

Miten selvittää asiakkaan todelliset arvostukset

Yksi menestyksellisen taloudellisen toiminnan avainkysymyksistä on, miten saada asiakas paljastamaan omat preferenssinsä, todelliset arvostuksensa. Paljonko asiakas olisi valmis todella maksamaan? On sitten kyse markkinoiden tarjoamasta hyödykkeestä tai julkisen vallan palvelusta, jota tähän saakka on tarjottu ehkä ilmaiseksi.

TUOTTAJAN ONGELMA on, miten saada pois kuluttajan ylijäämä, ts. sen mielihyvän rahallinen arvo, joka kuluttajalle kaupan jälkeen jää. Rakennushankkeeseen ryhtyvällä rakennuttajalla tilanne on samantapainen – miten saada urakoitsija tarjoamaan alhaisin mahdollinen hinta, jolla tämä on valmis toteuttamaan kohteen. Ja julkisen vallan osalta, miten tehokkaimmin tuottaa julkishyödyke tasa-arvotavoitteen säilyessä. Toteutuneen kaupan jälkeen ihminen tuntee usein tyydytystä: olipas edullinen hankinta. Hän toisin sanoen olisi ollut maksamaan enemmänkin. Pääsääntöisesti hinta on markkinoiden kysyntä- ja tarjontakäyrän leikkauspisteen määrittämä tasapainohinta, mutta tämä ei ota huomioon esimerkiksi henkilökohtaisia arvostuksia. Asiakkaalle jää paljon ylijäämää, koska hänhän maksaa tuotteesta vain sen, mitä siitä pyydetään eikä ehdoin tahdoin, minkä arvoiseksi katsoo sen. Yleisesti mielletään oikeaksi, että tuotantokustannusten, rajakustannusten verran ollaan valmiita maksamaan. Paitsi julkisen vallan palveluista, jotka mieluiten halutaan ilmaiseksi.

© Antero Aaltonen



Talous ei ole pelkkää matematiikkaa

Ihminen on hyvin epärationaalinen olenno. Taloudellisten asioiden hoito yleensä muodostaa poikkeuksen: siinä jokainen pyrkii maksimoimaan varallisuuttaan. Näin on pakko tehdäkin, muutoin yksilö menettää rahansa hyvin toimivilla markkinoilla. Mutta tiettyjä piirteitä taloudessa löytyy, joita ei pystytä selittämään rationaalisesti vaan jotka johtuvat lähinnä ihmisen psyykestä, hermorakenteesta.

Pysyväistulon hypoteesi on yksi tällainen. Ihminen pyrkii tasaiseen kulutukseen: ei halua ottaa riskejä, vaan ottaa

vakuutusyhtiöitä lihottavia vakuutuksia, tasaa lainoituksella elinkaarelleen mahdollisimman tasaisen kulutuksen. Tyydytys on maksimissaan, kun kulutus on maksimissaan.

Ihminen katsoo tulevaisuuteen: ennakoii, jättää perintöjä. Tämä haittaa julkisen vallan toimenpiteitä talouden ohjauksessa. Verohelpotukset eivät välttämättä johdakaan halutusti kulutuksen kasvuun vaan säästöön, koska ihmiset osaavat ennakoita verotusta vastaavasti saatettavan kasvattaa seuraavalla kaudella. Puhutaan ricardolaisesta ekvivalenssista.

Säästämisasteella on kansantaloudessa

vakiokerroin. Säästäminen on tärkeä tekijä, koska perinteisesti investoinnit ovat vastanneet täysin kotimaista kotitalouksien säästämistä. Säästämistä on eri rikkailla ja köyhillä, minkä **Ronald Reagan** taannoin hyvin tiedosti.

Tuottavuuden kasvutrendi, joka teollisuusmaissa pitkällä tähtäyksellä on varsin tarkasti 2,5 %:n luokkaa, tulee ihmismielen halusta jatkuvasti kehittää toimintaa ja koneita. Toisaalta ihmisen omaksumiskyky estää sen kohoamista juurikaan tuon yli.

Korko tulee siitä epämiellyttävyyden tunteesta, että antaessaan lainaa ihminen joutuu lykkäämään omaa kulutustaan. Paljonko tästä vaatii hyvitystä ja toisaalta paljonko toinen henkilö on valmis maksamaan kulutuksensa kiihdyttämisestä, näiden leikkauspiste on korko.

Esimerkkejä löytyy vaikka kuinka, mutta tarkoitus on vain osoittaa, että markkinataloudessa ei ole kyse mistään ylhäältä annetusta lainalaisuudesta. Ja ihmisen elämän tarkoitus ei ole tuottaminen eikä säästäminen vaan kuluttaminen.

Hintadiskriminaatiolla asiakkaan ylijäämä pois

Hintadiskriminaatiolla tarkoitetaan sitä, että samalla hyödykkeellä on eri hinta, joka riippuu ostetusta hyödykemäärästä muttei kustannusten muutoksista. Se on tyypillistä monopolille. Kun markkinoilla on hintadiskriminaatio, asiakas maksaa jokaisesta hyödykeyksiköstä hinnan, joka on yhtä suuri kuin rajahyödyn euroissa mitattu arvo. Vakiohintaista tuotteesta asiakas olisi ehkä ollut valmis maksamaan pyydettyä enemmän, mikä erotus jää hänelle ylijäämäksi. Hintadiskriminaatio mahdollistaa tämän asiakkaan ylijäämän rahastamisen myyjän taskuun. Tyypillinen rautakaupan hinnoittelu perustuu hintadiskriminaatioon. Toinen hyvä esimerkki on ns. Disneyland-hinnoittelu, asiakkaalta rahan vieminen kahdesti. Asiakas maksaa ensin pääsystä huvipuistoalueelle, sitten jokaisen laitehärvelin käyttämisestä. Laitekohtaisilla

Miten saada asiakas maksamaan tuotteesta tai palvelusta todellisen arvostuksensa mukaan? Tätä varten on kehitetty mitä mielikuvituksellisimpia hinnoittelujärjestelmiä.

maksuilla katetaan rajakustannukset, ja aluepääsymaksun tarkoitus on nyhtää asiakkaalta pois lähes koko ylijäämä, ts. rahastaa täysimääräisesti se tyydytys, jonka huvipuistossa käynti tuo. Tämä on mahdollista vain monopolistisessa tilanteessa, täydellisessä kilpailussa hintataso olisi rajakustannusten mukainen. Linnanmäki poisti tämän rahastustavan muutama vuosi sitten; lieneekö syynä ollut uusien maksuinstrumenttien lisäksi sekin, että huvipuisto ei enää tuntenut omaavansa entisenlaista monopolivoimaa.

Hintadiskriminaatio kiinteistömarkkinoilla

Kiinteistömarkkinat ovat luonteeltaan lähempänä monopolitaloutta kuin täydellistä kilpailua. Jopa jokainen asunnon omistaja on monopoliasemassa. Monopoli valitsee hinnan ja asiakkaat päättävät, ostako vai ei. Toki voi ajatella niinkin päin, että asiakas tekee tarjouksen, ja monopoli päättää myydäkö vai ei. Tällöin monopolin ongelma voi olla, että asiakas tarjoaa vain rajakustannusten verran, vaikka todellisuudessa olisi valmis maksamaan jopa kaksin verroin. Hintadiskriminointi onkin tyypillistä monopolitaloudelle. Kiinteistön rakennuttanut yritys saa osan huoneistoista myytyä tavoittelemallaan hinnalla, mutta loput potentiaalisista asiakkaista jäävät odottamaan hinnan mahdollista alentumista. Seuraavalla myyntikierröksellä yritys joutuu alentamaan pyyntöhintaa. Monopoli onkin itse oma kilpailijansa.

Huutokaupalla oikeaa hintaa etsimässä

Kun hyödykkeellä ei ole toimivia markkinoita, huutokauppa nähdään yleisesti parhaimmaksi tavaksi löytää tehokkain tuottaja, tavaksi allokoida oikein sille, jolla on suurin arvostus. Huutokaupassa myyjä on yleensä monopolistisessa asemassa, niinpä se soveltuisi erinomaisesti kiinteistömarkkinoillekin. Huutokaupoilla jaetaan öljynporausoikeuksia, kalastusoikeuksia, verkkotaajuuksia jne. Venäjän valtion sähkömonopoli RAO

UES huutokauppaa kaiken sähkön ostajille. UMTS-lupien muutaman vuoden takainen jakaminen Euroopassa huutokaupoilla johtui siitä, että niitä koskevia markkinoita ei ollut. Rajalliset taajuudet oli tarkoituksenmukaista jakaa tehokkaimmille yrityksille, jotta kansalaiset saisivat palvelut edullisimmin. Sivutuotteena tuli ao. valtioiden kassaan myös roimasti tuloja. Tosin Suomen valtio käsittämättömästi jakoi luvat ilmaiseksi neljälle valitsemalleen hakijalle perusteluina, että lupien hinta olisi siirtynyt kuluttajalta perittäviin hintoihin. Huutokaupamaksu ei talousteoreetikkojen mukaan kuitenkaan siirry eteenpäin kuluttajamaksuihin, koska kyseessä on ns. uponnut kustannus, johon yritys ei enää voi tulevilla hinnoittelupäätöksillään vaikuttaa. Jos arvostus riippuu muiden arvostuksista, esiintyy ns. voittajan kirous, *winner's curse*. Huutokaupan voittoa se, jolla on eniten virheellinen arvio ylöspäin.

Perinteisessä englantilaisessa huutokaupassa, *first price scaled bid*, tarjousta korotetaan ja lopetetaan, kun hintataso alkaa ylittää huutajan arvostuksen. Arvostus on henkilökohtainen, mutta vastaa aika usein arviota jälleenmyyntiarvosta. Myyjän kannalta tällaisen standardihuutokaupan ongelma on, että hän saa vain toiseksi korkeimman arvostuksen verran voittoa todellisen maksuhalukkuuden ollessa suurempi. Vaarana on aina myös, että ostajat tekevät keskenään sopimuksen ja jakavat saatavan ylijäämän. Englantilaisessa huutokaupassa monitorointi on



muutoinkin helppoa. Taloustieteilijät ovatkin ihmetelleet, miksi perinteinen huutokauppa on niin suosittu vaikka käytettävissä on parempiakin sovellutuksia, joissa em. ongelmia ei ole. On kellolla ohjattava hollantilainen huutokauppa, On sovellutuksia, joissa korkeimman tarjouksen antanut voittaa, muut joutuvat maksamaan korvauksen jne.

Vickrey-huutokauppa arvostuksen paljastajana

Yksi mielenkiintoisimpia sovellutuksia on ns. *Vickrey-huutokauppa*. Taloustieteilijä **William Vickrey** on Nobelin-palkinnon arvoisesti selvittänyt, miten tarjoukilpailujen säännöt vaikuttavat kilpailijoiden tekemiin tarjouksiin. Vickrey-huutokauppa, *second price sealed bid*, on suosittu filatelistien piirissä mutta yhä enemmän käytetty maailmalla öljynporaus-, puunhakkuu- ja kalastusoikeuksia kilpailutettaessa. Tässä huutokaupamallissa korkeimman tarjouksen antanut voittaa, mutta maksaa vain toiseksi korkeimman tarjouksen mukaisen hinnan, eräissä rajatuissa tapauksissa alimman hyväksytyyn tarjouksen mukaisen. Tuloksena on innokkaampi tarjonta, ja kilpailijalla on hallitsevana strategiana tarjota tarkalleen oman arvostuksensa verran eli rehellisesti se, minkä hintaiseksi arvottaa kohteen. Urakkatarjousta Vickrey-kilpailussa antaessaan urakoitsijalla on dominoivana strategiana tarjota tarkalleen juuri se alhaisin hinta, jolla on valmis kohteen rakentamaan. Tarjous kun vaikuttaa vain todennäköisyyteen, jolla voittaa, ei hintaan. Rakennuttaja saa täsmälleen tarjoajien arvostustason hankkeelle. Kartelloitumisen, josta rakennusalan yrityksiä niin usein epäillään, vaikutusta ei myöskään tässä menettelyssä tarvitse pelätä.

Julkishyödykkeen arvostuksen löytäminen

Yksityinen hyödyke tuottaa tyydytystä vain sen ostajalle, julkishyödyke tuottaa tyydytystä kaikille, se on periaatteessa kaikkien saatavilla, eikä sen käyttöä voi estää. Tyypillinen julkishyödykkeen ominaisuus on myös se, että minun käyttöni ei vähennä muiden mahdollisuutta käyttää sitä, vrt. katuvalot. Julkisen vallan tuottaman hyödykkeen, palvelun ongelma on sen rahoittaminen. Kun kaikki hyötyvät siitä, ei kukaan halua maksaa siitä – ei ainakaan saamansa hyödyn määrää. Palvelun oikea kohdistaminen on kuitenkin

tärkeää sosiaalisen oikeudenmukaisuuden ja erityisesti tehokkuuden, yhteiskunnan varojen optimaalisen käytön kannalta

Toteuttaja, valtio tai kunta, saattaa haluta tietää, paljonko käyttäjät todella olisivat valmiita maksamaan. Taustalla on aina ajatus, miten päästä mahdollisimman tehokkaaseen ratkaisuun. Vaikeutena on saada ihmiset paljastamaan preferenssiänsä, todelliset arvostuksensa.

Toinen julkishyödykettä koskeva ongelma on liikakäyttö. Liiallinen käyttö on perinteisesti ollut yhteistä omaisuutta koskeva ikivanha riesa, vrt. yhteiset laidunmaat. Ongelman ratkaisemiseen ihmiset vuosisatojen ajan ovat kehittäneet mitä erilaisimpia mekanismeja. Tehokkain käytön optimoija on kuitenkin maksun periminen.

Julkisen hyödykkeen hinnoittelu

Jos ihmiset olisivat homogeenisia, kaikilla olisi samanlaiset preferenssit, ilmaispalvelusta koituva hyöty olisi nollan arvoinen, koska niiden rakentaminen maksaa. Mutta koska ihmiset ovat erilaisia, löytyy niitä joille ilmaispalvelusta on aitoa hyö-



Kuvassa kirjoittaja Oulangan kansallispuistossa kesällä 2003. Siinä vaiheessa Metsäntutkimuslaitos vasta tutki, mikä on kansallispuistossa vaeltamisen taloudellinen arvo kävijälle. Tällä hetkellä jo peritään maksu ohjatuilta käynneiltä ja varmaan piakkoin kaikilta kävijöiltä.

tyä, ja ilmaispalveluja niin ollen kannattaa toteuttaa.

Ajatellaan, että kunta haluaa verovaroin toteuttaa uimahallin suureen puistoon. Puistossa käyskentelyn, virkistytymisen laskennallinen arvo kuntalaiselle on esimerkiksi 2 euroa ja uimahallissa virkistytymisen arvo 3 euroa. Tällöin kuntalaiset tietenkin alkavat kilvan siirtyä suurempaa tyydytystä tuottavaan uimahalliin. Uimahalli täyttyy väestä ja tungoksessa uimahallivirkistytymisen tuoma tyydytys laskee voimakkaasti. Uimahalli kun on yhteistä omaisuutta, niin sitä käytetään liikaa, käyttö on epäoptimaalista. Kunta päättääkin laittaa 1 euron sisäänpääsymaksun uimahalliin, johon tulee väkeä siihen saakka, kunnes koettu kokonaishyöty on 3 euroa. Silloin se on yhtä kiinnostava kuin puisto nettohyödyn kummastakin ollessa 2 euroa. Nyt sekä puistossa kävelevät että uimahalliin menijät ovat yhtä tyytyväisiä ja uimahallin käyttö pysyy optimaalisena sisäänpääsymaksun karsiessa tulijoita. Ja lisäksi kunnan kassaan tulee rahaa, pääsylipputuloloja. Tyhjästä on tullut tuloa.

Julkishyödykkeen osalta joudutaan usein asettamaan vastakkain kansalaisten tasa-arvo ja tehokkuus. Periaatteessa kaikki julkiset ilmaispalvelut olisivat hinnoiteltavissa, mikä liikakäytön säätelyn ja tulojen lisäksi takaisi palvelujen optimaalisemman käytön, mutta ideologiset ja poliittiset syyt sekä ennen kaikkea tottumuuskysymykset ovat estäneet tämän. On ollut helpompi päättää palvelujen tasosta enemmän tai vähemmän mutu-tuntumalla ja kattaa kustannukset verovaroin. Niin huutokaupamenettelyä kuin kyselymittauksia oikein käyttämällä tältä vältytään. On osoittautunut, että Vickrey-huutokaupat tuottavat monessa tapauksessa sosiaalisestikin tehokkaan resurssien allokation. Saavutetaan tehokkuus tinkimättä tasa-arvosta. Mutta jo pienellä, lähes nimelliselläkin palvelumaksulla saadaan aikaan ihmeitä. Kuten kansallispuistossa liikkumisesta matkailuyrittäjältä perittävällä asiakaskohtaisella 1,5 euron maksulla!

Kirjoittaja on arkkitehti ja asiakaspäällikkö Senaatti-kiinteistöissä. Hän on jatkopöytäkirjojen liittyen tarkastellut hinnoittelufilosofian eroja yksityisten markkinoiden ja julkisten palveluiden välillä.
Sähköposti:
reijo.malkia@senaatti.fi.