

Psycholog, který změnil ekonomii



Psycholog Daniel Kahneman za svou práci získal bezpočet ocenění. Vedle toho nejvýznamnějšího, tedy Nobelovy ceny za ekonomii, třeba i americkou Prezidentskou medaili svobody od Baracka Obamy.

FOTO GETTY IMAGES

Málokterý člověk dokázal to, co se podařilo nedávno zesnulému **Danielu Kahnemanovi**: odborník v jednom oboru změnil myšlení v oboru úplně jiném. A nejen to, ještě jako psycholog dostal Nobelovu cenu za ekonomii.

MAREK HUDÍK
ekonom



Před několika lety se učitelé v Chicagu účastnili jednoho experimentu. Části z nich byl slíben finanční bonus, pokud se zlepšili studijní výsledky jejich žáků. Další část učitelů dostala bonus na začátku školního roku a musela ho vrátit, pokud žáci své studijní výsledky nezlepšili. V obou případech učitelé obdrželi stejné peníze za stejný výkon, nemělo by tedy záležet na tom, jestli jsou placeni prvním, nebo druhým způsobem. Ve skutečnosti však na způsobu placení záleželo. V případě, kdy učitelé dostali bonus na začátku a hrozilo, že jej budou muset vrátit, se žáci zlepšili víc než v případě, kdy byl bonus vyplácen na konci. Co se za tímto výsledkem skrývá?

Vysvětlení spočívá v „averzi ke ztrátě“ neboli v principu, kdy je ztráta vnímána silněji než ekvivalentní zisk. S tímto konceptem přišli na konci 70. let 20. století psychologové Daniel Kahneman a Amos Tversky a představuje jeden ze základních kamenů jejich prospektové teorie, jejímž cílem je vysvětlit a pochopit rozhodování v podmínkách rizika.

Averze ke ztrátě se však uplatňuje i v bezrizikových situacích. Její důležitou implikací je „vlastnický efekt“, tedy jev, kdy lidé přikládají vyšší hodnotu věcem, které vlastní, než stejným věcem,

jež ale nevlastní. Vlastnický efekt je hojně využíván v marketingu, třeba ve formě koupě na zkoušku, kdy prodejce očekává, že zákazníci se obtížněji vzdají věcí, kterou již mají.

Vlastnický efekt byl pozorován i v jiném slavném experimentu, kdy skupina studujících dostala hrnek v hodnotě kolem pěti dolarů a zjišťovalo se, za kolik by ho tito studující byli ochotni prodat. Jiná skupina studujících hrnek neobdržela, ale měla určit minimální částku, kterou by byli ochotni přijmout místo hrnku. Obě skupiny tak čelily stejné volbě, nicméně s rozdílem, že první skupina prodajícím „přijde“ o hrnek, kdežto pro druhou skupinu je hrnek pouze obětovanou příležitostí: něco, co by mohli mít místo peněz. Přestože se volba v obou případech zdá být identická, rozdíly v chování byly dramatické: ti, kdo hrnek měli, požadovali v průměru sedm dolarů, kdežto ti, kdo volili mezi hrnkem a penězi, v průměru požadovali tři a půl dolarů. Explicitní náklady, jež lidé přímo platí, jsou díky averzi ke ztrátě chápány jinak než náklady implicitní, které platbu nezahrnují.

Myslet pomalu a myslet rychle

Kahneman a Tversky tak přišli nejen se zajímavými vhledy do principů lidského rozhodování, ale výrazně přispěli i k rozvoji behaviorální ekonomie – přístupu, který využívá poznatky z psychologie a neurověd k pochopení, jak jedinci činí ekonomická rozhodnutí. Tento přístup ukazuje, jak se skutečná lidská rozhodnutí odchylojí od situace plné racionality, a zároveň zdůrazňuje, že tyto odchylky nejsou náhodné, ale systematické a předvídatelné. To však neznamená, že tradiční ekonomie je chybná. Jen je zaměřená pouze příliš úzce a nezabývá se psychologickými aspekty rozhodování. Behaviorální ekonomie obohatila ekonomii upozorněním na faktory, které rozhodování ovlivňují a jež ekonomové dlouho ignorovali. Koncepty, s nimiž Kahneman a další přišli, jsou nyní součástí učebnic a základních kurzů ekonomie.

Kahneman a Tversky se však nespokojili s poukázáním na systematické odchylky od racionality. Jejich klíčovým zjištěním je, že tato systematická vybočení z toho, že se lidé spoléhají na omezené množství heuristik, které sice většinou fungují, ale někdy také vedou k chybám. Důležitou je kupříkladu heuristika reprezentativnosti, při níž lidé reprezentují reálnou situaci pomocí vzorové situace, která se tvoří automaticky, na základě jejich paměti a pozornosti. Jejich rozhodování je pak touto vzorovou situací zkrusleno.

Kahneman přišel nejen s klíčovými vhledy do principů lidského rozhodování, ale přispěl i k pochopení toho, jak jedinci činí ekonomická rozhodnutí

”

Pro ilustraci: představme si technologický startup, který rozvíjí sociální síť. Vzhledem k tomu, že tato společnost sdílí určité charakteristiky s úspěšnými firmami, jako jsou Meta nebo X, mohou investoři na základě heuristiky reprezentativnosti nadhodnotit pravděpodobnost úspěchu takového startupu. Heuristika reprezentativnosti se často používá k vysvětlení anomálií na finančních trzích, včetně vzniku finančních bublin, kdy investoři příliš spoléhají na extrapolaci minulých trendů.

A tato heuristika se skrývá i za zanedbáváním míry výskytu. Stačí se podívat na následující věty: „Steve je velmi plachý a uzavřený, vždy ochotný pomoci, ale málo se zajímá o lidi nebo o reálný svět. Je to tichá a spořádaná duše, má po-

třebu řádu a struktury a vášeň pro detail.“ Je Steve farmář, prodejce, pilot, knihovník nebo lékař? V experimentu, který Kahneman s Tversky provedli, lidé odhadovali Steveovo povolání podle toho, nakolik tento popis odpovídá stereotypu daného povolání, takže očekávali, že Steve je knihovník. Jenže tento odhad ignoruje zastoupení knihovníků v populaci, které je velmi malé oproti třeba farmářům. A experimenty ukázaly, že lidé míry výskytu skutečně často ignorují.

Existence odchylek od racionality však neznamená, že lidé nejsou racionálního rozhodování schopni. Kahneman rozlišuje mezi systémem 1 a systémem 2, kdy systém 1 reprezentuje „rychlé“ myšlení, které je intuitivní, automatické, nevyžaduje úsilí, avšak může vést k chybám. Systém 2 znázorňuje „pomalé“ myšlení, jež je naopak vědomé, kontrolované a vyžadující úsilí. Zatímco ekonomie se tradičně zabývala spíše rozhodováním v rámci systému 2, Kahneman zkoumal, jak funguje systém 1. A ukázal, že řada důležitých rozhodnutí se uskutečňuje právě v rámci tohoto systému. Jeho slavná kniha *Myšlení rychlé a pomalé* popisuje právě fungování těchto dvou systémů.

Férové zvýšení cen

Jinou oblastí, ke které Kahneman se svými spolupracovníky přispěl, je role férovosti při ekonomickém rozhodování. Ukázal, že férovost může představovat důležitou bariéru tržnímu přizpůsobování. Pokud přijede například Real Madrid na Letnou k zápasu Ligy mistrů, měla by Sparta zvýšit ceny lístku? Pokud díky věhlasu Realu vzroste poptávka po zápase, standardní ekonomický model předpokládá, že Sparta víc vydělá, když cenu zvýší. Podle Kahnemanovy teorie však fanoušci budou takovéto zvýšení považovat za neférové a zvýšení ceny budou vnímat jako zneužití vyšší poptávky k tomu, aby se Sparta na úkor fanoušků obohatila. Jejich poptávka po zápasech tak v budoucnu může poklesnout.

Sparta tento efekt může předjímat a rozhodnout se, že cenu zvýší pouze mírně nebo vůbec. V tom případě však vznikne nedostatek, na lístky budou fanoušci stát dlouhé fronty, případně budou vymýšlet sofistikované způsoby, jak provést online nákup dřívě, než budou lístky zcela vyprodány. Peněžní cena bude nižší, avšak lidé budou platit svým časem a úsilím. Když v roce 2013 přijel Real Madrid do Dortmundu, místní Borussia zvýšila ceny pouze mírně a fanoušci strávili dvě noci ve frontě, aby lístky na zápas získali. Kvůli nedostatku došlo i k potyčkám mezi fanoušky. Jenže: fanoušci neviní klub za čekání ve frontě a konflikty, kdežto za vyšší ceny už ano.

Kahneman předpovídá, že se firmy budou zdráhat zvýšit ceny v důsledku vyšší poptávky, aby neriskovaly, že jejich chování bude považováno za neférové. Na trzích tak budou vznikat nedostatky a lidé budou platit více časem než penězi. To však neplatí, pokud firmy zvýší ceny v důsledku vyšších nákladů: takové zvýšení není zákazníky vnímáno jako neférové. Při zvyšování cen se tak firmám vyplácí zvýšení cen obhajovat tím, že mají vyšší náklady.

Za svůj přínos byl v roce 2002 Kahneman spolu s ekonomem Vernonem Smithem oceněn Nobelovou cenou za ekonomii. Nobelovská komise ocenila jeho práci v oblasti „začlenění poznatků psychologického výzkumu do ekonomické vědy, zejména pokud jde o lidské usuzování a rozhodování v podmínkách nejistoty“. Kahnemanův dlouholetý spolupracovník Amos Tversky Nobelovu cenu bohužel nezískal, zemřel totiž již v roce 1996. A letos opustil tento svět i Daniel Kahneman. Bylo mu 90 let. Během svojí bohaté kariéry výrazně přispěl k našemu chápání lidského usuzování a rozhodování. Jeho teorie se nesmazatelně zapsaly do ekonomických učebnic a budou s námi žít nadále.

Autor působí na katedře manažerské ekonomie Fakulty podnikohospodářské VŠE