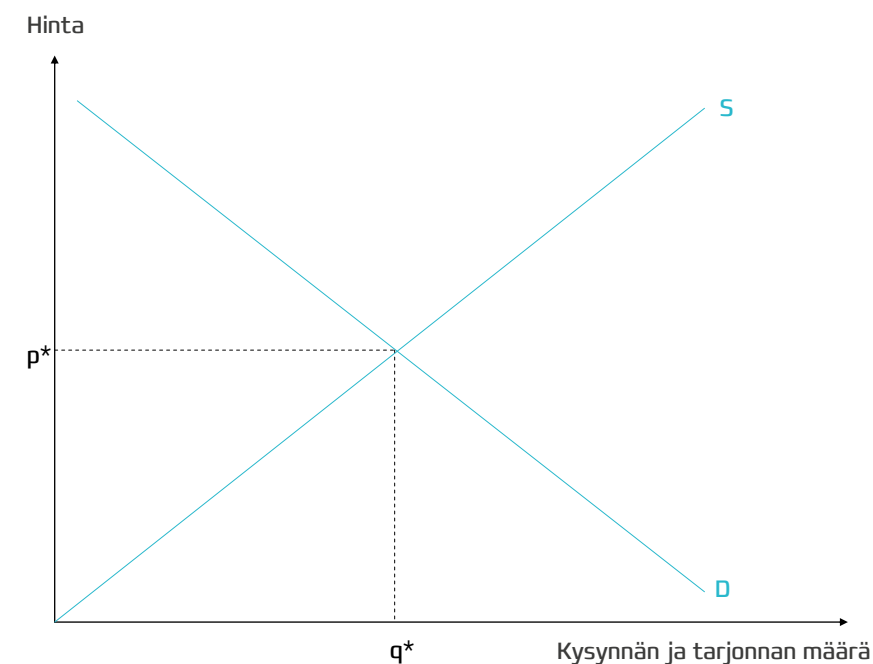
Kun hyödykkeen hinta nousee, nousee myös tarjonnan määrä.

Tähän on useita syitä:

- » Kun yritysten tarjonta ja tuotanto lisääntyvät, tulevat kustannukset nousemaan jyrkemmin tietyn tuotannon määrän jälkeen, koska esimerkiksi työntekijöille pitää maksaa ylityökorvauksia ja koneet käyvät kapasiteettinsa ylärajoilla, jolloin niihin tulee investoida lisää. Kattaakseen nämä lisääntyneet kustannukset, yritysten tulisi saada korkeampi hinta markkinoilta.
- » Mitä korkeampi hyödykkeen hinta on, sitä kannattavampaa sitä on tuottaa ja sitä enemmän yritysten kannattaa siirtyä tuottamaan kyseistä hyödykettä.
- » Jos hyödykkeen hinta pysyy korkeana, uusia tuottajia ilmaantuu markkinoille ja markkinoiden kokonaistarjonta lisääntyy.

MARKKINATASAPAINO

Kun kysyntä ja tarjonta kohtaavat tietyllä hintatasolla, puhutaan markkinatasapainosta. Kun hinta on riittävän korkea tarjoajan kannalta, muttei liian korkea kysyjän kannalta, kauppa syntyy. Tätä havainnollistetaan seuraavassa kuviossa 6.



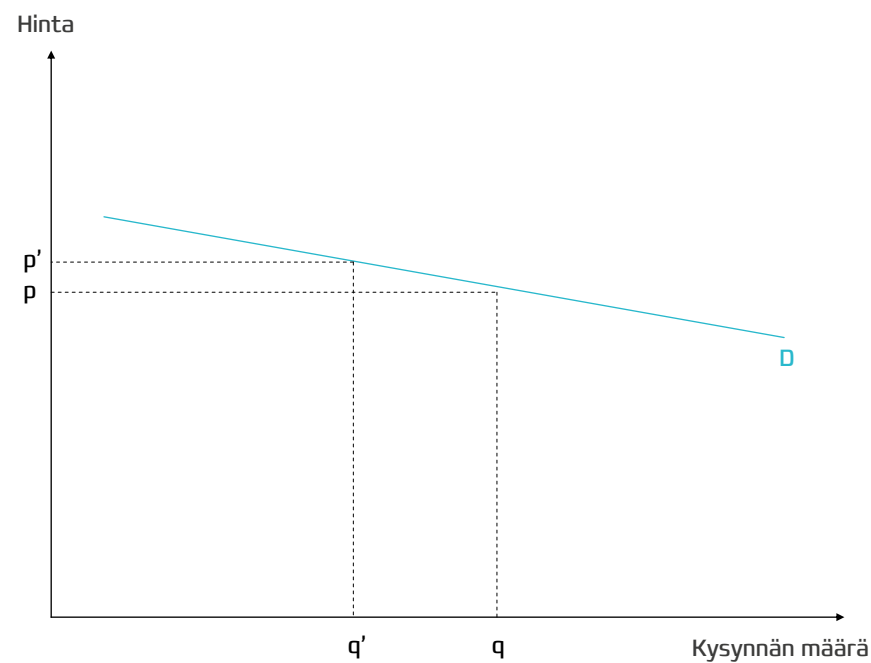
Kuvio 6. Markkinatasapaino

Hintatasolla p^* kysyntä ja tarjonta kohtaavat ja markkinoiden kysynnäksi muodostuu q^* . Kysyntä ja tarjonta ovat tasapainossa.

Mikäli hinta olisi alhaisempi kuin tasapainohinta, ei tarjonta kohtaisi kysyntää ja markkinoilla vallitsisi ylikysyntää. Mikäli hinta olisi korkeampi kuin tasapainohinta, ei kysyntä kohtaisi tarjontaa ja markkinoilla vallitsisi ylitarjontatilanne.

KYSYNNÄN JOUSTO

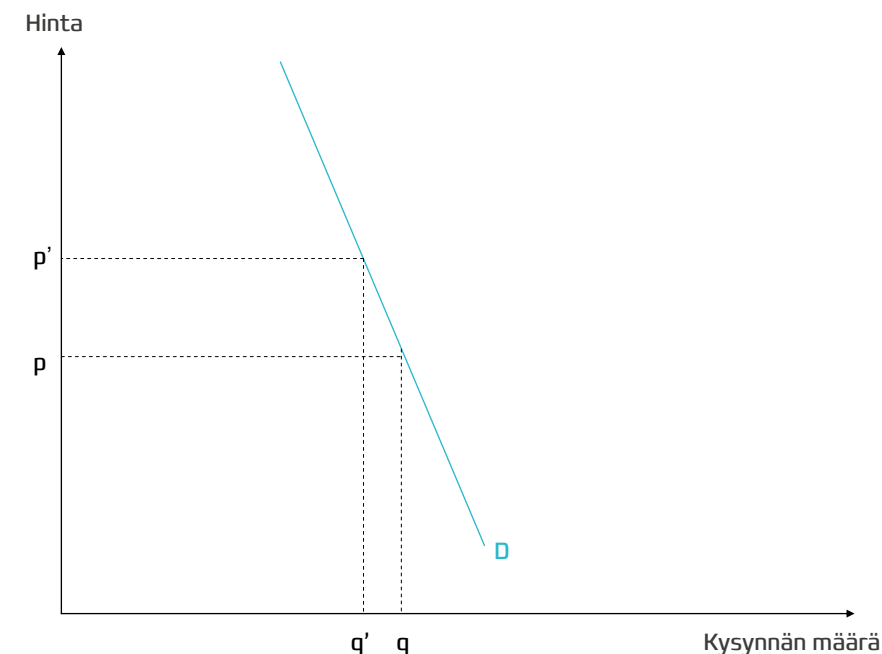
Kun tarkastellaan hinnan vaikutusta tietyn tuotteen kysynnän määrään, huomataan, että joidenkin tuotteiden kohdalla pienetkin hinnan muutokset aiheuttavat suuria muutoksia kysynnän määrässä. Tällöin on kyseessä joustava kysyntä. Kuten alla olevasta kuviosta 7 nähdään, on tällaisen tuotteen kysyntäkäyrä lähes vaakatasossa.



Kuvio 7. Joustava kysyntä

Suhteessa pieni hinnan nousu p :stä p' :uun saa aikaan suhteellisesti suuren muutoksen kysynnän määrässä q :sta q' :uun. Joustavan kysynnän hyödykkeitä ovat muun muassa erilaiset ylellisyystavarat ja -palvelut.

Toisaalta myös päinvastainen on mahdollista. On olemassa tuotteita, joiden kysyntä ei juuri reagoi hinnan muutoksiin. Tässä tapauksessa on kysymyksessä joustamaton kysyntä. Kuten alla olevasta kuviosta 8 nähdään, on kysyntäkäyrä lähes pystysuora.



Kuvio 8. Joustamaton kysyntä

Joustamattoman kysynnän omaavalla tuotteella ei suurikaan hinnan muutos ylöspäin p :stä p' :uun saa aikaan suhteellisesti suurta kysynnän määrän laskua. Kysyntä vähenee q :sta q' :uun, mutta paljon vähemmän kuin mitä hinnan nousu antaisi aiheuttaa. Joustamattoman kysynnän hyödykkeet ovat usein erilaisia välttämättömyystuotteita ja -palveluita, kuten ruoka ja juoma.

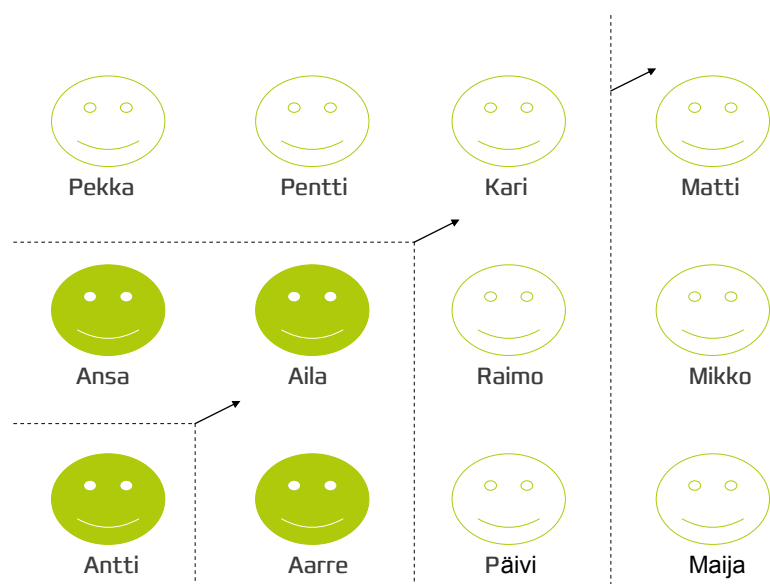
KULUTTAJAN BUDJETTI RAJOITTAA KYSYNTÄÄ

Mikäli kuluttajilla olisi niin paljon rahaa käytettävissään, ettei heidän tarvitsisi pohtia sen riittävyyttä, voisi markkinakysyntä olla teoriassa rajatonta. Käytännössä näin ei tietenkään ole, sillä kuluttajat tuskin ostaisivat rajattomasti autoja tai taloja, koska heillä ei olisi aikaa käyttää ja huoltaa niitä. Toisaalta, jos rahaa olisi rajattomasti, aina voisi palkata henkilökuntaa asioita hoitamaan. Toki joillakin tässä maailmassa on tällainen tilanne, mutta läheskään kaikilla ei.

Todellisuudessa suurin osa maailman ihmisistä elää niin sanotusti kädestä suuhun tai tilipäivästä tilipäivään. Kulutusta rajoittaa hyödykkeiden hinnan lisäksi kuluttajien omat budjettirajoitteet. Kuluttajien ostovoiman määrittää heidän käytettävissään olevat tulot ja varallisuus. Käytettävissä olevat tulot jakaantuvat pääsääntöisesti ansio-, eläke-, maatalous-, yrittäjä- ja pääomatuloihin. Näiden lisäksi voi olla muita tuloja, kuten esimerkiksi marjojen ja sienien poiminnasta saatuja tuloja (jotka ovat ainakin toistaiseksi verovapaita). Lisäksi suuri merkitys on erilaisilla tulonsiirroilla, kuten esimerkiksi lapsilisillä, kotihoidontuella ja työttömyyskorvauksilla.

TUOTTEEN KYSYNNÄN ELINKAARI

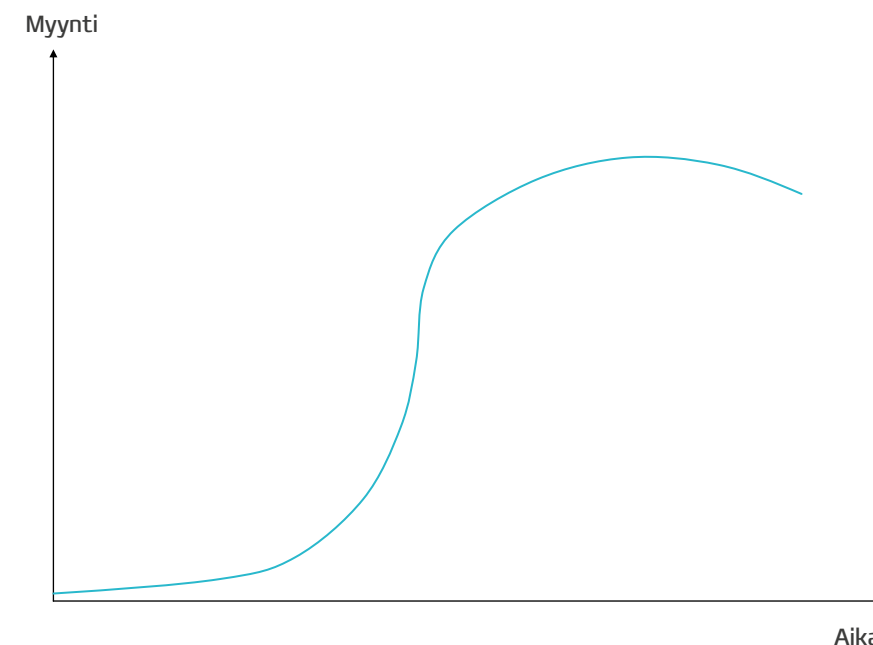
Kun markkinoille tulee uusi tuote, joka aidosti kiinnostaa kuluttajia ja antaa heille lisäarvoa, se alkaa levitä nopeasti kuluttajien keskuudessa. Asiaa havainnollistetaan seuraavalla kuviolla 9. Kuviossa kuvataan kuvitteellista markkinaa, jonka asiakasmäärä on hyvin rajallinen. Sama logiikka pätee kuitenkin myös suurilla markkinoilla.



Kuvio 9. Tuotteen leviäminen kuluttajien keskuudessa

Kuviossa Antti kuuluu aikaisiin omaksujiin. Hän ostaa tuotteen ensimmäisenä. Antin ystävät Ansa, Aila ja Aarre saavat tietää tuotteesta Antilta ja huomaavat pian myös tutustumistarjouksen sanomalehdessä. Hekin haluavat ja ostavat saman tuotteen. Pekka, Pentti, Kari, Raimo ja Päivi eivät ole vielä kuulleet tuotteesta, mutta todennäköisesti ostavat sen, kunhan markkinainformaatio saavuttaa heidätkin. Matti, Mikko ja Maija eivät kuulu tuotteen potentiaaliin käyttäjiin tai sitten he ovat kuluttajina hyvin hitaita tekemään ostopäätöksiään. He ovat myös hyvin epäileviä kaikkea uutta kohtaan, eikä heillä ole kiire olla ensimmäisten joukossa kaikkien uusien muotivillitysten perään. He ostavat yleensä puoleen hintaan alennus- ja poistomyynneistä, kun kysynnän huippu on ohi ja tuotetta ollaan vetämässä pois markkinoilta.

Yllä on esitetty karrikoitu kuvaus tuotteen diffuusiosta, eli leviämisestä kuluttajien keskuudessa, ja se pitää yllättävän hyvin paikkansa yleiselläkin tasolla. Alussa myynti on pientä, mutta kun suuret massat heräävät, lähtee myynti nousukiitoon. Pikku hiljaa myynti tasaantuu, koska uusia ostajia ei enää ole markkinoilla. Lopuksi ovat mahdolliset jäännösvarastot myytävä tyhjäksi alennusmyynnillä. Yllä esitetty kuvaus esitetään yleensä niin sanotulla tuotteen elinkaaren S-käyrällä, millä kuvataan tuotteen myynnin kehitystä ajan suhteen (kuvio 10).



Kuvio 10. Tuotteen elinkaaren S-käyrä

Elinkaarikäyrän avulla voidaan kuvata hyvin esimerkiksi TV:n tai matkapuhelinten tuloa markkinoille tai yksittäisen toimialan tai yrityksen myynnin kasvua. Kuviosta nähdään selkeästi hitaan alkuvaiheen jälkeinen räjähdysmäinen kysynnän kasvu markkinoilla. Monesti myös pörssiyritysten osakkeiden kurssikäyrät noudattavat myynnin kehitystä tai arvioita siitä. Näin oli aikoinaan myös Nokian suhteen. Tosin Nokian osalta voidaan jälkiviisaana todeta, että osakkeesta maksetut korkeimmat hinnat eivät millään olleet perusteltuja. Maapallo ei yksinkertaisesti olisi voinut riittää myyntialueena, jotta odotukset olisi voitu täyttää ja osakkeen hinta olisi ollut perusteltu.

On huomioitava, että moni yritys on ollut myyntinsä suhteen jo pidempään ”aallon harjalla”, eli kysymys on siitä, että markkinat eivät enää kasva ja yrityksen myynti polkee paikallaan tai laskee. Silloin kun tullaan S-käyrän huipulle ja kysyntä alkaa laskea, on päätettävä lähdetäänkö myymään a) uusille asiakkaille vanhoja tuotteita, b) vanhoille asiakkaille uusia tuotteita vai c) uusille asiakkaille uusia tuotteita.

Tämä selittää sen, miksi monet suuryritykset ovat niin kiinnostuneita esimerkiksi Kiinan ja Intian markkinoista. Jos yritykset pysyisivät vain kotimarkkinoillaan, saavuttaisivat ne ”hiekkalaatikoidensa” rajat ja tuotteidensa S-käyrän huipun paljon nopeammin. Toisaalta Kiinassa ja Intiassa ei tavallisella työläisellä ole varaa kuluttaa Suomessa tuotettuja tuotteita, johtuen suuresta hinta- ja elintasoerosta. Esimerkiksi tuotteet Kiinan markkinoille on tuotettava siellä, missä niiden tuottaminen on edullisinta. Muuten ei saada tuotteiden hintoja painetuksi niin alas, että kiinalaisilla työläisillä olisi niihin varaa. Toisaalta kokonaisuutena Kiinan ja Intian markkinat ovat niin valtavat, että suomalaiset yritykset pystyvät tekemään edelleen hyvää tulosta, vaikka tuotteiden myyntihinnat ovat vain murto-osa Suomen hinnoista. Yritysten tekemä tulos valuu sitten takaisin Suomeen osinkojen ja verojen muodossa – niin kauan kuin yritysten pääkonttorit pysyvät Suomessa ja verot määräytyvät yritysten kotipaikan mukaan.

Pitää myös muistaa, että kun Kiinassa edullisesti tuotettu tuote myydään Suomessa, maksetaan siitä arvonlisäveroa Suomeen suomalaisen jälleenmyyntihinnan mukaan. Tämä arvonlisäveron osuus on yleensä monin verroin suurempi kuin kiinalaisen tuottajan saama osuus tuotteen suomalaisesta loppuhinnasta.

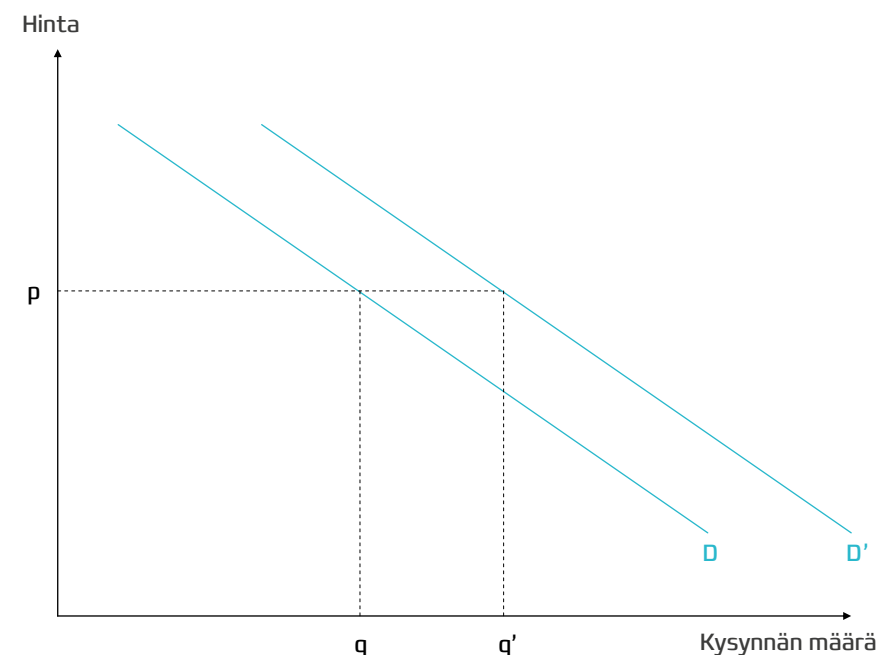
KYSYNNÄN LISÄÄMINEN MARKKINOINNIN KEINON

Markkinoinnin päätehtävänä voidaan pitää kysyntään vaikuttamista ja kysynnän tyydyttämistä. Joskus on myös puhuttu kysynnän luomisesta tai tarpeiden herättämisestä. On kuitenkin vaikeata kiistatta osoittaa, missä määrin markkinoinnilla voidaan todella luoda tai herättää kysyntää.

Markkinoinnin teoriat lähtevät siitä oletuksesta, että kuluttajat tekevät rationaalisia ja suunniteltuja ostopäätöksiä, varsinkin jos kysymys on kalliista kestokulutustuotteista. Markkinoijat pyrkivät laatimaan markkinointisuunnitelmia ja tekemään markkinointipäätöksiä tarkasti etukäteen valituille kohderyhmille eli segmenteille. Mitä tarkemmin kohderyhmä voidaan määrittää, sitä lähemmäksi yksittäistä kuluttajaa päästään ja sitä vähemmän markkinoinnin resursseja hukataan.¹³

Toimintoja, joilla yritys pyrkii vaikuttamaan kysyntään ja tyydyttämään sitä, kutsutaan markkinoinnin kilpailukeinoiksi. Näillä tarkoitetaan tuotetta, hintaa, jakelua ja markkinointiviestintää. Nämä pyritään käytännössä yhdistämään kokonaiseksi markkinointiohjelmaksi, jolla yritys pyrkii kasvattamaan myyntiään.¹⁴

Markkinoinnin peruskilpailukeinot lisäävät siis kysyntää, eli saavat aiemmin esitellyn kysyntäkäyrän siirtymään oikealle. Tätä kysynnän lisäystä havainnollistetaan seuraavalla kuviolla 11.



Kuvio 11. Markkinointitoimenpiteiden vaikutus kysynnän määrään

Kun yritys esimerkiksi lisää markkinointiviestintän määrää tai pystyy kohdistamaan sitä paremmin oikealle kohderyhmälle tuloksekkaasti, lisääntyy kysynnän määrä q :sta q' :uun hintatasolla p . Sama vaikutus saadaan aikaan esimerkiksi tuotteen ominaisuuksia tai jakelua kehittämällä. Kysynnän määrä saadaan kasvamaan D :stä D' :uun, vaikka hintaan ei tulisi muutoksia.

¹³ Katso esimerkiksi Anttila & Iltanen 2001, 19.

¹⁴ Ibid.

KYSYNNÄN SÄILYTTÄMINEN ASIAKKUUDENHALLINNAN KEINON

Uuden asiakkaan hankkiminen on erään väittämän mukaan viisi kertaa kalliimpaa kuin vanhan asiakkaan pitäminen. Siksi yrityksille on järkevää pyrkiä sitomaan asiakkaat käyttämään yrityksen tuotteita ja palveluita mahdollisimman usein ja mahdollisimman pitkään.

Asiakkaan ja yrityksen välistä suhdetta kutsutaan asiakkuudeksi. Asiakkuusajattelun perusajatus on se, että kaupan molempien osapuolien tulee voida hyötyä asiakkuudesta. Yritys tarjoaa asiakkaalle jotain sellaista lisäarvoa ja hyötyä asiakkuudesta, mitä kilpailevat yritykset eivät osaa tai pysty tarjoamaan. Asiakas puolestaan antaa yritykselle vakaan tuoton, eikä vaihda toimittajaa kevyin perustein. Asiakas saattaa suositella yrityksen tuotteita ja palveluita myös ystävilleen ja ehkä jopa antaa ajoittain arvokasta palautetta yrityksen toiminnasta. Yrityksen näkökulmasta on myös tärkeää, että asiakkaat saadaan hyväksymään jopa hieman kilpailijoiden hintatasoa korkeampi hinta, ilman että asiakkaat heti vaihtaisivat toimittajaa. Tämä voi olla vaikeata sellaisilla markkinoilla, joiden hyödykkeissä ei ole käytännössä paljon tai ollenkaan eroa.

Yrityksen intresseissä on kuitenkin saada asiakkaat mieltämään, että eroa olisi ja nimenomaan yrityksen eduksi. Asiakkaat pyritään sitomaan yritykseen vahvan tuotemerkin eli brandin avulla ja luomalla mielikuva ylivertaisesta asiakkuudesta. Asiakkaan ei kannata katkaista asiakassuhdetta, sillä kilpailija ei ehkä pystykään vastaamaan asiakkaan odotuksiin pitkällä tähtäyksellä. Ero voi siis olla todellinen tai kuvitteellinen, mutta tärkeintä on saada asiakkaat mieltämään, että eroa on, jotta nämä sitoutuvat pysymään asiakkaina.

Asiakkaan ja yrityksen välisessä suhteessa voidaan erottaa asiakassuhteen elinkaaren aikana erilaisia vaiheita. Nämä ovat 1) **asiakkuuden perustaminen tai syntyminen**, 2) **asiakkuuden kehittyminen ja jalostuminen** ja lopulta 3) **asiakkuuden päättyminen**. Yrityksen tulee rakentaa asiakkuuden eri vaiheita varten erilaisia toimintatapoja, jotta asiakkuudesta voidaan saada paras mahdollinen hyöty molemmille osapuolille.¹⁵

Esimerkki: Asiakkuuden päätymisen estäminen.

Matkapuhelinasiakkaiden takaisin voittaminen

Esimerkkinä viimeisestä elinkaaren vaiheesta, asiakkuuden päätymisestä, on liittymä-asiakkuutensa irtisanoneiden matkapuhelinasiakkaiden takaisin voittaminen. Varsinaisesta päätymisestä ei siis ole kyse, vaan sen estämisestä.

Matkapuhelinliittymien asiakkuuksista käydään rajua kilpailua ja operaattorit soittavat vielä sopimuksen irtisanoneille asiakkailleen ennen kuin uusi liittymä astuu voimaan. Tarkoituksena on saada mahdollisimman moni vanhoista, lähes menetetyistä, asiakkaista perumaan siirtyminen toisen operaattorin asiakkaiksi ja palaamaan vanhan palveluntarjoajan luo. Usein tähän liittyy puheaikatarjouksia ja kylkiäisiä. Näitä kannattaa tarjota, sillä takaisinvoittamisen kustannukset voidaan kattaa jo muutaman kuukauden puhelinlaskuilla. Sen jälkeen asiakkaasta saadaankin taas normaalia peruskatetta.

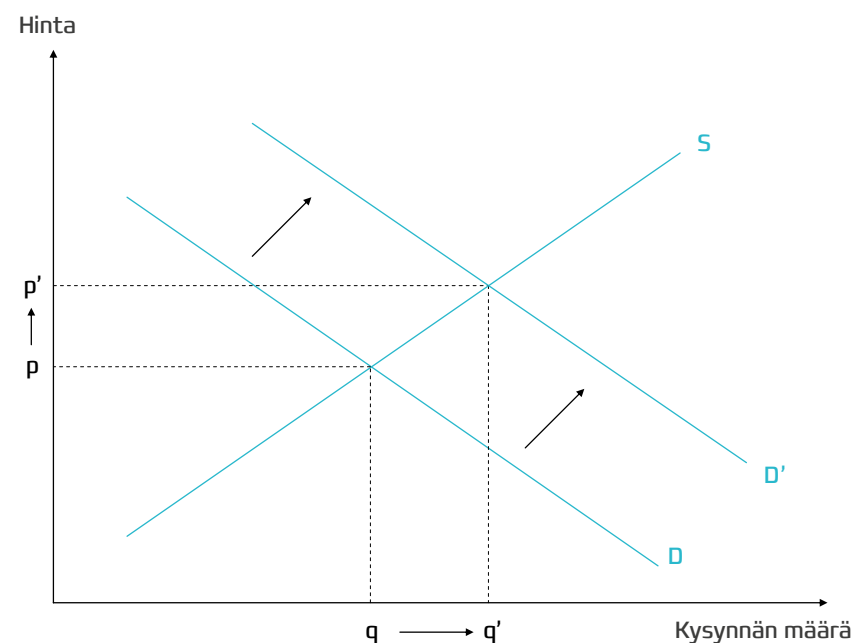
Koska nykyiset markkinat eivät sanottavammin enää kasva, on kassavirta varmistettava pitämällä kiinni yrityksen vanhoista kanta-asiakkaista luomalla sidoksia yrityksen ja sen asiakkaiden välille. Myynnin ja markkinoiden lisäys tulee usein siitä, että onnistuu voittamaan kilpailijoiden asiakkaita puolelleen. Tuloksena on nollasumma- ja pudotuspeli, jossa vahvat yritykset säilyvät ja jonka voittaja voi pitkässä juoksussa saavuttaa määräävän aseman markkinoilla.

ESIMERKKEJÄ KYSYNNÄN JA TARJONNAN SOVELTAMISESTA KÄYTÄNNÖSSÄ

Yllä esitetty kysyntä- ja tarjontakehikko on yksinkertainen mutta tehokas apuväline analysoitaessa markkinoiden tasapainotilan muutoksia suhteessa hintojen tai muiden asioiden muutoksiin sekä näiden keskinäisiä vaikutuksia. Alla on esitetty joitakin esimerkkejä kehikon soveltamisesta. Lukija voi helposti itsekkin keksiä vastaavia esimerkkejä tai valita arkipäivän tilanteita, joita analysoida kehikon avulla.

TULOJEN NOUSUN VAIKUTUS KYSYNTÄÄN

Mitä markkinoilla tapahtuu, jos kuluttajien tulot nousevat? Kuluttajilla on mahdollisuus kuluttaa enemmän. Vallitsevalla hintatasolla kysynnän määrä kasvaa. Kuten alla olevasta kuvioista 12 nähdään, kysyntäkäyrä siirtyy oikealle, mutta samalla tasapainohinta nousee.

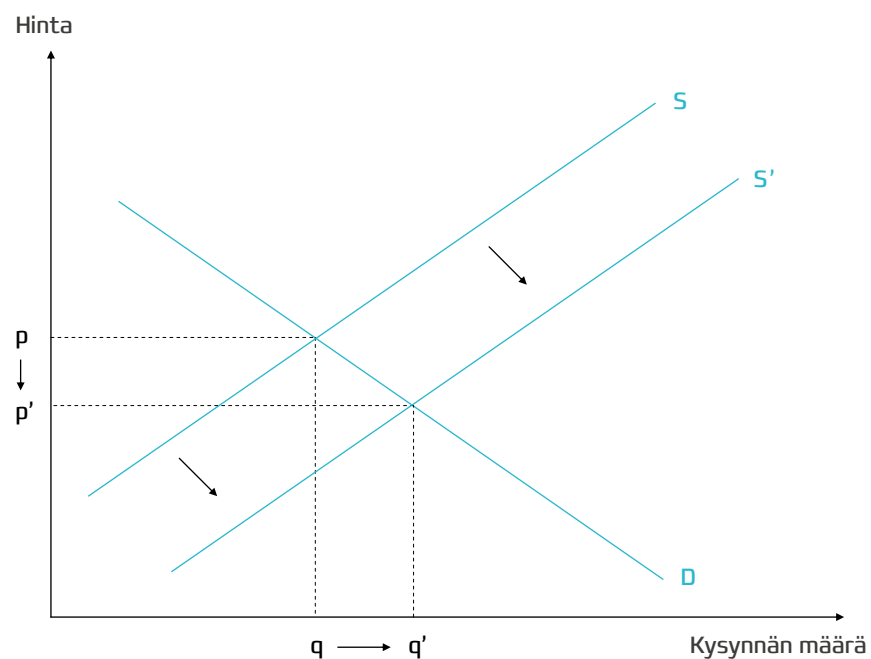


Kuvio 12. Tulojen nousun vaikutus markkinatasapainoon

Tulojen noustessa vanha kysyntäkäyrä D siirtyy oikealle D':uun. Kysynnän määrä nousee q:sta q':uun samalla kun tasapainohinta nousee p:stä p':uun.

UUDEN TEKNOLOGIAN VAIKUTUS TARJONTAAN

Mitä tapahtuu, kun teknologia kehittyy? Ajatellaan, että kännyköiden valmistuksessa voidaan ottaa käyttöön uutta teknologiaa, joka alentaa niiden valmistuskustannuksia. Se tarkoittaa sitä, että kännyköiden kuluttajahintojen ei tarvitse enää olla yhtä korkeita kuin aikaisemmin, jotta valmistuskustannukset voidaan kattaa. Ja jos markkinoilla vallitsee kilpailua, tulevat alhaisemmat valmistuskustannukset myös suurella varmuudella johtamaan siihen, että alhaisemmalla hintatasolla voidaan markkinoille tarjota suurempi määrä kännyköitä. Kuten alla olevasta kuviosta 13 nähdään, tulee markkinoiden tasapainohinta laskemaan samalla kun kysynnän määrä kasvaa.

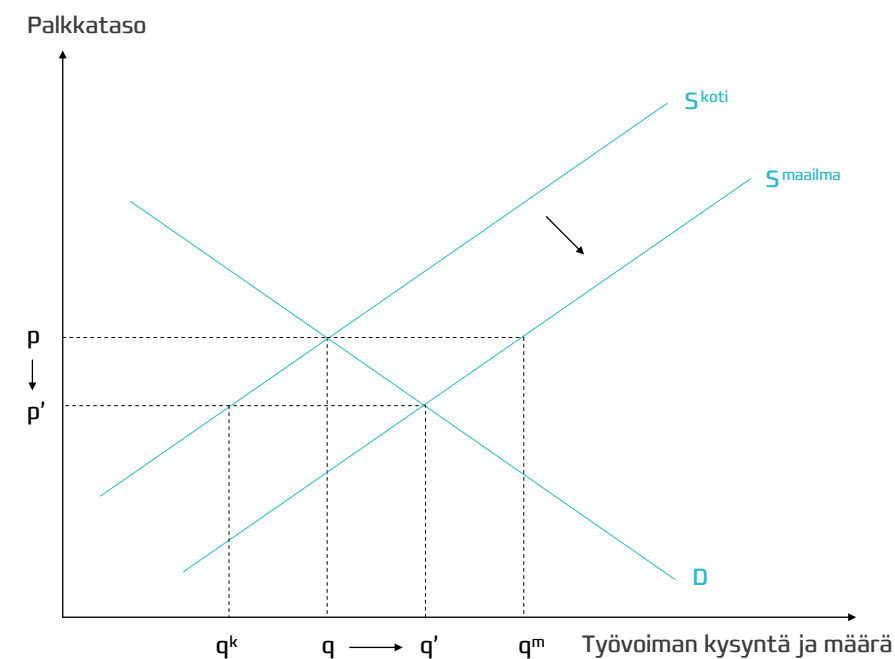


Kuvio 13. Uuden teknologian vaikutus markkinatasapainoon

Tarjontakäyrä S siirtyy kohti S'. Markkinoiden tasapainohinta laskee p:stä p':uun ja kysynnän määrä lisääntyy.

GLOBAALIEN TYÖMARKKINOIDEN VAIKUTUS TYÖN TARJONTAAN JA HINTAAN

Kansallinen palkkataso eri maissa ei riipu pelkästään maiden sisäisten työmarkkinoiden rakenteesta, vaan myös kilpailevilla halvan työvoiman alueilla vallitsevasta palkkatasosta. Työvoimakustannusten tasoa säätelee siis eri maiden työntekijöiden "reservijoukkojen" muodostama työvoimavaranto. Pääoman näkökulmasta katsottuna "kansalliset työvoimavarannot" ovat yhdentyneet yhdeksi kansainväliseksi varannoksi, jossa eri maiden työläiset saatetaan avoimeen kilpailuun toistensa kanssa.¹⁶ Työmarkkinoiden muutoksen dynamiikkaa kuvataan seuraavassa kuviossa 14.



Kuvio 14. Työvoiman kysyntä ja tarjonta globaaleilla työmarkkinoilla

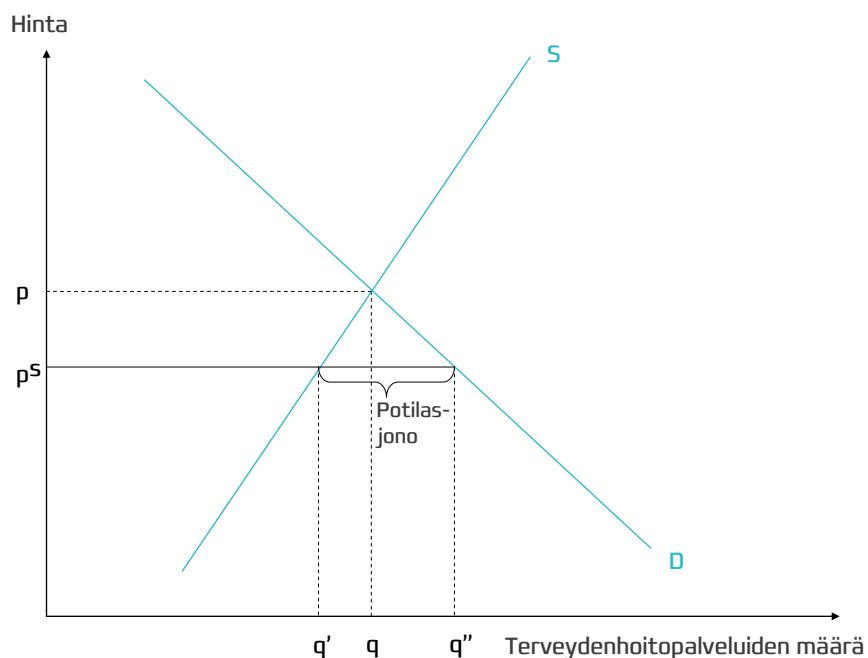
Lähtötilanteessa, suljetussa kotimarkkinatilanteessa, palkkataso on p ja työvoiman kysynnän määrä q. Työmarkkinat avataan kansainväliselle kilpailulle ja työvoiman tarjonta lisääntyy S^{koti}:sta S^{maailma}:an. Mitä tämä merkitsee? Palkkataso laskee p:stä p':uun samalla kun työvoiman kysyntä maailmanlaajuisesti kasvaa q:sta q':uun. Aiemmassa tilanteessa, missä maailmanlaajuisesta kilpailusta ei esiintynyt, palkkataso p' olisi johtanut työvoiman ylikysyntätilanteeseen kotimarkkinoilla. Kysyntää olisi ollut liikaa q'-q^k:n verran. Mikäli kotimarkkinoiden vanha palkkataso olisi voimassa edelleen kaikkialla muuttuneessa globaalissa tilanteessa, johtaisi se työvoiman ylitarjontaan, eli työttömyyteen, q^m-q:n verran. Tarinan opetus on se, että globaaleilla työmarkkinoilla työn tarjonta lisääntyy kaikkialla ja palkkataso alenee myös kotimarkkinoilla, koska ainakin osa tarjontaa ulottuu myös niille.

ESIMERKKI HINTASÄÄNNÖSTELYSTÄ: JULKINEN TERVEYDENHOITO

Julkinen terveydenhuolto on esimerkki tilanteesta, jossa ei vallitse vapaa kilpailu markkinoilla. Koulutetun työvoiman tarjonta on rajoitettua ja siten joustamatonta, koska opiskelupaikkoja on rajattu määrä. Tämä on toki omiaan varmistamaan valmistuneiden korkean laadun.

Lisäksi julkisissa palveluissa vapaa hinnan muodostuminen on estetty. Hinnoittelu tapahtuu muualla kuin kysynnän ja tarjonnan vuorovaikutuksessa. Kun kyse on julkisista palveluista, on luonnollista, että hinta asetetaan alemmaksi kuin vapailla markkinoilla, jotta mahdollisimman monella olisi varaa käyttää terveydenhoitopalveluita tulo- ja varallisuus- asemasta riippumatta. Näin tulee varmasti ollakin hyvinvointivaltiossa.

Hintasäännöstely johtaa kuitenkin ylikysyntätilanteeseen ja potilasjonojen syntymiseen, koska potilaat voivat periaatteessa käyttää palveluita aina tarvittaessaan. Tätä havainnollistetaan seuraavalla kuviolla 15, jossa hinta on määrätty tasolle p^s , eikä tätä hintaa saa ylittää.



Kuvio 15. Hintasäännöstely julkisessa terveydenhoidossa johtaa potilasjonoihin

Kuten kuviosta nähdään, on terveydenhoitopalveluiden kysynnän D määrä q'' säännöstellyllä hintatasolla p^s . Mikäli markkinat toimisivat vapaasti, nousisi tasapainohinta tasolle p , mutta kysynnän määrä laskisi tasolle q . Voi olla, että juuri kaikkein vähävaraisimmat jättäisivät käyttämättä itselleen elintärkeitä palveluita.

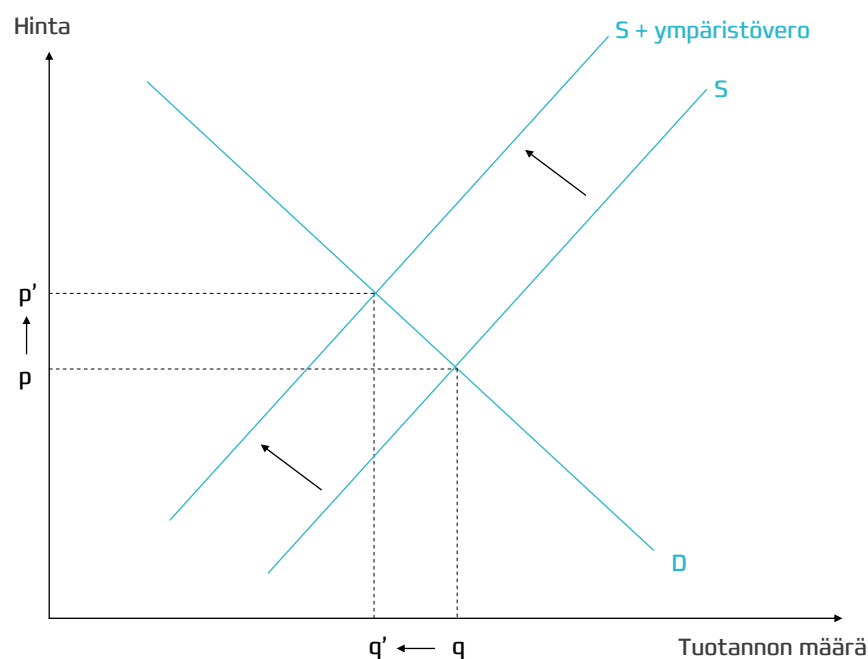
Koska säännöstelty hintataso p^s on alhaisempi kuin tasapainohinta p , myös tarjonta S on alhaisempaa ja jää tasolle q' . Annetulla hintatasolla ei markkinoilla ole tarpeeksi halukkaita tarjoajia. Hintataso vaikuttaa myös palkkoihin ja tätä kautta tarjontaan. Esimerkiksi moni julkisen sektorin lääkärin virka onkin täyttämättä, koska halukkaita virkoihin ei ole. Alhaisella säännöstellyllä hinnalla p^s kysyntää on q'' :n verran, mutta tarjontaa on vain q' :n verran, jolloin syntyy kysyntäyliäämä $q'' - q'$:n edestä ja seurauksena on potilasjonoja.

Yksi ratkaisu jonoihin olisi lisätä tarjontaa lisäämällä aloituspaikkoja koulutukseen, jolloin tarjontakäyrä S siirtyisi oikealle. Tätä eräät terveydenhoitoalan ammattiliitot luonnollisesti vastustavat, kuten edunvalvontajärjestöjen kuuluukin. Mutta täytyy muistaa, että elämme globaalissa maailmassa, jossa työvoiman tarjonta lisääntyy koko ajan. Yhdistyneessä Euroopassa työvoima tulee yhä liikkuvammaksi. Toki kielitaito on yksi työvoiman liikkuvuutta rajoittava este, mutta myös potilaiden vieraiden kielten taito lisääntyy koko ajan. Ja tehdäänhän jo nyt Suomesta matkoja muun muassa kosmeettisiin leikkauksiin ulkomaille.

YMPÄRISTÖVEROJEN VAIKUTUS KYSYNTÄÄN JA TARJONTAAN

Markkinoiden hintamekanismi ei aina toimi vapailla markkinoillakaan. Monesti ongelmat johtuvat siitä, että kaikkia, esimerkiksi yhteiskunnallisia kustannuksia, ei voi sisällyttää hintoihin. Yleensä taloustieteessä näitä kustannuksia kutsutaan ulkoisvaikutuksiksi. Ulkoisvaikutusten vähentäminen olisi toivottavaa, mutta se ei tapahdu itsestään markkinoilla.

Eräs keino ulkoisvaikutusten vähentämiseksi on esimerkiksi ympäristöverojen kerääminen niiltä tuotannonaloilta, jotka saastuttavat luontoa, mutta joiden loppuhinnoissa ei saastumisesta aiheutuvia kustannuksia ole otettu huomioon. Koska tarjonta tulee kalliimmaksi kuin aiemmin, hinnat nousevat ja kysyntä laskee. Tätä havainnollistetaan seuraavassa kuviossa 16.



Kuvio 16. Ympäristöveron vaikutus tuotantoon ja kulutukseen

Tuotannon määrä on alkutilanteessa tasolla q hinnan ollessa tasolla p, mistä aiheutuu liiallista räsitystä ympäristölle. Kun yrityksiltä aletaan kerätä ympäristöveroa, siirtyy tarjontakäyrä S vasemmalle. Uusi tarjontakäyrä (S + ympäristövero) saa tuotannon määrän laskemaan kestävämmälle tasolle q', koska hinnan noustessa p:stä p':uun kulutus pienenee.

MAKRO ON MIKROA!

Kirjassaan 'Vihreät ja talous' kansanedustaja Osmo Soininvaara kehottaa kaikkia opiskelemaan kansantaloustiedettä, koska talouden lainalaisuudet ovat niin hallitsevassa asemassa nykyaikana.¹⁷ Hänen mielestään yritystalouden perusteita osataan jo jonkin verran ja monet kuvittelevat, että yritystaloudesta voitaisiin johtaa myös kansantaloudellisia lainalaisuuksia. Lisäksi hänen mielestään monet väärät oikeistolaiset "realiteetit" kumpuavat usein yritystaloudellisten oppien virheellisestä soveltamisesta kansantalouteen. Soininvaaran mielestä säästäminen on hyvä esimerkki siitä, missä nämä kaksi menevät ristiin. Jos yritys tai kotitalous säästää, ne vaurastuvat, mutta kansantaloudessa liiallinen säästäminen johtaa köyhtymiseen, koska kokonaiskysyntä laskee.

Olen Soininvaaran kanssa samaa ja eri mieltä. Olen tietysti samaa mieltä siitä, miten säästäminen vaikuttaa kokonaiskysyntään. Eri mieltä olen siitä, että kansantalouden ja yritystalouden opit olisivat nyky maailmassa ristiriidassa keskenään. Mielestäni näin ei ole, pikemminkin päinvastoin. Nykyaikaisessa taloudessa lainalaisuudet tuntuvat myös kansantalouksien tasolla noudattavan yhä enemmän yritysmailman lainalaisuuksia kuin perinteisiä kansantalouden oppeja.

Periaatteessa kansantaloustiede on jakaantunut kahteen osaan, mikro- ja makrotaloustieteen. Mikrotaloustiede tutkii kuluttajien, yritysten ja markkinoiden käyttäytymistä. Makrotaloustiede tutkii puolestaan kansantalouksien toimintaa ja dynamiikkaa. Vaikuttaa siltä kuin yksittäiset kansantaloudet olisivat nykyään pikemminkin yrityksen kuin kansantalouden asemassa tässä avoimessa ja globaalissa taloudessa, missä nyt elämme. Yritysmailman opit koskevat tänä päivänä yhä enemmän myös kansantalouksia. Perinteisesti yritykset ovat kilpailleet asiakkaista toinen toisiaan vastaan markkinoilla, mutta nyt myös kansantaloudet kilpailevat toisiaan vastaan muun muassa veroeduilla ja työvoimakustannuksilla. Näin ollen voitaneen sanoa, että makrotaloustiede on muuttunut yhä enemmän mikrotaloustieteenä. Yksittäisen valtion on yhä vaikeampaa omilla toimillaan vaikuttaa kansantalouden toimintaan. Kansantalouden sisällä toimivilla yrityksillä, varsinkin kansainvälisillä suuryrityksillä, näyttää olevan yhä suurempi valta ja painoarvo päätöksiä tehtäessä.

Se, onko kansantalouksien johtaminen jäänyt yritystalouksien johtamisen varjoon ja onko kansalaiset unohdettu liiallisen voitontavoittelun takia, on sitten toinen tarina. Markkinat, markkinoilla toimivat yritykset ja pääoma eivät toimi juuri muiden kuin itsensä hyväksi. Jos halutaan toimia yleisen hyvän eduksi, tulee markkinoita kontrolloida kohtuullisesti esimerkiksi lainsäädännön ja verotuksen keinoin. Tällaisesta ajattelumallista eivät markkinaliberaalit ajattelijat ja toimijat tietenkään pidä, koska heidän mielestään vapaat markkinat hoitavat itse itsensä ja liiallinen puuttuminen asioihin johtaisi vain tehottomiin markkinoihin.

¹⁷ Soininvaara 2005, 8.



VOITTO

VOITTO

VOITTO EI OLE KIROSANA, SILLÄ MUUTEN LOPPUISI TYÖ

Vanha tarina kertoo, että patruuna oli lähettänyt poikansa nimekkääseen ja kalliiseen liike-talouden oppilaitokseen. Kun poika oli saanut opintonsa päätökseen ja palasi isänsä luo, isä tenttasi poikaansa: ”No, mitä viisauksia olet oppinut näiden vuosien aikana, kun olen sinun opintosi ja elämäsi rahoittanut?” Poika vastasi yksikantaan: ”Kaksi miinus yksi on yksi!” Isä oli vaipua epätoivoon ja parkaisi: ”Mitä ihmettä olet tehnyt nämä vuodet. Tuon olisin ker-tonut sinulle ensimmäisenä päivänä, jos olisit kalliin koulusi sijaan tullut heti yritykseeni töihin!”

Yksinkertaisesti sanottuna poika esitti isälleen oppineensa tuloksen tekemisen perusyhtälön. Tuottojen on aina pitkässä juoksussa ylitettävä kustannukset, sillä muuten yritys kuin yritys ei voi jatkaa toimintaansa. Pääomat loppuisivat ennemmin tai myöhemmin.

Tuottoihin vaikuttaa moni asia. Näitä ovat muun muassa markkinakysyntä, markkinointi-toimenpiteet (jolla kysyntää pyritään lisäämään), tuotteen hinta, kilpailijoiden tuotteiden hinta, kilpailijoiden markkinointitoimenpiteet, yleinen ostovoiman kehitys ja palkkataso sekä yleinen suhdannetilanne.

Kustannukset koostuvat muun muassa raaka-ainekustannuksista, tuotantoteknologiasta, palkoista, markkinoinnin toimenpiteiden kustannuksista, investoinneista, ja lainojen kor-komenoista.

Monesti sanotaan yritysten riistävän niin asiakkaitaan kuin työntekijöitään voittoa tehdes-sään. Asiakkaille hinta on yleensä liian korkea ja työntekijät saavat lähes aina omasta mie-lestään liian vähän palkkaa. Mutta totuus on se, että vain voittoa tekevä yritys voi olla ole-massa myös huomenna. Tämä on sekä asiakkaiden että työntekijöiden etu. Asiakkaat voivat luottaa siihen, että takuu on voimassa ja että huolto sekä palvelu pelaavat myös jatkossa. Ja jos työsuhdeturva on pitempi kuin tiliväli, voivat työntekijätkin suunnitella elämänsä eteenpäin, maksaa asuntolainansa ja nukkua yönsä kohtuullisen hyvin.

YRITYKSEN OLEMASSAOLON TARKOITUS

Miksi yrityksiä on olemassa ja mikä on niiden toiminnan tarkoitus? Harva meistä tulee miet-tineeksi tätäkään itsestäänselvyyttä. Suurin osa lukijoista on oppinut, että olipa kohtuul-linen tarpeemme mitä tahansa, niin isommasta tai pienemmästä kauppaliikkeestä löytyy vastaus ongelmaan. Tai sitten kauppiat ovat luoneet tarpeemme tai ongelmamme omalla markkinointiviestinnällään ja saaneet meidät haluamaan jotain sellaista, mitä ilman emme muka voisi elää tai mitä ilman olemassaolomme ei olisi sitä mitä se parhaimmillaan voi olla.

Yrityksiä on olemassa aivan pienistä yhden hengen mikroyrityksistä aina suu-riin monikansallisiin yritysjätiläisiin. Mikä yhdistää näitä kaikkia yrityksiä?

1) Yrityksiä ei voi olla olemassa ilman **asiakkaita** ja **asiakastarpeita**. Yritykset syntyvät vastaamaan niihin tarpeisiin, joita ihmiset eivät voi tyydyttää itse. Voisi olla hankalaa esimerkiksi itse tilata oma kahvinsa Etelä-Amerikasta. Helpointa on ostaa se rahalla valmiina kaupan hyllyltä.

2) Yrityksiä ei voi olla olemassa ilman **yrittäjiä** ja **työntekijöitä**. Ihminen haluaa kuitenkin ostaa toiselta ihmiseltä ja toistaiseksi ihmistä on ollut vaikea korvata, vaikka automaatio ja itsepalvelu ovatkin vallanneet monen työpaikan.

3) Yrityksiä ei voi olla olemassa ilman **ympäröivää yhteiskuntaa**, joka tarjoaa yritykselle koulutetut työntekijät, ostovoimaiset asiakkaat ja tarvittavan infra-struktuurin muun muassa tie- ja rautatieverkoston, vesi- ja jätehuollon. Ympäröivä yhteiskunta voidaan järjestää joko yksityisomisteisesti tai julkisomisteisesti. Näiden järjestäminen ei ole ilmaista, vaan maksaa yrityksille ja kansalaisille rahaa ja maksut peritään joko veroina tai normaaleina liiketoimintaan kohdistuvina maksuina.

4) Yritykset eivät voi jatkaa toimintaansa, **elleivät niiden tuotot pitkällä ai-kavälillä riitä kattamaan kustannuksia** tai elleivät kohdassa 5) alla mainitut sijoittajat tai lainanantajat ole valmiita sijoittamaan varojaan tappiota tekeviin yrityksiin. Tämä on epätodennäköistä, jos tappiollinen toiminta on jatkunut tai tulee jatkumaan pitkään. Yritysten on siis tehtävä positiivista tulosta tai niiden toiminta joudutaan lopettamaan kannattamattomana.

5) **Suuria** tai todella suuria yrityksiä ei voi olla olemassa ilman, että suuri joukko ihmisiä tai organisaatioita yhdessä **sijoittaa** varojaan niiden toimintaan ja kantaa **rajatun riskin** sijoituksestaan. Näitä yrityksiä hallinnoidaan yleensä osakeyhtiöpoh-jaisesti ja ihmiset tai organisaatiot voivat ostaa ja myydä osuuksiaan näissä yhtiöis-sä jälkimarkkinoilla, joita kutsutaan pörsseiksi. Yritysten tulee palkita omistajansa siitä hyvästä, että nämä ovat sijoittaneet varojaan yritykseen. Ilman tätä palkitse-mista, osinkoa, tai toivoa tulevasta osingonmaksusta, eivät ihmiset tai organisaatiot sijoittaisi varojaan yrityksiin. Harvempi meistä antaa rahaa toiselle vastikkeetta. Varoja voidaan sijoittaa yrityksiin myös lainojen muodossa, jolloin lainoista makse-taan palkkiona korkoa lainan antajille.

Mikä on yrityksen tärkein tehtävä **sivulla 49** olevasta listasta? Ensi näkemältä listan **kohta 1)** asiakkaat ja asiakastarpeet olisi ehdottomasti yrityksen tärkein tehtävä. Ilman asiakkaita yrityksiä ei voi olla olemassa. Ilman asiakkaita yrityksellä ei ole ketään kenelle myydä yhtään mitään. Yritykselle on siis erittäin tärkeää, että se toimii asiakkaiden edun mukaisesti ja pitää asiakkaat tyytyväisinä. Mutta kun ajatellaan asiaa tarkemmin, huomataan, että asiakkaiden edun mukaisesti ei voi toimia millä hinnalla hyvänsä. Mikäli yritys toimii vain asiakkaidensa edun mukaisesti, se joutuu liiaksi luopumaan muista listassa mainituista asioista. Liiallinen asiakaslähtöisyys voi kostautua kannattavuuden tai henkilökunnan jaksamisen kustannuksella.

Entä sitten **kohta 2)** listalla? Tuleeko yrityksen täyttää vain henkilökunnan tarpeet? Vastaus on kielteinen. Toki yritys tarvitsee menestyäkseen koulutettua ja pätevää henkilökuntaa, mutta liiallinen henkilökunnan etujen ajaminen voi yhtä lailla johtaa kannattamattomaan toimintaan. Liian suuret palkat voivat esimerkiksi johtaa siihen, että yritys joutuu kompensoimaan kohonneita palkkakustannuksia nostamalla tuotteidensa hintoja, jolloin asiakkaat siirtyvät ostamaan tuotteensa kilpailijoilta. Jos yritys menettää asiakkaansa, se ei voi kovin pitkään pitää huolta työntekijöistään.

Entäpä sitten **kohta 3)** yhteiskunta? Eikö yrityksen tulekin maksaa takaisin yhteiskunnalle ne investoinnit, jotka yhteiskunta on tehnyt luodessaan yrityksille toimintaedellytyksiä? Koulutus, hyvinvointipalvelut ja infrastruktuuri ovat kalliita ylläpitää. Yritysten tulee toki osallistua yhteiskunnan ylläpitokustannuksiin ja maksaa veroja, mutta jos yhteiskunta tulee ahneeksi ja verottaa yrityksiä liikaa, eivät yritykset voi kovin pitkään toteuttaa kohtaa 4) eli kannattavuutta omassa toiminnassaan. Yrityksen tehtävä ei ole siis pitää yhteiskuntaa pystyssä. Ei ainakaan yksin.

Kohta 4) kannattavuus saa todennäköisesti varauksettoman tukemme. Kannattamaton yritystoiminta ei voi jatkua pitkään. Mutta paljonko yritysten tulee sitten tuottaa? Mitä jos tuotot ylittävät kustannukset ruhtinaallisesti? Eikö aina kannatakin pyrkiä mahdollisimman suureen voittoon? Periaatteessa vastaus voisi olla myönteinen, mutta jälleen kerran joudutaan kysymään, kuinka kauan se olisi mahdollista? Jos yritys tekee ylisuuria voittoja, voivat asiakkaat huomata tämän, liittoutua yhteen ja alkaa itse ostaa ja myydä niitä tuotteita ja palveluita itselleen, joita yritys on niille tähän asti myynyt. Näin on syntynyt mm. moderni osuusliike. Korkeat hinnat ja hyvä kannattavuus voivat houkutella myös kilpailijoita paikalle, jolloin hintakilpailu syö äkkiä ylisuuret tuotot. Lisäksi yrityksen työntekijät saattavat huomata, että olisi kannattavampaa perustaa oma yritys ja saada suurempi osa hyödystä itselleen.

Yritys ei voi yleensä pitkään jatkaa ylisuurten voittojen tekemistä. Paras onkin antaa kaikkien osapuolten saada kohtuullinen osuutensa kakusta. Samaa pätee myös **kohtaan 5)**. Osakkeenomistajien on saatava oma osuutensa tuotosta, varsinkin jos heidän halutaan sijoittavan lisää varojaan yritykseen jatkossa. Näin voisi olla, mikäli yritys tarvitsisi rahaa esimerkiksi uusia investointeja varten. Osakkeenomistajienkaan ei toisaalta kannata tulla liian ahneiksi yrityksen suhteen ja kotiuttaa kaikkia yrityksen tekemiä voittoja kerralla ulos yrityksestä, sillä yritys saattaa tarvita kertyneitä voittovaroja omaan käyttöönsä pahan päivän osuessa kohdalle.

Mikä on siis yllä esitetyn perusteella yritystoiminnan tarkoitus? Vastaus voisi kuulua seuraavasti: *”Yrityksen tarkoituksena on tyydyttää asiakkaittensa tarpeita tuottamalla asiakkailleen sellaisia tuotteita ja palveluita, joita asiakkaat eivät voi itse tehdä itselleen tai joita heidän ei ole kannattavaa tehdä itselleen. Yrityksen on toimittava kannattavasti, jotta yritys on olemassa myös tulevaisuudessa. Yrityksen on samalla huolehdittava työntekijöistään ja omistajistaan, jotta myös nämä voivat sitoutua antamaan panoksensa yrityksen toimintaan.”*

Aika ajoin tulee eteen tilanteita, joissa jotkin asiat esitetystä luettelosta menevät toisten edelle, mutta pitkässä juoksussa näiden tulee olla keskenään tasapainossa. Mikä tämä tasapaino on, määräytyy pääsääntöisesti vapailla markkinoilla ja vaihtelee markkinatilanteen mukaan. Joskus markkinatilanne suosii omistajia ja toisinaan henkilöstöä.

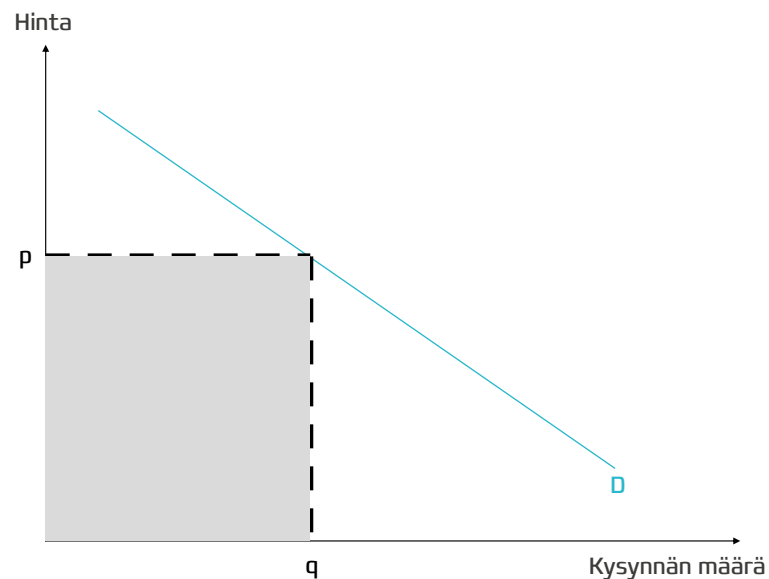
Harvempi yritys voi kuitenkaan ylenkatsoa asiakkaitaan – ainakaan kovin pitkän aikaa. Tyytymättömät asiakkaat äänestävät jaloillaan – ja lompakollaan. Myös henkilökunnan hyvinvoinnista tinkiminen voi johtaa yrityksen imagon ja samalla kysynnän rapistumiseen. Asiakkaat samaistuvat herkästi siihen, miten henkilökuntaa kohdellaan.

ENEMMÄN ON PAREMPAA

– LISÄARVON TEKEMINEN JA VOITON MAKSIMOINTI

Jotta voisimme paremmin ymmärtää yritysten käyttäytymistä markkinoilla, meidän tulee syventää käsitystämme siitä, mitä taloudellisella lisäarvolla ja voitolla tarkoitetaan. Ensimmäinen syytä tarkastella lähemmin tuloksen muodostumista.

Miten saadaan laskettua yrityksen voitto tai niin sanottu viimeinen rivi? Jotta kustannuksia voisi vähentää, täytyy ensin olla jotain, mistä niitä vähentää. Yritykset myyvät hyödykkeitään markkinoilla ja saavat niistä myyntituottoja. Myyntituotot saadaan kertomalla hyödykkeen hinta myynnin tai kysynnän määrällä. Tätä havainnollistetaan seuraavalla kuviolla 17, jossa aiemmin esitettyä kysyntäkäyrää käytetään apuna tuottojen määrittämisessä. Hinnalla p menee kaupaksi määrä q .



Kuvio 17. Nimeämättömän hyödykkeen myyntituotto saadaan laskemalla hinta [p] kertaa määrä [q]

Myyntituotot ovat yhtä kuin myyty määrä kertaa hinta. Kuviossa tätä kuvaa harmaaksi väritetty alue, eli myyntituotot ovat sama kuin pinta-ala pxq .

Myyntituotoista voidaan vähentää kustannuksia. Yleensä on tapana ensin vähentää myynnin mukaan muuttuvat kustannukset, joita ovat esimerkiksi tuotteiden ja raaka-aineiden sisäänostosta aiheutuvat kustannukset. Mikäli myyntiä ei tapahtuisi, ei syntyisi muuttuvia kustannuksia. Kun myynnistä vähennetään muuttuvat kustannukset, jää jäljelle myyntikate. Seuraavaksi jäljelle jääneestä summasta vähennetään myynnistä riippumattomat kustannukset eli kiinteät kustannukset. Nämä kustannukset syntyvät ja aiheutuvat myynnistä riippumatta. Tällaisia kustannuksia ovat esimerkiksi vuokrat, leasingmaksut ja kuukausipalkat.

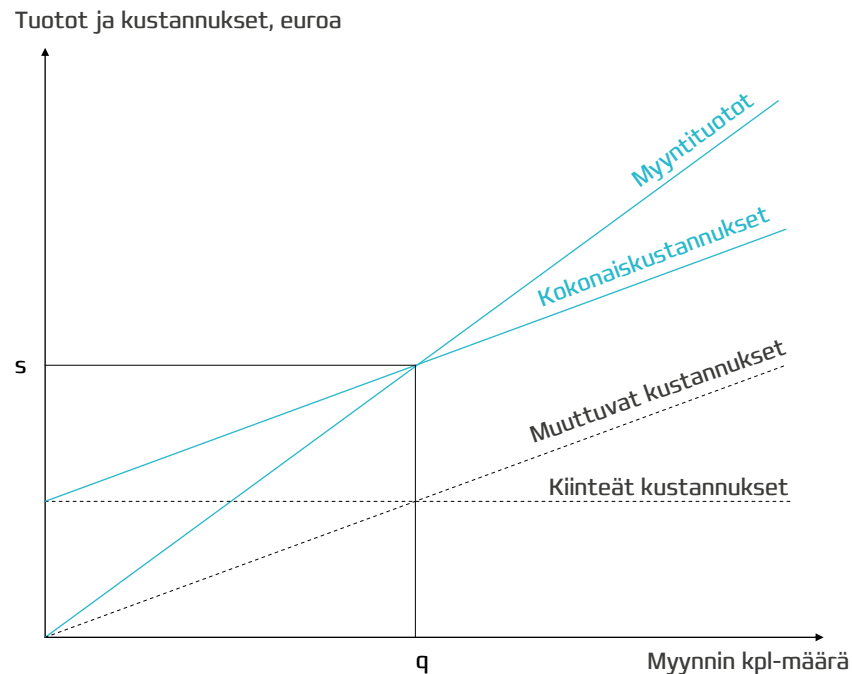
Kiinteiden kustannusten jälkeen vähennetään pitkävaikutteisten menojen, kuten esimerkiksi koneiden ja laitteiden sekä rakennusten poistot. Niiden hankintahintaa ei pääsääntöisesti vähennetä kerralla, koska niiden taloudellinen vaikutusaika on yleensä useita vuosia. Toki ne on rahoitettava yleensä hankintahetkellä, mutta yrityksen tulosta laskettaessa niiden tulosvaikutus jyvitetään niille vuosille, joiden aikana niistä saadaan tuottoja. Lopuksi lisätään mahdolliset korkotuotot, vähennetään investointeja varten otettujen lainojen hoitomenukset sekä lisätään mahdolliset muut tuotot ja vähennetään muut kustannukset. Se, mitä jää jäljelle, kutsutaan voitoksi, mikäli tulos on positiivinen ja tappioksi, mikäli tulos on negatiivinen. Tuloslaskelman rakenne esitetään alla olevassa kuviossa 18.

| | |
|---|----------------------------------|
| + | Myyntituotot |
| - | Muuttuvat kustannukset |
| | |
| = | Myyntikate |
| - | Kiinteät kustannukset |
| - | Poistot |
| + | Korkotulot |
| - | Lainojen korkomenot |
| + | Muut tuotot |
| - | Muut kustannukset |
| | |
| = | TULOS (voitto tai tappio) |

Kuvio 18. Yrityksen tuloslaskelma¹⁸

¹⁸ Kuviossa esitetty laskelma ei ole virallisen tuloslaskelman kaavan mukainen.

Seuraavassa kuviossa 19 esitetään myyntituottojen ja kustannusten välinen yhteys yrityksen tuloksen muodostumisessa. Kokonaiskustannukset saadaan kun muuttuvat ja kiinteät kustannukset lasketaan yhteen.



Kuvio 19. Yrityksen tuottojen ja kustannusten välinen suhde

Kuviosta nähdään, että vasta kun myynnin kappalemäärä on yhtä suuri kuin q tai ylittää sen, alkaa yrityksen toiminta olla kannattavaa, koska myyntituotot ylittävät kokonaiskustannukset. Myynnin määrää, joka on yhtä suuri kuin q tai euromäärältään vastaa summaa s , kutsutaan break-even myynniksi. Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että yritys on omillaan, koska myyntituotot ovat yhtä suuret kuin kokonaiskustannukset. Vähempi myynnin määrä kuin q tarkoittaa puolestaan sitä, että yritys tekee tappiota, koska kokonaiskustannukset ovat suuremmat kuin myyntituotot.

Kun nouseva myynnin määrä ohittaa break-even -pisteen, alkaa syntyä voittoa. Jokainen kappalemääräinen lisämyynti tämän pisteen jälkeen kasvattaa yrityksen voittoa.

Pitkässä juoksussa yritys voi ajoittain sietää tappioitakin, mutta tappiot on aina katettava voitollisilla vuosilla, muuten toiminta ei ole kannattavaa. Vallitsevan näkemyksen mukaan yrityksen arvo voidaan määrittää sen tulevien vuosien voittojen (ja tappioiden) nykyarvon kautta. Tämä arvottaminen toimii myös osakemarkkinoilla osakkeiden hintojen perustana.

Yrityksen tulevien voittojen nykyarvo voidaan laskea seuraavan yhtälön avulla:

$$\sum_{t=1}^n \frac{\Pi_t}{(1+i)^t}, \text{ missä}$$

Π_t = tulos, eli $TR_t - TC_t$, missä TR_t = kokonaistuotto ajankohtana t ja TC_t = kokonaiskustannus ajankohtana t , yleensä tilikauden lopussa.¹⁹
 t = ajanjakso, yleensä kalenterivuosi
 n = tulevien ajanjaksojen lukumäärä
 i = korkokanta

Voiton maksimointi pitkässä juoksussa tarkoittaa yllä esitetyn perusteella sitä, että pyritään maksimoimaan tulevien vuosien tuloksien, eli voittojen nykyarvoa. Yrityksen arvon maksimoimisessa on huomioitava seuraavat asiat:²⁰

- » Kokonaistuottojen, eli TR_t :n arvo riippuu yrityksen hyödykkeiden kysynnästä, hinnoittelusta ja tuotekehityksestä sekä innovaatioista.
- » Kokonaiskustannusten, eli TC_t :n arvo riippuu tuotantoteknologiasta, kustannuksista ja prosessien kehittämisestä.
- » Korkokanta i :n arvo riippuu yrityksen riskiluokituksesta ja pääomamarkkinoiden tilasta.
- » Lisäksi yrityksen tuloksen tekemistä rajoittavat esimerkiksi lain-säädännölliset asiat, tuotantokapasiteetti sekä raaka-aineiden saatavuus.

Mikä voi joustaa yllä esitetystä yrityksen arvon määrittämisen yhtälössä? Viimeinen rivi tuskin joustaa, sillä tällä hetkellä markkinoiden doktriini on se, että tulos joko kasvaa tai on vähintäänkin vakio.

Kilpailluilla markkinoilla hintoihin kohdistuu aina laskupaineita ja tuotantokustannukset laskevat teknologian kehityksen ja siitä johtuvan lisääntyneen tehokkuuden ansiosta. Muuttuvat kustannukset, eli esimerkiksi raaka-aineiden hinnat määräytyvät markkinoilla ja ne siirretään suoraan kuluttajan maksettavaksi tulevaan loppuhintaan. Jäljelle jää, että kiinteiden kustannusten, kuten esimerkiksi palkkojen, on joustettava tai tuotanto siirtyä sellaiseen maahan, missä palkkakustannukset ovat alhaisemmat. Tämä koskee tosin lähinnä niitä toimintoja, joiden hoitaminen on kokonaisedullisempaa halvemman työvoiman maissa. Yllä esitetty on tosiasia, joka meidän on vallitsevassa markkinatilanteessa hyväksyttävä. Kaikkea ei voi kuitenkaan ulkoistaa ja aika näyttää, miten yhtälön viimeinen rivi tulee sopeutumaan suhteessa yhtälön muihin tekijöihin.

Suuntaus on kuitenkin selvä. Tuloksen on kasvettava tai oltava vähintään vakio. Tämän saavuttaakseen yritykset pyrkivät muuttamaan kiinteitä kustannuksia muuttuviksi ja ulkoistamaan muuttuvia kustannuksiaan. Tämä selittää myös osittain sen, miksi viime vuosina yritykset ovat keskittyneet yhä vahvemmin vain ydintoimintoihinsa.

¹⁹ Σ tarkoittaa tässä summaa, eli lasketaan yhteen tulevien n vuoden tulosten nykyarvo. $(1+i)^t$ tarkoittaa diskonttaustekijää, jolla nykyarvo määritetään. $(1+i)$ korotetaan siis potenssiin t kertaa. Diskonttaaminen on käytännössä käänteinen laskutoimitus korolle korkoa laskemiselle. Mitä suurempi korkokanta on, sitä pienempi nykyarvo tai sitä suurempi tuleva arvo saadaan.

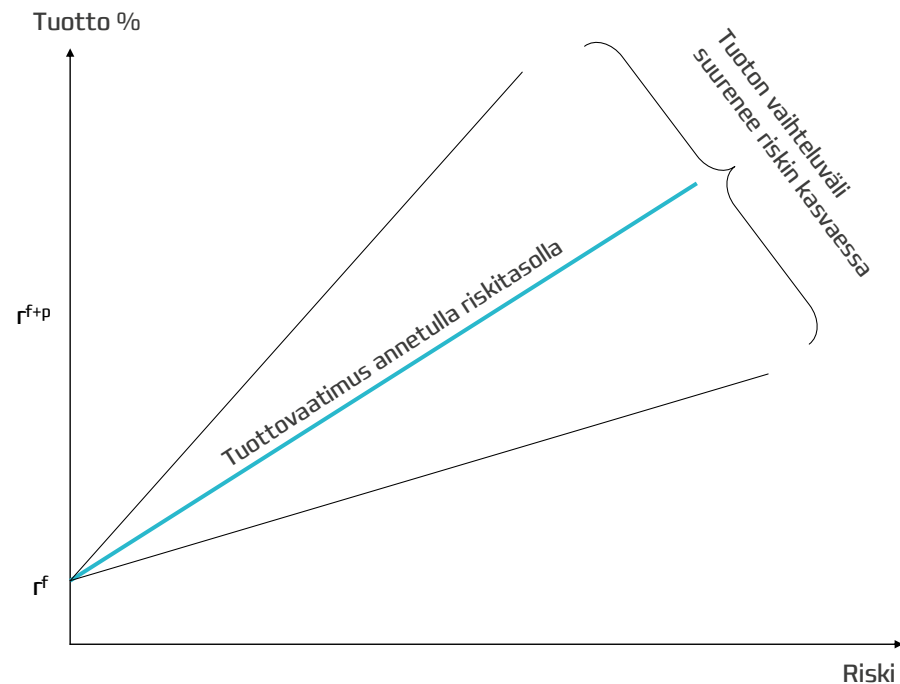
²⁰ Katso esimerkiksi Sloman 1990, 12–13.

RISKI JA TUOTTO KULKEVAT KÄSI KÄDESSÄ

Aiemmin edellä esitetty yhtälö $2 - 1 = 1$ on eräs perustavampaa laatua olevista liike-elämän totuuksista. Yrityksen on tuotettava voittoa, koska muuten ei olisi järkeä sijoittaa rahojaan yritykseen. Yleensä sanotaan, että voiton tulee kulkea käsi kädessä riskin kanssa.

Jos meillä on valittavana riskittömän tuoton ja riskin sisältävän tuoton väliltä, valitsemme varmasti riskittömän tuoton, varsinkin mikäli luvattu tuotto on molemmissa tapauksissa yhtä suuri. Ei ole syytä riskeerata, ellei saa siitä kohtuullista korvausta.

Mitä riski sitten käytännössä tarkoittaa? Se tarkoittaa sitä, että jokin mahdollisuus joko toteutuu tai jää toteutumatta. Markkinoilla tämä tarkoittaa joko pienten tai suurten voittojen tai tappioiden realisoitumista. Mitä suurempi on riski, sitä suurempi tulisi odotetun, keskimääräisen tuoton oltava, jotta riski kannattaa ottaa. Riskin ja tuoton välillä on selvä yhteys, jota havainnollistetaan seuraavalla kuviolla 20.



Kuvio 20. Riskin ja tuoton suhde

Kuviossa r^f tarkoittaa riskitöntä tuottoa, joka mahdollista saada vaikka sijoittamalla lyhyen koron rahamarkkinarahastoon. Mitä suuremmaksi riski kasvaa, sitä suurempi tuottovaatimus r^f+p on. p tarkoittaa riskipremiota, eli palkkiota suuremman riskin ottamisesta. Tämä premio maksetaan sijoitukselle riskittömän tuoton lisäksi.

Sijoitustoiminnassa riskillä tarkoitetaan karkeasti ajateltuna tietyn sijoituskohteen arvon vaihtelua keskimääräiseen tuottoonsa nähden. Riski riippuu siis sijoituskohteesta, markkinoista ja sijoitusajankohdasta. Näin pörssissä, mutta sama pätee myös yritystoimintaan. On eri asia, ryhtyykö yrittäjäksi laman kynnyksellä tai nousukauden alkaessa. Yrittäjän tulisi saada omaan yritykseensä sijoittamilleen rahoille vielä parempi tuotto kuin mitä on saatavissa osakemarkkinoilta keskimäärin. Miksi? Siksi, koska yrittäjä olisi aivan yhtä hyvin voinut sijoittaa rahansa vaikka varmoihin valtion obligaatioihin tai hajauttaa sijoituksensa osakemarkkinoille oman yritystoiminnan sijaan. Oma yritystoiminta on yleensä kaikkein riskialtuinta, ja siksi siitä olisikin saatava keskimäärin parempi tuotto kuin sijoitusmarkkinoilta.

Toisaalta näin voi ajatella useimmiten vain teoriassa. Monelle yrittäjäksi ryhtyminen on ainoa keino työllistyä, ja harva on siinä tilanteessa, että voi aidosti miettiä, sijoittaako pörssiin vai omaan yritykseen. Monelle yrittäjälle riittää, että pystyy elättämään itsensä sekä perheensä ja osingoksi kelpaa myös oma työpaikka!

MONOPOLI VAI KILPAILU?

Mikä määrää yritysten voiton suuruuden? Ovatko voitot ylisuuria, vai riittävätkö ne juuri ja juuri henkiinjäämiseen vai ovatko ne riittämättömiä, jolloin yrityksen täytyy poistua markkinoilta? Tuottaako yritys suuria määriä vai pieniä määriä? Onko yrityksen tuotanto tehokasta? Onko yrityksen asiakkailtaan pyytämä hinta korkea vai matala?

Vastaus kaikkiin näihin kysymyksiin riippuu osittain siitä, kuinka suuri kilpailu markkinoilla on. Talousteoria on perinteisesti jakanut markkinat sen mukaan, kuinka kilpaillut ne ovat.²¹

Markkinoiden toinen ääripää on täydellinen kilpailu, jonka vallitessa markkinoilla toimii lukuisia yrityksiä, joilla yhdelläkään ei ole määräävää markkina-asemaa, eivätkä ne pysty vaikuttamaan markkinahinnoitteluun. Toinen ääripää on monopoli, jonka vallitessa markkinoilla toimii vain yksi yritys, joka pystyy määräämään markkinahinnan.

Näiden välimuotoja ovat monopolistinen kilpailu ja oligopoli. Monopolistisen kilpailun vallitessa, markkinoilla toimii useita yrityksiä, eikä uusien yritysten markkinoille tuloa ole rajoitettu. Oligopolin vallitessa markkinoilla toimii vain joitakin yrityksiä ja uusien yritysten on vaikea tulla markkinoille. Seuraavalla sivulla olevassa taulukossa 1 on esitetty eri markkinamuotojen väliset erot.

²¹ Katso esimerkiksi Sloman 1991, 190.

Taulukko 1. Eri markkinamuotojen väliset erot.

Lähde: Sloman 1991, 191.

| Markkinatyyppe | Yritysten lukumäärä | Markkinoille tulon vapaus | Tuotteiden luonne | Esimerkkejä |
|-------------------------|---------------------|---------------------------|----------------------------------|--|
| Täydellinen kilpailu | Suuri | Rajoittamaton | Homogeenisia Täysin samanlaisia | Peruna, maito, mansikat ym. alkutuotteet |
| Monopolistinen kilpailu | Useita yrityksiä | Rajoittamaton | Erillaistettuja tuotteita | Ravintolat |
| Oligopoli | Muutama yritys | Rajoitettu | Homogeenisia tai erillaistettuja | Autot |
| Monopoli | Yksi yritys | Rajoitettu | Uniikki | VR – Valtion Rautatiet |

Silloin kun markkinoilla vallitsee täydellinen kilpailu, sekä kuluttajilla että tuottajilla on täydellinen tietämys markkinoista. Tuottajat tuntevat hinnat, kustannukset ja markkina-tilanteen sekä markkinoiden mahdollisuudet. Kuluttajat tuntevat myös markkinahinnat, hyödykkeiden laadun ja saatavuuden.

Kaikkien yritysten kannattaa pyrkiä monopoliin, sillä se takaa ylisuuret voitot. Toisaalta monopolin saavuttaminen voi olla mahdotonta käytännössä. Yritykset pyrkivätkin markkinoinnin keinoin luomaan itselleen ja tuotteilleen monopoliaseman *asiakkaiden mielissä*. Asiakkaat mieltävät jonkin tuotemerkin sellaiseksi, että sillä ei ole kilpailijoita. Jos esimerkiksi tietyn merkkiset farkut on saatava, ei muu auta kuin hankkia ne. Korvaavat tuotemerkit eivät käy.

Mikäli tilanne jonkin hyödykkeen osalta on sellainen, että mikään kilpailluilta markkinoilta saatava hinta ei olisi riittävä kattamaan hyödykkeen tuottamisesta aiheutuvia kustannuksia, on kyseessä *luonnollinen monopoli*.²² Valtion Rautatiet on eräs esimerkki tällaisesta tilanteesta. Käytännössä harva yksityisomisteinen yritys voisi rahoittaa koko valtakuntaa kattavan rautatieverkoston ilman, että junalippujen hinta tulisi niin korkeaksi, että toiminta ei voisi olla kannattavaa, koska kenelläkään ei olisi varaa matkustaa junalla. Myyntituotot, eli junalippujen kysyntä kerrottuna lipun hinnalla, eivät moneen vuosikymmeneen ylittäisi junaliikenteen perustamiskustannuksia ja näin rautatiet jäisivät perustamatta. Mutta koska rautatieverkostosta saatava hyöty kansalaisille on suuri, kannattaa valtion sijoittaa osa tuloistaan ja varoistaan rautateiden perustamiseen. Toiminta katetaan kohtuullisilla hinnoilla ja verovaroin. Pitkässä juoksussa toiminta voi olla jopa voitollista. Mutta siihen vaadittava aika on niin pitkä, että harva yritys pystyisi odottamaan niin kauan joutumatta vararikoon. Valtioille tämä on mahdollista ja siksi junaliikenne on usein valtioiden omistamaa ja hallinnoimaa.

Mihin monopolin etulyöntiasema perustuu?²³ Vaikka markkinoille periaatteessa mahtuisi useampia yrityksiä, uuden tulokkaan on todennäköisesti investoitava runsaasti esim. uusiin liiketiloihin ja henkilöstön perehdyttämiseen. Monopoli voi todennäköisesti hyödyntää *jo olemassa olevia suurtuotannon etuja ja sen keskimääräiset kustannukset ovat alhaisemmat* kuin uudella tulokkaalla. Monopolilla on siten enemmän pelivaraa hinnoittelussaan ja tästä johtuen monopoli voikin *aggressiivisella hinnoittelulla* ajaa uuden tulokkaan pois markkinoilta. Sen jälkeen monopoli voi jälleen korottaa hinnat takaisin tasolle, jolla se voi edelleen ansaita ylisuuria voittoja.

Tuotedifferointi ja brandiuskollisuus ovat myös keino luoda monopoliasema markkinoilla. Jos kuluttajat haluavat juuri tietyn merkkisiä tuotteita, on uusien tulokkaiden vaikea päästä markkinoille.

Avainasemassa olevien tuotantontekijöiden omistaminen antaa yritykselle etulyöntiaseman tai jopa yksinoikeuden tiettyihin hyödykkeisiin. Esimerkiksi öljykenttien omistajilla on varaa nykypäivänä hinnoitella raaka-aine korkealle.

Lainsäädännön antama suoja voi olla yritykselle yhtä arvokas kuin tuotantontekijöiden omistaminen. Patentit, copyrightit ja immateriaalioikeudet antavat yrityksille yksinoikeuden omiin tuotteisiin ja palveluihin sekä mahdollisuuden hinnoitella korkeammalle kuin kilpailluilla markkinoilla.

Vähittäismyymntiverkoston hallinta tai omistus antaa yrityksille mahdollisuuden pitää kilpailijat loitolla. Kilpailijoiden on rakennettava oma verkostonsa, mikä on aikaa vievää ja kallista.

Fuusiot ja yrityskaappaukset ovat esimerkkejä äärimmäisistä mutta käytetyistä keinoista, joiden avulla kilpailijat voidaan ostaa tai vallata pois markkinoilta. Lopulta markkinoiden tarjonta pienenee ja hinnat nousevat jälleen paljon keskimääräisiä kustannuksia korkeimmiksi, jolloin ylisuuret voitot ovat mahdollisia.

Yllä mainituista seikoista johtuen monopolin vallitessa hinnat ovat korkeammat ja kuluttajien mahdollisuudet kuluttaa pienemmät kuin vapaan kilpailun vallitessa markkinoilla.

22 Sloman 1991, 191.

23 Ibid, 204.

VAPAASTA KILPAILUSTA MONOPOLIIN

Modernin talousteorian isäksi kutsutaan Adam Smithiä, joka julkaisi vuonna 1776 teoksen 'An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations'. Smithiä pidetään vapaiden markkinoiden ja "markkinoiden näkymättömän käden" käsitteen keksijänä. Seuraava lainaus teoksesta kertoo siitä, miten jokainen kuluttaja, joka pyrkii maksimoimaan omaa etuaan, tulee samalla maksimoineeksi yhteiskunnan etua aivan kuin näkymättömän käden ohjaamana.²⁴

"Every individual is continually exerting himself to find out the most advantageous employment of whatever capital he can command. It is his own advantage, indeed, and not that of the society, which he has in view. But the study of his own advantage naturally, or rather necessarily, leads him to prefer that employment which is most advantageous to the society. . . he intends only his own gain, and he is in this, as in many other cases, led by an invisible hand to promote an end which was no part of his intention. Nor is it always the worse of the society that it was no part of it. By pursuing his own interest he frequently promotes that of the society more effectually than when he really intends to promote it." (Book IV, chapter 2.)

Monet vapaiden markkinoiden puolestapuhujat vielä nykypäivänä viittaavat juuri tähän kohtaan Smithin teoksessa, kun he hakevat perusteluita vapaiden markkinoiden oikeutukselle. Seuraavaksi esitetään suomenkielelle käännetystä teoksesta löytyvä laajempi lainaus kyseisestä kohdasta.

"Jokainen yksilö ponnistaa jatkuvasti voimansa keksiäkseen edullisimman käytön vallitsemaalleen pääomalle. Hän pitää kylläkin silmällä omaa etuansa, eikä yhteiskunnan. Mutta hänen oman etunsa varteenottaminen saa hänet luonnollisesti tai pikemminkin välttämättömästi antamaan etusijan sille käytölle, joka on yhteiskunnalle edullisin.

Ensinnäkin jokainen yksilö pyrkii käyttämään pääomaansa niin lähellä kotia kuin mahdollista, ja niinmuodoin mahdollisimman paljon kotimaisen tuotantoelämän kannattamiseen, aina olettaen, että hän siten voi saada vakinaisen pääomavoiton, tai ainakaan ei kovin paljon sen alle.

...Antamalla kotimaisen tuotantoelämän kannattamiselle etusijan ennen ulkomaista hän etsii vain omaa turvallisuuttaan; ja ohjaamalla tätä tuotantoelämää sillä tapaa, että sen tuoton arvo olisi mahdollisimman suuri, hän etsii vain omaa voittoaan, ja häntä ohjaa tässä samoin kuin monissa muissakin tapauksissa näkymätön käsi edistämään tarkoituserää, johon hän ei millään tavoin pyrkinyt. Eikä aina ole yhteiskunnalle haitaksi, ettei hän siihen pyrkinyt. Etsimällä omaa etuaan hän useasti edistää yhteiskunnan etua tehokkaammin kuin todella pyrkiessään sitä edistämään." (Kirja IV, Luku II.)²⁵

Kuten suomennoksesta huomataan, Smith kirjoittaa lämpimästi kotimarkkinoiden puolesta, mikä ei luonnollisesti sovi yhteen tämän päivän globaalien markkinaliberalistisen ajattelun kanssa, ja ehkä juuri siksi se jätetään usein tarkoituksella mainitsematta viitattaessa kyseiseen tekstikohtaan. Smith oli kuitenkin, joitakin poikkeuksia lukuun ottamatta, myös vahvasti vapaan ulkomaankaupan kannalla. Smithiä seuranneena aikana maailmankaupan

merkitys on valtavasti kasvanut, eikä suhteellisen edun vapaakauppateoriaa vielä hänen elinaikanaan tunnettu.

Vaikka Smith toimi vapaan markkinatalouden puolestapuhujana, ei hänkään ollut sokea sille, mitä vääristymiä markkinoilla voi esiintyä. Hän suhtautui suurella varauksella monopoliin sekä yksinoikeuksiin, mistä seuraavat lainaukset kertovat.

"Yksityishenkilölle tai kauppayhtiölle myönnetyllä yksinoikeudella on sama vaikutus kuin kauppa- tai teollisuussalaisuudella. Pitämällä markkinoita jatkuvasti puutteessa, koskaan täysin tyydyttämättä todellista kysyntää, yksinoikeudet myyvät hyödykkeensä paljon luonnollista hintaa kalliimmasta sekä nostavat ansionsa, olivatpa ne sitten ladultaan palkkaa tai voittoa, paljon niiden luonnollista tasoa korkeammiksi.

Yksinoikeushinta on jokaisessa eri tapauksessa korkein, mikä voidaan saada, luonnollinen eli vapaan kilpailun hinta sitä vastoin alhaisin, mikä voidaan ottaa, ei tosin jokaisessa eri tapauksessa, mutta huomattavan ajan kuluessa. Edellinen on kussakin tapauksessa korkein, mikä voidaan pusertaa ostajista tai mitä oletetaan heidän suostuvan maksamaan; jälkimmäinen on alhaisin, mihin myyjät yleensä voivat suostua lopettamatta liikettään.

*Ammattikuntien erikoisoikeudet, oppipoikasäädökset ja kaikki lait, jotka eri aloilla supistavat kilpailevien lukumäärän säännöllistä pienemmäksi, vaikuttavat samalla tavoin, vaikkakin vähemmässä määrässä. Ne ovat eräänlaisia laajennettuja yksinoikeuksia ja voivat usein kokonaisten sukupolvien kestäessä ja kokonaisissa ammattiryhmissä pitää erikoisten hyödykkeiden markkinahintaa luonnollista hintaa korkeammalla, sekä niihin käytetyn työn palkkaa ja pääoman voittoja jonkin verran luonnollisen tasonsa yläpuolella."*²⁶

Markkinaliberalismin puolestapuhujat luottavat vapaiden markkinoiden voimaan ja näkymättömän käden ohjaukseen. Mutta miltei markkinat todellisuudessa näyttävät ja vallitseeko niillä oikeasti vapaa kilpailu? On sanottu, että pörssi tai kauppatori ovat miltei ainoita esimerkkejä täysin vapaasti toimivista markkinoista, joilla ostaja ja myyjä kohtaavat. Lähes kaikilla muilla markkinoilla on harvoja toimijoita ja pyrkimystä monopoliin.

Ja tottahan toki yritysten ja jopa yksilöiden kannattaakin pyrkiä monopoliasemaan omalla (markkina)lohkollaan, koska se takaa suuremmat tulot itselle. Varsinkin sellainen yritys, jolla on yksinoikeus markkinoihinsa, mutta joka samalla pystyy käyttämään neuvotteluvomaa omien tavarantoimittajiensa ja alihankkijoidensa suhteen, on todella vahvoilla.

Itse asiassa maailmankauppa perustuu paljolti siihen, että rikkaissa länsimaissa toimivat yritykset hallitsevat jakelukanavia joko monopoliasemallaan tai jakamalla markkinat tietoisesti oligopolistisesti muiden kanssa samalla kun ne saavat omat tavarantoimittajansa köyhissä kehitysmaissa tai kehittyvissä talouksissa kilpailemaan toisiaan vastaan armottomasti. Tämä johtaa siihen, että sisään ostettavien hyödykkeiden hinnat laskevat tai ainakin pysyvät kurissa samalla kun loppuasiakkailta voidaan pyytää suurempaa hintaa. Tällainen kaksinaisuus kilpailun ja monopolin välillä on globaalien vaihdannan peruspiirre.²⁷

24 Sloman 1990, 23.

25 Smith 1933, 546 ja 549. (Kirja IV, Luku II.)

26 Ibid, 80. (Kirja I, Luku VII.)

27 Chossudovsky 2004, 102.



PÄÄOMA

PÄÄOMA

OMISTUSOIKEUS MAHDOLLISTAA PÄÄOMIEN KERRYTTÄMISEN

Harvoin tulemme ajatelleksi niin itsestään selvää asiaa kuin omistusoikeus. Olemme totuneet siihen, että jos hankimme jotakin ostamalla, meillä on siihen lähes aina täysi omistusoikeus ja määräysvalta. Emme ehkä myöskään tule ajatelleeksi, että meillä on vapaina Suomen kansalaisina omistusoikeus omaan itseemme. Emme ole kenenkään orjia, eikä orjuus ole enää laillista missään päin maailmaa. Tietystikään emme ole asian suhteen sinisilmäisiä vaan tiedostamme ihmiskaupan olevan nykypäivää jopa Euroopassa. Tosiasia kuitenkin on, että ilman omistusoikeutta ei voisi kerryttää pääomia. Sitä, mitä ei omista, ei voi kartuttaa.

Markkinat perustuvat hyvin määriteltyihin omistusoikeuksiin ja niiden merkitys on tunnustettu taloustieteessä. Erityisen hyvin ymmärretään omistusoikeuksien kannustinvaikutukset: jos omistusoikeuksiin liittyy epävarmuutta, omistajat eivät investoi kehittämiseen ja ylläpitoon tehokkaalla tavalla.

Ei ole yhdentekevää kuka omistaa ja mitä. On järkevää, että ihmiset jotka osaavat tuotantovälineitä parhaiten hyödyntää myös omistavat ne. Esimerkiksi keksinnön kehittäjä yleensä tuntee parhaiten keksintönsä ja osaa käyttää sitä tehokkaimmin. Jos poliittinen eliitti varastaisi keksinnön, se saisi siitä paljon vähemmän irti. Eliitin etujen mukaista on siis antaa omistusoikeus keksijälle ja sitten varastaa keksinnön tuottoja. Ehkä selkein esimerkki omistusoikeuksien tehokkaan allokaation merkityksestä löytyy kunkin omalta kohdalta. Yleensä ihmiset tietävät itse parhaiten, mitä pystyvät tekemään ja näin on viisasta antaa ihmisille omistusoikeus omaan itseensä.²⁸

Demokratia voidaan ajatella hallintojärjestelmäksi, jossa on turvatut omistusoikeudet ja laaja omistajien luokka, joka vahtii etujaan juuri demokraattisen järjestelmän avulla. Omistusoikeuden ja hallintojärjestelmän välinen suhde antaa tuoreen näkökulman yhteiskuntapolitiikan arviointiin. Kaikki ehdotukset, joissa yksityistä omistusoikeutta heikennetään, ovat mahdollisesti ehdotuksia, jotka edistävät totalitarismia.²⁹

PÄÄOMA ON KERTYNYTTÄ LISÄARVOA

Marxilaisittain ajateltuna³⁰ pääoman muodostavat raaka-aineet, työvälineet ja monenmoiset elämäntarvikkeet, joita käytetään uusien raaka-aineiden, uusien työvälineiden ja uusien elintarvikkeiden valmistamiseen. Nämä pääoman ainesosat ovat työn luomia, työn tuotteita, kasautunutta työtä ja lisäarvoa. Kasautunut työ ja lisäarvo, jotka palvelevat uuden tuotannon välikappaleena, ovat pääomaa.

Pääomat voidaan tässä esityksessä luokitella kuuteen pääluokkaan:

- 1) Raaka-aineet eli uusiutumattomat ja uusiutuvat luonnonvarat joko jalostetussa tai jalostamattomassa muodossa.
- 2) Rakennukset ja tuotantolaitokset
- 3) Koneet ja laitteet, työkalut ja muut työvälineet.
- 4) Älyllinen pääoma, tieto, kirjallisessa ja/tai digitaalisessa ja monistettavassa muodossa.
- 5) Raha, yllä olevat voidaan vaihtaa rahaksi markkinahinnoin. Raha on määritelty jo aiemmin tässä teoksessa.
- 6) Yllä olevien avulla tuotettujen tuotteiden tai palveluiden myymisestä saatu taloudellinen lisäarvo, eli voitto eli raha, joka voidaan uudelleen sijoittaa uuteen pääomaan tai jolla voidaan ylläpitää vanhaa, kulunutta ja vähentyntä pääomaa, ja pitää se tuotantokykyisenä.

Yritystoiminnassa pääomat esitetään yrityksen tase-laskelmassa. Taseeseen kirjataan kaikki yrityksen omistamat omaisuuserät sekä miten nämä on rahoitettu (kuvio 21). Taseen vasenta puolta kutsutaan nimellä vastaavaa ja se sisältää yrityksen omaisuuserät. Omaisuuseriä ovat karkeasti sanottuna rakennukset ja rakennelmat, koneet ja laitteet, tuote- ja raaka-ainevarastot sekä rahat ja pankkisaamiset. Taseen oikeaa puolta kutsutaan nimellä vastattavaa ja se sisältää rahoituserät. Rahoituseriä ovat vieras ja oma pääoma sekä tulosrahoitus eli tilikauden voitto (tai tappio, mikä vähentäisi pääomia). Vieras pääoma on lainarahaa, oma pääoma on osakkeenomistajien tai yrittäjän/yrittäjien sijoittamaa rahaa ja tulos on sama kuin aiemmin esitetyn tuloslaskelman viimeinen rivi.

28 Klaus Kultti. 2005. Yksityisomistuksesta ja demokratiasta. Kansantaloudellinen aikakauskirja 1/2005. <http://www.ktyhdistys.net/Aikakauskirja/sisallys/paakirjoitus12005.htm>. Vierailtu 11.7.2005.

29 Ibid.

30 Karl Marx. 1847. Palkkatyö ja pääoma. <http://socialismi.net/kirjasto/kirjasto/Marx-Tyo.htm>. Vierailtu 26.6.2005.

| VASTAAVAA | VASTATTAVAA |
|--|--|
| Pitkävaikutteinen omaisuus » Rakennukset ja rakennelmat » Koneet ja laitteet Lyhytvaikutteinen omaisuus » Tuote- ja raakaainetarastot » Rahat ja pankkisaamiset | Pitkäaikainen vieras pääoma » Lainat rahalaitoksilta » Lainat muilta tahoilta Lyhytaikainen vieras pääoma » Ostovelat » Lyhytaikaiset lainat Oma pääoma » Osakepääoma » Edellisten tilikausien tulokset » Tilikauden tulos |
| Taseen molempien puolien summien tulee olla yhtä suuret | |

Kuvio 21. Yrityksen tase³¹

Tässä esitetty tase-laskelma ei periaatteeltaan poikkea juurikaan yksityishenkilöiden varat ja velat erottelevasta laskelmasta, jonka jokainen verovelvollinen voi nähdä omasta veroli-pustaan. Nämä erät ovat varallisuus ja velat sekä lisäksi verovuoden ansio- ja pääomatulojen nettotulot. Kun nettotuloista vähennetään vuoden menot, saadaan laskettua jääkö mitään säästöön, aivan kuten yrityksen tuloslaskelmassakin, eli kertyykö pääoma vai joudutaanko ottamaan lisää velkaa tai luopumaan osasta varallisuutta. Pääoma on siis vuosien saatossa – tai sukupolvien aikana – kertynyttä lisäarvoa, ja tämän kertyneen lisäarvon omistajana voi olla yritys, muu yhteisö, kotitalous tai yksityishenkilö.

OMAISUUSVAIKUTUS TEKEE TYÖTÄ PÄÄOMAN EDUKSI

Miksi rikkaat rikastuvat? Miksi suuret yritykset tulevat yhä suuremmiksi? Se johtuu pitkälti siitä, että näiden lähtökohdat ovat alun alkaen paremmat. Rikkaan on helpompi kartuttaa varallisuuttaan kuin köyhän, koska hän on yksinkertaisesti jo alun perin rikkaampi. Tietysti myös osaamista tarvitaan sekä yritysten että yksityishenkilöiden varallisuuden hoitamises-sa. Kaikkein tärkeintähän on olla menettämättä rahaa. Lähtökohtaisesti suuremmat pää-omat eivät takaa vielä mitään. Pääomia on helpompi kuluttaa kuin ansaita.

Talusteoreettiset tarkastelut vapaiden markkinoiden toiminnasta perustuvat yleensä sii-hen, että markkinoilla ei ole olemassa niin sanottua omaisuusvaikutusta, eli kenelläkään ei ole lähtökohtaisesti enempää pääomia käytössään kuin muilla. Käytännön elämässä näin ei kuitenkaan ole, vaan toisille on kertynyt omaisuutta enemmän kuin toisille. Ja tulee kerty-mään yhä lisää, koska niillä, joilla on omaisuutta entuudestaan, on paremmat lähtökohdat ottaa harkittuja ja valikoituja riskejä ilman, että toimeentulo olisi pelissä.

Eräs sijoittamisen ja yritystoiminnan nyrkkisäännöistä on, ettei koskaan tule sijoittaa enem-pää kuin on varaa hävitä. Jos henkilöllä A on käytössään 100.000,- euroa, voi hän sijoittaa paljon vapaammin kuin henkilö B, jolla on käytössään vain 10.000,- euroa. Puhumattakaan siitä, jos henkilön A tulot ovat moninkertaiset henkilöön B verrattuna. Henkilö A voi esi-merkiksi sijoittaa 10.000,- euroa korkeariskiseen kohteeseen ja odottaa sijoitukselleen kes-kimääräistä korkeampaa tuottoa. Henkilö B voisi hänkin sijoittaa samaan kohteeseen, mut-ta mitä tapahtuisi, jos sijoituskohte ajautuisi vaikkapa konkurssiin? Henkilö B menettäisi koko omaisuutensa, mutta henkilöllä A olisi vielä 90.000,- euroa jäljellä. Mikäli henkilö A olisi kaiken lisäksi sijoittanut nämä 90.000,- euroa kohtuullisen riskin omaaviin, mutta lähes varmatuottoisiin kohteisiin, olisi hänen 10.000,- euron tappionsa pian kuitattu jäljelle jääneen 90.000,- euron pääoman tuoton turvin. Henkilö A voisi pian yrittää uudestaan jol-lakin toisella korkeariskisellä sijoituskohteella. Jos oletetaan, että A tällä kertaa onnistuisi vaikkapa kolminkertaistamaan 10.000,- euron sijoituksensa, olisi hänen varallisuutensa nyt kasvanut 130.000,- euroon (100.000,- => 90.000,- => 100.000,- => 130.000,-). Henkilö B olisi edelleen samassa tilanteessa, eli hän menetti omaisuutensa ensimmäiseen yritykseen. Hä-nen olisi pitänyt toimia kuin henkilön A, mutta samassa suhteessa omaisuuteensa nähden.

Se, mikä yllä esitettyssä pätee sijoitustoimintaan, pätee varauksella myös yritystoimintaan. Suuret yritykset voivat ottaa suurempia (hallittuja) riskejä ja ne voivat panostaa enemmän esimerkiksi tuotekehitykseen kuin pienet yritykset. On siis paljolti omaisuusvaikutuksen ansiota, että raha tulee rahan luo ja pääoma pääoman luo.

³¹ Kuviossa esitetty laskelma ei ole virallisen kaavan mukainen.

TUOTTAVUUS ON TYÖN, PÄÄOMAN JA TEKNOLOGIAN LIITTO

Yritys tuottaa markkinoille hyödykkeitä. Mitä enemmän yritys tuottaa näitä hyödykkeitä, sitä enemmän se voi saada niiden myynnistä ja todennäköisesti sitä edullisempaa tuotanto on tuotettua yksikköä kohti. Kokonaistuotannon määrä riippuu työn ja pääomien määrästä sekä tuotantoteknologian määrästä ja laadusta. Tämä voidaan esittää yhtälöllä: $KT = f(K, L, Te)$, jossa KT = kokonaistuotanto, K = pääoma, L = työ ja Te = teknologia.

Työllä tarkoitetaan kaikkea tehtyä työtä ja pääomalla tarkoitetaan niin luonnonvaroja kuin koneita ja laitteita, joilla työtä tehdään ja joilla luonnonvaroja jalostetaan alkutuotteista lopputuotteiksi. Teknologia voi liittyä tuotantovälineisiin tai niiden käyttämiseen, eli työhön. Koneet ja laitteet voidaan 1) rakentaa tehokkaimmiksi ja niitä voidaan 2) käyttää tehokkaammin ja järkevämmin. Ensimmäinen tehokkuuspekti liittyy lähinnä insinöörityöhön ja jälkimmäinen työn organisointiin ja johtamiseen. Kaiken tavoitteena on maksimoida tuotanto sekä pääomasta ja työstä saatava hyöty.

Tätä lähestymistapaa voidaan myös kritisoida, sillä tuottavuus mittaa tässä tapauksessa vain tuotantomääriä. Toki laatuakin voidaan mitata ja se voidaan sisällyttää tuotannon valmistamien hyödykkeiden ominaisuuksiin. Mutta kaikkea ei voida ottaa huomioon. Mikäli jonkin hyödykkeen lisääntyvä tuottaminen aiheuttaa esimerkiksi ympäristöhaittoja, ei tätä kustannusta, ulkoisvaikutusta, välttämättä oteta huomioon tuotantokustannuksia laskettaessa. Saattaa myös olla, että ympäristöystävällisempi tuotantoteknologia johtaisi tuotannon määrän laskuun, mitä ei myöskään haluta, jos tavoitteena on vain maksimoida tuotantoa ja laskea yksikkökustannuksia.

Koska markkinat eivät osaa ottaa huomioon näitä asioita pitkällä tähtäyksellä, tulee yhteiskunnan asetta lakeja ja asetuksia valvomaan tuotantoa, jotta kaikki mahdolliset vaikutukset ja niiden kustannukset tulisivat huomioiduiksi. Käytännössä tämä on kuitenkin vaikeaa, koska kaikkea, esimerkiksi tuotannon haittavaikutuksia, ei voi tietää etukäteen.

MIKSI PÄÄOMA LIIKKUU SINNE MISSÄ SE TUOTTAA ENITEN?

Klassinen talousteorian selitysmalli sille, miksi eri maat käyvät kauppaa keskenään perustuu suhteellisen edun periaatteelle. Lähtökohtana on se, että kaikilla mailla on (teoriassa) käytössään samanlainen teknologia, mutta niiden välillä on eroja tuotannon tekijöiden, kuten maan, työvoiman, luonnonvarojen ja pääoman osalta. Tuotannon tekijät ovat tuotannon kannalta välttämättömiä panoksia. Maat saavuttavat suhteellista etua niillä aloilla, jotka käyttävät runsaasti saatavilla olevia tuotannon tekijöitä. Ne vievät näitä tavaroita ulkomaille ja tuovat sellaisia tavaroita joiden tuottamisessa niillä ei ole suhteellista etua.³²

Kiinan kaltaiset halvan työvoiman maat vievät työvoimavaltaisia tavaroita, kuten esimerkiksi tekstiilejä ja jalkineita sekä matkapuhelimia ja muita kulutuselektronikkatuotteita. Intia on puolestaan esimerkki maasta, jonka edullinen työvoima valjastuu yhä enemmän tuottamaan palveluita. Koska suuri osa Intian väestöä on englannin kielen taitoista, on maahan

siirretty esimerkiksi kansainvälisten yritysten contact centerit (yhteyspalvelukeskuksia) ja kirjanpito-osastoja. Intian koulutustaso on myös kohtuullisen korkea ja kehittyä koko ajan. Useat monikansalliset yritykset ovatkin jo perustaneet suunnitteluosastojaan Intiaan, koska intialaisen insinöörin palkka on murto-osa länsimaisen serkkunsa vastaavasta. Intiassa on lisäksi perinteisesti ollut korkea matematiikan osaamisen taso.

Maat, joissa on runsaasti raaka-aineita tai viljelymaata, vievät näitä tuotannon tekijöitä käyttäviä tuotteita. Esimerkiksi naapurimaamme Ruotsin vahva asema terästeollisuudessa muodostui aikoinaan siksi, että ruotsalaisessa raudassa on hyvin vähän fosforiepäpuhtauksia, minkä vuoksi ruotsalainen teräs on ollut laadukkaampaa kuin muiden maiden.³³

LUONNONVARAT OVAT NIUKKOJA PÄÄOMIA

Todellisia pääomia ovat luonnonvarat sekä tiedon ja kulttuurin pääoma. Muut kertyneet pääomat ovat seurausta näiden kahden liitosta. Alussa ihminen eli luonnon armoilla kädestä suuhun. Sitten ihminen asettui aloilleen ja alkoi viljellä maata. Niille seuduille, joille syntyi viljelysyhdyskuntia, syntyivät myös ensimmäiset korkeakulttuurit. Ihmisellä oli ensimmäistä kertaa aikaa asettua aloilleen ja alkaa kerryttää sekä henkistä että aineellista pääomaa.

Ihminen alkoi jalostaa luonnosta löytämiään alkuaineita ja valmistaa niistä niin käyttö- kuin koriste-esineitä. Sivistyksemme alkuaikoina luonnonvarat olivat ehtymättömiä väestömäärään suhteutettuna. Maapallon nykyisen väestömäärän kanssa alkavat luonnon kantokyvyn rajat kuitenkin tulla vastaan.

Luonnonvarat voidaan jakaa kahteen lajiin: uusiutuviin luonnonvaroihin ja uusiutumattomiin luonnonvaroihin. Nämä ovat ne ainoat ja todelliset pääoman lähteet, jotka meillä on käytössämme kulttuurisen pääomamme, kuten esimerkiksi koulutuksen, lisäksi. Maapallo on uusiutumattomilta luonnonvaroiltaan suljettu systeemi. Se, mitä on meille aikojen alussa annettu, ei enää lisääntynyt. Kun uusiutumattomat luonnonvarat on kerran käytetty, ei niitä enää saa takaisin. Tämä pitäisi meidän kaikkien maapallon asukkaiden ymmärtää. Tietysti osa raaka-aineista voidaan kierrättää, mutta tällä hetkellä kierrätys on lähinnä retorinen tavoite. Tosin asia saa kyllä koko ajan enemmän painoarvoa.

Luontoa jalostamalla ihminen on lisännyt pääomia kaikkialla maailmassa. Pääomien lisäys osaamisessa, kulttuurissa, tieteessä ja teknologiassa on ollut paljon suurempaa kuin lisäykset fyysisissä pääomissa. Henkisen pääoman kehitys on ollut eksponentiaalista. Alati lisääntyvän oppimisen ja tieteellisen tiedon ansiosta ihminen on onnistunut kasvattamaan energian tuotannon ja raaka-aineiden käytön hyötysuhdetta sekä, jälleen kerran, tuottamaan lisää. Yhdistämällä luonnonvarat, henkisen pääoman ja työn tekemisen, on ihminen raamatullisesti "lisääntynyt ja täyttänyt maan".

Selvää on, että nykyinen ei voi jatkua samalla kasvuvauhdilla kuin tähän asti. Uusiutumattomien luonnonvarojen kantokyky saavuttaa ennemmin tai myöhemmin rajansa ja nämä luonnonvarat ehtyvät väistämättä. Tämä johtuu pitkälti siitä, että maailman väkiluku kasvaa. Maapallolla syntyy tällä hetkellä joka sekunti yksi uusi ruokittava suu.

32 Porter 1991, 32.

33 Ibid, 33.



KOLIKON TOINEN PUOLI

KOLIKON TOINEN PUOLI

SÄÄNTÖ 72 PANEE PÄÄOMAN TEKEMÄÄN TYÖTÄ, MUTTA KENEN HYVÄKSI?

Oletetaan, että meillä on ystävä, joka on voittanut lotossa 100.000,- euroa ylimääräistä rahaa. Hän asuu omistamassaan rivitaloasunnossa, eikä hänellä ole senttiäkään velkaa. Auto-kin on oma ja tulot riittävät kattamaan menot. (Ystävämme taloudellinen tilanne on vähintäänkin kadehdittava!) Mitä ystävämme tulisi tehdä?

Pitäisikö hänen ottaa ilo irti ja matkustaa maailman ympäri tai tarjota ystävilleen muutama ravintolakierros? Mikäli asiaa kysyttäisiin sijoittamisen ammattilaisilta, vastaus olisi todennäköisesti jyrkkä ”Ei!”. Parempi vaihtoehto olisi sijoittaa rahat tuottavasti, eli lykätä kulutushaluja tänään, jotta voisi kuluttaa vielä enemmän huomenna tai, mikä parempaa, saavuttaa taloudellisen riippumattomuuden. Tällä tarkoitetaan karkeasti sanottuna tilannetta, jossa henkilö asuu omistusasunnossa, hänellä ei ole velkaa, mutta omaisuutta on sen verran, että sen tuotolla elää tekemättä päivääkään työtä. Sata tuhatta euroa ei valitettavasti kuitenkaan vielä riittäisi antamaan varmaa tuottoa niin paljon, että sen turvin voisi lopettaa työn tekemisen.

Mihin ystävämme sitten tulisi rahansa sijoittaa? Jos hän jättäisi rahansa pankkitililleen, ei nykyinen talletuskorko riittäisi pitkässä juoksussa kattamaan edes sitä, että inflaatio pikku hiljaa nakertaisi talletuksen ostovoiman. Jos hän sen sijaan sijoittaisi rahansa osakemarkkinoille, olisi hänelle ainakin tilastollisesti luvassa keskimäärin parempi tuotto kuin että raha makaisi passiivisena talletustilillä. Kuinka paljon parempi tämä tuotto olisi ja mitä siitä seuraisi?

Eräs ratkaisu kysymykseen löytyy niin sanotun ”Sääntö 72”:n avulla. Sääntö 72 tarkoittaa sitä, että kun luku 72 jaetaan sijoituksen vuotuisella tuotto prosentilla, niin saadaan se aika vuosissa, mikä tarvitaan, jotta sijoitettu pääoma kaksinkertaistuisi, eli kasvaisi korolle korkoa.³⁴

Mikäli talletustilin korko olisi 1 % vuodessa, niin talletustilillä makaava pääoma kaksinkertaistuisi noin 72 vuodessa. Tosin tuona ajanjaksona inflaatio ehtisi syödä suuren osan pääoman ostovoimasta, joten yhden prosentin vuotuinen tuotto ei olisi kovinkaan järkevä tavoite. Jos sijoituksen tuotto olisi 10 % vuodessa, niin silloin pääoma kaksinkertaistuisi noin 7,2 vuodessa. Kumman vaihtoehdon itse valitsisimme? Niinpä niin, 72 vuotta on pitkä aika odottaa, varsinkin jos aloittaa sijoittamisen esimerkiksi 50-vuotiaana.

Osakemarkkinat ovat historiallisesti tarjonneet keskimäärin noin 8 ja 10 %:n välillä olevia tuottoja vuosittain. Jotkin kehittyvät markkinat, kuten esimerkiksi Venäjän, Kiinan tai vaikkapa Thaimaan osakemarkkinat, ovat joinakin vuosina tuottaneet 35 %:n ja jopa yli 100 %:n välillä vuositasolla. Sijoitettu pääoma on siis parhaimmillaan kaksinkertaistunut vuodessa tai kahdessa! Puhumattakaan siitä, mitä tapahtuisi, jos sama tahti voisi jatkua vaikkapa kymmenen vuoden ajan. Toki pitää muistaa, että vaihtelut, siis riskit, osakesijoitusten vuotuisissa tuotoissa ovat varsinkin kyseisissä sijoituskohteissa olleet suuremmat kuin Suomeen sijoittaneiden rahastojen tuottojen vaihtelut. Moni on pelannut pörssissä eläkesäästönsä ja huutaa katkerana valtiota apuun, vaikka ei ole ymmärtänyt markkinoiden lakia.

Kun avaa minkä tahansa sanomalehden taloussivut tai etsii Internetistä taloudellista informaatiota eri sijoitusvaihtoehdoista, huomaa, että erilaisia sijoitusrahastoja on moninkertainen määrä verrattuna pörssissä oleviin sijoituskohteisiin, eli pääsääntöisesti osakkeisiin tai niiden johdannaisiin. Sijoittamisvaihtoehdoista on todellakin runsaudenpula. Jokainen rahastoyhtiö väittää tietysti olevansa toista parempi arvaamaan mitä huomenna tapahtuu tai ainakin väittää tekevänsä tämän arvauksen pienemmällä riskillä kuin kilpailijat.

Yritykset ovat tehneet ennennäkemättömän hyvää tulosta viimeisten vuosikymmenten aikana. Tähän on vaikuttanut pitkälti se, että voiton maksimoinnista on tullut oma tieteenalansa ja että kaikki löysä on otettu organisaatioista pois ja turhat rönsyt karsittu. Tämä on johtanut siihen, että ne, jotka ovat yrityksiä omistaneet, ovat saaneet sijoituksensa takaisin moninkertaisesti ja heillä on nyt käsissään positiivinen ongelma: mihin seuraavaksi jälleensijoittaa saadut tuotot?

Tällä hetkellä maailmassa onkin ylitarjontaa sijoituskohdetta etsivistä pääomista. Yhä enemmän pääomaa on kertynyt suhteellisesti yhä harvempiin käsiin. Tämä pääoma etsii leivottomasti uusia sijoituskohteita, jotta se voisi jälleen kaksinkertaistua Sääntö 72:n mukaisesti. Ja mitä nopeammin pääoma kaksinkertaistuu, sen parempi sen itsensä näkökulmasta. Markkinat toimivat tällä hetkellä pääoman ehdoilla – vai pitäisikö sanoa armoilla? Vanha kunnan yhtälö $2 - 1 = 1$ on osoittanut voimansa. Patruuna-isän ei todellakaan tarvitse hävetä poikaansa, hyvin on jälkikasvu läksynsä lukenut!

Ylimääräisellä pääomalla ei näytä tällä hetkellä olevan parempaa käyttöä kuin kasvaa korolle korkoa, jotta huomenna voisi ainakin teoriassa kuluttaa vielä enemmän, tai kalliimmin. Luksustuotteiden ja palveluiden kysyntä, ja kysynnän myötä tarjonta, onkin kasvanut pääomien keskittymisen tahdissa. Enää ei ole häpeä näyttää menestystään ja vaurauttaan.

Edellä mainittuja ylimääräisiä pääomia hallinnoidaan muun muassa erilaisten sijoitusrahastojen sekä sijoitus- ja omaisuudenhoitoyhtiöiden toimesta. Nämä organisaatiot ja niissä toimivat henkilöt yhdessä suuryritysten sijoitusjohtajien kanssa ovat se rahoitusmarkkinoiden näkymätön käsi ja niitä kasvottomia sijoittajia, jotka viime kädessä ohjaavat pääomien virtauksia ja suuntaa globaaleilla sijoitusmarkkinoilla. He panevat yritykset tuottamaan enemmän, parempaa, nopeammin ja halvemmalla.

Toisaalta samat voimat toimivat meidänkin eduksemme. Itse asiassa, kun eläkevarojamme sijoitetaan maailman pörsseissä, tai kun yksityishenkilöinä otamme sijoitussidonnaisen eläkevakuutuksen, ostamme osuuden sijoitusrahastossa tai sijoitamme pörssissä suoraan johonkin yritykseen, toivomme luonnollisesti, että sijoituksemme tuottavat mahdollisimman hyvin. Sehän tarkoittaa sitä, että voisimme sitten aikanaan saada isomman eläkkeen

tai vielä enemmän rahaa käyttöömmä. Mutta samalla tulemme omien sijoitustemme korkean tuotto vaatimuksen kautta potkineeksi itseämme takapuolelle: vauhtia siinä, pane pääoma tuottamaan!

Kun yritys lomauttaa henkilöstöään Suomessa ja muuttaa halvemman kustannustason maahan, on se suoraa seurausta siitä, että Sääntö 72 pannaan toimimaan käytännössä. Kaksi on parempi kuin yksi ja puolessa vuodessa on parempi kuin vuodessa. Kohtuullinen tulos ei riitä, tuloksen on oltava erinomainen.

Mikäli tulos ei ole omistajia tyydyttävä, sijoitusrahaston tai omaisuudenhoitoyhtiön edustajat käyttävät äänivaltaansa yhtiökokouksessa ja vaihtavat johtajat sellaisiin, jotka saavat sijoitetun pääoman tuoton nousemaan. Parhaimmillaan – tai pahimmillaan, mitenkä vain – sijoitusrahaston edustaja on 25-vuotias juuri kaupparakokoulusta valmistunut nuori leijona, joka haluaa näyttää kyntensä ja edetä urallaan, jotta voisi itse jonain päivänä saavuttaa taloudellisen riippumattomuuden. Eikä palkkajohtajienkaan kannata taistella omistajien ääntä vastaan, sillä henkilökohtaisella tasolla menetykset voivat olla todella suuret.

ILMAISIA LOUNAITA EI OLE OLEMASSA – MYÖS VOITON MAKSIMOINNILLA ON HINTANSA

Voiton maksimointi kuulostaa aluksi järkevältä tavalta toimia, aivan kuin ilmaiselta lounaalta. Mutta kuten talousteorian perusteista tiedämme, ilmaisia lounaita ei ole olemassa. Joku saa aina maksaa, jos eivät käyttäjät itse maksaa.

Tällä kertaa maksajana olemme me kaikki. Luonnonvarat ehtyvät, ympäristö saastuu ja ihmiset sekä kokonaiset yhteiskunnat palavat loppuun. Voittojen ulosmittaaminen ei hinnoittele sisälleen niitä ulkoisvaikutuksia, jotka tulevat lopulta yhteiskunnan kannettaviksi. Yhteiskunta voi yrittää hinnoitella ulkoisvaikutukset verottamalla niiden aiheuttamisesta, mutta on olemassa monia, esimerkiksi sosiaalisia, kustannuksia, joita yhteiskunta ei pysty hinnoittelemaan saatikka arvottamaan. Jos ilma saastuu ja yrityksille asetetaan saastevero, yritykset voivat joka tapauksessa jatkaa saastuttamista, mutta kukaan ei korvaa sitä menetystä, jonka yksittäinen henkilö kokee esimerkiksi sairastuessaan ilman laadun heikkeneemisestä aiheutuviin hengitystiesairauksiin.

Mikäli markkinat toimisivat käytännössä niin kuin niiden teoriassa pitäisi toimia ja hinnat sisältäisivät kaikki kustannukset, nykyiset ja tulevat, voisi maailma näyttää toisenlaiselta. Jos kaikella olisi oikea hintansa, harva ylisuuria voittoja tekevä yritys tekisi voittoja ainakaan samaan tahtiin kuin tällä hetkellä. Toisaalta tuotteiden hinnat voisivat olla huomattavasti kalliimpia kuin nyt. Tämä tietysti hillitsisi kulutuskysyntää, mutta samalla työpaikat vähensivät. Tai suuntautuisivat uudella tavalla.

Ne yritykset, jotka jättävät ympäristöongelmat ja sosiaaliset kustannukset muiden kannettavaksi, ovat tässä mielessä yhteiskunnan vapaamatkustajia. Näistä vapaamatkustajista tulisi päästä mahdollisimman pian eroon, koska ilmaisia lounaita ei ole ja kustannukset tulevat kuitenkin enemmän tai myöhemmin koko yhteiskunnan maksettaviksi. Kun ympäristö slummiutuu, ei kenelläkään ole enää mukavaa, vaikka tavaraa saisi enemmän ja halvemmalla.

VOISIKO VOITTOA OPTIMOIDA MAKSIMOINNIN SIJAAN?

Syökö voiton maksimointi lopulta itsensä? Jo tämän julkaisun aiemman version ilmestymisen aikaan Ilaskivi varoitti, että kahden edellisen vuosikymmenen aikana oli tapahtunut seuraavanlainen rakennemuutos. Ansiotulojen osuus oli pudonnut 60 prosentista runsaaseen 50 prosenttiin pääomatulojen osuuden kasvaessa ja tuloerot olivat jo tuolloin samalla suurentuneet. Pätkätoita tekevien osuus työvoimasta oli jatkuvasti kasvanut ja eläkkeet eivät olleet enää seuranneet yleistä ansiotulojen kehitystä.³⁵

Tuloksena on kohta uusi luokkayhteiskunta, joka jakaantuu yhä vahvemmin eliittiin, saavutetuista eduista rimpuilla kiinni pitävään yhä pienenevään keskiluokkaan sekä syrjäytyneisiin. Yhteiskuntarauhan menettäminen voi olla vain ajan kysymys, sillä tasainen tulonjako ja yhteiskuntarauha kulkevat vahvasti käsi kädessä.³⁶

Meillä on itse asiassa käsissämme paradoksi: Sellainen taloudellinen järjestelmä, mikä tuottaisi kaikille yhteiskunnan jäsenille samanlaiset taloudelliset ja sosiaaliset oltavat, ei olisi voinut tuottaa maksimaalista taloudellista tulosta. Toisaalta, se taloudellinen järjestelmä, mikä tuottaa maksimaalisen taloudellisen tuloksen, ei voi tuottaa kaikille yhteiskunnan jäsenille taloudellista ja sosiaalista tasa-arvoisuutta.

Kysymys kuuluu: Haluammeko eriarvoisuuden lisääntyvän? Toisaalta haluamme varmasti nauttia kaikesta siitä, mitä vapaa markkinatalous on tuonut tullessaan. Taloudelliset kannustimet ja markkinoiden kilpailu ovat omalta osaltaan edesauttaneet esimerkiksi tieteellisen tutkimuksen edistymistä ja uusien lisäarvoa tuottavien asioiden keksimistä kuluttajille. Harva meistä haluaisi luopua mikroaltonuunista tai kuivausrummusta. Toisaalta vapaa markkinatalous ajaa kaikki kilpailemaan kaikkia vastaan ja tekee elämästä ikävämpää.

Asiasta tekee entistä mutkikkaamman se, että samaan aikaan markkinoista ja luonnonvaroista on kilpailemassa yhä suurempi joukko maailman kansalaisia. Työ jakaantuu entistä tasaisemmin maailmassa, mikä on sinänsä hyvä ja solidaarinen asia. Se tarkoittaa kuitenkin samalla myös sitä, että suomalaisen ja eurooppalaisen työläisen on joustettava palkoista ja työajoista sekä työehdoista. Länsimainen keskiluokka kurjistuu samaan aikaan kun Kiinassa ja Intiassa keskiluokkaan kuuluvien määrä lisääntyy.

Läntisissä teollisuusmaissa näyttääkin olevan käynnissä aleneva säätykierto, mikä tarkoittaa sitä, että yhä harvemmat meistä enää tulevat ylittämään tai edes saavuttamaan vanhempiensa elintason. Toki on huomioitava sekin, että tulevat sukupolvet saavat aikanaan periä vanhempien sukupolvien hankkiman omaisuuden, usein asunnon ja kesämökin. Tämän tulossa olevan omaisuuden siirron vaikutusta ihmisten kulutuskäyttäytymiseen on vaikea arvioida etukäteen. Varmaa kuitenkin on, että kaikissa pankeissa ja sijoitusrahastoyhtiöissä varaudutaan tulevaan. Tässä yhteydessä täytyy muistuttaa lukijaa siitä, että sijoitusrahasto saa hallinnointi- ja säilytyspalkkionsa riippumatta siitä, miten rahastolla menee.

Voisiko sitten voiton optimointi olla vaihtoehtona voiton maksimoinnille? Kyllä varmasti, jos katsoo asioita edellä esitetyn kannalta. Jos yritykset pystyisivät jollakin tavalla arvioimaan myös ulkoisvaikutuksiaan ja sisällyttämään ne kustannuksiinsa ja hintoihinsa, voisi tuloksena olla hieman pienemmät voitot, mutta inhimillisempi yhteiskunta.

35 Raimo Ilaskivi 2005. Kaksijakoiseen turvallisuuden yhteiskuntaan? Kanava 3/2005.

36 Ibid.

Mikä olisi sitten sopiva tulostaso? Riittäisikö esimerkiksi keskimäärin 8–9 %:n tuotto nykyisen noin 10 %:n sijaan. Jos asia olisi näin yksinkertainen, mitä tämä tarkoittaisi käytännössä? Se tarkoittaisi Sääntö 72:n mukaan sitä, että korolle koron vaikutus ja pääoman kasvuvauhti hidastuisi, ei loppujen lopuksi sen enempää. Rikkaat jatkaisivat rikastumistaan, mutta hitaammassa tahdissa, ja varallisuus jakaantuisi tasaisemmin. Voi olla, että olisi paljon mukavampaa olla rikas, kun sekä fyysinen että sosiaalinen ympäristö voisi paremmin ja yhteiskuntarauha olisi turvattu.

Edellä esitettyä ei pidä tulkita niin, että kirjoittaja olisi sitä mieltä, että kaikki maailman epäkohdat johtuisivat pelkästään ahneista sijoittajista tai voittoa maksimoivista yrityksistä, sillä näin ei tietenkään ole. Ilman yrityksiä olisimme pulassa, koska joutuisimme tekemään kaiken itse. Yritykset antavat meille työtä, päiviimme sisältöä ja elämällemme tarkoituksen.

On myös olemassa paljon esimerkkejä yrittäjistä ja yrityksistä, jotka tuloksen tekemisen ohessa hoitavat suhteensa yhteiskuntaan kiittävästi ja ajattelevat esimerkiksi työllistämisaikutuksia ja omaa ekososiaalista vastuutaan. Näiden yritysten kassaan soisi yhä useamman euron kulkeutuvan. Valinta on viime kädessä kuluttajilla ja kotitalouksilla. Tässä kohdalla ei voi olla mainitsematta yhtenä esimerkkinä osuustoimintaa, jossa asiakkaat yhdessä muiden asiakkaiden ja työntekijöiden kanssa omistavat ostamiensa hyödykkeiden myyjän ja osa mahdollisesti kertynyttä ylijäämää palautetaan takaisin omistajille.

LOPPUSANAT

Maailma, jossa elämme, pyörii lähes poikkeuksetta rahan varassa. Raha ja hyödykkeet vaihtavat alituisesti omistajaa markkinoilla kysynnän ja tarjonnan määrätessä markkinatasapainoon johtavan hintatason. Toisaalta hyödykkeiden hinnat ohjaavat puolestaan kysyntää ja tarjontaa. Näiden alati muuttuva vuorovaikutus saa maailman hyödyke-, raha- ja sijoitusmarkkinat sykkimään. Vaikka usein tuntuu siltä, että markkinat eläisivät omaa elämäänsä irrallisena reaali maailmasta, on totuus kuitenkin se, että kaikki on viime kädessä markkinaosapuolten käsissä. Nämä ovat lihaa ja verta olevia, eläviä ja rationaaliin päätöksiin pyrkiviä ihmisiä – kuluttajia, kotitalouksia, yrittäjiä ja omistajia.

Niin modernia, tehostettua ja virtaviivaistettua yritystä ei olekaan, ettei se viime kädessä olisi riippuvainen omilta asiakkailtaan saamistaan myyntituotoista. Yritykset siis lunastakoot asiakkaille antamansa lupaukset ja vastatkoot teoistaan. Kuten aiemmin todettiin, on kuluttaja markkinoiden kruunaamaton kuningas. Kuluttaja ottakoon siis itselleen sen vallan, mikä hänelle kuuluu ja äänestäköön lompakollaan oman tulevaisuutensa puolesta aina kun se on mahdollista.

Yritysten on tehtävä voittoa elääkseen ja kartutettava pääomiaan pärjätäkseen markkinoilla. Vain voittoa tekevät yritykset pystyvät tarjoamaan työpaikkoja ja ylläpitämään sekä luomaan kysyntää. Toisaalta voittoa ei voida tehdä millä hinnalla hyvänsä. Tuotannon fyysiset ja sosiaaliset ulkoisvaikutukset on voitava huomioida kaikkien hyödykkeiden loppuhinnoissa kaikkialla, jolloin hintamekanismi automaattisesti ohjaa kuluttajat tekemään kestäviä valintoja. Muussa tapauksessa ne yritykset, jotka ovat vapaamatkustajia, menestyvät ekososiaalisia näkökulmia vapaehtoisesti painottavia yrityksiä paremmin.

Uusiutumattomat luonnonvarat ovat käymässä vähiin. Omista kulutusvalinnoistamme sekä yritysten valitsemista tuotantotavoista riippuu paljon maapallon tulevaisuus. Selvä on, että uusiutumattomien luonnonvarojen hintojen nousu tulee katkaisemaan pitkään jatkuneen, lähinnä fossiilisten polttoaineiden varassa olevan taloudellisen kasvun. Se, mitä siitä seuraa, on vain arvailujen varassa. Kuten aiemmin todettiin, on kaikki kysyntä lopulta johdettua kysyntää. Mitä tapahtuu, kun maailmantaloudessa alkaa luonnonvarojen niukkuudesta johtuva hintojen nousu, joka syö kannattavuuden yritykseltä kuin yritykseltä?

Toisaalta markkinat säätelevät itse itseään. Kun jokin hyödyke tulee niukaksi, opimme pian käyttämään sitä tehokkaammin ja paremmalla hyötysuhteella. Lisäksi korvaamme niukan hyödykkeen toisella hyödykkeellä. Mutta mitä teemme sitten, kun kaikki vaihtoehtoiset hyödykkeet on jo kokeiltu ja niukkuus jatkuu? Silloin joudumme sopeutumaan ja elämään niukkuuden kanssa.

Tämä sopeutuminen meidän kaikkien olisi syytä alkaa jo nyt säätämällä oma kulutuksemme vastaamaan luonnonvarojen rajallista tarjontaa, suosimalla uusiutuvia energianlähteitä ja kierrättämällä raaka-aineita. Meidän on siirrettävä kuluttamisen painopistettä enemmän palveluiden, kulttuurin ja sivistyksen suuntaan pois turhien tuotteiden kuluttamisesta. Henkistä pääomaamme voimme viljellä, kasvattaa ja niittää loputtomasti. Jos emme aloita sopeutumista jo tänään, tulevat markkinatalouden luonnonlait ennemmin tai myöhemmin ohjaamaan meidät siihen.

KIRJALLISUUTTA

- Anderson, Nicholas. 2000. Nicholas Andersonin Rahakirja. Edita.
- Anttila, Mai & Iltanen, Kaarina. 2001. Markkinointi. WSOY.
- Chossudovsky, Michel. 2004. Köyhyyden globalisointi. LIKE.
- Eklund, Klas. 1990. Vår ekonomi. Tiden.
- Graham, Benjamin. 1997. The Intelligent Investor. A Book of Practical Counsel. HarperBusiness.
- Korten, David. 1997. Maailma yhtiöiden vallassa. Like.
- Mansfield, Edwin. 1990. Managerial economics. Norton.
- Maslow, Abraham. 1954. Motivation and Personality. Harper & Row, New York.
- Milgrom, Paul & Roberts, John. 1992. Economics, Organisation and Management. Prentice Hall.
- Porter, Michael. 1991. Kansakuntien kilpailuetu. Otava.
- Puttonen, Vesa & Kivisaari, Tero. 1998. Vaurastuminen – varteenotettava vaihtoehto. WSOY.
- Richardson, Leon. 1993. Investing Simplified for the serious amateur investor. Librex Ltd.
- Sloman, John. 1991. Economics. Prentice Hall.
- Smith, Adam. 1933. Kansojen varallisuus. Tutkimus sen olemuksesta ja tekijöistä. Ensimmäinen nide. Suomentanut Toivo T. Kaila. WSOY.
- Soininvaara, Osmo. 2005. Vihreät ja talous. Tietokeino Oy.
- Storbacka, Kaj & Lehtinen Jarmo R. 1997. Asiakkuuden ehdoilla vai asiakkaiden armoilla. WSOY.
- Varian, Hal. 1990. Microeconomics. Norton.
- Ylä-Liedenpohja, Jouko. 1993. Taloustiede tänään. Lillett Oy.

KIRJAILIJASTA

Kim Wrangle on suorittanut kauppatieteiden lisensiaatin tutkinnon markkinointi pääaineenaan. Alun perin ekonomistin koulutuksen saaneena hän on aina ollut kiinnostunut talousteorian, rahoituksen ja liiketalouden perusasioista sekä niiden soveltamisesta käytäntöön.

Markkinoinnin parissa Wrangle ominta aluetta ovat viime vuosina olleet asiakkuusajattelu ja myyntityö sekä johtaminen. Lisäksi tulevaisuudentutkimus ja markkinointitutkimus ovat hänen mielenkiinnon kohteitaan. Wrangle on vierailut yllämainittujen markkinoinnin osa-alueiden luennoitsijana ja kouluttajana useissa yrityksissä ja yhteisöissä. Hän on lisäksi toiminut erilaisten liikkeenjohdon täydennyskoulutusohjelmien ja eMBA-ohjelmien valmentajana.

Tällä hetkellä Wrangle toimii markkinoinnin yliopettajana Karelia-ammattikorkeakoulussa Joensuussa ja vastaa siellä liiketalouden ja tekniikan ylemmistä AMK-tutkinnoista.

Kirjailijalle voi lähettää sähköpostia osoitteeseen kim.wrangle@karelia.fi

Talouden peruskäsitteiden hallinta on muodostumassa yhä tärkeämmäksi kansalaistaidoksi. Talouden lainalaisuudet näkyvät yhä vahvemmin niin yksityisellä kuin julkisella sektorilla ja ne vaikuttavat entistä enemmän lähes jokaisella elämänalueella, halusimmepa tätä tai emme. Siksi jokaisen meistä on syytä hallita talouden perusasioita. Tämän kirjan tavoitteena on toimia matkaoppaasi markkinatalouteen ja avata sen tärkeimpiä peruskäsitteitä.

Kysynnän ja tarjonnan laki, kansantalouden kiertokulku, raha vaihdannan välineenä, koron korko, pääoma ja voitto ovat termeinä meille kaikille tuttuja tai tulevat tutuiksi viimeistään tämän teoksen luettuasi. Mutta tiedätkö, mitä ovat näkymättömät voimat niiden takana?

Tämän aineiston luettuasi tiedät, ja tiedät paljon muutakin markkinatalouden peruslainalaisuuksista. Julkaisu on tarkoitettu talousteorian perusopinnojen oppimateriaaliksi sekä lisäopiskelun innoittajaksi aina tavallisista kansalaisista korkeakouluopiskelijoihin asti. Antoisia lukuhetkiä tutkimusmatkallesi markkinatalouteen!