

Wykład:

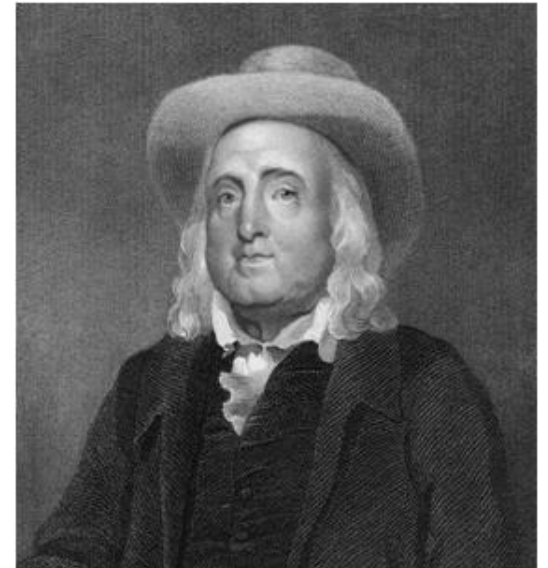
***EKONOMICZNE ASPEKTY ZACHOWAŃ
GOSPODARSTW DOMOWYCH***

Homo oeconomicus

Pogoń za własnym interesem, jako cecha charakterystyczna dla każdego człowieka, jako jedyna motywacja ludzkiego działania.

„Natura poddała człowieka władzy dwóch przemożnych panów: przykrości i przyjemności. Oni to zarówno wskazują nam, co powinniśmy robić, jak i decydują o tym, co robimy”.

Jeremy Bentham (1748-1832)



Racjonalność

Być racjonalnym, znaczy tyle, co **maksymalizować swoją użyteczność** przy określonym i ograniczonym dostępie do dóbr (czy zasobów).



Użyteczność

Korzyści lub satysfakcja z dokonanego wyboru lub podjętych działań.

Gwartney i Stroup (1987)

Klientów interesuje kombinacja jakości i ceny („*value for money*”).

Dewlin (2000)

Użyteczność na rynku usług bankowych

$$Uc = Bc - Cc$$

gdzie:

Uc – użyteczność (*utility*), jaką czerpie klient z relacji z bankiem

Bc – korzyści (*benefits*) klienta z tytułu relacji z bankiem

Cc – koszty (*cost*) relacji z bankiem

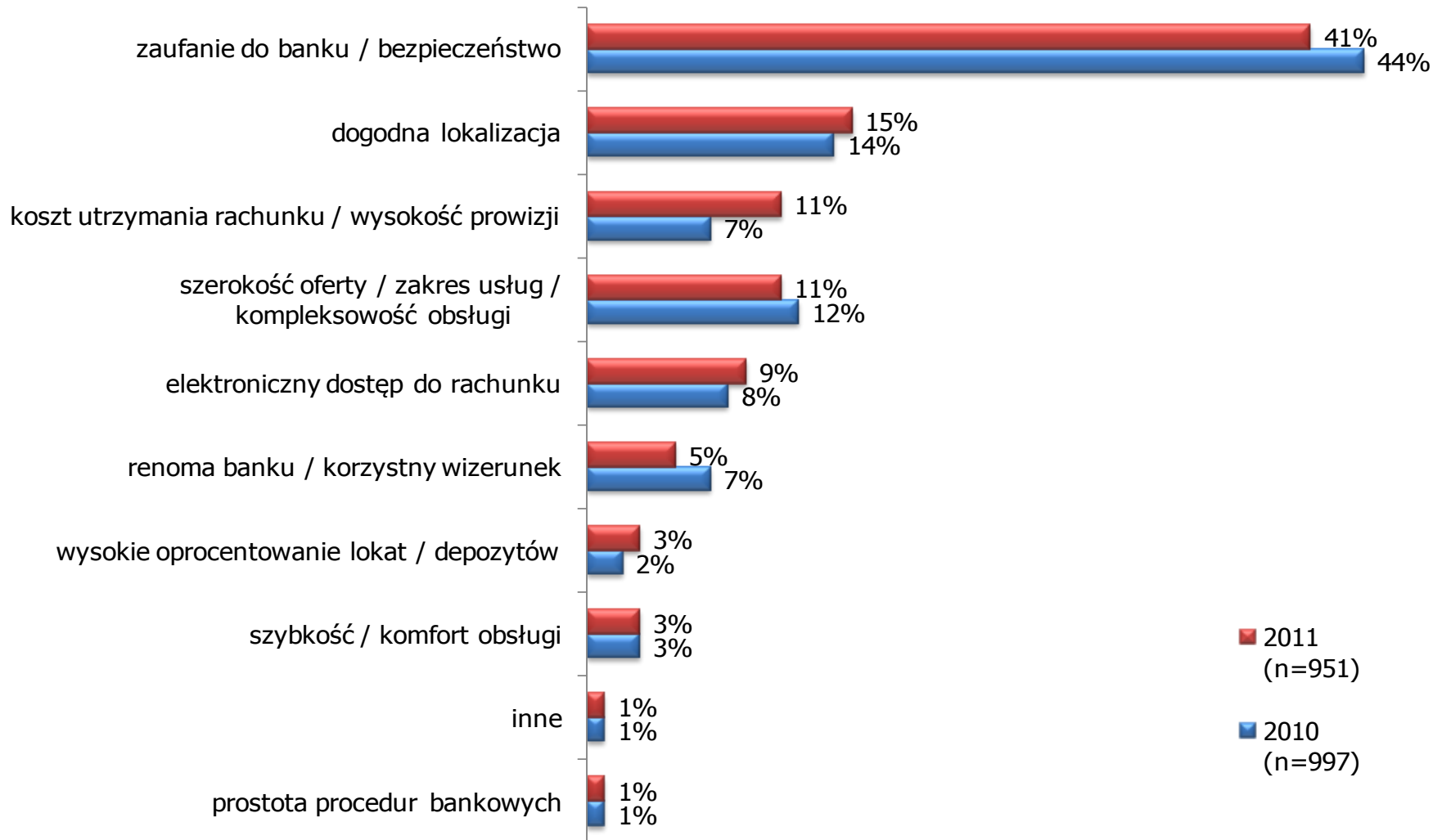
Korzyści klientów banków

- bezpieczeństwo zdeponowanych środków
- pewność i bezbłądność realizowanych operacji
- pomnażanie posiadanych zasobów
- możliwość wygładzenia ścieżki konsumpcji
- komfort obsługi (VIP)
- łatwy dostęp do sieci dystrybucji

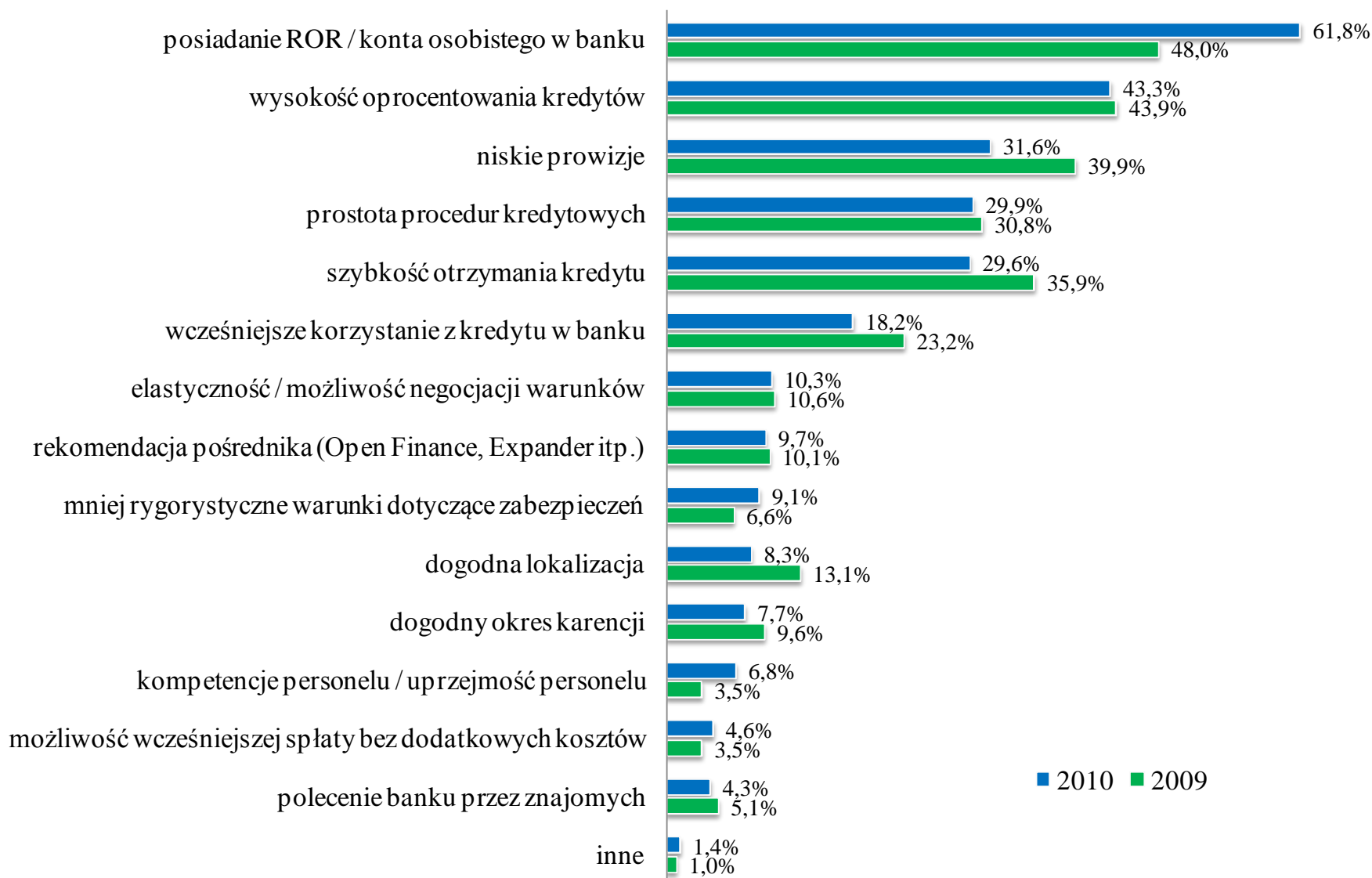
Koszty klientów banków

- opłaty i prowizje oraz oprocentowanie kredytów
- strata czasu na dojazd, poszukiwanie parkingu oraz obsługę w banku
- koszty uczenia się procedur bankowych
- koszty poszukiwania informacji

Kryteria wyboru banku przez osoby o wysokich dochodach (wskazania na 1. miejscu)



Kryteria wyboru banku do obsługi kredytowej (wskazania 3 najważniejszych czynników wyboru)



Użyteczność zdrowia i długowieczności

Zdrowie i długie życie stanowią ważny cel dla większości ludzi (...); nieraz człowiek rezygnuje z szans dłuższego życia i lepszego zdrowia, ponieważ ich realizacja jest sprzeczna z realizacją innych celów.

Człowiek może nałogowo palić albo oddawać się intensywnej pracy bez ruchu i ćwiczeń fizycznych wcale niekoniecznie dlatego, że w ogóle nie wie o konsekwencjach, albo że jest „niezdolny” do wykorzystania posiadanej informacji, ale dlatego, że przedłużenie sobie życia nie jest z jego punktu widzenia warte poniesienia kosztu związanego z wyrzeczeniami.

Gary Becker



Herbert A. Simon



"for his pioneering research into the decision-making process within economic organizations"

Nagroda Nobla 1978

Ograniczona racjonalność zachowań

Wydolność ludzkiego umysłu jest zbyt mała w stosunku do napotykanym problemów, aby mogły być rozwiązane w sposób obiektywny i racjonalny.

Ludzie, napotykając na różnego rodzaju ograniczenia czasowe i technologiczne, nie są w stanie uzyskać dostępu do wszystkich informacji istotnych dla danego problemu ani nie są zdolni do ich dokładnego przetworzenia.

Ludzie są co najwyżej racjonalni w sposób ograniczony.

H. Simon

Istnieją proste reguły (heurystyki czyli uproszczone metody wnioskowania), pozwalające szybko i niewielkim kosztem znaleźć satysfakcjonujące (prawie optymalne) rozwiązanie.

Teoria optymalnego gromadzenia „kosztownych informacji”

W zdobycie informacji będzie się więcej inwestować wtedy, gdy będzie chodziło o decyzję ważniejszą, mniej natomiast gdy decyzja będzie mniej ważna (np. zakup domu lub zawarcie związku małżeńskiego w porównaniu z zakupem tapczanu czy bułki).

Informacja jest często niepełna, bo jej zdobycie kosztuje.

Gary Becker



Mental Accounting

„Mentalna księgowość stanowi zespół operacji myślowych dokonywanych przez jednostki oraz gospodarstwa domowe w celu organizowania, oceny i analizy transakcji finansowych”.

Ludzie mogą traktować pieniądź w różny sposób, w zależności od tego skąd on pochodzi lub na co chcą go wydać.

Źródło: Thaler, R. (1985): *Mental Accounting and Consumer Choice*, "Marketing Science".



Ocena ofert cenowych kredytów

Próbka A	Próbka B
Specjalna roczna linia kredytowa PKO BP dla małych i średnich przedsiębiorstw z oprocentowaniem 7% i prowizją 1%	Specjalna roczna linia kredytowa PKO BP dla małych i średnich przedsiębiorstw z oprocentowaniem 5% i prowizją 4%
Średnia ocena atrakcyjności: 6,18 pkt.	Średnia ocena atrakcyjności: 6,44 pkt.
Mediana ocen atrakcyjności: 6,00 pkt.	Mediana ocen atrakcyjności: 6,00 pkt.

Ocena punktowa atrakcyjności oferty	Grupa A		Grupa B	
	Liczba odp.	%	Liczba odp.	%
1	3	1,0%	11	3,6%
2	4	1,3%	7	2,3%
3	17	5,6%	23	7,4%
4	29	9,6%	33	10,7%
5	61	20,1%	49	15,9%
6	61	20,1%	33	10,7%
7	57	18,8%	40	12,9%
8	33	10,9%	36	11,7%
9	20	6,6%	16	5,2%
10	18	5,9%	61	19,7%
OGÓŁEM	303	100,0%	309	100,0%

Ograniczona racjonalność – zbyt wysoka samoocena

Ludzie sądzą, iż media mają większy wpływ na przekonania, postawy i zachowania innych niż na nich samych.

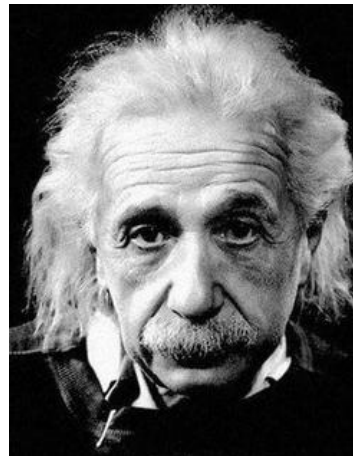
Duck i Mullin (1995)

Większość badanych studentów uważa, że jest inteligentniejsza od „przeciętnego studenta”.

Alicke (1985)

94% amerykańskich nauczycieli college’u uważa się za lepszych od ... „przeciętnego nauczyciela amerykańskiego college’u”.

Cross (1977)



Skandal

Madoff stworzył klasyczną piramidę finansową: ze składek od nowych członków spłacał starych.

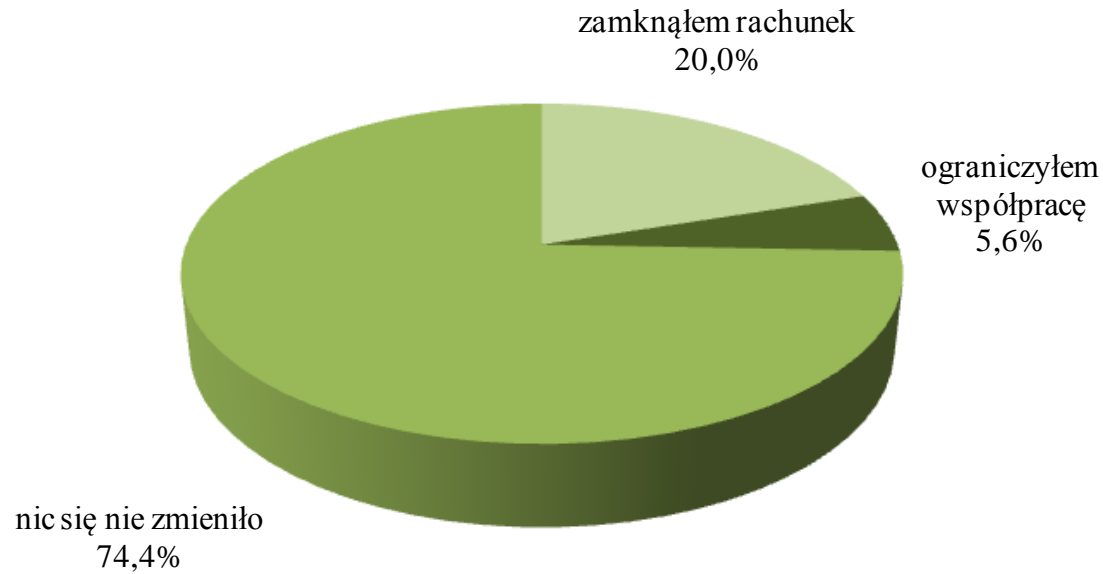
Fundusz Madoffa pierwotnie inwestował głównie w papiery wartościowe i nieruchomości, jednak likwidator firmy stwierdził, że przez ostatnie 13 lat swojej działalności fundusz w ogóle nie inwestował powierzonych środków.

Ponad 4800 oszukanych klientów [w tym m.in. reżyser Steven Spielberg oraz aktor Kevin Bacon].

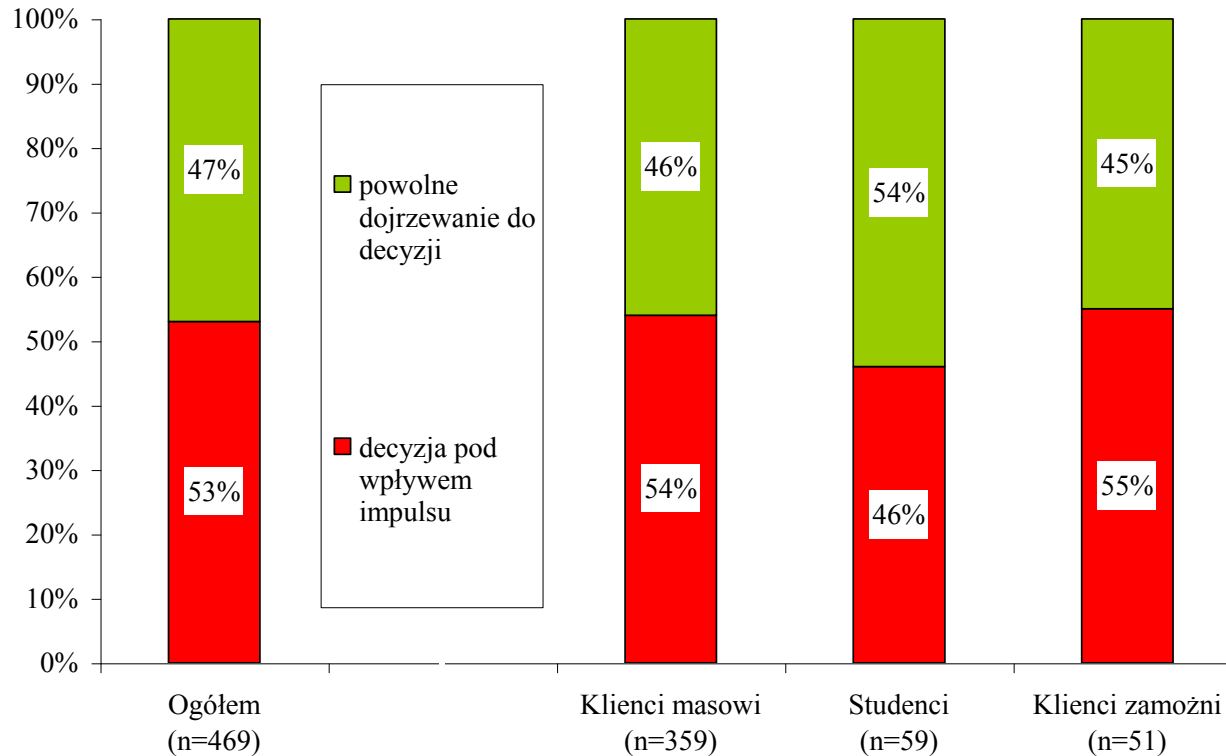
Straty inwestorów **18 mld USD** [na popierze ok. 65 mld USD].



Zachowanie zamożnych klientów pod wpływem odmowy przyznania kredytu (n=90)



Charakter decyzji o rezygnacji z usług banku X



brak otrzymania kredytu (8); brak udzielenia linii debetowej (2); niemożność skorzystania z debetu i kredytu; to bank o tym zdecydował, gdyż zlikwidował jedyny oddział w mojej dzielnicy; miałem kłopoty z otrzymaniem pieniędzy z banku na urlopie, po powrocie zrezygnowałem

Racjonalność a emocje

Emocjonalny wymiar procesu zrywania więzi z bankiem:

„frustracja”, „złość”, „zażenowanie”, „poniżenie”, „wściekłość”, „poczucie braku poważnego traktowania”, „obrzydzenie”, „irytacja”, „wkurzenie”, „rozczarowanie”.

Większość negatywnych uczuć pojawiała się nie w momencie wystąpienia problemów, ale w odpowiedzi na sposób reagowania pracowników banku lub powtórzenie się błędów.

Stewart (1998)



Zachowanie pod wpływem emocji

Jeden z uczestników badania, któremu odmówiono (do tego w niezbyt uprzejmy sposób) *overdraftu*, odczuł to jako podważenie jego osobistej wartości i natychmiast zamknął rachunek.

Jeden z klientów, którzy zrezygnowali z usług banku: „*kiedy napisałem list z prośbą o transfer rachunku do innego banku, otrzymałem aż trzy telefony od pracowników banku (wcześniej nikt z banku do mnie nigdy nie zadzwonił)*” i dodał: „*kiedy poszedłem do banku zamknąć rachunek, przeproszali mnie, ale było już za późno*”.

Stewart (1998)

Wpływ emocji na ocenę banku

Osoby, które zmieniły bank ze względu na negatywne doświadczenia, deklarują znacznie wyższy poziom zadowolenia z usług nowego banku niż osoby, które zmieniły bank z przyczyn obiektywnych (zmiana miejsca zamieszkania).

Co ciekawe, grupa negatywnie doświadczonych klientów ocenia swój nowy bank nawet lepiej niż grupa stałych klientów tego banku (którzy nigdy nie zmieniali banku).

Ganesh, Arnold i Reynolds (2000)

WNIOSKI Z BADAŃ

1. staramy się maksymalizować użyteczność (być racjonalni);
2. nie dysponujemy pełną wiedzą i nie mamy pełnego dostępu do informacji;
3. korzystamy z heurystyk (uproszczonego widzenia rzeczywistości);
4. mamy ograniczone zdolności poznawcze (popęłniamy błędy);
5. ulegamy emocjom;
6. stosujemy mentalne księgowanie.