

# Człowiek (nie)racjonalny: ekonomia behawioralna w praktyce.

Anna Adamus-Matuszyńska

# Ekonomia behawioralna

- Ekonomia behawioralna weryfikuje założenia standardowych modeli racjonalnego wyboru.
- Pozwala lepiej zrozumieć, jak ludzie podejmują decyzje i co wpływa na ich działania. Posiłkuje się przy tym zdobyczami kilku dziedzin nauki.
- Z psychologii poznawczej czerpie wiedzę o tym, jak ludzie odbierają i przetwarzają informacje, jak działa uwaga i pamięć. Psychologia społeczna dostarcza informacji o tym, jak na decyzje i działania wpływają grupy, w których żyjemy, normy społeczne, kultura, stereotypy i uprzedzenia. Antropologia tłumaczy, które z naszych działań wynikają z ewolucji biologicznej, a na które wpływają czynniki kulturowe. A neuronauki pokazują neurobiologiczne podstawy zachowań i decyzji.



# Ekonomia behawioralna

Ekonomia behawioralna skupia się na poznaniu rzeczywistego zachowania ludzi i uwzględnia ludzkie ograniczenia.

Wykorzystuje odkrycia psychologii, socjologii i neuronauki do wyjaśnienia podejmowanych przez ludzi wyborów i stara się odkryć, dlaczego czasem postępujemy totalnie wbrew wszelkiej logice.

Nauka ta pozwala zrozumieć rzeczywistą naturę ludzi, którzy w swoich decyzjach często kierują się emocjami, nastrojami, czy też drzemiącymi w nich pierwotnymi instynktami.

# Cechy człowieka według ekonomii behawioralnej:

nieracjonalny,  
podejmujący błędne  
decyzje,

niezdolny do optymalnej  
kalkulacji i przyswajania  
pełnej informacji,

niekonsekwentny,

ulega emocjom i kieruje  
się interesem innych, a  
nie tylko własnym,

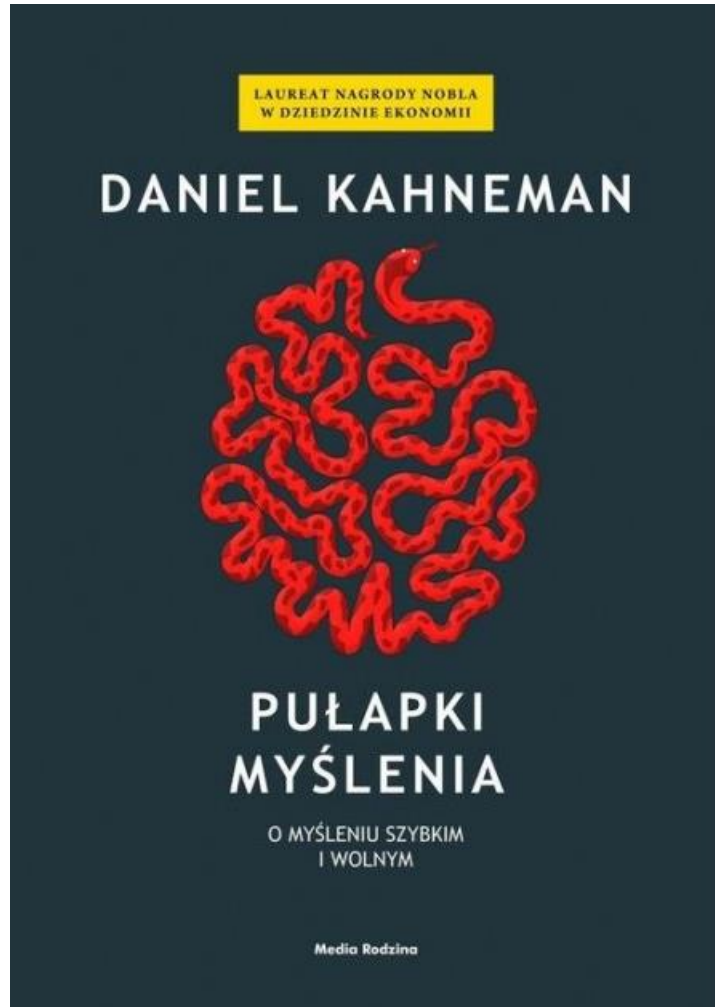
skłonny do  
partycypowania w  
kosztach dóbr publicznych  
na określonych  
warunkach

cehuje go myślenie  
automatyczne,  
impulsywne, uzależnione  
od kontekstu

# Początki teorii ekonomii behawioralnej

- 
- Henri Bergson (1859 – 1941) – francuski filozof uważał, że świat jest dualistyczny, a człowieka charakteryzuje:
    1. Intelpekt
    2. Intuicja
  - Bergson napisał także zdanie:
    - ***Być inteligentnym to bardzo męczące.***

# Daniel Kahneman – twórca teorii dwóch systemów naszego myślenia



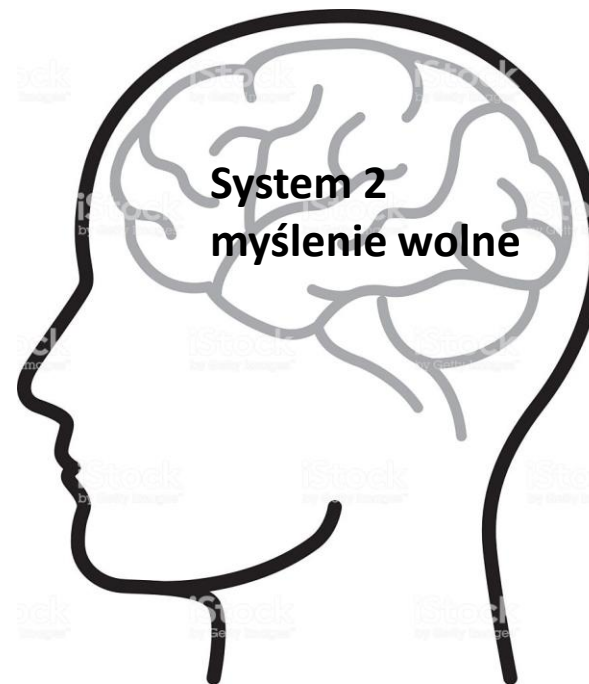
**(1934 – 2024)**

# Dwa systemy



Cechy:

- ✓ Odpowiada za automatyczne reakcje
- ✓ Jest emocjonalny
- ✓ Działa bez udziału świadomości
- ✓ Pochłania mało energii
- ✓ Szybki



Cechy:

- ✓ Wymaga skupienia uwagi
- ✓ Jest logiczny
- ✓ Daje poczucie świadomości i kontroli nad procesem myślenia
- ✓ Pochłania dużo energii
- ✓ Wolny

# Reguły naszego myślenia

- 
- Chociaż możemy mieć wrażenie, że przeprowadzamy krytyczną analizę przy, na przykład podejmowaniu strategicznych decyzji, najczęściej jesteśmy uzależnieni od wspomnień i oczekiwań, a więc będzie nam towarzyszył System 1.
  - Chociaż system 2 jest zdecydowanie bardziej właściwy, to – jak pokazują badania Kahnemana – system 2 jest niezwykle leniwy.

# SYSTEM 1

Intuition & instinct

95%

Unconscious  
Fast  
Associative  
Automatic pilot

# SYSTEM 2

Rational thinking

5%

Takes effort  
Slow  
Logical  
Lazy  
Indecisive



Source: Daniel Kahneman



# Odpowiedz szybko na pytanie:

- Kij baseballowy i piłka kosztują 110 złotych.
- Kij jest o sto złotych droższy niż piłka.
- Ile kosztuje piłka ?

# Odpowiedź (1)

---

11

- Prawdopodobnie większość z Was odpowiedziała 10 złotych.
- Tak odpowiedziała też większość studentów biorących udział w eksperymentalnym badaniu.
- Jednak właściwa odpowiedź brzmi: **5 złotych**.
- Jaka pierwsza liczba przyszła ci do głowy?
- Ta liczba to, oczywiście 10 zł.
- Znakiem charakterystycznym prostych zagadek jest to, że wywołują one odpowiedzi, które są intuicyjne, atrakcyjne, ale często - złe.

# Odpowiedź (2) – trochę matematyki

- 
- Jeśli piłka kosztuje 10 zł, to całkowity koszt będzie 120 zł (10 zł. piłka i 110 zł kij).
  - Dlatego prawidłowa odpowiedź to 5 zł.
  - Można jednak założyć, że intuicyjna odpowiedź przyszła do głowy także tym, którzy jednak dali prawidłową liczbę, co oznacza, że im jakoś udało się oprzeć intuicji.
  - Odpowiedzi na to zadanie udzieliło wiele tysięcy studentów, a wyniki są szokujące.
  - Ponad 50% studentów Harvard, MIT i Princeton dało intuicyjną – nieprawidłową – odpowiedź.

# Odpowiedź (3)

---

- Na mniej prestiżowych uniwersytetach wskaźnik niepoprawnych odpowiedzi wynosił 80%.
- Potwierdza to, że wiele osób jest podatnych na intuicję.
- Okazuje się, że my ludzie częściej korzystamy z intuicyjnego systemu (1) niż z logicznego (2).
- Dlaczego? Bo to jest łatwe, szybkie, nie wymaga wysiłku.

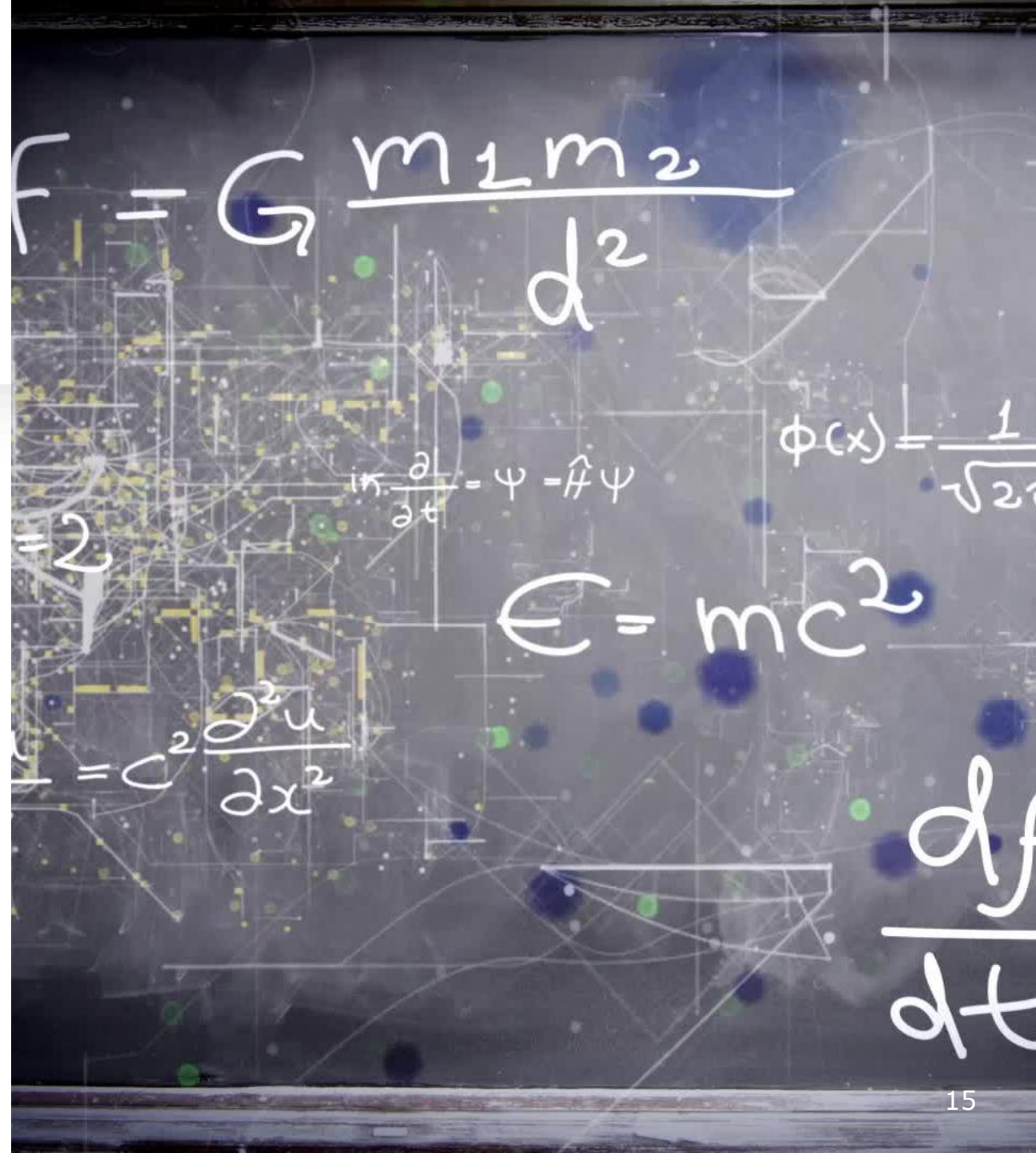
# Wyjaśnienie

1. Szybkość, z jaką jesteśmy w stanie reagować na zmieniające się okoliczności za pomocą Systemu 1 jest znacznie większa, niż wysiłek wymagany do włączenia i wykorzystania logiki Systemu 2.
2. Mózg zużywa więcej energii, gdy wykonujemy zadania oparte na Systemie 2.



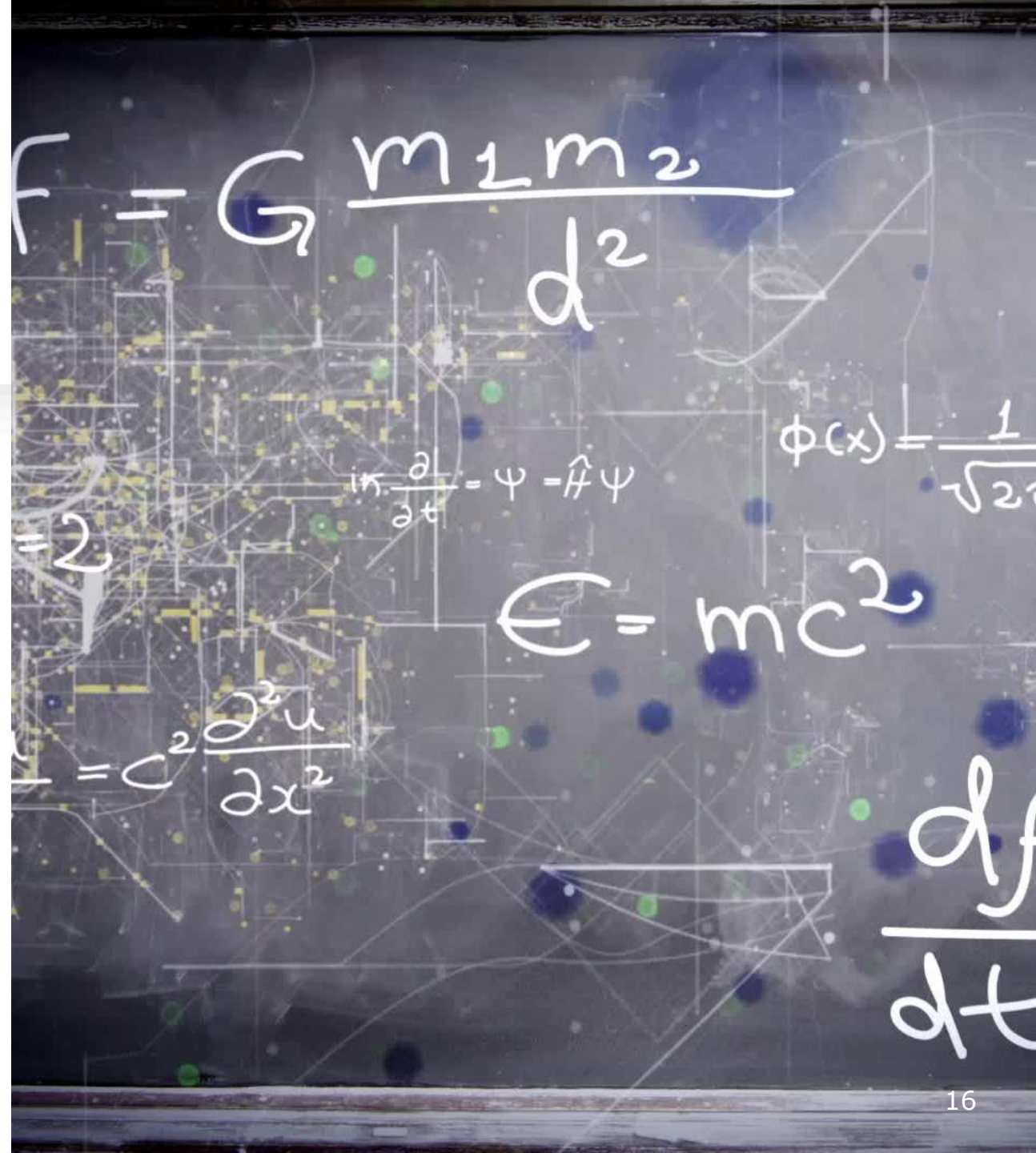
# Podsumowanie (1)

- Gdy opieramy się na Systemie 2, możemy odczuwać „zmęczenie” podjętymi decyzjami i dlatego częściej sięgamy po łatwo dostępne informacje z Systemu 1, bo one nie czynią nas zmęczonych.



# Podsumowanie (2)

- Wiele nieoptymalnych zachowań wynika raczej z ograniczeń samokontroli czy ugruntowanego ewolucyjnie mechanizmu, zgodnie z którym bliższe korzyści i przyjemności przemawiają do nas silniej, niż te odległe czasowo.
- *Logika zaprowadzi Cię z punktu A do B. Wyobraźnia - wszędzie.*
- Albert Einstein



# Błędy poznawcze

---

- Heurystyki (uproszczone reguły podejmowania decyzji).
- Efekt ramowania (sposób prezentacji informacji wpływa na decyzje).
- Awersja do straty (bardziej boimy się strat niż cieszymy z zysków).
- Efekt zakotwiczenia (pierwsza informacja wpływa na kolejne decyzje).
- Nadmierna pewność siebie.

# Zobacz

## Błędy w zachowaniu i podejmowaniu decyzji [ edytuj | edytuj kod ]

- **Efekt autorytetu** – poleganie wyłącznie na [autorycie](#)<sup>[1]</sup>.
- **Efekt czystej ekspozycji** – wytworzenie pozytywnej opinii czy oceny obiektu pod wpływem samego zwiększenia liczby kontaktów z tym obiektem.
- **Efekt izolacji** – tendencja do lepszego zapamiętywania obiektów, które w jakiś sposób wyróżniają się ze środowiska.
- **Efekt kontrastu** – subiektywne zwiększenie lub zmniejszenie obserwowanych cech obiektu w zależności od porównania z wcześniej obserwowanym obiektem.
- **Efekt litery z imienia** – tendencja do preferowania liter występujących w imieniu lub nazwisku.
- **Efekt niepotrzebnych informacji** – tendencja do zbierania dodatkowych informacji nawet wtedy, gdy nie mogą one mieć wpływu na podejmowaną decyzję.
- **Efekt Pollyanny** – tendencja do myślenia o rzeczach przyjemnych i poszukiwania pozytywnych aspektów w każdej sytuacji, przy jednoczesnym ignorowaniu aspektów przykrych lub nieprzyjemnych
- **Efekt pominięcia** – tendencja do oceniania szkodliwych działań jako gorsze i bardziej niemoralne niż równie szkodliwy brak działania i bezczynność.
- **Efekt posiadania** – tendencja do oceniania posiadanych rzeczy jako bardziej wartościowe niż identyczne nieposiadane.
- **Efekt potwierdzenia** – tendencja do poszukiwania wyłącznie faktów potwierdzających posiadaną opinię, a nie weryfikujących ją<sup>[1]</sup>.
- **Efekt przywiązania** – korzystanie ze zbyt mało różnorodnych źródeł informacji<sup>[1]</sup>.
- **Efekt pseudopewności** – tendencja do unikania ryzyka przy dążeniu do pozytywnych rezultatów, a szukania ryzyka przy dążeniu do uniknięcia analogicznych negatywnych rezultatów.
- **Efekt skupienia** – błąd w ocenie wynikający ze zwracania nadmiernej uwagi na jeden aspekt i ignorowania innych aspektów.
- **Efekt statusu quo** – tendencja do akceptowania rzeczy takich, jakimi aktualnie są.
- **Efekt ślepej plamki** – tendencja do niezauważania błędów we własnej ocenie rzeczywistości.
- **Efekt wspierania decyzji** – tendencja do lepszego pamiętania argumentów przemawiających za podjętą już decyzją niż

**Spis treści** ukryj

[Początek](#)

**Błędy w zachowaniu i podejmowaniu decyzji**

[Błędy w przekonaniach i ocenie prawdopodobieństwa](#)

[Stereotypy społeczne](#)

[Przypisy](#)

**Wygląd** ukryj

Tekst

Mały

Normalny

Duży

Szerokość

Normalna

Duża

Kolor (beta)

Automatyczny

Jasny

Ciemny

# Poznanie społeczne i jego prawidłowości (1)

- 
- **Poznanie społeczne** to sposób, w jaki ludzie myślą o sobie samych i o świecie społecznym, to znaczy jest to sposób w jaki selekcjonują, interpretują, zapamiętują i wykorzystują informacje społeczne w wydawaniu sądów i podejmowaniu decyzji.
  - **Oszczędność poznawcza** to proces efektywnego uproszczenia myślowego, które pomaga jednostce zrozumieć rzeczywistość społeczną, ponieważ człowiek nie jest zdolny przetwarzać wszystkich informacji do niego docierających.

# Poznanie społeczne i jego prawidłowości (2)

---

- **Efekt pierwszeństwa** to proces, za sprawą którego nasze pierwsze wrażenie dotyczące innej osoby wpływa na to, że jej późniejsze zachowanie interpretujemy w sposób zgodny z tym pierwszym wrażeniem.
- **Efekt uporczywości** to proces, który sprawia, że przekonania ludzi dotyczące ich samych i świata społecznego utrzymują się nawet wtedy, gdy dane wspierające te przekonania zostały podważone.
- **Efekt świeżości** to proces, który sprawia, że najlepiej zapamiętujemy ostatnie elementy jakiegoś przekazu, gdyż silniej oddziałują informacje, które nadeszły jako ostatnie (najświeższe), niż te, które pojawiły się wcześniej.

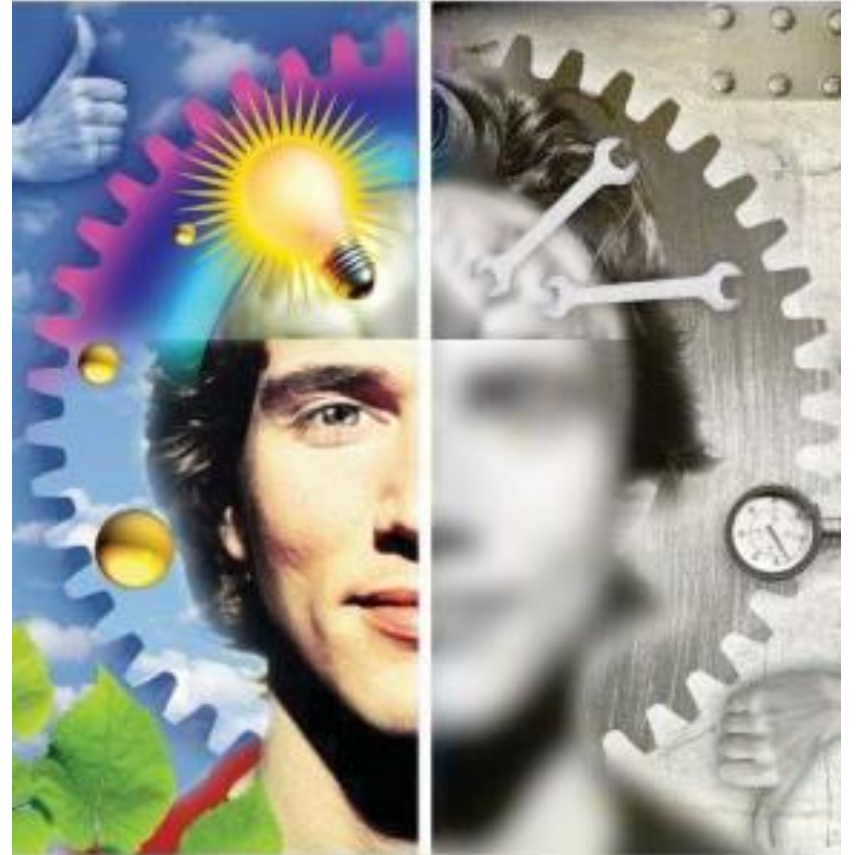
# Poznanie społeczne - generalizowanie

- **Efekt „aureoli”** to proces przypisywania cech pozytywnych osobie, firmie, produktowi w oparciu o wcześniejsze jednostkowe pozytywne doświadczenie.
- **Efekt „diabelski”** proces przypisywania cech negatywnych osobie, firmie, produktowi w oparciu o wcześniejsze jednostkowe negatywne doświadczenie.



# Heurystyki

- **Heurystyki** to nieformalne reguły umysłowe, przy pomocy których ludzie oceniają innych.
- **Heurystyka dostępności** to odwoływanie się do naszych twierdzeń powstałych w oparciu o wcześniejsze doświadczenie.
- **Heurystyka reprezentatywności** to metoda polegająca na klasyfikowaniu ludzi i rzeczy według stopnia podobieństwa do typowego przypadku znanego z wcześniejszych doświadczeń.
- **Heurystyka zakotwiczenia** polega na odwołaniu się do pewnego punktu wyjścia.



# Teoria atrybucji (1)

---

- **Atrybucja** to proces wyjaśniania przyczyn swojego zachowania, jak i zachowania innych ludzi wynikający z faktu, że ludzie widzą związki przyczynowo-skutkowe nawet tam, gdzie ich nie ma.
- **Atrybucja wewnętrzna** to wnioskowanie, że jakaś osoba zachowała się w określony sposób zarówno ze względu na swoje właściwości, jak i postawy, charakter czy osobowość.
- **Atrybucje dyspozycyjne (tj. wewnętrzne)** dostarczają nam informacji, na podstawie których możemy przewidywać przyszłe zachowanie danej osoby. Teoria wnioskowania z czynników towarzyszących opisuje warunki, w których przypisujemy dyspozycyjne atrybuty zachowaniom, które postrzegamy jako intencjonalne.

# Teoria atrybucji (2)

---

- **Atrybucja zewnętrzna** to wnioskowanie, że jakaś osoba zachowała się w określony sposób ze względu na właściwości sytuacji, w której się znalazła.
- **Podstawowy błąd atrybucji** – tendencja do przeceniania czynników wewnętrznych w ocenie zachowań innych ludzi, a przecenianie czynników zewnętrznych w ocenie własnych zachowań.

A blurred background of a restaurant interior. The scene is filled with warm, golden light from string lights hanging from the ceiling. In the center, a person in a dark vest and white shirt is walking. To the right, another person is visible near a counter. The overall atmosphere is cozy and busy. The text "Dlaczego to wszystko ma miejsce?" is overlaid in white on the lower left side of the image.

Dlaczego to wszystko ma miejsce?

# Aspekty emocjonalne

- Człowiek jest istotą emocjonalną
- Wpływ emocji na podejmowanie decyzji.
- Samokontrola i prokrastynacja.
- Preferencje czasowe (skłonność do wybierania natychmiastowych nagród).



# Aspekty społeczne

- Człowiek jest istotą społeczną
- Wpływ norm społecznych i konformizmu.
- Altruizm i zachowania prospołeczne.
- Sprawiedliwość i nierówność.



# Przykłady zastosowań ekonomii behawioralnej

---

## **Marketing i reklama:**

- Wykorzystanie błędów poznawczych do wpływania na decyzje zakupowe.
- Projektowanie programów lojalnościowych.
- Personalizacja ofert.

## **Polityka publiczna:**

- Projektowanie programów oszczędzania emerytalnego.
- Promowanie zdrowego stylu życia.
- Zwiększanie efektywności podatkowej.

## **Finanse osobiste:**

- Unikanie pułapek zadłużenia.
- Racjonalne inwestowanie.
- Planowanie budżetu.

# Krytyka ekonomii behawioralnej



- Ograniczenia badań laboratoryjnych. Krytycy argumentują, że wiele badań w ekonomii behawioralnej opiera się na eksperymentach laboratoryjnych, które mogą nie odzwierciedlać złożoności rzeczywistych sytuacji rynkowych.
- Ekonomia behawioralna koncentruje się głównie na mikroekonomicznych aspektach podejmowania decyzji, a niedostatecznie uwzględnia czynniki makroekonomiczne, takie jak inflacja, bezrobocie czy polityka monetarna.
- Trudności w przewidywaniu zachowań w realnym świecie. Krytycy zarzucają, że ekonomia behawioralna jest bardziej zbiorem obserwacji niż spójną teorią naukową.
- Etyczne aspekty manipulacji decyzjami. Istnieje obawa, że techniki behawioralne mogą być wykorzystywane do manipulacji i ograniczania wolności wyboru.

# Główne środowiska krytykujące ekonomię behawioralną

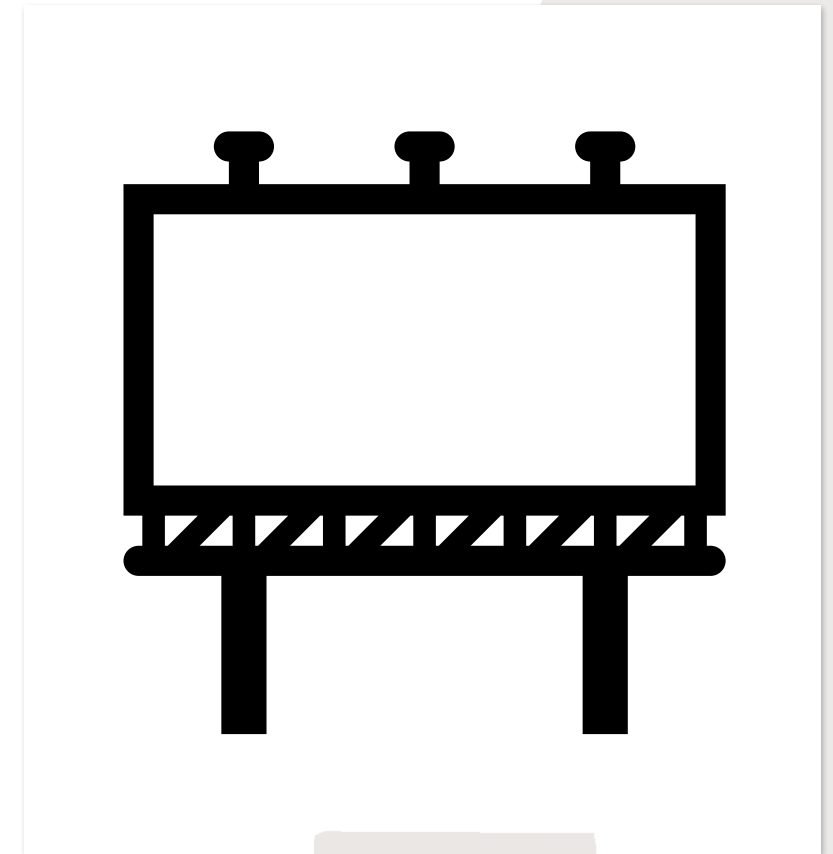
- 
- Ekonomiści neoklasyczni, którzy bronią tradycyjnych założeń o racjonalności i efektywności rynków.
  - Niektórzy psychologowie, którzy kwestionują metodologię i interpretację wyników badań behawioralnych.
  - Filozofowie i etycy, którzy zwracają uwagę na etyczne implikacje stosowania ekonomii behawioralnej w praktyce.

# Przykład

- Wyobraź sobie, że sprzedajesz używany samochód. Twoją minimalną akceptowalną ceną jest 10 000 zł. Jednak, gdy potencjalny kupiec pyta o cenę, podajesz kwotę 15 000 zł.

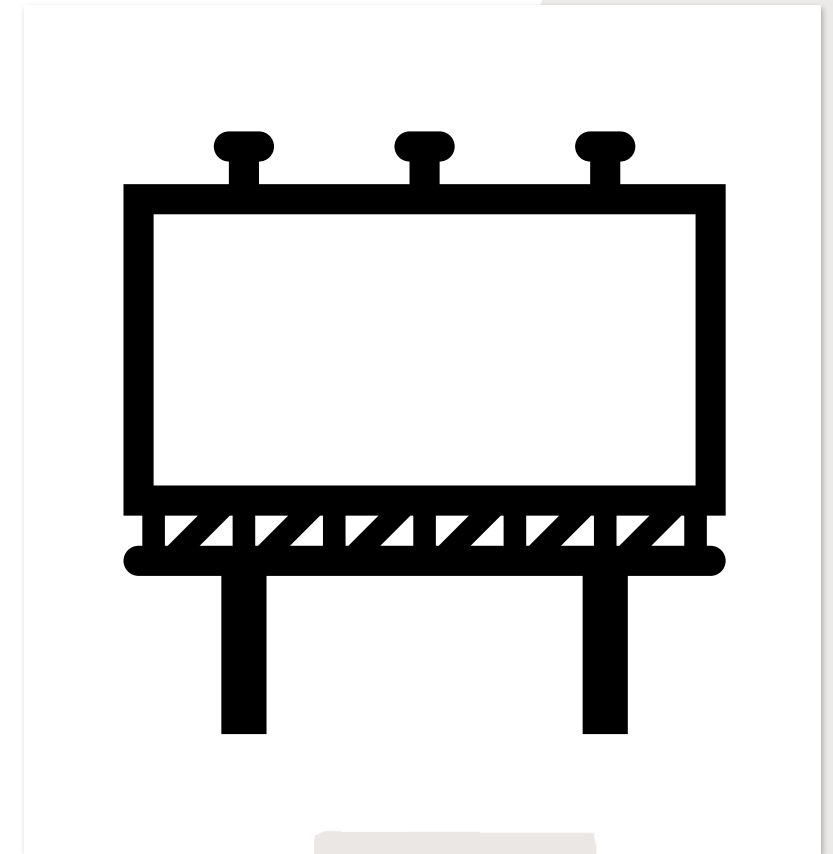
## Jak działa efekt zakotwiczenia?

- Podając wyższą cenę, "zakotwiczasz" umysł kupującego na tej kwocie. Nawet jeśli ostatecznie zgodzicie się na 12 000 zł, kupujący może odczuwać satysfakcję, że "utargował" 3 000 zł, mimo że zapłacił więcej niż twoja minimalna akceptowalna cena.
- Pierwsza oferta staje się punktem odniesienia, który wpływa na dalsze negocjacje.



# Dlaczego to jest behawioralne?

- Klasyczna ekonomia zakłada, że ludzie podejmują racjonalne decyzje, oparte na obiektywnych informacjach.
- W tym przypadku, kupujący powinien ocenić wartość samochodu niezależnie od pierwszej oferty.
- Efekt zakotwiczenia pokazuje, że nasze decyzje są często irracjonalne i podatne na wpływ czynników psychologicznych.



# Zastosowanie w praktyce

- Sprzedawcy często wykorzystują efekt zakotwiczenia, podając zawyżone ceny początkowe.
- W negocjacjach biznesowych, pierwsza oferta często wyznacza ramy dalszych rozmów.
- Nawet w życiu codziennym, możemy być podatni na efekt zakotwiczenia, np. podczas zakupów w promocji, gdy porównujemy obniżoną cenę do pierwotnej, zawyżonej ceny.

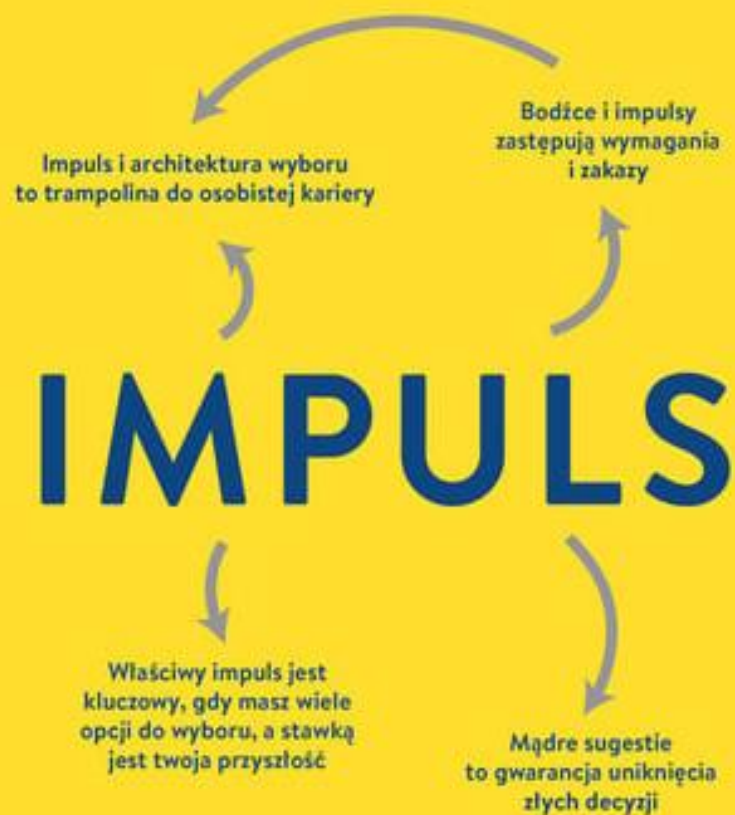


# Podsumowanie – warto studiować tę koncepcję

- Ekonomia behawioralna jest uzupełnieniem ekonomii klasycznej, pozwala zrozumieć zachowania ludzi na poziomie jednostkowym.
- Znaczenie zrozumienia ludzkich zachowań dla różnych dziedzin życia.
- Ekonomia behawioralna pozwala na głębsze zrozumienie motywacji, uprzedzeń i błędów poznawczych, które wpływają na nasze decyzje.
- Uczą, jak krytycznie oceniać informacje i podejmować racjonalne decyzje w oparciu o dowody.
- Studia ekonomii behawioralnej pozwalają na lepsze zrozumienie własnych zachowań i podejmowanych decyzji.
- Dlatego zachęcam do dalszego studiowania zagadnienia.



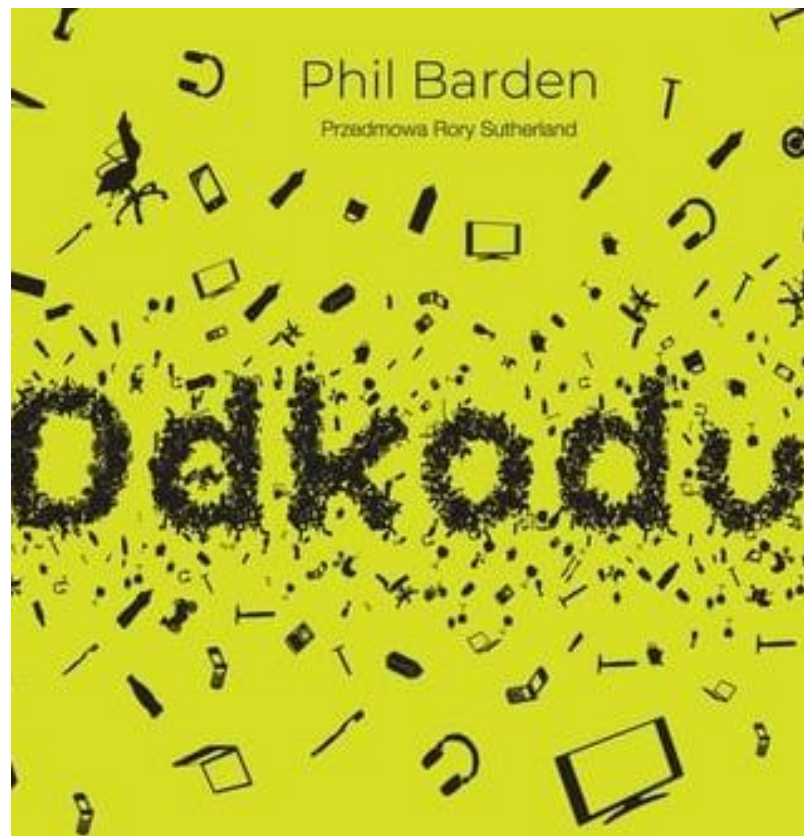
RICHARD H. THALER  
CASS R. SUNSTEIN



NAGRODA NOBLA 2017

Phil Barden

Przedmowa Rory Sutherland



## pułapki myślenia w biznesie

Jak ekonomia behawioralna  
wpływa na wybory klientów

mt biznes

wybierz swoją okładkę



## PARADOKS WYBORU

Dlaczego więcej oznacza mniej

BARRY SCHWARZ

WYDAWNICTWO NAUKOWE PWN