

# BEHAVIORÁLNÍ MANAGEMENT

## 4. ČÁST: DUŠEVNÍ ÚČETNICTVÍ

Ing. Omar Ameir, Ph.D.

# 4. Duševní účetnictví

4.1 Vymezení problematiky „duševní účetnictví“

4.2 Příklady

4.3 Příznaky

4.4 Platba kreditní kartou

4.5 Řešení

## 4.1 Vymezení problematiky „duševní účetnictví“

- nakládání se dvěma stejnými ztrátami odlišným způsobem;
- sklon vnímat hodnotu některých peněz ve srovnání s ostatními jako nižší (poté s nimi mrhat);
- rozvinul: Richard Thaler;

## 4.2 Příklady

- kasino – hrát na dům (kasina proto vždy vydělávají);
- platba v cizí měně;
- peníze v „nádrži“.

## 4.3 Příznaky

- problém s naspořením dostatečného množství peněz (byť má spotřebitel pocit, že šetří a lehkomylně neutrací);
- spotřebitel při placení kreditní kartou utrácí lehkomylněji, než když platí hotově;
- spotřebitel má největší sklon k utrácení těsně po výplatě (cenu zboží porovnává s aktuální částkou na bankovním účtu, bez ohledu na budoucí výdaje)

## 4.3 Příznaky

- spotřebitel má naspořeny peníze, ale na kreditní kartě je neustále v mínusu;
- lehce nabyté peníze spotřebitel utratí s „lehčím srdcem“ než dlouhodobější úspory.

## 4.4 Platba kreditní kartou

- Ve srovnání s platbou v hotovosti je spotřebitel ochoten za produkt zaplatit vyšší cenu, nebo si pořídit produkt, který potřebuje méně;
- důvody:
  - **hyperbolic discounting (kupuj nyní, plať později)** - zákazníci podvědomě snižují velikost závazku, který je čeká v budoucnosti; např. platba 5 000 Kč v horizontu 6 měsíců je pro nás „opticky“ menší a zároveň psychologicky výrazně přijatelnější (díky bezúročnému období máme možnost nakupovat nyní s tím, že vydavateli karty budeme platit na konci bezúročného období);

## 4.4 Platba kreditní kartou

- **anchoring (nakupování jako v „den po výplatě“)** – porovnávání ceny produktu s úvěrovým rámcem (je rozdíl k dispozici 5 000 Kč nebo 50 000 Kč) – problém „zafixovaného“ (posuvného) úvěru;
- **plast bolí méně, než bankovky** - platba kouskem plastu pro spotřebitele představuje příjemnější variantu v porovnání s „bolestivým“ placením hotovostí (výborný marketingový nástroj).

## 4.5 Řešení

- Pozor na plast - při placení platební kartou je pro podnik vždy nutné si uvědomit, kolik by byl ochoten za danou surovinu zaplatit hotově.
- Raději více malých úvěrových rámců.
- Každý halíř je vydělaný halíř – u každého finančního obnosu je pro podnik důležitá představa, jak dlouho by na něj musel vydělávat (a ještě k tomu platit daně).

## 4.5 Řešení

- Les je tvořen stromy – podnik musí dávat pozor, aby mu při pořizování finančně náročného produktu v rámci celku neunikaly vysoké ceny maličností.
- Při neočekávaných příjmech hraje čas pro manažera – pokud chce například management podniku utratit „nalezené“ peníze rychle za nějakou „blbinku“, je dobré vyčkat. Skutečná cena nalezených peněz dochází vždy později.

## 4.5 Řešení

- Duševní účetnictví může naopak pomáhat – pro podnik je přínosné strhávat malé procento z výplaty každý měsíc na firemní spořicí účet. Jednak podniku časem vznikne dobrá úspora, jednak si časem management zvykne i malé částky duševně zařazovat do škatulky s názvem „úspora“, a tím bude v budoucnu s menší pravděpodobností utrácet lehkomylně.

Děkuji za pozornost