

Richard H. Thaler og atferlishagfræðin:

Tökum við alltaf skynsamlegar ákvarðanir varðandi eigin fjármál?



Hallsteinn Arnarson,
sérfræðingur í
áhættugreiningu

Í október síðastliðnum var greint frá því að bandaríski hagfræðingurinn Richard H. Thaler hefði hlotið hagfræðiverðlaun Seðlabanka Svíþjóðar í ár, en þau eru veitt í minningu Alfreðs Nóbél og litið er á þau sem hluta af Nóbelsverðlaununum.

Thaler, sem er prófessor við Chicago-háskóla, hlýtur verðlaunin fyrir framlag sitt til atferlishagfræðinnar (e. behavioral economics) en hann hefur skrifað fjölda greina og nokkrar bækur um atferlishagfræði, fræðigreinar sem nota aðallega sálfræði- og félagsfræðilega þætti til að útskýra af hverju og hvernig við mannfólkið tökum oft órökréttar og óskynsamlegar fjármálaákvarðanir. Greinar og bækur Thalers hafa haft mikil áhrif á atferlishagfræðina enda er hann oft kallaður faðir greinarinnar.

Árið 2008 sendi Thaler frá sér bókina *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth and Happiness*. Í henni fjallar hann um hvernig nota megi atferlishagfræði til að takast á við mörg mikilvæg og raunveruleg vandamál samfélaga og hafa áhrif á opinbera stefnu í þeim málum. Nafnorðið „nudge“ er þýtt hér sem hnipping og sögnin vísar til þess að hnippa í einhvern til að leiðbeina. Kenningin um hnippingu byggir á hvernig oft litlar breytingar á framsetningu valkosta geta aðstoðað neytendur við að taka ákvarðanir sem eru þeim í hag.

Margt í umhverfinu hefur áhrif á ákvarðanatöku okkar. Thaler kallar þá sem skapa og skipuleggja umhverfið valstýrendur (e. choice architects), þeir stýra vali fólks. Hann sýnir hvernig hægt sé að nota valstýringu til að hjálpa við að leiða fólk til að taka betri ákvarðanir, að þess eigin mati, án þess að þvinga ákveðnum kostum upp á það. Með hnippingu er átt við allt í umhverfinu sem breytir ákvarðanatöku okkar á fyrirsjáanlegan hátt.

Framsetning eða skipulag hádegisverðarins í mötuneyti Fjármálaeftirlitsins er ágætt dæmi um hnippingu. Í borðinu er matnum raðað á þann hátt að grænmeti og meðlæti koma á undan aðalréttinum. Það verður til þess að grænmeti og meðlæti fer fyrst á diskinn. Því má færa rök fyrir því að valstýrendurnir í eldhúsinu stuðli þannig að því að við starfsmenn FME borðum meira af heilsusamlegri mat en ella. Rannsóknir sýna að ef grænmeti (eða ávextir) er sett fremst í verslunum, svo það nái athygli okkar, þá eru meiri líkur á að við veljum það. Þannig er með lymsku hægt að fá okkur til að borða meira af grænmeti og ávöxtum. Í

Nudge bókinni nefnir Thaler mörg dæmi um hvernig nýta megi uppgötvanir atferlishagfræðinnar í almannabágu.

Nýjasta bók hans heitir *Misbehavior: The Making of Behavioral Economics* og kom út árið 2015. Hún er blanda af sögu atferlishagfræðinnar, sjálfsævisögu og gagnrýni á ákveðna hagfræðinga, sérstaklega við háskólann í Chicago, sem létu mikið að sér kveða innan hagfræðinnar stóran hluta síðustu aldar. Orðið „misbehavior“ í titli bókarinnar á að vísa til þess að ákvarðanatöku okkar varðandi eigin fjármál er oft í hróplegu ósamræmi við rökhyggju nýklassískrar hagfræði.

Forsendur nýklassískrar hagfræði

Thaler hóf rannsóknir sínar á áttunda áratug tuttugustu aldar. Á þeim tíma var nýklassíski skólinn ráðandi í hagfræðinni og hagfræðingar skólans afar uppteknir af því að sýna fram á að hagfræði væri meira en bara ein grein félagsvísinda. Þeim var mikið í mun að setja greinina á hærri stall en aðrar slíkar greinar. Með líkõnum hagfræðinnar væri hægt að greina og spá fyrir um fjárhagslegar ákvarðanir manna með sömu stærðfræðinákvæmni og væri að finna í raunvísindum.

Kenningar nýklassíska skólans byggja á nokkrum grunnforsendum. Mikilvægust þeirra er að maðurinn sé í grunninn vitsmunavera, skynsamur og eigingjarn. Í þeim er gengið út frá að hann sé „homo economicus“; hinn hagsýni maður sem býr alltaf yfir fullkomnum upplýsingum og stjórnast að mestu af eigin hagsmunum þegar hann tekur ákvarðanir er snúa að hans fjármálum.

Slíkur maður er skynsamur í þeim skilningi að hann þekkir markmið sín, hann þekkir leiðirnar að þeim, og velur ætíð þá leið sem hann telur að komi sér best – þ.e. hámarki hans efnahagslegu afkomu eða hafi sem minnstan kostnað í för með sér fyrir hann. Með öðrum orðum, maðurinn er samkvæmur sjálfum sér og tekur alltaf rökkréttar ákvarðanir með eigin hag að leiðarljósi.

Rannsóknir Thalers

Hagfræðingar hafa bent á að í raunveruleikanum búi enginn manneskja yfir fullkomnum upplýsingum og því standist ekki kenningar er byggja á hinum hagsýna manni. Thaler og aðrir atferlishagfræðingar hafa sýnt fram á að jafnvel þótt við byggjum yfir góðum upplýsingum og

hefðum tækifæri til að taka rökréttar ákvarðanir myndum við ekki gera það.

Snemma á ferli sínum hóf Thaler að skrásetja dæmi af fjármálaákvörðunum fólks í kringum hann, m.a. húsmæðra, sem voru augljóslega ekki í samræmi við þessar nýklassísku hagfræðikenningar. Hann kallaði þau frávik (e. anomalies) eða dæmi um ákvarðanir er brytu í bága við eða vikju frá líkönum þessara kenninga. Dæmin sýndu að við mannfólkið tókum a.m.k. stundum ákvarðanir sem ganga í berhögð við þá grunnforsendu nýklassískrar hagfræði að maðurinn taki ávallt rökrétta ákvörðun er hann stendur frammi fyrir valkostum sem snerta hans eigin fjármál.

Thaler nefnir að þeir hagfræðingar sem aðhyllast kenningar nýklassískrar hagfræði átti sig á því að fleiri þættir, t.d. tilfinningar, hafi áhrif á ákvarðanatöku fólks dags daglega. Þeir telji þó að fólk hegði sér öðruvísi þegar kemur að fjármálaákvörðunum. Að það velji alltaf bestu kostina fyrir sig. Hann segir að vandamálið við slíkar kenningar sé að þær taki ekki með í reikninginn aðra þætti sem hafa mikil áhrif á hugsunarhátt og ákvarðanir fólks. Þess í stað reiði þær sig eingöngu á hinn goðsagnakennda og ofurskynsama homo economicus, sem Thaler kallar „econ“, gríðarlega gáfaða mannveru sem líkt og tölva getur reiknað erfiðustu dæmi en skortir alfarið tilfinningar og sjálfstjórn.

Hann segir að við ættum einfaldlega að slaka á þeirri kröfu að manneskjan sé fullkomin og fagna því að við séum mannleg, sem þýðir að fjárhagslegar ákvarðanir okkar lúta takmarkaðri skynsemi (e. bounded rationality) og að sálrænir og félagslegir þættir hafa m.a. áhrif á þær. Óraunhæft sé að líta eingöngu á manninn sem rökvisan og hagsýnan.

Lýsa mætti athugunum eða rannsóknum Thalers sem langri röð af einföldum og hversdagslegum dæmum um hvernig við mennirnir erum ekki alltaf röklegir í ákvörðunum varðandi eigin fjármál, þrátt fyrir að við teljum að svo sé. Það sem meira er, hann hefur sýnt fram á að það sé okkur eðlislægt að taka kerfisbundið eða skipulega rangar ákvarðanir við ákveðnar aðstæður og það á fyrirsjáanlegan og mælanlegan hátt. Það getur skaðað okkar velferð og því er mikilvægt að við gerum okkur grein fyrir þessum rökvillum til að við lærum að taka betri ákvarðanir.

Góð kaup gleðja okkur

Í nýjustu bók sinni fjallar Thaler m.a. um hugtökin notagildi kaupa (e. acquisition utility) og notagildi viðskipta (e.

transaction utility). Segjum sem svo að ég vilji kaupa nýja skyrtnu og vænti þess að greiða 7.000 krónur fyrir hana. Ég tel það sanngjarnt verð. Í versluninni er óvænt útsala og 20% afsláttur af öllum skyrtnum. Með afslætti borga ég því 5.600 krónur fyrir skyrtnuna. Ég kaupi skyrtnuna og mér líður vel því mér finnst ég hafa sparað 1.400 krónur í samanburði við mitt viðmiðunarverð (e. reference price).

Notagildi viðskipta vísar til þessa huglæga virðis sem viðskipti hafa fyrir okkur og er munurinn á sölverði vöru (eða þjónustu) og viðmiðunarverði. Thaler bendir á að afslættir geti haft jákvæð áhrif á líðan okkar vegna þess virðis sem myndast í slíkum tilboðum, þ.e. hvernig við skynjum eða upplifum virði afsláttarins.

Tilfinning okkar fyrir hvort við séum að gera góð eða slæm kaup skiptir okkur miklu máli. Það að greiða lægra verð fyrir einhvern hlut veitir okkur mikla ánægju (jákvætt viðskiptanotagildi), en sársauki (neikvætt viðskiptanotagildi) fylgir slæmum kaupum.

Thaler tekur dæmi til að sýna hvernig slíkar skynjanir eða upplifanir geta haft áhrif á ákvarðanir neytenda. Setjum dæmið í íslenskan búning. Gefum okkur að þú ætlir að kaupa útvarp. Þú getur keypt útvarp sömu tegundar á 5.000 krónur í Reykjavík, þar sem þú átt heima í þessu dæmi, eða á 3.500 krónur í Hafnarfirði. Gefum okkur að þú ætlir líka að kaupa nýtt sjónvarp. Það kostar 48.500 í höfuðborginni en sama gerð sjónvarps kostar 47.000 krónur í Hafnarfirði.

Spurningin er, keyrir þú í 10-15 mínútur í Hafnarfjörðinn til að spara þér 1.500 krónur fyrir hvora vöru um sig? Niðurstöður rannsókna sýna að margir myndu gera það til að kaupa ódýrara útvarp í Hafnarfirði en myndu ekki leggja aksturinn á sig til þess eins að kaupa ódýrara sjónvarpið þar, jafnvel þó að í báðum tilvikum væru þeir að spara 1.500 krónur.

Ein ástæða þess tengist notagildi viðskipta. Verðið á útvarpinu er 30% lægra í Hafnarfirði sem gefur okkur þá tilfinningu að við séum að gera góð kaup. Sjónvarpið er 3% ódýrara í Hafnarfirði svo að tilfinningin að spara 1.500 krónur af 48.500 krónum er mun minni. Okkur finnst við ekki vera að gera jafngóð kaup. Að sögn Thalers notum við oft þess háttar hlutfallslegan mismun (e. relative difference) frekar en tölulegan mismun (e. absolute difference) þegar kemur að því að meta afslætti og sparnað.

Það er eðlilegt að allir vilji gera góð kaup en við eigum ekki að kaupa hluti sem við ætluðum ekki að kaupa, notum ekki og enda inni í skáp, geymslu eða bílskúr – bara af

Því að við teljum þá á svo góðum kjörum. Thaler nefnir að neytendur í Bandaríkjunum séu orðnir háðir slíkum tilboðum og að verslanir þar í landi reyni eftir fremsta megni að mæta fíkn þeirra í jákvæða upplifun af kaupum.

Kasjúhnetur voru upphafið

Thaler skrifar reglulega pistla í dagblaðið New York Times (NYT), undir yfirheitinu Economic View. Í nýlegu viðtali við einn af ritstjórum NYT, eftir að ljóst var að hann hlýti verðlaunin, bendir Thaler góðlátlega á að hann sjálfur sé líka sekur um flesta ef ekki alla þá óröklegu hluti sem rannsóknir hans hafa beinst að.

Hann lýsir því á skemmtilegan hátt hvernig kasjúhnetur gerðu það að verkum að hann hóf að skoða nánar mannlega hegðun sem síðar varð að skipulögðum rannsóknum á fjármálaákvörðunum einstaklinga. Á námsárnum borðuðu hann og herbergisfélagar hans oft kasjúhnetur. Tvö vandmál fylgdu því. Þeir höfðu ekki nægilega mikinn sjálfsaga og borðuðu of mikið af hnetunum, auk þess sem skammsýni einkenndi átið. Þeir vissu að stutt var í kvöldmatinn en gátu ekki hætt að borða kasjúhnetur.

Thaler fann einfalda lausn á vandamálinum. Væru hneturnar ekki fyrir framan þá, væru þeir ólíklegri að freistast til að borða þær. Þyrftu þeir að standa upp úr sófanum og ganga inn í eldhús, sem var dágóður spotti í því stóra húsi sem þeir höfðu til umráða, myndu þeir ekki borða of mikið af hnetunum og hefðu nóg magapláss fyrir kvöldverðinn.

Hann tekur fleiri dæmi. Vinur hans fékk slæmt frjófnæmi þegar hann sló grasblettinn heima hjá sér. Thaler spurði af hverju hann réði ekki einhvern til að slá blettinn fyrir sig og hann svaraði því til að það myndi kosta 10 dali sem hann væri ekki tilbúinn að greiða. Þá spurði Thaler hvort hann væri tilbúinn að slá grasblett nágrannans fyrir 20 dali. Vinur hans, sem var hagfræðingur, svaraði að það kæmi ekki til greina, ekki einu sinni fyrir 50 dali. Slíkt svar kom ekki heim og saman við hefðbundnar hagfræðikenningar, vinur hans hugsaði ekki rökrétt.

Einu sinni var Thaler og vini hans gefnir miðar á körfuboltaleik. Mikill snjóbylur gekk yfir og vinur hans sagði að það kæmi ekki til greina að þeir færu á leikinn í þessu veðri, og sú varð raunin. En vinur hans bætti því við að hefðu þeir sjálfir keypt miðana, hefðu þeir farið á leikinn. Tilfinningin var önnur þar sem þeir höfðu ekki greitt fyrir miðana. Þetta voru ekki þeirra eigin raunverulegu peningar og það var enginn óendurheimtanlegur kostnaður (e. sunk cost).

Hólfun í huga

Spurður hvernig hann ætlaði að nota peningana sem fylgdu hagfræðiverðlaununum, sagðist Thaler ætla að gera það á sem óskynsamlegastan hátt. Að hann ætlaði að nota þá við skemmtileg tilefni, t.d. þegar hann og konan vildu kaupa og drekka flösku af dýru víni. Þar kom hann inn á þá bjögun eða hneigð (e. bias) sem hann er líklega frægastur fyrir og hefur verið þýdd á íslensku sem hólfun í huga (e. mental accounting).

Thaler útskýrir nánar þetta fyrirbæri með því að vísa í viðtal við leikarana Gene Hackman og Dustin Hoffman. Þar segir Hackman skemmtilega frá því þegar þeir voru ungir leikarar og hann heimsótti Hoffman sem bað hann um peningalán. Stuttu síðar gekk Hackman inn í eldhús og sá nokkrar glerkrukkur með mismunandi merkimiðum. Á einni stóð „skemmtun“, annarri „bækur“, þriðju „leiga“ og í þeim öllum nema einni voru peningar. Tóma krukkan var merkt „matur“. Hackman spurði Hoffman hvers vegna hann þyrfti lán þar sem hann ætti fullt af peningum. Hoffman svaraði að það væru engir peningar í matarkrukkunni, hann þyrfti að kaupa í matinn og að hann mætti ekki snerta peningana í hinum krukunum.

Þetta gerum við öll í daglega lífinu. Það er, við höfum tilhneigingu að líta á og meta peninga á ólíka vegu, eftir því hvaðan þeir koma, hvar þeir eru geymdir eða hvernig þeim er eytt. Við flokkum peninga í aðskilin hólf í huganum, gefum þeim mismunandi notagildi eða tilgang og réttlætum útgjöld úr hverju hólf. Við erum ekki tilbúin að borga meira en 30 dali fyrir vínflösku nema um sé að ræða sérstakt tilefni. Þá köllum við þá peninga „skemmtunarpeninga“ eða „Nóbelpeninga“ eins og Thaler kallar féð sem fylgir hagfræðiverðlaununum.

Þess háttar hugarstarf stríðir gegn einni af lykilforsendu hagfræðinnar um eiginleika peninga, nefnilega að peningar séu ávallt skiptanlegir (e. fungible) og þeir einu og sömu. Að það sé ekki munur á einum dal og öðrum, að þeir hafi sama gildi/virði fyrir einstaklinga þar sem hver dalur getur keypt jafn mikið af því sama. Hólfunarkenning Thalers sýnir aftur á móti að við lítum á dal í einu hólf öðrum augum en dal í öðru hólf þar sem hólfín hafa ólíkt mikilvægi fyrir okkur og að ekki sé alltaf auðvelt að skipta á peningum í einu hólf fyrir sömu fjárhæð í öðru hólf.

Að sögn Thalers gerum við þetta m.a. vegna þess að við viljum ekki takast á við flókna útreikninga. Í staðinn notum við einfaldar leiðsagnar- eða þumalputtareglur (e. judgmental heuristics) sem vísa okkur veginn við að draga ályktanir og stytta okkur þannig leið (e. mental

shortcuts) að niðurstöðum. Slíkar reglur auðvelda okkur að taka ákvarðanir, en þær geta og leiða oft til óröklegra ákvarðana.

Hann bendir á að í einhverjum tilvikum geti þó verið skynsamlegt að eyrnamerkja peninga á þennan hátt í huganum. Til dæmis hvað varðar greiðslur í lífeyrissjóð. Það að setja reglulega peninga í „eftirlaunahólf“ bætir skipulag og eykur sjálfstjórn, og vanalega haldast peningar betur þar en í öðrum hólfulum - sem hjálpar fólki að spara meira til eftirlaunaáranna.

Í lok viðtalsins, sem tekið var við Thaler eftir að hann hlaut Nóbelsverðlaunin, nefnir hann að hans merkilegasta uppgötvun hafi verið að komast í kynni við rannsóknir sálfræðinganna Daniel Kahneman og Amos Tversky, frumkvöðla atferlishagfræðinnar. Hann segist hafa kennt þeim hagfræði og þeir honum sálfræði er þeir störfuðu saman við Stanford háskóla. Tversky lést árið 1996 en Kahneman hlaut ásamt Vernon L. Smith Nóbelsverðlaunin í hagfræði árið 2002.

Að lokum

Atferlishagfræðin hefur notið nokkurra vinsælda á undanförunum árum og fjölmargar áhugaverðar bækur og greinar verið skrifaðar undir hatti greinarinnar. Sömmuleiðis hefur mikið verið skrifað um atferlisfjármál (e. behavioral finance), undirgrein atferlishagfræði sem skoðar meira ákvarðanir einstaklinga við fjárfestingar á fjármálamörkuðum.

Ekki er ólíklegt að hróður atferlishagfræðinnar aukist meira eftir að Thaler fékk hagfræðiverðlaunin í ár. Greinin

á eðlilega sína gagnrýnendur líkt og aðrar greinar en gagnrýni er nauðsynlegur hluti af framþróun fræðigreina og vísinda.

Auðvelt er að tína til raunveruleg dæmi í kringum okkur sem sýna að við tökum oft á tíðum skrátnar ákvarðanir. Er það skynsamlegt að keyra úr Vesturbæ Reykjavíkur í Hafnarfjörð til þess eins að kaupa eitt lambalæri í Fjarðarkaupum bara af því að það kostar 500 krónum minna þar en í Vesturbænum? Dæmi eru um fólk sem gerir þetta reglulega og horfir alveg framhjá tímanum og eldsneytiseyðslunni við aksturinn á milli bæjarfélaganna. Þessir einstaklingar eru ekki „econs“ að mati Thalers!