

■ ■ ■ Nyttig informasjon om den uvisse fremtiden finnes i de såkalte prediksjonsmarkedene. Det hittil så treffsikre Iowa-markedet (IEM) indikerer for eksempel Obama-seier i presidentvalget i USA, skriver professor **Bård Harstad**.

62,5 prosent sjans for seier



**FINANS
BÅRD
HARSTAD**

Prediksjonsmarkeder gir både treffsikre og nyttige spådommer:
 ■ President Obama vinner det amerikanske valget 6. november med en sannsynlighet på 62,5 prosent.
 ■ Demokratene får flertall i senatet med 68,4 prosent sjans.

Visste du dessuten at sannsynligheten for at Bashar al-Assad er president i Syria ved årets slutt er 74,7 prosent, mens sjansen er kun 40 prosent for at han fortsatt sitter ved utløpet av 2013?

Og at USA innen den tid har innført et nasjonalt system for utslippskvoter – med en sannsynlighet 5,1 prosent?

Den som mener noe annet kan vedde og tjene penger på nettbaserte prediksjonsmarkeder, som intrade.com. Slike informasjonsmarkeder er mer treffsikre enn tradisjonelle meningsmålinger og de har vist seg som effektive ved aggregering av spredt fordelt informasjon.

Et prediksjonsmarked fungerer typisk på følgende måte:

- Kjøper du en kontrakt som spør at president Obama vinner valget neste uke, får du 100 (dollar) dersom dette skulle slå til. I motsatt fall får du ingenting.
- Hvis prisen på denne kontrakten er 50, betaler du altså 50 i dag, men får det dobbelte tilbake hvis, og bare hvis, Obama skulle vinne.
- Prisen blir derfor gjerne tolket som sannsynligheten for at Obama skal vinne.
- De som mener sannsynligheten er større, vil tjene på å kjøpe denne kontrakten. De som tror Mitt Romney vil vinne, vil kjøpe den motsatte kontrakten, som altså gir avkastning kun dersom Obama taper.

Markedsprisen bestemmes av tilbud og etterspørsel og på ethvert tidspunkt er prisen slik at markedet er i balanse. Hvorfor virker så dette? Prøv følgende neste gang du



■ **BEHOLDER JOBBEN.** I skrivende stund vinner Obama med drøyt 62 prosent sannsynlighet, mens han spås 51,3 prosent av stemmene i de såkalte prediksjonsmarkedene. Foto: Afp/Scanpix

skal gjette grisens vekt på din lokale basar: La hver av dine

venner notere sin gjetning før dere går sammen og gjennomsnittet av disse tallene. Typisk vil gjennomsnittet være nærmere sannheten enn det selv din mest treffsikre venn ville klart alene.

Folk flest bommer litt feil på begge sider av sannheten, og ved å ta gjennomsnittet, vasker en bort de individuelle feilene.

Når en satser penger, vil i tillegg hver enkelt gjerne satse mer dersom en er sikker i sin sak. Slik vil de treffsikre påvirke oddsen og markedsprisen mest.

En vil også ha incentiv til å søke opp informasjon som kan si noe om oddsen, så markedsprisen vil hurtig reflektere all tilgjengelig informasjon.

Merkl den opplagte analogien til hvordan en aksjekurs gjenspeiler bedriftens fremtidige avkastning.

Min tidligere kollega ved Northwestern University, Charles Manski, var skeptisk til hvorvidt prisene kan tolkes som sannsynligheter. Blant svakhetene er muligheten til å manipulere prisene dersom en for eksempel ønsker at Romney skal lede an i prediksjonsmarkedene. Men nyere forskning har vist at manipulering blir både dyrt og kortvarig.

Tradisjonelle meningsmålinger har uansett enda flere, lignende svakheter.

Har så prediksjonsmarkedene en nyttig samfunnsrolle?

Det er nyttig å kunne forutsi fremtidige hendelser, enten en er politiker eller næringsdrivende. Mange bedrifter, for eksempel Google og Yahoo, har benyttet seg av prediksjonsmar-

77 Hewlett-Packard oppdaget at prediksjonsmarkedet forutså fremtidig salg av printere bedre enn bedriftens offisielle prognoser

keder internt for å kunne estimere hvor suksessfulle nyutviklede produkt vil bli, eller hvordan bedriften vil gjøre det fremover.

Hewlett-Packard oppdaget for eksempel at det interne prediksjonsmarkedet forutså fremtidig salg av printere bedre enn bedriftens offisielle prognoser.

Amerikanske leger har vist hvordan informasjonsmarkeder kan spå sannsynligheten for en influensaepidemi. På samme måte vil en også kunne få nyttige estimat på jordbrukets avlinger eller effekten av høyspentmaster på turisme.

Så lenge informasjonen er spredt og vidt tilgjengelig, vil ofte prediksjonsmarkeder gi

treffsikre spådommer. Hvis prediksjonsmarkeder er så nyttige, hvorfor har de ikke allerede hatt et større gjennombrudd?

Hovedårsaken er kanskje streng regulering. Nettbaserte veddemål er generelt ikke tillatt, heller ikke i USA, og flere av de mest kjente prediksjonsmarkedene er basert utenlands (intrade.com er basert i Irland).

I en artikkel i Science i 2008 skrev 22 anerkjente økonomer (inkludert tre nobelprisvinnere) at informasjonsmarkeder burde tillates. De kan spille en viktig rolle i samfunnet, mente økonomene, og myndighetene burde regulere og deretter benytte dem. Det ble foreslått at prediksjonsmarkeder burde kunne åpnes av visse profitløyntrale institusjoner som universiteter og myndigheter.

I tillegg kan en sette en øvre grense for hvor mye hver budgiver kan satse.

Et enestående eksempel er Iowa Electronic Markets (IEM), som blir administrert av forskningsmiljøet rundt Universitetet i Iowa. Hver deltager kan by maksimalt 500 dollar. Tross reguleringen har IEM forutsett både vinner og stemmefordeling ved amerikanske valg med skremmende presisjon siden 1988.

I skrivende stund vinner Obama med drøyt 62 prosent

FLERE INNLEGG Side 40-41



Innlegg «Wicked problems» og svartedauden

Per Lægreid
Fakta om el-fusjoner
 Kristin H. Lund og Niklas Kalvø Tessem

Skole på sporet
 Kristin Halvorsen
Skatt på utbytte, ikke formue
 Jan Tore Sanner

Feilaktig om HR i Posten
 Dag Mejdell

sjans, mens han spås 51,3 prosent av stemmene. Spennende er det uansett.

■ **Bård Harstad, professor ved Økonomisk institutt, Universitetet i Oslo**



E-post: debatt@dn.no Telefaks: 22 00 11 10
Hovedinnlegg/kronikk: Maks 4500 tegn inklusive mellomrom
Underinnlegg/replik: Maks 1500 tegn (ca 250 ord)
 Legg ved portrettfoto

■ Alt stoff som leveres til Dagens Næringsliv, må produseres i henhold til Vær Varsom-plakaten.
 ■ Dagens Næringsliv betinger seg retten til å lagre og utgi alt

stoff i avisen i elektronisk form, også gjennom samarbeidspartnere.
 ■ Redaksjonen forbeholder seg retten til å forkorte innsendte manuskripter.

Debattinnlegg honoreres ikke.
Debattansvarlig: Vidar Ivarsen, tlf. 22 00 10 59 – 932 56 059 debatt@dn.no