

---

# Julgåtor

Under december accelererar den svenska konsumtionen mot ett dånande crescendo. Kodläsares digitala pipande, plånböckers prasslande och pinkodders knappande skapar en vacker symfoni för svensk detaljhandel. Denna kulminering av årets konsumtion är ett mysterium – en julgåta. Låt oss börja med lite teori.

Grunden i konsumtionsteorin är vad som händer på marginalen. För konsumtion av varor vid olika tidpunkter gäller att marginalnyttan som erhålls av den sist spenderade kronan skall vara densamma mellan olika varor och mellan olika tidpunkter (korrigerat för en viss diskonteringsfaktor). Hur är det då med marginalnyttan av den sist konsumerade skinkbiten på jultallriken eller av den önskade julklappen? Man kan undra om inte en reallokering av årets resurser medfört en nyttoökning. Konsumtionen av tid är en annan fråga för en rationell individ. Hur många frustrerande minuter genomlider inte konsumenten i köer under julhandeln för att köpa en sak som både är mer lättillgänglig och billigare vid andra tidpunkter (och som sannolikt mottagaren dessutom har långt ned på sin önskelista)?

På ett teoretiskt plan och i ett djupt sekulariserat Sverige torde nationalekonomens policy-rekommendation följaktligen vara att sprida ut gåvofirandet över året. Låt var och en fira jul på sin andliga eller ideologiska idols födelsedatum. Sekulariserade socialdemokrater firar således 5 februari (med alternativdatum 23 november), marknadsliberaler 5 juni, vänsterpartister 5 maj, kristna den 24 december och som allmän reservdag den 6

december (d v s firandet av Sankt Nikolaus och således det ursprungliga datumet för julfirandet). Fundamentalistiska miljövännen har källsorteringsparty med andras julskräp.

Om man lämnar teorin och studerar den extra konsumtion som sker till jul så står man inför ett avgränsningsproblem: Ur Handelsns Utredningsinstituts julhandels rapport 1999 framgår att den merkonsumtion som sker i det som betecknas som den "egentliga" detaljhandeln i december månad uppgår till drygt 10 miljarder (1998 års siffror). Även om man lägger till 10 procent på dessa siffror för att få en grov uppskattning av årets siffror så motsvarar detta en extra konsumtion i december om cirka 1 300 kronor per capita. Detta skulle tyda på att den extra konsumtion som sker i december månad i detaljhandeln trots allt är relativt blygsam ur ett nationalekonomiskt perspektiv. Julkonsumtionen är t ex mindre (men inte mycket mindre) än vad varje svensk ger i biståndspengar årligen, en tanke som kanske får vissa att smälta julmaten lättare och andra att strunta i några julklappar och istället ge pengarna till någon biståndsorganisation.

Julen innebär vidare ett gigantiskt koordineringsproblem där miljontals varor skall hitta de personer som har störst marginalnytta av dem. Ekonomer torde i detta sammanhang hylla önskelistor. Även om listorna sällan ger fullständig information om mottagarnas kompletta preferensordning (då få rangordnar kombinationer av önskelistans poster) så är detta en självklarhet för varje nationalekonom som försöker maximera mottagarnas

nytta. Önskelistor gäller emellertid främst barn. En av julens ekonomiska gåtor är att vuxna inte sällan väljer medvetet att utsätta sig för koordinationsmissar genom att undvika önskelistor. Policyrekommendationen är inte svår i detta fall: det är bättre med pekuniära transfereringar, dvs överföringar i rena pengar. Det är effektivt och sannolikt bra för miljön.

Ritualerna kring julgåvor rymmer även en mängd mer eller mindre svår-förklarliga aspekter utifrån ortodox ekonomisk teori. För det första så är naturligtvis givandet i sig inte helt trivialt att förklara. Varför skall man frivilligt minska sin budget för att fylla på någon annans varukorg? På senare år har emellertid även ekonomer uppmärksammat en mängd anledningar till att ge gåvor. Gåvornas förekomst kan bli förklarad av såväl att givandet i sig skänker givaren glädje (s k "warm-glow"-effekter) samt att givaren förväntar sig en motprestation av mottagaren (s k reciprocitet). Utifrån den senare förklaringen blir det begripligt varför givarens namn finns på julklappar (ett problem i sammanhanget är dock att alla gåvor överlämnas ungefär samtidigt, så eventuell reciprocitet får anstå ett helt år). I linje med denna förklaring visade Elizabeth Hoffman m fl i ett experiment som publicerades i *American Economic Review* 1996 att graden av anonymitet hos givaren spelade roll för hur stor och utbredd givmildheten var. Ju mindre anonym givaren var för mottagaren och de som ledde undersökningen desto större givmildhet.

Hur skall man då slutligen förklara förekomsten av en pyjamasklädd maskerad budbärare utan annat ärende än att överlämna andras gåvor på julen? Fenomenet är märkligt inte minst mot bakgrund av att allehanda ledare gjort det till en konst att själva leverera

goda nyheter och delegera leveransen av de dåliga eller komplicerade nyheterna till sina underhuggare. Politiker excellerar i denna konst. Vem minns t ex inte när regeringen under 90-talets krisår gav kommunerna självständighet och friheten att välja var i den kommunala verksamheten nedskärningarna skulle göras? Idag är tomtemasken av och regeringen bestämmer huvudsakligen vilka specifika kommunala verksamheter som skall gynnas med extrapengar. Gåvorna får ibland t o m budbärarens namn som i "Perssonpengarna". Som sagt, jultomten förblir ett mysterium för vissa vuxna och för de flesta små. En av de få sakerna man emellertid kan vara säker på är att tomten är en klok, lagom tjock man i sina bästa år.

ANDERS DANIELSON  
JERKER HOLM