

Przewidywalnie irracjonalny lub przewidywalnie racjonalny

Autor: Richard B. McKenzie

Źródło: econilb.org

Tłumaczenie: Daniel Głowiński

Psychologowie i ekonomiści behawioralni znaleźli sporo uchybień w metodach analizy stosowanej w ekonomii. Ich krytyka podąża dość standardowym schematem. Współcześni behawiorysty rozpoczynają od przedstawienia neoklasycznych założeń o doskonałej racjonalności każdej jednostki. Innymi słowy, ekonomiści głównego nurtu zakładają, iż ludzie dokonują dokładnych szacunków zysków i strat (zdyskontowanych o ryzyko i czas) w obliczu każdego wyboru. Behawiorysty przechodzą następnie do stwierdzenia, iż wielu współczesnych ekonomistów naprawdę wierzy swoim własnym modelom; co znaczy, że wierzą w doskonałą racjonalność wyborów podejmowanych każdego dnia. Behawiorysty upierają się, że w odróżnieniu od założeń przyjmowanych przez ekonomistów, ludzie nie są tylko nieracjonalni pod wieloma względami, ale są wręcz „przewidywalnie nieracjonalni”. Ludzie jednak są bardziej przewidywalnie racjonalni niż sugerują to metody behawiorystów. Taki jest przynajmniej mój wniosek w stosunku do jednego z czołowych odkryć behawiorystów¹.

Wybory pomiędzy pewnością a hazardem: Źródło irracjonalności?

Współcześni behawiorysty opracowali badania i eksperymenty, które odkrywają wiele „anomalii” w decyzjach i zachowaniu ludzi. Te badania i eksperymenty mają za zadanie wykazać, że ludzie są obciążeni szeregiem poważnych błędów decyzyjnych, co oznacza, że nie są i nie mogą być tak racjonalni, jak zakładają to ekonomiści². W rzeczywistości behawiorysty odkryli tak wiele niedoskonałości ludzkiego rozumu oraz wad, z których wynika tyle udokumentowanych „irracjonalności” ludzi, że ktoś może się zastanawiać,

dlaczego wciąż wierzą oni w swoje umiejętności racjonalnego pisania na temat ludzkiej nieracjonalności³.

Behawioryści uważają współczesną analizę ekonomiczną jako wprowadzającą w błąd lub całkowicie mylącą, zarazem sugerując, że lepszym sposobem na przewidzenie ludzkich zachowań ekonomicznych są ankiety i eksperymenty, które badają, w jaki sposób ludzie podejmują decyzje⁴. Ponieważ tak łatwo powtarzać/replikować doświadczenia laboratoryjne, pozwalają badaczom na przeprowadzenie analizy krok po kroku tego, jak ludzie faktycznie postępują, a nie tego, co ekonomiści myślą, że ludzie robią.⁵

Współcześni behawioryści zostali nagrodzeni za swoją detektywistyczną pracę sporym zainteresowaniem ich książkami, a czasem nawet hitami wydawniczymi, z czego najbardziej znanymi są: *Nudge (2008)* Richarda Thaler i Cassa Sunsteina oraz *Potęga Irracjonalności (2008)* Dana Ariely'ego. Jeden z psychologów behawioralnych, [Daniel Kahneman](#), został nawet nagrodzony Nagrodą Nobla, po części za niezłomny wysiłek włożony w demaskowanie założeń o doskonałej lub nieograniczonej racjonalności, którą głoszą ekonomiści.

Nie można nie zgodzić się z behawiorystami w kilku ważnych kwestiach. Ludzie nie są i nie mogą być tak racjonalni, jak twierdzą ekonomiści. Kiedy powszechna rzadkość dóbr zmusza ludzi do podejmowania wyborów, doskonałość w czymkolwiek jest mało prawdopodobnym stanem. Doskonałość po prostu nie jest warta czasu i energii mentalnej potrzebnej do jej osiągnięcia. Poza tym, tak jak pół wieku temu zauważył Herbert Simon, mózg ludzki nie jest wystarczająco zdolny, zaś prawdziwy świat jest zbyt przepelniony niepewnością, aby można było przeprowadzić obliczenia potrzebne do podejmowania najlepszych wyborów⁶.

Dodatkowo, jeśli ludzie rzeczywiście byliby tak racjonalni, jak ekonomiści zakładają, to dążenia wyjaśnienia studentom koncepcji doskonałej racjonalności nie miałyby sensu. Doskonale racjonalni studenci z pewnością byliby w stanie pojąć ich własną idealną racjonalność, bez żadnych instrukcji. W ten sposób nauka ekonomii byłaby stratą czasu poświęconą na wyjaśnianie natury i implikacji racjonalności, którą doskonale racjonalni zwykli ludzie — a nie tylko uprzywilejowani ekonomiści — i tak już by znali. W rzeczywistości, jeśli ludzie naprawdę byliby doskonale racjonalni, to jakakolwiek edukacja, a nie tylko ekonomia, byłaby stratą czasu.

Przewidywalnie racjonalne zachowanie pochodzące z „irracjonalności”

Aby zobaczyć problem z tej perspektywy, przyjrzyjmy się jednemu z głównych eksperymentów, na podstawie którego behawioryści Kahneman i Amos Tversky dowodzą ograniczeń pojęcia doskonałej racjonalności jako przesłanki behawioralnej. Oferują oni swoim badanym dwie opcje: Opcja A jest „pewniakiem”, na której można zarobić \$800. Opcja B jest już hazardem z oczekiwanym zarobkiem \$850: Osoby poddane badaniu mają 85% szans na otrzymanie \$1,000 oraz 15% szans na przegraną. Behawioryści donoszą, że „spora większość” badanych wybrała opcję A, pomimo tego, że oczekiwany zarobek był o \$50 niższy niż w opcji B⁷. Behawioryści twierdzą, że wybór tej większości ukazuje formę „ograniczonej racjonalności”. Innymi słowy, podejmowanie racjonalnych decyzji przez badanych jest zaburzone przez mentalne ograniczenia przetwarzania informacji oraz zdolności obliczania, a nie niechęć do ryzyka (badani cechujący się awersją do ryzyka dużo częściej wybierali opcję A).

Powtórzyłem ten sam eksperyment na moich studentach, którzy pracują w działach wykonawczych. Powtarzałem go przez kilka lat, na początku ich pierwszych zajęć, zanim jeszcze omawialiśmy racjonalność, podejmowanie decyzji czy jakiegokolwiek inne pojęcia mikroekonomiczne lub analizy. Dokładnie tak jak Kahneman i Tversky donoszą, „spora większość” pomiędzy 70 a 85 procent moich studentów wybrało opcję A, czyli pewniaka. Jednak czy konwencjonalne myślenie ekonomiczne nie podołałoby przewidzeniu tego rezultatu? Niekoniecznie. Jak Dwight Lee wyjaśnił cztery dekady temu (a zakładali to również ekonomiści wcześniejszych epok), spodziewana wartość to nie wszystko, co liczy się podczas podejmowania decyzji⁸. To, czego behawioryści nie dostrzegają to tego, że w ocenie opcji ważne jest również *zróznicowanie* w wynikach. Opcja A nie ma wariancji; opcja B jest dość istotnie zróznicowana, z wynikiem wahającym się od zera do \$1,000. Stąd dla wielu badanych opcja A może być bardziej wartościowa niż opcja B. W rzeczywistości, jeśli liczyłaby się tylko spodziewana wartość, to ludzie nigdy nie kupowaliby ubezpieczenia. Czy wykupienie ubezpieczenia jest irracjonalne?

Ekonomiści nie mają, żadnej szczególnej wiedzy, dlaczego ludzie wyceniają rzeczy tak, a nie inaczej. W rzeczywistości (negatywna) wartość

zróznicowania w sytuacjach, kiedy wymagane jest podjęcie wyboru, może się różnić pomiędzy osobami go dokonującymi, tak samo jak wartość czekolady w batonach jest różna dla różnych osób kupujących słodycze. Znaczy to tyle, że ekonomiści nie mogą wiedzieć *a priori*, jakiego ludzie dokonają wyboru pomiędzy dwiema konkretnymi opcjami. Jednakże mogą oni przewidzieć, że jeśli wypłata w opcji A zmaleje z \$800 do niższej kwoty, wtedy więcej ludzi wybierze opcję B. Można to nazwać „przewidywalną racjonalnością”. Moi studenci wydają się przewidywalnie racjonalni, biorąc pod uwagę fakt, iż procent wybierających opcję A stopniowo spada, gdy nagroda maleje do \$750 i niżej. Powstaje więc pytanie: Dlaczego w tym eksperymencie różnica w nagrodach pomiędzy opcjami była taka niska — tylko \$50? Czy celem było pokazanie przez behawiorystów wysokiego stopnia irracjonalności?

Podobnie ekonomiści mogą przewidzieć, że jeśli rozbieżność w opcji B spada, utrzymując opcję A jako stałą, większy procent ludzi wybierze opcję B. Przeprowadziłem również ten eksperyment w różnych klasach poprzez zmniejszenie rozbieżności w opcji B. Na przykład, zacząłem eksperyment od dania studentom zadania, polegającego na wyciągnięciu jednego losu z „beczki A”, w której znajdowały się tylko losy o wartości wykupu \$800, albo dziesięciu losów z beczki B, w której 85 procent losów miało wartość wykupu \$100 a reszta losów \$0. Procent studentów wybierających beczkę B był większy niż w moim pierwszym eksperymencie opisanym powyżej. Procent ten znowu wzrósł jeszcze bardziej, kiedy powiedziałem im, że mogą wyciągnąć 100 losów z beczki B, w której 85 procent losów ma wartość \$10.

Behawiorysty dowodzą również, że sposób, w jaki opcje są przedstawione wpływa na dokonanie wyboru. Zgadzam się z tym. Kiedy opisałem opcję A i B jako „Przedsięwzięcie Biznesowe A” oraz „Przedsięwzięcie Biznesowe B”, procent studentów wybierających „Przedsięwzięcie Biznesowe B” gwałtownie spada w stosunku do procentu osób wybierających „opcję B”. Zmiana w słownictwie może sprawić, że studenci bardziej skupiają się na zysku finansowym dla siebie (lub ich szefów) w tych dwóch przedsięwzięciach. Możliwe również, że studenci postrzegają „Przedsięwzięcie Biznesowe B” jako inwestycję o niższej wariacji niż „opcja B”, ponieważ w biznesie pojedyncze przedsięwzięcie jest często tylko jednym z wielu składników całego portfolio różnych przedsięwzięć, z założoną

dywersyfikacją w portfolio, rozmywając w ten sposób ryzyko związane z osobno podejmowanym przedsięwzięciem.

W oryginalnym eksperymencie wyboru pomiędzy opcją A i B, nawet jeśli po dokonaniu wyboru badanym powiedziano, jaki procent wybiera każdą z opcji, nie mieli oni szansy, aby zareagować na tę informację. Innymi słowy, eksperyment wyraźnie nie pozwalał na uczenie się. Co więcej, badani nie mieli żadnych osobistych bodźców lub stawki w wyborze, którego dokonali, co mogło oznaczać, że badani podjęli decyzje niedbale (i przez to racjonalnie).

W moich eksperymentach częściowo usunąłem te braki, mówiąc moim studentom, że 75 procent wybrało opcję A, ale również przypomniałem o opcji B. Potem dałem im do napisania esej, w którym mieli odpowiedzieć na dwa pytania

- Jeśli dany jest podział wyborów między A i B, to czy osoby, które wybrały opcję A lub opcję B mogły zarobić więcej?
- Jeśli można było zarobić więcej, jakie metody mogły zostać opracowane, aby zgarnąć część lub całość niezarobionych pieniędzy?

Dla przeważającej większości 160 studentów z moich trzech klas, zadanie to okazało się bardzo łatwe (rzadko dawałem im ocenę poniżej A-). Wszyscy doszli do wniosku, że spodziewana wartość opcji B wynosiła \$850, co oznaczało, że przeciętnie \$50 mogło być jeszcze do zarobienia przez wszystkich, którzy wybrali opcję B. Ponadto właściwie wszyscy z łatwością znaleźli sposób, aby zgarnąć część lub całość dodatkowych dolarów. Większość zespołów zaproponowała, aby studenci współpracowali ze sobą przez ciągłe wybieranie opcji B i podzielenie się po równo wspólnym dochodem. Nie jest to złe rozwiązanie w stosunkowo niewielkich klasach.

Inne grupy studentów wysunęły bardziej przedsiębiorcze rozwiązanie. Zaproponowali oni, aby przekonać tych, co wybrali opcję A, aby zmienili swój wybór na opcję B, oferując im \$801, ale pod warunkiem, że oddaliby oni swój los⁹. Niektórzy studenci doszli nawet do wniosku, że oferowanie \$801, może nie zadziałać, ponieważ gdyby inne drużyny wpadły na ten sam pomysł, doprowadziłoby to do pewnego rodzaju wojny cenowej tych, co wybrali opcję A (których szeregi rosłyby w miarę wzrostu ceny za zmianę ich zdania a ci, co wybrali opcję B stopniowo zmienialiby zdanie albo udawali, że wybiorą opcję A).

Garstka studentów również zasugerowała, że niechęć wyborców opcji A do podejmowania ryzyka przy wyborze opcji B może być przełamana przez zaoferowanie im ubezpieczenia w razie przegranej, jeśli zdecydowaliby się na opcję B. Koszt ubezpieczenia oczywiście zmniejszyłby zysk z wygranej na opcji B.

W ciągu tych lat kilku z moich studentów posunęło się z analizą trochę dalej i doszła do wniosku, że gdyby opcje A i B były prawdziwymi przedsięwzięciami biznesowymi, to ich wartość rynkowa rosłaby i spadała wraz ze zróżnicowaniem wyborów dokonanych między nimi. Jeśli znaczna część wybrałaby opcję A, wtedy gracze na prawdziwym rynku oferującym opcję A mieliby bodziec do obniżania „cennika” \$800, powodując w ten sposób przesunięcie podziału wyborów w kierunku opcji B. Uważasz, że tak by się nie stało? Ale tak właśnie jest. Hordy niechętnych ryzyku ludzi szukających bezpieczeństwa, kupują obligacje skarbowe, które są bezpieczniejsze niż obligacje korporacyjne. W rezultacie spada stopa zwrotu obligacji skarbowych w porównaniu do obligacji korporacyjnych, zaś różnica zysków z tych dwóch obligacji sprawia, że potencjalni kupcy obligacji skarbowych zaczynają kierować się ku wyższemu zyskowi, czyli obligacjom korporacyjnym.

Wyciągnięte wnioski

Morał z mojej serii eksperymentów jest prosty: Możesz łatwo udowodnić, że ludzie są irracjonalni, wystarczy tylko bardzo ograniczyć im pole wyboru, nie pozwalając badanym dowiedzieć się, jakie wybory podejmują inni, nie pozwalając im na poprawienie błędnych decyzji oraz upewniając się, że „złe” wybory nie mają żadnych ekonomicznych (i monetarnych) konsekwencji, co wpływa na ludzką zdolność do uczenia się i działania w oparciu o swoje i czyjeś błędy. W takim środowisku podejmowanie nieracjonalnych decyzji jest niemal pewne.

Nie oznacza to jednak, że ludzie są „doskonale racjonalni”. „Doskonała racjonalność”, jako wyraz ludzkiej natury, jest ewolucyjnym nonsensem w przeciwieństwie do sytuacji, w której służy ona jako teoretyczne narzędzie badawcze. Gdyby hominidy starały się osiągnąć doskonałą racjonalność w podejmowaniu swoich decyzji, szybko by wyginęły, ponieważ cały swój czas musiałyby spędzać na przeprowadzaniu obliczeń zysków i strat. Spędzanie zbyt dużej ilości czasu na kalkulacji możliwości ucieczki przed Velociraptorem przyniosłoby bez wątpienia tragiczne rezultaty. Perfekcja w wyborach jest

niemożliwa i nieekonomiczna. Tak samo jak w świecie o skończonych zasobach, niemożliwe oraz nieekonomiczne jest stworzenie doskonale bezpiecznego samochodu.

Ludzie, wliczając w to również ekonomistów, są niedoskonalimi w podejmowaniu decyzji z powodu ich ograniczeń mentalnych. Jednak fakt ten nie znaczy, że rynki zawodzą. W rzeczywistości rynki robią znacznie więcej, niż wymuszanie lepszej alokacji zasobów względem potrzeb i zasobów. Rynki skłaniają swoich uczestników, aby byli bardziej racjonalni niż zazwyczaj, ponieważ ponoszą koszty za bycie nieracjonalnym. W ten sposób rynki wymagają od ekonomistów założenia, że ludzie są bardziej racjonalni niż wtedy, kiedy są poddawani doświadczeniom w warunkach laboratoryjnych, bez żadnych znaczących informacji, bodźców czy presji rynku.

-
- ¹ Znalazłem szereg kontrargumentów przeciwko argumentom krytycznym w stosunku do racjonalnego zachowania w ekonomii. Przedstawiam je w mojej ostatniej książce (2010 [Predictably Rational? In Search of Defenses for Rational Behavior in Economics](#). Heidelberg, Germany: Springer)
 - ² Zobacz na przykład Richard H. Thaler. 2001. Anomalies. „*Journal of Economic Perspective*” 15(1): 219-232.
 - ³ Do błędów decyzyjnych zidentyfikowanych przez behawiorystów należą: zasada dostępności, efekt względnosci, efekt zamknięcia w diagnozie, efekt zakotwiczenia, zachowania stadne, pobudzenie, efekt posiadania, nadmierny optymizm, zachowanie *statusu quo*, zasada podobieństwa, awersja do strat, oraz stronniczość planowania. Wiele z tych błędów decyzyjnych jest omówiona w pracach Dana Ariely’ a (2008. *Potęga irracjonalności: Ukryte siły, które wpływają na nasze decyzje*. New York: HarperCollins Publishers) oraz Richarda Thalera i Cassa Sunsteina (2008. *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*. New Haven, Conn.: Yale University Press).
 - ⁴ Krótkie podsumowanie behawiorystycznego podejścia oraz silną krytykę podejścia ekonomicznego można znaleźć u Ariely’ a (2008, pp. xi-22). W jego książce, w której zbiera wiele odkrytych przez niego anomalii w podejmowaniu decyzji, Richard Thaler przyznaje, że opracowanie dokładnego opisu modeli ludzkiego zachowania jest trudne, ponieważ wielu teoretyków ma „mocną reakcję alergiczną na dane.” Co więcej, modele ekonomiczne oparte na przesłance racjonalności są „eleganckie z precyzyjnymi przewidywaniami”, podczas gdy prace behawiorystyczne są raczej „niedbałe, z wieloma niejasnymi prognozami”. Potem zadaje on pytanie. „Ale, ... Czy wolałbyś raczej być elegancki i w błędzie, czy niedbały, ale mądrze mieć rację? (1992. *The Winner’s Curse: Paradoxes and Anomalies of Economic Life*. New York, Free Press, str. 198).
 - ⁵ Zobacz Kahneman i Amos Tversky (2000. *Choices, values, and frames* as reprinted in *Choices, Values, and Frames*, eds. Daniel Kahneman oraz Amos Tversky. Cambridge, U.K.: Cambridge University Press, 2000, str. 3 lub pp. 1-16) i Dan Ariely (2008, str. xxi).
 - ⁶ Herbert Simon. 1957. *Models of Man*. New York: John Wiley & Co.
 - ⁷ Kahneman and Tversky 2000.
 - ⁸ Zobacz Dwight Lee (1969. *Utility analysis and repetitive gambling*. „*American Economist*” 13, 2: 87-91). Również pokazałem, że wielu światłych ekonomistów

począwszy od Adama Smitha postrzegało analizę ekonomiczną, jako wybiórczy punkt widzenia na ogromną liczbę motywacji popychających ludzi do działania (zobacz *Predictably Rational?* Rozdziały 3-5).

- ⁹ Kilka drużyn wykazało chęć pożyczania wymaganych funduszy, (co oznaczałoby, że pożyczkodawcy domagający się odsetek zgarnęliby część niezarobionych pieniędzy)