

BEHAVIORÁLNÍ MANAGEMENT

2. ČÁST: PROPOJENÍ EKONOMIE A PSYCHOLOGIE

Ing. Omar Ameir, Ph.D.

2. Vědecké propojení ekonomie a psychologie

- 2.1 Důvody odmítnutí psychologických poznatků ekonomy
- 2.2 Historické řešení absence psychologie v ekonomickém rozhodování
- 2.3 Rozdíly mezi ekonomickým a psychologickým výzkumem
- 2.4 Tři stupně psychologických aspektů objevujících se v ekonomii (aneb, jak se v ekonomii psychologie historicky projevovala)

2.1 Důvody odmítnutí psychologických poznatků ekonomy

- Proč je důležité poukázat na aspekty a principy propojení ekonomie a psychologie? ➔ Protože díky tomu bude pochopení principů behaviorální ekonomie, a tedy behaviorálního managementu, jednodušší.
- Než začneme, je důležité si uvědomit paradox, že drtivá většina lidí si své negativní iracionální rozhodování vůbec neuvědomuje.

2.1 Důvody odmítnutí psychologických poznatků ekonomy

- Ekonomové v různých obdobích více či méně odmítali do svých teoretických modelů koncipovat a zahrnovat rovinu psychologie, a to zejména z těchto dvou důvodů:
 - snaha o co nejvíce exaktní charakter ekonomických modelů (snobství);
 - metodické rozdíly ve výzkumné činnosti (záminka).

2.2 Historické řešení absence psychologie v ekonomickém rozhodování

- Historicky řešili ekonomové absenci psychologického rozměru při modelech ekonomického rozhodování následujícími třemi přístupy:
 - ignorací (Friedman);
 - zavedením průměrného (statistického) vzorku zkoumání (Jevons);
 - Darwinismem (schopnost dlouhodobě přežít mají pouze taková ekonomická myšlení a rozhodování, která jsou čistě racionální a exaktní – ostatní myšlení a rozhodování ekonomy nemusí zajímat – modely sice nepopisují realitu, ale to nevadí, protože dlouhodobě přežijí pouze ta rozhodování, která jsou racionální).

2.3 Rozdíly mezi ekonomickým a psychologickým výzkumem

- Nejdůležitější rozdíly v metodice zkoumání mezi ekonomy a psychology:
 - charakter hypotéz:
 - EK: pouze kvalitativní, tj. popisující reakci hodnoty veličiny Y na změnu hodnoty veličiny X (při konstantních hodnotách všech ostatních veličin);
 - PS: respektování neustálých změn hodnot všech veličin.

2.3 Rozdíly mezi ekonomickým a psychologickým výzkumem

- Nejdůležitější rozdíly v metodice zkoumání mezi ekonomy a psychology:
 - zdroj dat pro ověřování výsledných modelů:
 - EK: zejména veřejné oficiální statistické dokumenty;
 - PS: zejména vlastní dotazníkové šetření;

2.3 Rozdíly mezi ekonomickým a psychologickým výzkumem

- Nejdůležitější rozdíly v metodice zkoumání mezi ekonomy a psychology:
 - paradigma, neboli základní předpoklad:
 - EK: maximalizace užitku;
 - PS: neexistence paradigmatu;

2.3 Rozdíly mezi ekonomickým a psychologickým výzkumem

- Nejdůležitější rozdíly v metodice zkoumání mezi ekonomy a psychology:
 - metodologie výzkumu (experimenty s respondenty):
 - EK: vždy pravdivé informace a opakování experimentů;
 - PS: informace dostává respondent často i nepravdivé a každý experiment je s daným respondentem realizován pouze jednou (aby nedocházelo k přizpůsobování odpovědí a změny chování respondenta).

2.4 Tři stupně psychologických aspektů objevujících se v ekonomii

- Vnímání:

- **peněžní iluze** (nominálnímu růstu mzdy přikládán význam růstu reálného) – důvod brání psychologických aspektů v potaz;
- **dostupnostní heuristika**: významnější vnímání a pamatování vjemů, které člověk zažil osobně nebo opakovaně – přikládá jim poté větší váhu (růst mé mzdy je významnější než růst cen);
- další psychologické efekty: **prokletí znalosti, efekt prvotnosti, efekt nedávnosti** apod.

2.4 Tři stupně psychologických aspektů objevujících se v ekonomii

peněžní iluze = silný nástroj behaviorálního managementu

2.4 Tři stupně psychologických aspektů objevujících se v ekonomii

- přemýšlení:
 - tvořeno dvěma aspekty: výpočty a odhadováním;
 - právě odhadování je předmětem psychologického zkoumání;
 - **kotevní heuristika**: odhadování realizováno pomocí odchylování od určité známé hodnoty (kotvy); názor respondenta (odchylka) určen směrem a intenzitou (respondent může volit špatně, protože se ve svých odhadech často nechává ovlivnit zcela irelevantním kotvou - je snadné vychýlit lidský odhad čísla, o kterém toho člověk moc neví).

2.4 Tři stupně psychologických aspektů objevujících se v ekonomii

- přemýšlení:
 - kotevní heuristika je součástí tržního boje, kdy nabídka formuje poptávku (nadsazování cen);
 - někdy je spotřebitel schopen tomuto tlaku čelit, někdy ne;
 - další psychologické efekty: **hypotéza statistických očekávání** (očekávání toho, co platilo v minulosti) a **hypotéza adaptivních očekávání** (odhad na základě minulých hodnot, přičemž starší hodnoty mají slabší vliv);

2.4 Tři stupně psychologických aspektů objevujících se v ekonomii

- přemýšlení:
 - snaha o respektování předpokladu absolutní informovanosti a absolutní schopnosti pochopení fungování trhu ze strany spotřebitelů ➡ **hypotéza racionálních očekávání** (očekávání vytvářena v souladu s fungováním daného modelu);
 - většina ekonomů tento model (HRO) přijala (lidské predikční schopnosti sice přeceňuje, ale přeceňuje je méně, než je podceňovaly představy očekávání statických (HSO) a adaptivních (HAO));

2.4 Tři stupně psychologických aspektů objevujících se v ekonomii

- přemýšlení:
 - nedostatky modelu:
 - problémy spojené s emocemi (vliv subjektivity);
 - nereálné podmínky pro pochopení všech aspektů ekonomického fungování (nestabilita vztahů, logistické problémy apod.);
 - praxe ukazuje, že se v problémech lidé uchylují k HSO.

2.4 Tři stupně psychologických aspektů objevujících se v ekonomii

- rozhodování:
 - **relativní způsob rozhodování :**
 - zajímá nás nikoli samotný výsledný stav, nýbrž změna oproti současnému stavu;
 - příklad: při rozhodování o pořizování balíku akcií, je pro investory významnější vědět, o kolik se hodnota jejich portfolia změní, než kolik bude tato hodnota činit celkově;
 - rozhodovací procesy v ekonomii usnadňuje;

2.4 Tři stupně psychologických aspektů objevujících se v ekonomii

- rozhodování:
 - averze k ztrátě:
 - radost, s níž člověk vítá posun nad současný stav, je menší než nespokojenost, kterou pociťuje při posunu ve stejném rozsahu, ale pod současný stav;
 - příklad: vyšší objem obchodů na burzách v období růstu cen akcií než v období jejich poklesu.

Děkuji za pozornost