Markaðspunktar í dag:

- Greiningardeildin sem stal jólunum: Allratap vegna jólagjafa 800 milljónir

Greiningardeildin sem stal jólunum: Allratap vegna jólagjafa 800 milljónir

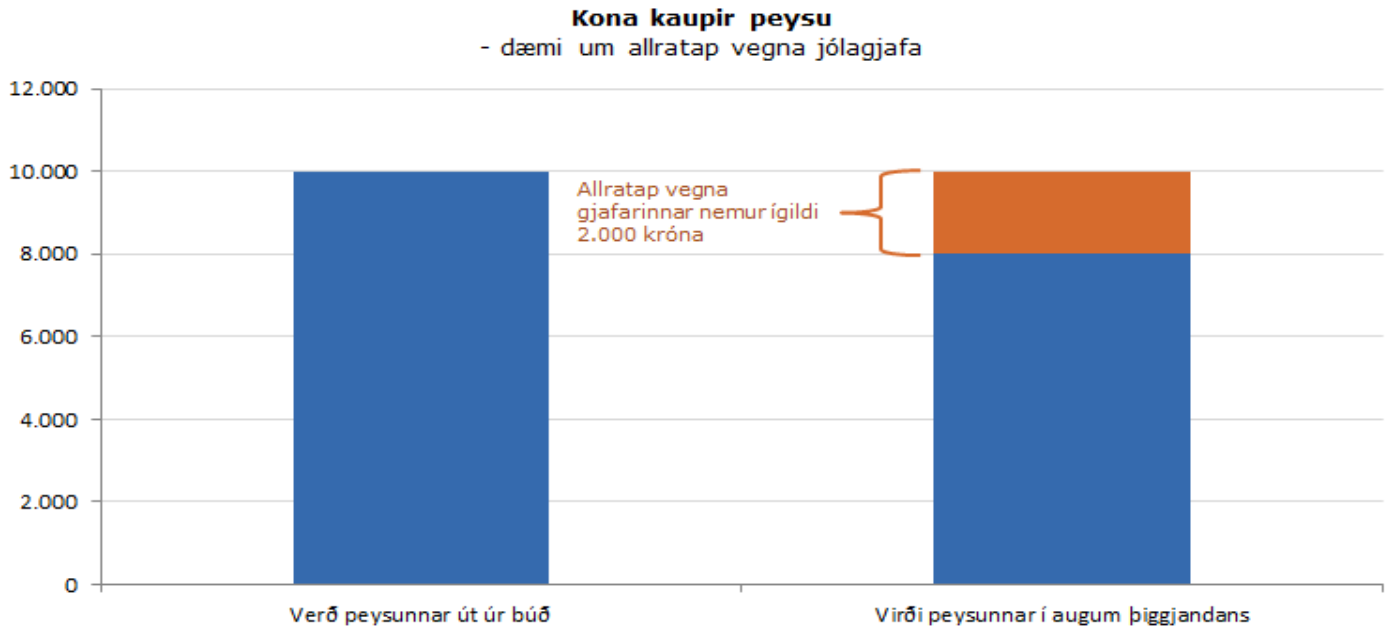
Jólin nálgast og á meðan börn hlakka til gjafa, fjölskyldur til samverustunda og launamenn til kærkomins frís frá amstri hversdagsins horfa hagfræðingar með glýju til jólaverslunarinnar. Í desember má nefnilega vænta þess að velta í smásölu sé mörgum milljörðum meiri en í meðalmánuðinum, enda útheimtir desember bæði hátíðarinnkaup á mat og gjafakaup í stórum stíl. Þegar litið er til þess að slík útgjöld hafa hugsanlega einhver margfeldisáhrif (kaupmaðurinn sem hagnast á jólaverslun gæti notað afraksturinn til að ráðast í fjárfestingar, eða kaupa sér sjálfur eitthvað sem hann langar í) er um heljarinnar innspýtingu í hagkerfið að ræða. En getur verið að þessi innspýting sé dýru verði keypt?

Allir tapa á allratapi

Hagfræðingum er mjög umhugað um fyrirbæri sem þeir kalla allratap (e. deadweight loss). Allratapi má best lýsa sem glötuðum ábata í hagkerfinu, en þaðan kemur nafnið; það tapa allir á slíku. Ástæða þess að mörgum er hugtakið ofarlega í huga er sú að þegar allratap er til staðar væri hægt að auka vellíðan eins eða fleiri án þess að draga úr vellíðan neins – með öðrum orðum kemur allratapið til af óhagræði sem hægt er að vinna gegn. Gott og vel, hugsa sumir, en hvað kemur það jólagjöfum við?

Gleðileg jól og farsælt komandi allratap

Þegar við kaupum jólagjöf handa öðrum reynum við að finna eitthvað sem viðkomandi hugnast – við reynum að giska á „vild" þiggjandans, en eigum um leið á hættu að val okkar samræmist henni ekki. Við getum tekið dæmi. Ef kona kaupir peysu (sem henni finnst ægilega smart) á eiginmann sinn fyrir tíu þúsund krónur, en svo vill þannig til að manninum finnst hún ekki jafnsmart og hefði sjálfur í mesta lagi verið tilbúinn að greiða átta þúsund krónur fyrir sömu peysu, þá er mismunurinn þar á milli allratap; tvöþúsund krónur fóru forgörðum.



Meiri ábati fyrir sömu útgjöld

Hér ber að athuga að þetta merkir ekki að eiginmaðurinn sé beinlínis óánægður með gjöfina, eða að gjöfin hafi ekki bætt hag hans, heldur eingöngu að hægt hefði verið að bæta hag hans *meira* án þess að leggja út í neinn viðbótartilkostnað. Ef konan hefði t.d. einfaldlega látið eiginmanninn hafa tíuþúsund krónur í reiðufé og sagt honum að eyða þeim í hvað sem myndi færa honum mesta ánægju eða ábata, þá hefði vellíðan mannsins aukist án þess að konan hefði þurft að eyða meiru en hún gerði í peysuna[1].

Makar velja gjafir best, aldraðir ættingjar verst

Joel Waldfogel, kennari við Yale háskóla, gerði fyrstur tilraun til að meta umfang þessa allrataps fyrir tæpum 20 árum síðan í áhrifaríkri grein, *The Deadweight Loss of Christmas*. Þar komst hann að því að allratapið ræðst bæði af því hversu vel gefandinn er upplýstur um smekk þiggjandans (hversu vel þeir þekkjast) og því hversu vel þiggjandinn er upplýstur um eigin smekk. Ef þiggjandinn veit t.d. lítið um vöruúrval á markaðnum, og gefandinn þekkir viðkomandi vel, þá er hugsanlegt að honum takist að velja eitthvað sem þiggjandinn vissi ekki einu sinni að hann langaði í. Þá er þiggjandinn betur settur með gjöfina en samsvarandi upphæð í reiðufé, annars ekki. Svo virðist sem sjaldgæft sé að svo vel takist upp. Mökum tekst yfirleitt best að velja gjafir, en öfum/ömmum og fjarskyldum ættingjum verst.

10-30% jólagjafa brenna upp í allratapi

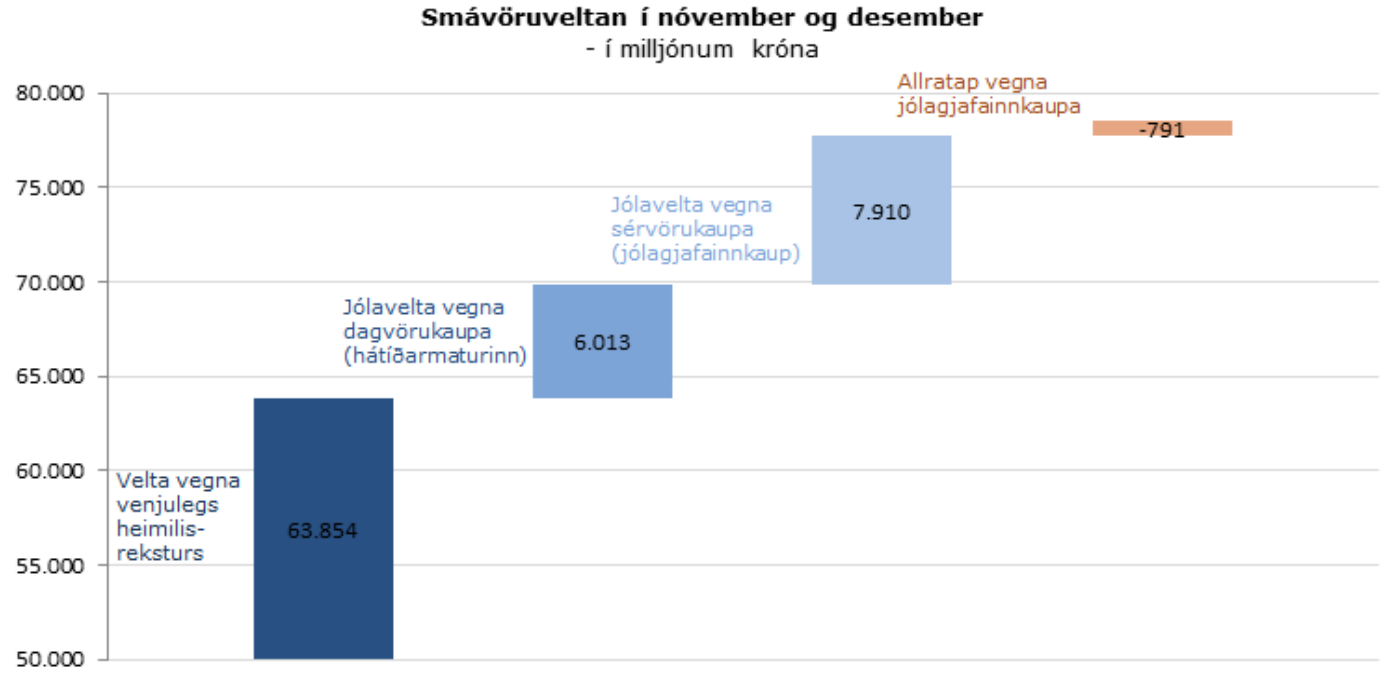
Waldfogel framkvæmdi tvær kannanir, þar sem hann bað nemendur sína að slá á hvað vinir þeirra og fjölskyldur hefðu greitt fyrir pakkana sem nemendurnir fengu að gjöf þau jólin. Til viðbótar bað hann nemendurna annarsvegar að leggja mat á hvað þeir hefðu sjálfir verið reiðubúnir að greiða fyrir gjafirnar út úr búð í og hinsvegar hvað þeir væru tilbúnir að selja þær fyrir mikið, ef litið væri fram hjá tilfinningalegu gildi þeirra[2]. Niðurstaðan var sú að virði hlutanna í huga þiggjandans var að jafnaði 10-30% minna en verðið sem gefandi þeirra hafði greitt eftir að tekið er tillit til skipta – með öðrum orðum er það ábatinn sem fór forgörðum vegna óhagkvæmrar ráðstöfunar gæða.

Allratap gæti numið a.m.k. 800 milljónum hér á landi

Rannsóknarsetur verslunarinnar spáir því að velta smásöluverslana í nóvember og desember komi til með að nema tæplega 78 milljörðum króna á Íslandi í ár, en þar af nemi verslun vegna jóla tæpum 14 milljörðum. Ef við gerum ráð fyrir að aðeins sérvöruhluta þeirrar upphæðar, um 8 milljörðum króna, sé varið til jólagjafakaupa (þ.e. dagvöruhlutinn fari allur í innkaup á hátíðarmat og öðrum óvaranlegum jólaneysluvörum), þá myndi hóflegt mat á allratapi vegna jólagjafakaupa nema 800 milljónum króna á landinu í ár.

[1] Og svo kallar fólk hagfræðina hin döpru vísindi – hvað fangar hinn sanna anda jólanna annars betur en hagkvæm ráðstöfun gæða!?

[2] Þetta gerði hann til að leiðrétta fyrir ákveðinni hugsanavillu sem fólki hættir til að gera; það vill yfirleitt fá hærri greiðslu fyrir muni sem það á en það væri sjálft reiðubúið að greiða fyrir sambærilega muni í eigu annarra. Waldfogel taldi að sæmilega óbjagað mat fólks á virði hluta lægi einhverstaðar þar á milli.



Heimild: Rannsóknarsetur verslunarinnar, útreikningar greiningardeildar

Er reiðufé þá rétta gjöfin?

Hægt er að koma í veg fyrir að misræmi milli gjafavals og vildar valdi slíku allratapi með því að gefa einfaldlega reiðufé – peningar hafa sama virði fyrir öllum, óháð smekk þeirra. Þýðir það að samfélagið væri betur sett ef færri gæfu gjafir í fríðu, og fleiri gæfu reiðufé í pakkann á aðfangadag? Svarið við því liggur eiginlega í augum uppi. Ef fólk vildi almennt frekar eiga peninga en gjafirnar sem það fær, þá væri mun algengara að þiggjendur gjafa reyndu annaðhvort að skipta þeim eða koma þeim í verð með öðrum leiðum en raunin er[3]. Eitthvað veldur því með öðrum orðum að fólk vill halda í gjafirnar sem það fær á jólunum, jafnvel þótt innihald pakkanna sem slíkt sé þeim minna virði en endursöluverð þess.

Hugurinn gildir

Það merkir að einhverju, sem greiningardeild hefur láðst að taka með í reikninginn, tekst að vega upp muninn þarna á milli. Skýring sem margir hagfræðingar aðhyllast er að það eitt að gefa hlut ljái honum virði í huga þiggjandans umfram það sem peningalegt verðmæti segir til um. Samkvæmt því er virði gjafar ekki bara fall af verði hennar á markaði heldur líka gefandanum og aðstæðunum sem hún var gefin við. Þannig getur jafnvel bók sem aldrei verður tekin úr plastinu orðið að minningu um gleðileg jól og væntumþykju þess sem gaf hana – minningu sem er meira virði en endursöluverð bókarinnar (hver segir svo að hagfræðingar hundsi mannlegar tilfinningar, jafnvel þótt þeir reyni stundum að meta þær til fjár?).

Getur hagfræðin hjálpað okkur við jólagjafakaupin?

Bestu ráðin sem hagfræðileg greining leiðir í ljós þegar kemur að gjafavali fyrir jólin eru því þessi: Reynið að samræma gjöfina að vild þiggjandans (með öðrum orðum, gefið fólki gjafir sem það langar í) og reynið að hámarka tilfinningalega ávöxtun gjafarinnar (með öðrum orðum, veljið gjafir sem munu hafa tilfinningalega þýðingu fyrir þiggjandann). Þannig eru líkurnar minnstar á að gjöfin endi undir smáauglýsingunum á bland.is.

[3] Hér getur viðskiptakostnaður reyndar spilað inn í – það er vesen að skipta gjöfum eða selja þær, svo ef gjöfin var ódýr getur verið að það svari einfaldlega ekki þeim viðskiptakostnaði. Það er þó afar ósennilegt að viðskiptakostnaður einn sé nógu hár til að skýra af hverju fólk virðist almennt halda jólagjöfum. Við þetta má bæta að jafnvel þótt hægt væri að sýna fram á að allir væru betur settir með reiðufé í höndunum en gjafir í fríðu að jólum loknum, þá er ekki víst að gjafasiðurinn myndi leggjast af – einfaldlega af því flestir hafa gaman af óvissunni um innihald pakkanna undir jólatrénu (óvissan tilheyrir m.ö.o. nytjafalli flestra). Ef ánægja þiggjandans af þessari óvissu nær að vega upp vænt ánægjutap af því að fá gjöf sem hann langar ekki í (að teknu tilliti til dreifni hendingarinnar og áhættufælni þiggjandans, að sjálfsögðu!), þá mun hann að öðru jöfnu frekar óska eftir gjöf í fríðu en reiðufé.

Markaðspunktar Greiningardeildar Arion banka		
Ásdís Kristjánsdóttir	asdis.kristjansdottir@arionbanki.is	444-6968
Fannar Jónsson	fannar.jonsson@arionbanki.is	444-6962
Hafsteinn Hauksson	hafsteinn.hauksson@arionbanki.is	444-6993
Stefán Broddi Guðjónsson	stefan.gudjonsson@arionbanki.is	444-6959
Ábyrgðarmaður: Ásdís Kristjánsdóttir		

Fyrirvari

Þær skoðanir og spár sem hér koma fram eru byggðar á almennum upplýsingum sem Greiningardeild Arion banka hefur undir höndum þegar markaðspunktar eru ritaðir. Helstu heimildir eru ársskýrslur, afkomufundir og hluthafafundir auk annarra opinberra upplýsinga sem birst hafa í fjölmiðlum og á öðrum vettvangi. Upplýsingar í umfjöllun eru einungis birtar í upplýsingarskyni og þær ber ekki að skoða sem tilboð á einn eða annan hátt. Skoðanir og spár geta breyst án fyrirvara. Þrátt fyrir að þess sé sérstaklega gætt að upplýsingarnar séu réttar og nákvæmar þegar þær eru settar fram getur Arion banki, eða starfsmenn Arion banka ekki tekið ábyrgð á villum. Vinsamlegast hafið samband við markaðsviðskipti Arion banka eða ráðgjafa áður en gengið er frá viðskiptum sem byggja á þessum markaðspunktum. Arion banki hf. og starfsmenn félagsins taka ekki ábyrgð á því ef að gengi einstakra bréfa sem félagið mælir með kaupum á kunni að lækka og öfugt.

Arion banki, starfsmenn Arion banka, stjórnarmenn eða aðilar tengdir Arion banka kunna að eiga hagsmuna að gæta varðandi einstök félög sem greiningar, verðmatsskýrslur og annað útgáfuefni Greiningardeildar Arion banka lýtur að hverju sinni. Hagsmunir kunna að vera ýmsir t.d. sem hluthafar eða ráðgjafar í einstaka félögum, umsjónaraðilar útboða, viðskiptavaki útgefenda eða hagsmunir sem lúta að annarri veittri fjárfestingabankaþjónustu.

Athugasemdir, ábendingar og fyrirspurnir tengdar markaðspunktum sendist á netfangið greiningardeild@arionbanki.is