Behaviorálna ekonómia

Prednáška 4 - **Skreslenie**

Matej Lorko
matej.lorko@euba.sk
Materiály: www.lorko.sk

Referencie:

- Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science*, 185(4157), 1124-1131.

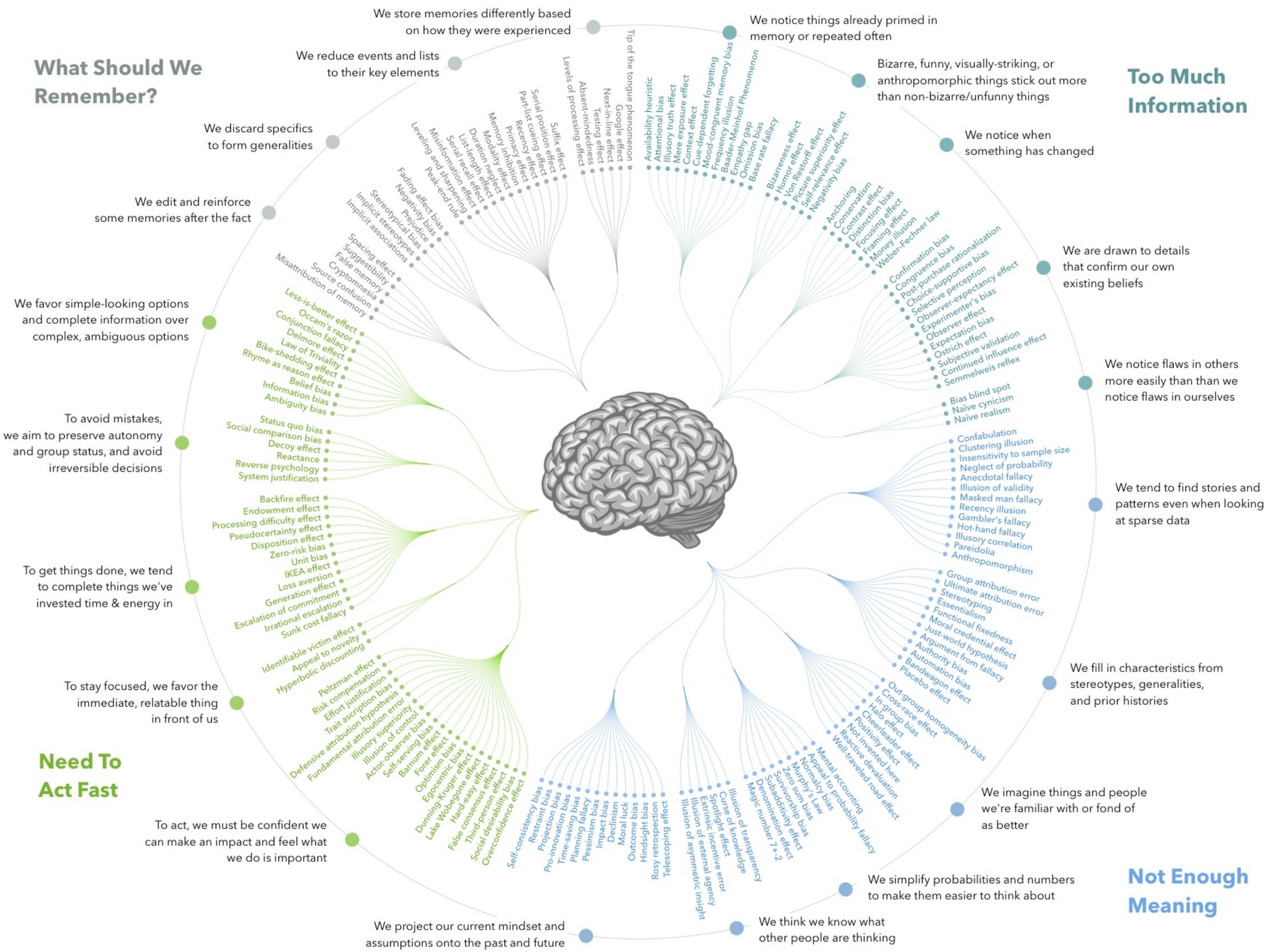
Skreslenie

- Ľudia, ktorým je položená zložitá otázka, často používajú zjednodušujúce operácie, tzv. heuristiky. Vo všeobecnosti sú heuristiky, ktoré vznikajú rýchlym, intuitívnym myslením (Systém 1), celkom užitočné a prinášajú primerané odpovede. Niekedy však vedú k skresleniam, teda systematickým a predvídateľným chybám v úsudku.

- Skreslenia vieme často identifikovať porovnaním so skutočnou hodnotou usudzovaného javu. O skreslenie v prediktívnych úsudkoch ide vtedy, ak sú chyby väčšinou v jednom a tom istom smere. Napríklad keď ľudia predpovedajú, koľko času im bude trvať dokončenie projektu, priemer ich odhadov je zvyčajne oveľa nižší ako čas, ktorý budú skutočne potrebovať. Toto známe psychologické skreslenie je známe ako plánovacie zlyhanie.

- Často však neexistuje žiadna skutočná hodnota, s ktorou by sa odhady dali porovnať. Ako sa dá skreslenie skúmať v takomto prípade? Odpoveďou je, že výskumníci potvrdzujú psychologické skreslenie buď pozorovaním, že faktor, ktorý by nemal ovplyvňovať úsudok, má naň štatistický vplyv, alebo že faktor, ktorý by mal ovplyvňovať úsudok, ho neovplyvňuje.

COGNITIVE BIAS CODEX



ACCURATE

NOISY

BIASED

BIASED & NOISY

Skreslenie

- Marek má tridsaťtri rokov. Je inteligentný, ale bez fantázie a pôsobí nudne. V škole bol dobrý v matematike, ale slabý v spoločenských a humanitných vedách.
- Nasleduje zoznam ôsmich možností Marekovej súčasnej situácie. Prejdite si zoznam a vyberte dve, ktoré považujete za najpravdepodobnejšie.
    - Marek je lekár, ktorý rád hrá poker.
    - Marek je architekt.
    - Marek je účtovník.
    - Marek rád hrá jazz.
    - Marek rád surfuje.
    - Marek je reportér.
    - Marek je účtovník, ktorý rád hrá jazz.
    - Marek rád lezie po horách.

Skreslenie

- Teraz sa vráťte k zoznamu a vyberte dve kategórie, v ktorých sa Marek najviac podobá typickej osobe v danej kategórii. Môžete vybrať rovnaké alebo rôzne kategórie ako predtým.

Skreslenie

- Väčšina ľudí dá na obe otázky (čo je najviac pravdepodobné a čo je najviac podobné) identické odpovede. Ale podobnosť a pravdepodobnosť sú v skutočnosti úplne odlišné.

- Teraz zvážte nasledujúce podobné problémy:

  - Linda má 31 rokov, je slobodná, výrečná a veľmi inteligentná. Vyštudovala filozofiu. Ako študentka sa zoberala diskrimináciou a sociálnou spravodlivosťou a zúčastnila sa niekoľkých demonštrácií proti jadrovej energii.

  - Čo je pravdepodobnejšie?

  - A. Linda pracuje ako pokladníčka v banke

  - B. Linda pracuje ako pokladníčka v banke a angažuje sa vo feministickom hnutí

  - Na hlavnej ulici v Bratislave stretnete zbadáte mladého muža s vyšportovanou postavou a veľkými svalmi. Čo je pravdepodobnejšie?

  - A. Muž pracuje v IT firme

  - B. Muž je profesionálny boxer

Skreslenie

- Možno ste boli v pokušení vybrať si odpovede B, ale logika hovorí, že sú nesprávne. Pravdepodobnosť, že Linda pracuje v banke, musí byť vyššia ako pravdepodobnosť, že je feministická bankárka. Nezabudnite na Vennove diagramy! Ak je Linda feministka a pracuje v banke, určite je bankárka. Pridanie detailov do opisu musí nutne znížiť jeho pravdepodobnosť, a to aj napriek tomu, že takýto detailnejší opis môže byť reprezentatívnejší, a teda lepšie “sedieť".

- Teória usudzovacích heuristík hovorí o tom, že ľudia niekedy použijú odpoveď na ľahšiu otázku namiesto odpovede na ťažšiu. Na ktorú otázku je ľahšie odpovedať: "Nakoľko je tento mladý muž podobný typickému boxerovi" alebo "Nakoľko je pravdepodobné, že tento mladý muž je boxer?" Otázka o podobnosti je ľahšia, čo spôsobuje, že ľudia odpovedajú práve na ňu, hoci sú požiadaní o posúdenie pravdepodobnosti.

Reprezentatívnosť a ignorovanie implicitných pravdepodobností

- Heuristika reprezentatívnosti je kognitívne skreslenie, ktoré sa týka tendencie ľudí robiť úsudky a rozhodnutia na základe toho, nakoľko je niečo alebo niekto podobný prototypu alebo stereotypu, a nie na základe všetkých dostupných informácií.

- Ľudia majú tendenciu zanedbávať základné (implicitné) pravdepodobnosti a štatistické informácie a pri svojich úsudkoch hľadia primárne na podobnosť. V typickej štúdii sa výskumníci pýtajú na predpoveď študijného odboru alebo povolania niekoho na základe stručného náčrtu, ktorý zdôrazňuje steroptypne charakteristické osobnostné črty. Úsudky respondentov sú výrazne ovplyvnené mierou podobnosti medzi opisom a stereotypom. To platí aj v prípade, ak sú respodnenti oboznámení so základnými pravdepodobnosťami, teda skutočnými frekvenciami takýchto študentov/pracovníkov v populácii.

- Heuristika reprezentatívnosti: udalosť sa považuje za pravdepodobnú do takej miery, v akej odráža typické črty svojej “populácie”. Okrem iného to znamená, že ľudia v situáciách neistoty majú tendenciu hľadať známe vzorce a sú náchylní veriť, že sa vzor bude opakovať.

- Odhaduje sa, že vírusom HIV je v spoločnosti nakazený približne jeden z 10 000 heterosexuálnych mužov. Test HIV ukáže presnú diagnózu so spoľahlivosťou 99,99%.

- Aká je pravdepodobnosť, že muž s pozitívnym HIV testom je naozaj nositeľom vírusu?

Bayesovské uvažovanie vs. prirodzené frekvencie

$$P(H_1 \mid E) = \frac{P(E \mid H_1)\, P(H_1)}{P(E \mid H_1)\, P(H_1) \;+\; P(E \mid H_2)\, P(H_2)}$$

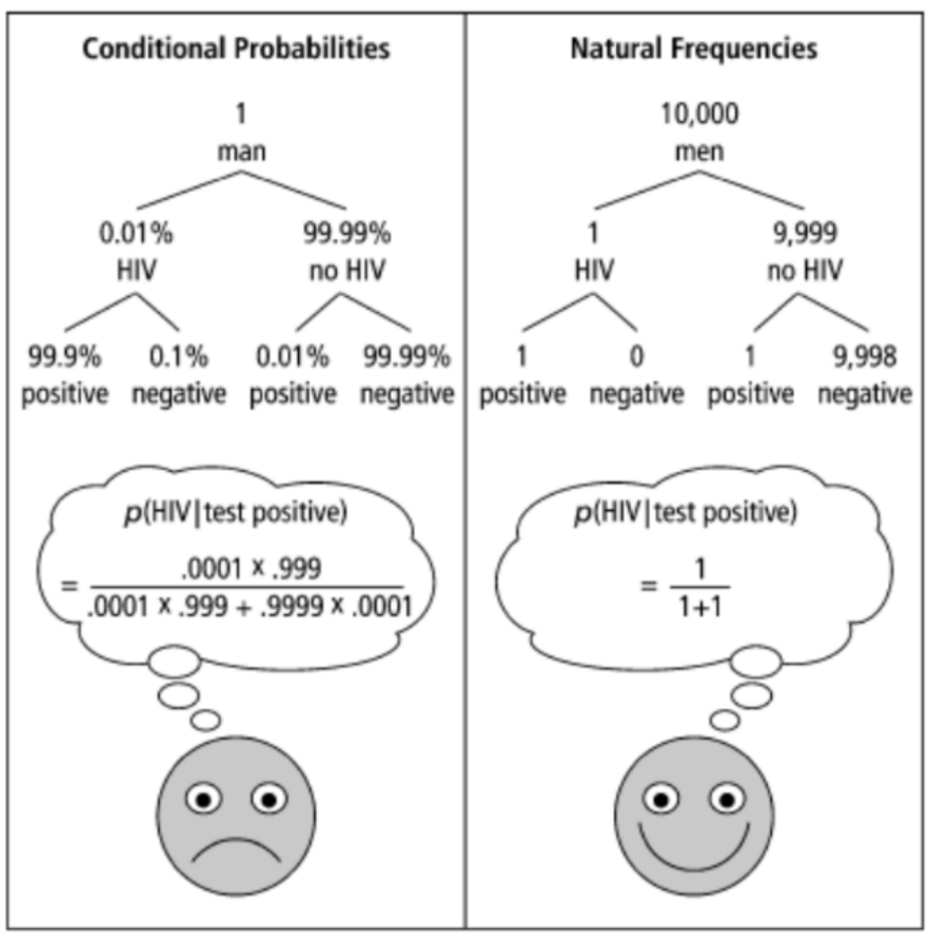


TABLE 8

Answers by 20 AIDS Counselors to the Client's Question: "If One Is Not Infected With HIV, Is It Possible to Have a Positive Test Result?"

1	"No, certainly not"	11	"False positives never happen"
2	"Absolutely impossible"	12	"With absolute certainty, no"
3	"With absolute certainty, no"	13	"With absolute certainty, no"
4	"No, absolutely not"	14	"Definitely not" . . . "extremely rare"
5	"Never"	15	"Absolutely not" . . . "99.7% specificity"
6	"Absolutely impossible"	16	"Absolutely not" . . . "99.9% specificity"
7	"Absolutely impossible"	17	"More than 99% specificity"
8	"With absolute certainty, no"	18	"More than 99.9% specificity"
9	"The test is absolutely certain"	19	"99.9% specificity"
10	"No, only in France, not here"	20	"Don't worry, trust me"

- Čo z nasledujúceho spôsobuje viac úmrtí?
  - A. Žraloky
  - B. Kokosy

- Zoraďte tieto príčiny úmrtí v USA od najviac po najmenej frekventovanú.

- ___ Fajčenie
- ___ Nezdravé jedlo a málo fyzickej aktivity
- ___ Autonehody
- ___ Strelné zbrane
- ___ Užívanie drog

Dostupnosť

- Nahradenie jednej otázky druhou sa neobmedzuje len na podobnosť a pravdepodobnosť. Ďalším príkladom je nahradenie úsudku o frekvencii nejakého javu prostredníctvom ľahkosti, s akou sa človek vybavujú príklady tohto javu. Napríklad vnímanie rizika leteckých havárií alebo hurikánov sa krátkodobo zvýši po medializovaných prípadoch takýchto udalostí. Teoreticky by mal byť úsudok o riziku založený na dlhodobom priemere. V skutočnosti sa väčšia váha pripisuje nedávnym udalostiam, pretože sa na ne ľahšie spomína. Substitúciu frekvencie za ľahkosť nazývame heuristikou dostupnosti.

- Takáto substitúcia je pomerne častá. Máte aj vy tendenciu odpovedať na nasledujúce otázky jednoduchšou otázkou?

    - Verím v zmenu klímy?

        - Verím ľuďom, ktorí tvrdia, že existuje?

    - Myslím si, že tento chirurg je kompetentný?

        - Hovorí tento človek so sebadôverou a autoritou?

    - Bude projekt dokončený v stanovenom termíne?

        - Je v súlade s harmonogramom teraz?

    - Je jadrová energia potrebná?

        - Je mi nepríjemne pri slove jadrová energia?

    - Som celkovo spokojný so svojím životom?

        - Akú mám práve teraz náladu?

Dostupnosť

- Heuristika dostupnosti je kognitívne skreslenie, ktoré sa týka ľudskej tendencie odhadovať pravdepodobnosť nejakého javu na základe toho, ako ľahko človeku prídu na mysľ príklady daného javu. Ľudia tak majú tendenciu preceňovať pravdepodobnosť zriedkavých udalostí, ktoré sú nápadné alebo emocionálne nabité a ktoré si môžu ľahko vybaviť, zatiaľ čo podceňujú pravdepodobnosť bežných udalostí, ktoré sú menej zapamätateľné alebo menej emocionálne.

- Heuristikou dostupnosti teda vieme vysvetliť, prečo ľudia preceňujú pravdepodobnosť udalostí, ako sú napr. letecké havárie alebo útoky žralokov. Tieto udalosti totiž typicky dostnú veľa mediálneho pokrytia, a tak sú v pamäti značne “živé”. Podobne majú ľudia tendenciu preceňovať výskyt vecí, ktoré dokážu ľahko vyloviť z pamäte, pretože svoje úsudky tvoria práve na základe takejto dostupnosti.

- Heuristika dostupnosti môže viesť k skresleným úsudkom a rozhodnutiam, ak sa ľudia spoliehajú výlučne na svoju intuíciu a nevenujú čas zváženiu skutočných pravdepodobností rôznych výsledkov. Heuristike dostupnosti možno čeliť vedomým zhromažďovaním ďalších informácií a využitím štatistík.

Pozitívne testovanie hypotéz

- Zvážte svoju odpoveď na nasledujúce otázky:
- 1. Súvisí užívanie marihuany s trestnou činnosťou?
- 2. Je u párov, ktoré sa zosobášia v mladom veku väčšia pravdepodobnosť, že budú mať veľké rodiny ako u párov, ktoré sa zosobášia vo vyššom veku?
- Pri posudzovaní otázky na marihuanu sa väčšina ľudí zvyčajne snaží spomenúť si na užívateľov marihuany a na to, či títo ľudia páchajú trestnú činnosť. Správna analýza však vyžaduje, aby ste si spomenuli na štyri skupiny ľudí: užívateľov marihuany, ktorí sú delikventmi, užívateľov marihuany, ktorí nie sú delikventmi, delikventov, ktorí marihuanu neužívajú, a nedelikventov, ktorí marihuanu neužívajú.
- Rovnaká analýza platí aj pre manželskú otázku. Racionálne posúdenie toho, či tí, ktorí sa ženia mladí, majú väčšiu pravdepodobnosť, že budú mať veľké rodiny ako tí, ktorí sa zosobášia neskôr, by zahŕňalo štyri skupiny: páry, ktoré sa zosobášili mladé a majú veľké rodiny, páry, ktoré sa zosobášili mladé a majú malé rodiny, páry, ktoré sa vzali staršie a majú veľké rodiny a páry, ktoré sa zosobášili staršie a majú malé rodiny.
- V skutočnosti vždy existujú najmenej štyri samostatné situácie, ktoré je potrebné zvážiť pri posudzovaní súvislosti medzi dvoma udalosťami, za predpokladu, že každá z nich má len dva možné výsledky. Naše každodenné uvažovanie však túto skutočnosť bežne zanedbáva. Namiesto toho intuitívne používame pri testovaní hypotéz selektívne údaje - teda napr. prípady, v ktorých je prítomná premenná, ktorá nás zaujíma (napr. užívanie marihuany alebo skoré manželstvo).

Konfirmačné skreslenie

- Proces posudzovania často už začíname so sklonom dospieť k určitému záveru. Necháme naše rýchle, intuitívne myslenie systému 1, aby nám navrhlo záver a potom k tomuto záveru dospejeme buď tým, že obídeme proces zhromažďovania a integrácie informácií, alebo tým, že zmobilizujeme myslenie systému 2 a vymyslíme argumenty, ktoré podporujú náš “predzáver”. Naše argumenty preto budú selektívne a skreslené: budeme mať tendenciu selektívne zhromažďovať a interpretovať dôkazy v prospech úsudku, ktorému už veríme alebo si želáme, aby bol pravdivý.

- Keď si začneme uvedomovať pascu potvrdzovania svojho názoru, zistíme, že preniká do všetkých rozhodovacích procesov. Keď sa o niečom predbežne rozhodujete (napr. či kúpiť auto, presťahovať sa, vybrať si zamestnanie), hľadáte si pred konečným rozhodnutím informácie, ktoré vaše rozhodnutie podporujú? Väčšina ľudí to robí. Najužitočnejšie poznatky však paradoxne poskytne hľadanie protichodných informácií.

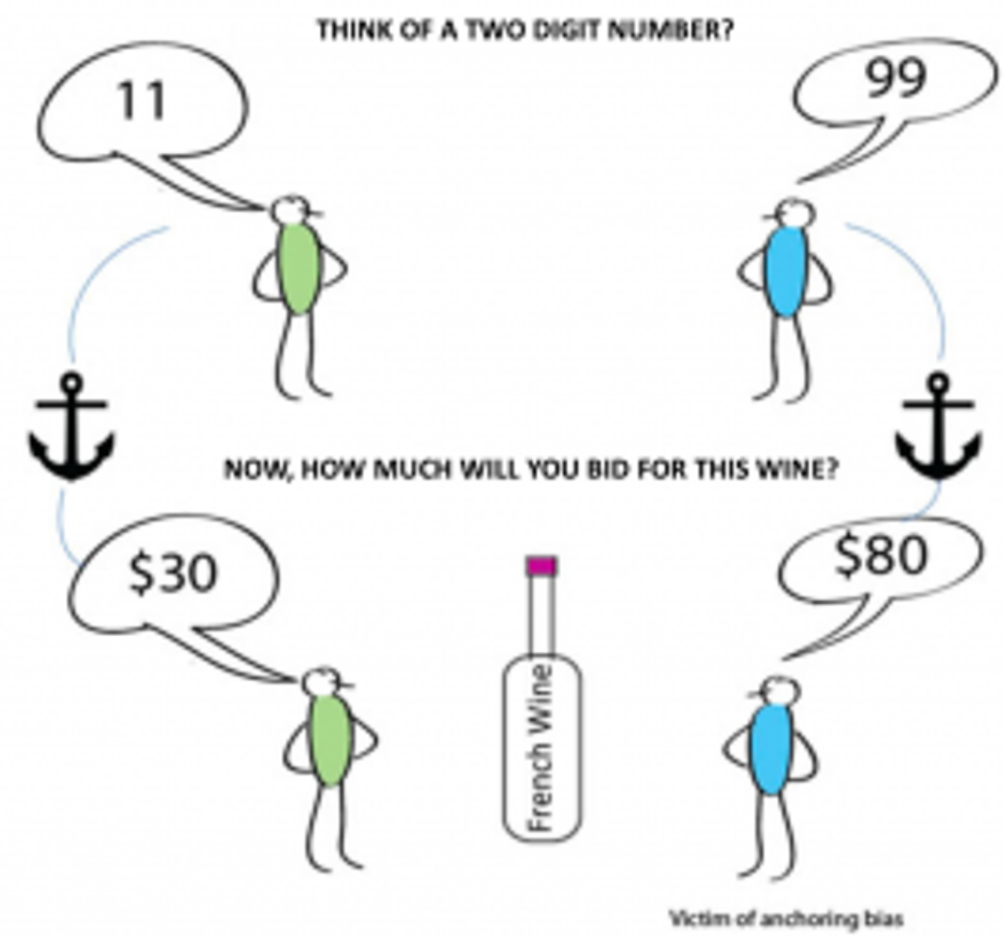
- Niektoré úsuky tiež robíme tzv. afektovou heuristikou: ľudia si vyberajú svoje závery na základe svojich pocitov. Na politikoch, ktorých máme radi, sa nám páči väčšina vecí a na politikoch, ktorých nemáme radi, sa nám nepáči dokonca ani ich vzhľad a hlas. To je jeden z dôvodov, prečo biznisy tak usilovne pracujú na tom, aby sa ich značka asociovala s pozitívnymi pocitmi. Profesori si často všimnú, že v roku, keď dostanú dobrý feedback za výučbu, študenti tiež vysoko hodnotia učebnú literatúru. V roku, keď študenti nemajú profesora radi, dávajú totožnej literatúre nízke hodnotenie.

- Rovnaký mechanizmus funguje aj vtedy, keď do toho nie sú zapojené emócie: bez ohľadu na skutočné dôvody vášho presvedčenia budete mať sklon prijať akýkoľvek argument, ktorý toto presvedčenie podporuje, aj keď je pochybný.

Psychologické ukotvenie

- Jemnejším príkladom skreslenia záveru je efekt ukotvenia. Psychologické ukotvenie môže nastať napr. vtedy, ak máte za úlohu odhadnúť niečo, čo presne odhadnúť neviete, napr. cenu fľaše neznámeho vína. Účastnící takýchto štúdií sú typicky požiadaní, aby zapísali napr. posledné dve číslice svojho rodného čísla a uviedli, či by za fľašu zaplatili túto sumu. Potom je ich úlohou uviesť maximálnu sumu, ktorú by boli ochotní za víno zaplatiť. Výsledky ukazujú, že rodné číslo ovplyvní konečnú kúpnu cenu, hoci toto číslo je (prirozdene) úplne irelevantné. V jednej štúdii ľudia, ktorých čísla generovali vysoké ukotvenie (viac ako osemdesiat dolárov), uviedli, že sú ochotní zaplatiť približne trikrát viac ako ľudia s nízkym ukotvením (menej ako dvadsať dolárov).

- Ukotvenie je mimoriadne silný efekt a často sa zámerne využíva pri vyjednávaní. Či už sa dohadujete na trhovisku, alebo sedíte pri zložitej obchodnej transakcii, pravdepodobne máte výhodu, keď dáte svoj návrh ako prvý, pretože druhá strana začne prirodzene premýšľať o tom, či by vaša ponuka mohla byť primeraná. Ľudia sa vždy snažia dať zmysel tomu, čo počujú; keď sa stretnú s nepravdepodobným číslom, automaticky hľadajú možnosti, ktoré by jeho nepravdepodobnosť znížili.

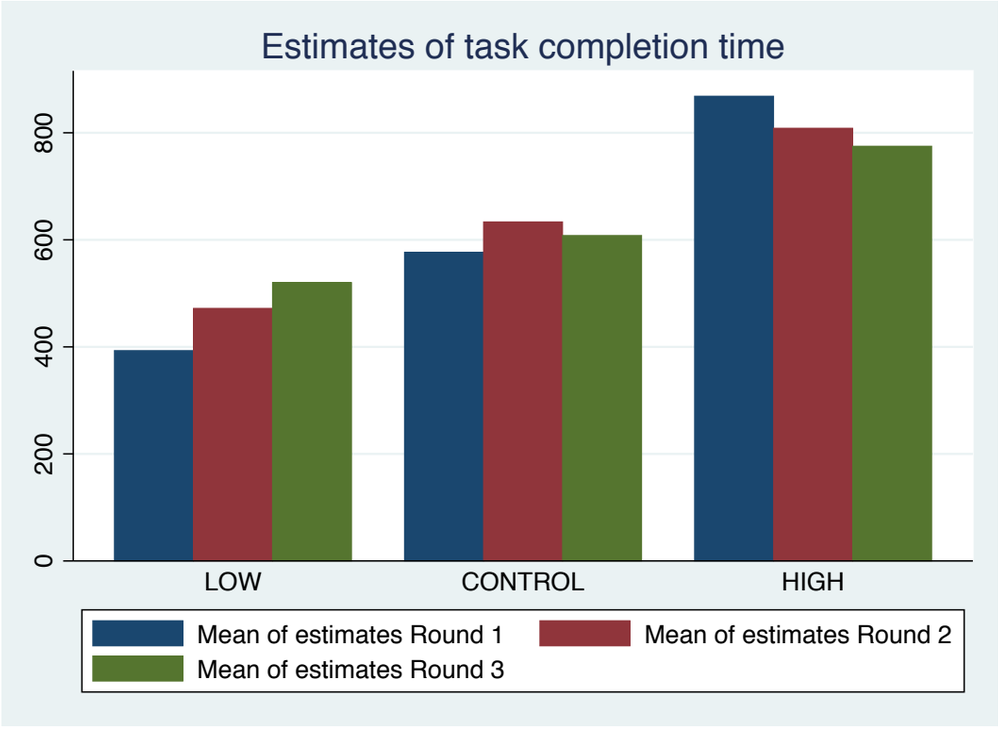


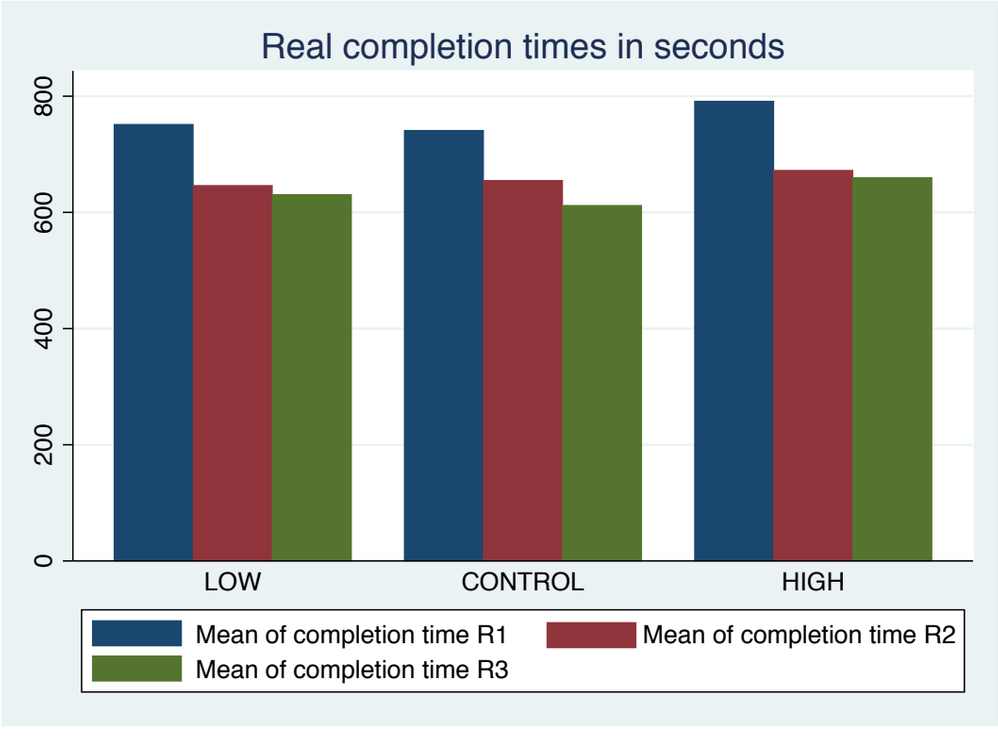
Psychologické ukotvenie

- Psychologické ukotvenie je kognitívne skreslenie, ktoré sa týka tendencie ľudí sa pri úsudkoch a rozhodnutiach až príliš spoliehať na prvú informáciu, ktorú dostanú („kotva“). Ľudia totiž zvyknú používať kotvu ako referenčný bod a potom upravovať svoje odhady alebo úsudky na základe tejto počiatočnej hodnoty, a nie zvažovať všetky relevantné informácie.

- Počiatočná hodnota má na finálny odhad veľký vplyv a tak v dôsledku ukotvenia ľudia zvyčajne dôjdu k zásadne iným hodnotám pri použití iných počiatočných hodnôt. Odhady sú tak skreslené smerom ku kotvám.

- Ak je napríklad niekto požiadaný, aby odhadol cenu auta a predajca uvedie prehnane vysokú počiatočnú cenu, človek môže svoj odhad upraviť na nižšiu cenu, avšak jeho odhad bude typicky stále vyšší ako je skutočná cena auta. Pri vyjednávaniach tak môže ukotvenie využiť strana, ktorá dáva ponuku ako prvá.





Nadmerná koherencia

- Prečítajte si opis kandidáta na manažérsku pozíciu. Opis pozostáva zo štyroch prídavných mien, z ktorých každé je napísané na kartičke. Balíček kariet bol práve zamiešaný. Na prvých dvoch kartách sú tieto dva opisy:

- Inteligentný, vytrvalý.

- Bolo by rozumné pozastaviť svoj úsudok do chvíle, kým nebudú informácie úplné, ale to sa nestalo: už máte hodnotenie kandidáta a je pozitívne. Tento úsudok sa jednoducho stal. Nemali ste nad týmto procesom žiadnu kontrolu a pozastavenie úsudku neprichádzalo do úvahy.

- Ďalej si vytiahnete posledné dve karty. Tu je teraz celý opis:

- Inteligentný, vytrvalý, prefíkaný, bezohľadný.

- Vaše hodnotenie už nie je priaznivé, ale nezmenilo sa dostatočne.

Nadmerná koherencia

- Na porovnanie si vezmite nasledujúci opis, ktorý by mohol vzniknúť pri inom zamiešaní balíčka:

- Bezohľadný, Prefíkaný, Vytrvalý, Inteligentný.

- Tento druhý opis sa skladá z tých istých prídavných mien, avšak - vzhľadom na poradie, v akom sú uvedené - je zjavne oveľa menej príťažlivý ako prvý opis. Slovo Prefíkaný bolo len mierne negatívne, keď nasledovalo po Inteligentný a Vytrvalý, pretože sme stále verili (bezdôvodne), že úmysly manažéra by mohli byť dobré. Keď však nasleduje za slovom Bezohľadný, slovo Prefíkaný je hrozné. V tomto kontexte už vytrvalosť a inteligencia nie sú pozitíva: robia zlého človeka ešte nebezpečnejším.

- Tento experiment ilustruje nadmernú koherenciu: rýchlo si vytvárame konzistentné dojmy, ale meníme ich pomaly. Potvrdzovacie skreslenie - tá istá tendencia, ktorá nás vedie k tomu, že keď máme predsudok, úplne ignorujeme protichodné dôkazy - spôsobilo, že sme následným údajom pripisovali menšiu dôležitosť, než by sme mali. (Iný termín na opis tohto javu je halo efekt, pretože manažér bol hodnotený v pozitívnej "aureole" prvého dojmu).

Skreslenie spätného pohľadu

- Pri pohľade do minulosti ľudia neustále zveličujú to, čo sa dalo očakávať a predvídať. Nielenže majú tendenciu pozerať sa na to, čo sa stalo, ako na niečo nevyhnutné, ale tiež majú pocit, že to bolo „relatívne nevyhnutné“ ešte predtým, ako sa to stalo.

- Ľudia napríklad veria, že ostatní mali byť schopní predvídať svoje neúspechy. Tiež si nesprávne pamätajú svoje vlastné predpovede a pri pohľade na minulosť zveličujú to, čo vedeli predvídať. Majú tendenciu nájsť vzory v náhodných udalostiach a potom ich kauzálne vysvetľovať. Výsledkom spojenia nadmernej sebadôvey a spätného pohľadu je veta „ja som to vedel“.

- Napríklad každý deň po uzatvorení akciových trhov “odborníci” v médiách s veľkou sebaistotou vysvetľujú, prečo trh konal tak, ako konal. Poslucháč si z toho môže vyvodiť nesprávny záver, že správanie trhu sa dá predpovedať.

- Spätný pohľad závisí od pamäti a pamäť je omylná. Vyťahovanie spomienok z pamäti je proces, v ktorom ide o akúsi rekonštrukciu. Hoci to neznamená, že spomienky sú vždy nesprávne, pri pohľade do minulosti by sme mali byť opatrní.

- CEO s (náhodným) úspechom: flexibilný, metodický, rozhodný.

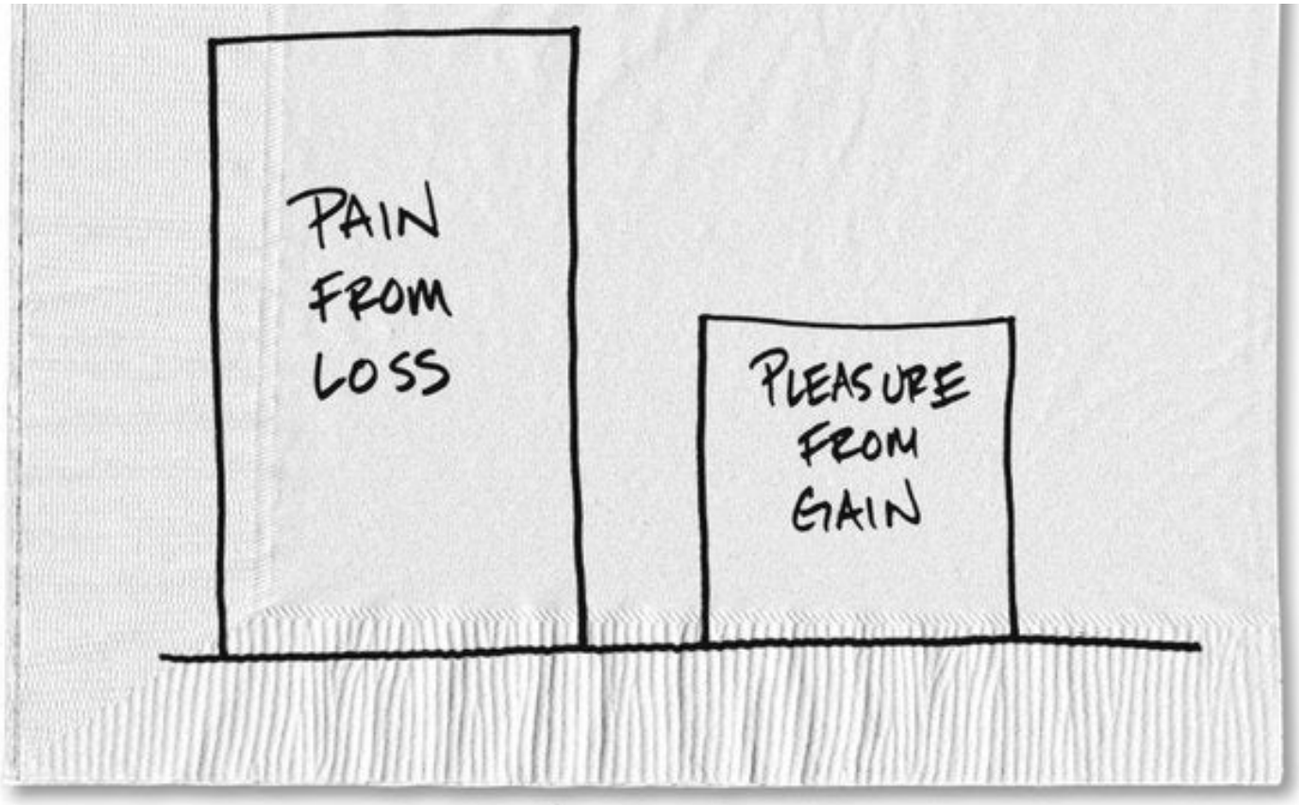
- Rovnaký CEO s (náhodným) zlyhaním: zmätený, rigidný, autoritársky

TABLE 2-2 Summary of the Twelve Biases Presented in Chapter 2

Bias	Description
Biases Emanating from the Availability Heuristic	
1. Ease of recall	Individuals judge events that are more easily recalled from memory, based on vividness or recency, to be more numerous than events of equal frequency whose instances are less easily recalled.
2. Retrievability	Individuals are biased in their assessments of the frequency of events based on how their memory structures affect the search process.
Biases Emanating from the Representativeness Heuristic	
3. Insensitivity to base rates	When assessing the likelihood of events, individuals tend to ignore base rates if any other descriptive information is provided—even if it is irrelevant.
4. Insensitivity to sample size	When assessing the reliability of sample information, individuals frequently fail to appreciate the role of sample size.
5. Misconceptions of chance	Individuals expect that a sequence of data generated by a random process will look "random," even when the sequence is too short for those expectations to be statistically valid.
6. Regression to the mean	Individuals tend to ignore the fact that extreme events tend to regress to the mean on subsequent trials.
7. The conjunction fallacy	Individuals falsely judge that conjunctions (two events co-occurring) are more probable than a more global set of occurrences of which the conjunction is a subset.
Biases Emanating from the Confirmation Heuristic	
8. The confirmation trap	Individuals tend to seek confirmatory information for what they think is true and fail to search for disconfirmatory evidence.
9. Anchoring	Individuals make estimates for values based upon an initial value (derived from past events, random assignment, or whatever information is available) and typically make insufficient adjustments from that anchor when establishing a final value.
10. Conjunctive- and disjunctive-events bias	Individuals exhibit a bias toward overestimating the probability of conjunctive events and underestimating the probability of disjunctive events.
11. Overconfidence	Individuals tend to be overconfident of the infallibility of their judgments when answering moderately to extremely difficult questions.
12. Hindsight and the curse of knowledge	After finding out whether or not an event occurred, individuals tend to overestimate the degree to which they would have predicted the correct outcome. Furthermore, individuals fail to ignore information they possess that others do not when predicting others' behavior.

Averzia k stratám

- „Koncept averzie k stratám je určite najvýznamnejším príspevkom psychológies do behaviorálnej ekonómie,“ Daniel Kahneman
  - Efekt vlastníctva
  - Klam utopených nákladov
  - Status quo skreslenie
  - Dispozičný efekt
  - Rámcovanie
  - Negativity bias



Negativity bias

- Skreslenie negativity znamená, že pri rovnakej intenzite majú negatívne javy (napr. nepríjemné myšlienky, emócie alebo sociálne interakcie, škodlivé/ traumatické udalosti) väčší vplyv na psychický stav človeka ako neutrálne alebo pozitívne javy.

- Inými slovami, na správanie človeka bude mať niečo veľmi pozitívne vo všeobecnosti menší vplyv, ako niečo rovnako emocionálne, ale negatívne.

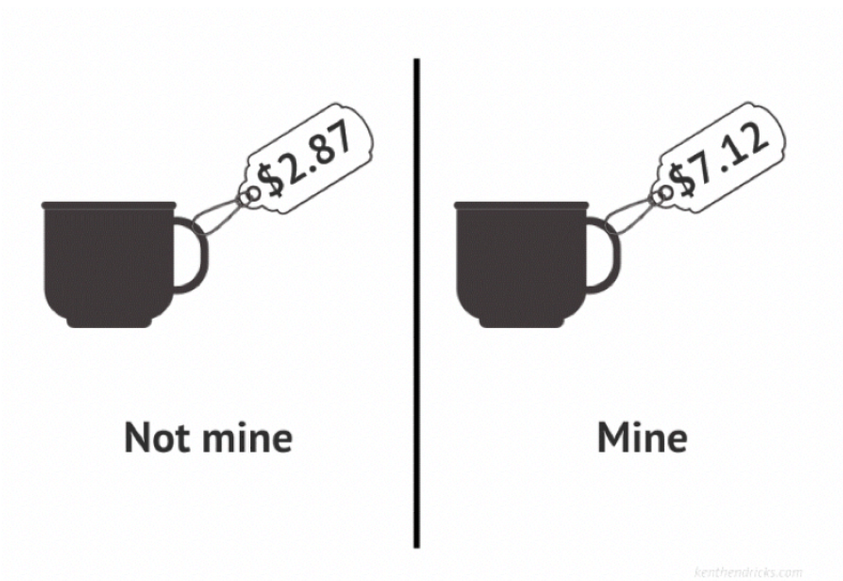
- Skreslenie negativity bolo pozorované v rôznych kognitívnych procesoch, napr:

  - vytváranie si dojmov a hodnotení o niekom/niečom

  - pozornosť, učenie a pamäť

  - rozhodovanie za rizika

Efekt vlastníctva



- Efekt vlastníctva v podstate hovorí, že ľudia majú tendenciu vložiť viac úsilia do toho, aby si ponechali niečo, čo už vlastnia, ako do úsilia to isté získať.

- Efekt vlastníctva sa dá dobre vysvetliť pomocou prospektovej teórie, ktorá predpokladá, že pozorovanú asymetriu spôsobuje averzia k strate.

- Efekt môžeme ukázať prostredníctvom oceňovania - maximálna ochota ľudí zaplatiť (willingness to pay) za nadobudnutie predmetu je zvyčajne nižšia ako najmenšia suma, ktorú sú ľudia ochotní prijať (willingness to accept), aby sa tohto predmetu vzdali. A to aj v prípade, že k predmetu nemajú žiaden vzťah a získali ho doslova pred pár minútami.

- Druhým spôsobom ako efekt ukázať, je použiť mechanizmus výmeny - ľudia, ktorí daný predmet vlastnia sa zvyčajne zdráhajú vymeniť ho za iný predmet podobnej hodnoty.

Klam utopených nákladov

- Klam utopených nákladov (Sunk Cost Fallacy) opisuje tendenciu pokračovať v nejakom konaní, ak sme už do neho investovali čas, úsilie alebo peniaze, a to nezávisle na tom, či súčasné benefity ešte stále prevažujú nad nákladmi alebo už nie.

- Z ekonomického hľadiska sú utopené náklady také, ktoré už boli vynaložené a nemožno ich získať späť. Preto by nemali byť faktorom nášho súčasného rozhodovania. Je iracionálne používať nenavrátiteľné náklady z minulosti ako dôvod na prijatie dnešného rozhodnutia. Ak chceme postupovať racionálne, mali by sme brať do úvahy iba budúce náklady a benefity.

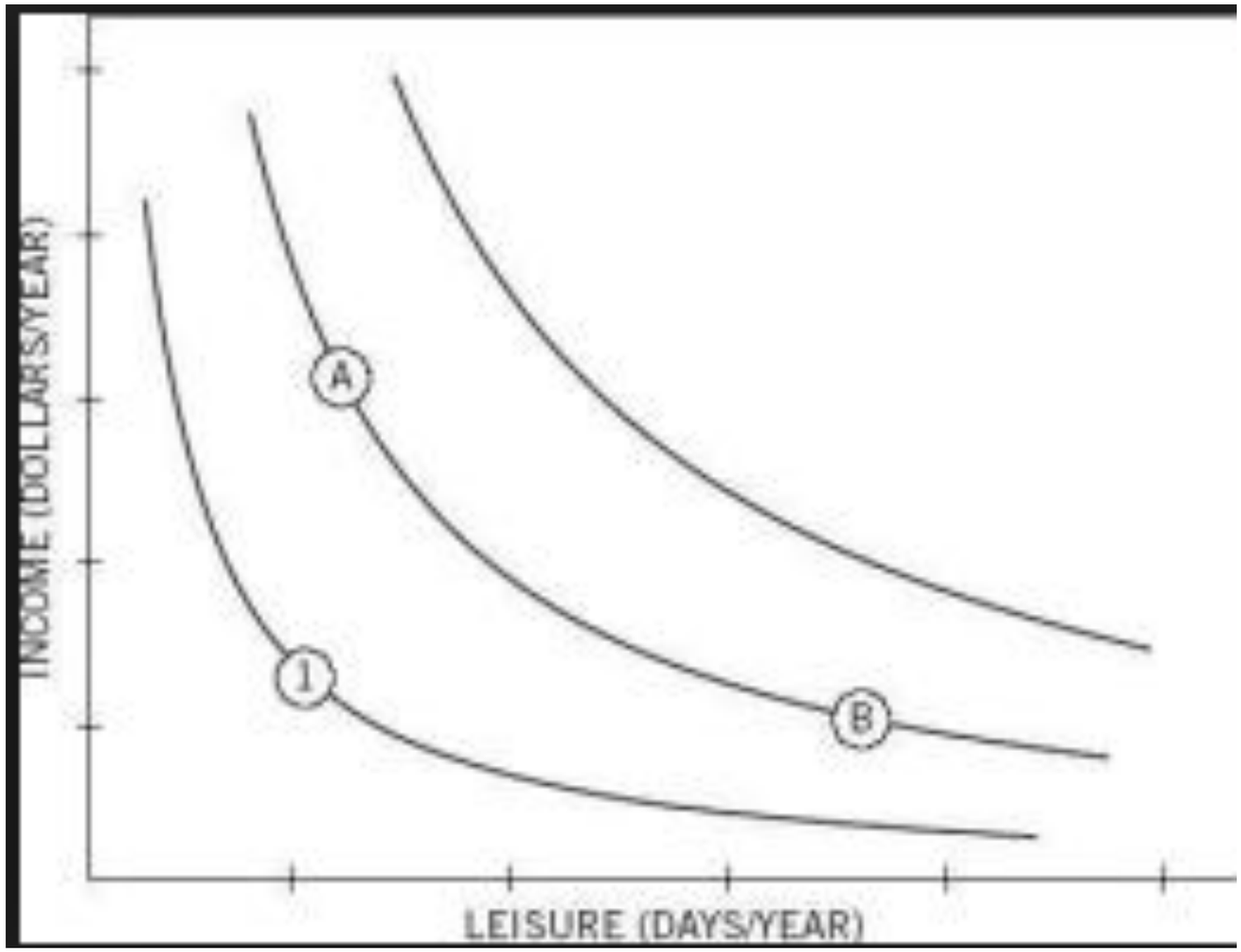
- Klam utopených nákladov inými slovam znamená, že robíme iracionálne rozhodnutia, pretože zohľadňujeme iné veci ako iba aktuálne alternatívy. Omyl ovplyvňuje mnoho rôznych oblastí nášho života, a vedie k suboptimálnym výsledkom - napr. rozhodnutie zostať s partnerom, aj keď sme nešťastní, pretože sme do neho už investovali roky života, alebo rozhodnutie pokračovať v renovácii starého domu (keďže sme už investovali) aj keď by bolo lacnejšie kúpiť si nový.

- https://www.theguardian.com/money/1999/nov/26/workandcareers1

Nedostatočné vyhľadávanie rizika

- Predstavte si, že ste všetci manažérmi v tej istej spoločnosti. Každý z vás čelí nasledujúcej investičnej príležitosti.
  - 50% šanca, že získate 2 milióny EUR
  - 50% šanca, že stratíte 1 milión EUR
- Išli by ste do toho?
- A čo tak pozrieť sa na “big picture”?
- Čo by chcel, aby ste urobili, váš CEO?

Status quo skreslenie (a efekt predvolieb)



- Ak máte na výber z mnohých možností a nemôžete venovať čas a energiu ich dôkladnému vyhodnoteniu, alebo ak si nie ste istí, čo robiť, čo je najlepšie riešenie? Neurobiť nič.

- Vo všeobecnosti by sme mali predpokladať, že ľudia sa budú často držať status quo, nezávisle na tom, či ide o hlboko zakorenený historický status quo, alebo o stav, ktorý je zvolený relatívne svojvoľne. Niečo zmeniť totiž znamená riskovať stratu.