

Neuroekonomia (I)

Homo oeconomicus

Mente y cerebro. Nº38 (2009). NIKOLAS WESTERHOFF (Psikologian Doktorea)

Zientzialariek esperimentu ugari egin dituzte dirua nola xahutzen dugun ulertzeko. Psikologoek eta ekonomialariek norgehiagoka jarduten dute gizakien portaera ekonomikoa zein den jakiteko.

Badago bere dirua bikain kudeatzen duen jendea, paperean bai, behintzat. Pertsona horiek etekinzaileak izaten dira, ekonomiarekin zerikusia duten gaietan zentzuzko erabakiak hartzen dituztenak eta burua argi izaten dutenak; beti aurkitzen dute haientzat egokiena den konponbidea, bai finantza-inbertsioetan, bai eguneroko bizitzan. Pertsona horiek *Homo oeconomicus* dira.

Baina soilik paperean izaten al dira? Ekonomialariek gizakien portaera ekonomikorako gordetzen duten eredu dira; haien ustez, jokabide horretan arrazionaltasunari eta norberaren etekina lortzeari jarraitzen zaie. Aitzitik, psikologoek uste dute *Homo oeconomicus*a fikzio hutsa dela: ohiko kontsumitzailearekin antzik ez duen pertsona ideal bat. Portaerari buruzko esperimentuak eginez, 30 urte baino gehiago daramate egiaztatu nahian gai ekonomikoetara dagokienez irrazionaltasunak eta sentimenduek arrazionaltasunak eta zentzutasunak baino gehiago agintzen dutela.

Jerusalengo Unibertsitateko Hebrearreko Daniel Kahneman eta Amos Tversky psikologoek joan den mendeko hirurogeita hamarreko hamarkadan egin zituzten lehenengo azterlanak eta ondorioztatu zuten erabakiak hartzeko arau heuristikoko oso simple eta empirikoetan oinarritzen garela. Proba batzuk egiten hasi ziren eta horren ondorioz, *Homo oeconomicus* eredu arrazionalaren inguruko zalantzak sortu ziren.

Pertsonak arrazionalizatzeko gaitasunik ez dutela frogatzeko, Massachusetts-eko Veronika Denes Raj-ek eta Seymour Epstein-ek bi ontzi bete zituzten gomazko gozoki gorri eta zuriekin. Parte-hartzaileek, begiak itxita zituztela, gozoki gorri bat atera behar zuten bi ontzietako batetik. Ontzi txikian hamar gozoki zeuden, eta horien artean gozoki gorri bat zegoen. Beste ontzian 100 gozoki zeuden, eta horien artean 5 gorriak ziren. Boluntarioei jakinarazi zitzaizkien honako hau zela ontzi bakoitzaren arrakasta-probabilitatea: % 10 ontzi txikian eta % 5 ontzi handian.

Frakzioen kalkulua kontuan ez hartzea

Nahiz eta parte-hartzaileek jakin logikaren aurka ari zirela, gehienek erabaki zuten ontzi handiarekin saiatuko zirela. Denes Raj-en eta Epstein-en arabera, argi dago jokalariek ez zutela gozoki gorrien ehunekoa kontuan hartu, baizik eta guztizko zenbatekoa izan zutela kontuan. Ontzi txikian gozoki bat besterik ez zuten ikusten; handian, aldiz, bost ikusten zituzten.

Psikologoek “kontulariaren boterea” edo “izendatzailearen itsutasuna” deitzen diote fenomeno horri. Gozoki gorria lortzeko aukera gehitutako gozoki zurien kopuruak

baldintzatzen zuen arren, parte-hartzaileek ez zioten kasurik egin horri. Entsegu horrek agerian jarri zuen gu ez garela oso trebeak probabilitateen gaietan, eta hori arrakasta ekonomikorako oso aldekoa ez den abiapuntua da.

Eguneroko jarduera sinpleenetan maiz agertzen da pertsonak ez dutela gaitasunik izaten modu arrazionalan jarduteko. Esate baterako, supermerkatuan: ordaintzeko kutxa erlojuaren orratzen norabideari jarraituz iristen den toki batean kokatuta badago, ordaintzeko kutxa erlojuaren orratzen norabidearen kontrako zentzuan kokatuta dagoen establezimenduetan baino diru gehiago xahutzen dute bezeroek. Kreditu-txartela erabiliz erosten badugu, eskudirua erabiltzen dugunean baino gehiago erosten dugu. *Homo oeconomicusaren* kasuan ez bezala, benetako kontsumitzailearentzat dirua ez da beti berdin dirua. Horregatik, diru plastikoa pentsatu gabe xahutzen du, baina kosta egiten zaio sakeletan duen dirua xahutzea.

Txokolatea, oraintxe bertan!

Hasteko, logikoa izango litzateke pentsatzea pertsonak beren onurak ahalik eta handienak izatea lortzeko mugitzen direla batez ere. Psikologoek ez dute hori pentsatzen. Richard Herrnstein-ek esperimendu askoren bitartez frogatu zuen pertsonak berehalako onurei jarraitzen dietela. Diru-gaietan, badirudi epe luzerako arrakasta gutxiago interesatzen zaigula. “Oso zaila da epe luzeko aukera baten onurak kalkulatzeko, eta, beraz, etorkizunean arrakasta izateko probabilitateei dagokienez, aukera horren berehalako eraginkortasuna kalkulatzeko”, adierazi du Vienako Unibertsitateko Erich Kirchler-ek. *Homo oeconomicusari* kontrajarrita, pertsonak bat-bateko erreakzioei jarraitzen diete eta orainaldia hartzen dute oinarritzat.

Haur bati esaten badiogu txokolate-tableta handi baten eta txiki baten artean aukeratzeko, handia aukeratuko du. Gaurko izango den txokolate-tableta txikiaren eta biharko izango den txoko-tableta handiaren artean aukeratu behar badu, txikia aukeratuko du. Aitzitik, zazpi egunerako tableta txikia edo zortzi egunerako tableta handia nahi ote duen galdetzen bazaio, bigarren aukera hartuko du. “Bat-batean, egun bat gehiagok edo gutxiagok ez du garrantzirik eta txokolate handiak du garrantzia aukeratzeko garaian”, justifikatu du Kirchler-ek. Erabakia ez da arrazionala; izan ere, 24 orduko atzerapenak ez luke eragozpen-maila bera eragin behar teorikoki.

Kasu askotan, azterketan parte hartzen duten subjektuak prest daude onura handiago bat galtzeko beren aurkariak erakusteko bidezkoagoak direla, eta hori dirugose orokorraren beste proba bat da. Gaur egun, garuneko eskanerrek ari dira ikertzen dilema-jokoetan erabakiak hartzera bideratzen gaituzten oinarri neurobiologikoak.

Beraz, zentzugabeki jarduten al dugu? Judizio haztatua alde batera uzten al dugu diruarekin zerikusia duten gaiei aurre egiten diegunean? Psikologo kognitibo gehienek baietz erantzungo liekete aurreko galderei, baina ekonomialariek beste ikuspegi bat dute. Ekonomialarien aburuz, *Homo oeconomicusa*, XIX. mendearen amaieran sortu zena, oraindik ez dago zaharkitua.

Pragako Carolina Unibertsitateko Andreas Ortmann da pertsonak modu arrazionalan jarduten dutela pentsatzen dutenetako bat. Tesi hori soilik ekonomialariek egindako esperimenduetan oinarrituta dago. Zergatik dira desberdinak psikologoek emaitzak eta ekonomialarienak?

Ortmann-ek uste du psikologoek hartutako prozeduren laxotasunean dagoela arrazoa; hark esaten baitu psikologoek hiru ikerketa-arau hausten dituztela normalean. Lehenik eta behin, iruzur egiten diete azterlanean parte hartuko duten subjektuei. Hau da, ez diete azaltzen esperimentuaren benetako helburua. Lortutako datuak ezin izango dira inoiz ekonomian espezializatutako aldizkari batean argitaratu. Horrez gain, prozedura horiek mesfidantza sorrarazi dute esperimentu psikologikoetan parte hartzeko aukera izango luketen pertsonen artean. Ikerketa batean, azterketaren xede izango diren subjektuek espero badute aldeztatik aurretik nahasiko dituztela, ezinezkoa da haien modu naturalean jardutea. Ortmann-en arabera, aldizkari espezializatuetan argitaratutako bigarren edo hirugarren esperimentuak “iruzurreko azterlanak” dira.

Errendimendua eskudiruaren truke

Bigarrenik, azterlanaren xede diren subjektuek beren errendimenduarekin bat ez datozen sariak jaso ohi dituzte. Psikologoek zenbateko finko bat ematen diete esperimentu bakoitzaren amaieran, baina Ortmann-en arabera, prozedura hori ez da oso motibagarria. Uri Gneezy-k egindako azterlanek frogatzen dute parte-hartzaileek duten errendimenduaren arabera jasotako sariak eragina duela parte-hartzaileek probetan izango duten portaeran. Bizitzan nahiz esperimentuetan, etekina lortzen duenak zuhurtasunez jarduten du, onurak hartzen ditu oinarritzat.

Halaber, psikologoek behin bakarrik aztertzen dute portaera bat, ez dituzte proba gehiago egiten. Era horretan, ez da kontuan hartzen gai ekonomikoetan pertsonen ikasteko gaitasun handia dutela. Lehenengo aldian modu irrazionalean jarduten badute ere, horrek ez du esan nahi bigarren edo hirugarren aldia horrela jardungo dutela.

Aurreko puntuak funtsik gabeko kritikak dira Wurzburgoko Unibertsitateko psikologo sozial Fritz Strack-en ustez. Gai batzuk ezin dira inola ere ikertu aldeztatik aurretik iruzur egiten ez bada. Gure helburuak zein diren hasieratik azaltzen badugu, esperimentatzaile gisa, ezkutuko iritziak lorrezinak dira. Azken batean, medikuntzan plazeboak erabiltzea oso arrunta da eta inork ez ditu desegokitzat hartzen.

Errendimenduaren arabera emandako sarietara dagokienez, ekonomialarien asmoa ona da eta ez du kalterik eragiten. Azken batean, benetako bizitzan, gehienek ez dute beren errendimenduaren araberako saririk jasotzen, baizik eta soldata finko bat hilabete bukaeran. Lortutako arrakastaren araberako ordainketa salbuespena da.

Azkenik, Strack-en arabera, arrazoizkoa da parte-hartzaileek esperimentuak behin bakarrik egitea. Bizitza egoera bakarrez beteta dago, eta egoera horietan erabakiak hartzen ditugu, gero berrikustea oso zailak diren erabakiak, gainera. Horri dagokionez, psikologoak aseguru-kontratuak, higiezin erostetak edo ezkontza-kontratuak aipatzen ditu. Bizitzan ez badugu denborarik atzera egiteko eta gure akatsetatik ikasteko, ikerlariek zergatik eman beharko liekete denbora gehiago azterlanean parte hartu duten subjektuei esperimentuetan?

Homo oeconomicus ereduaren aldekoek eta kontrakoek hiru kategoriatan bana daitezkeen probak metatu dituzte. Alde batetik, “gehiegizko konfiantzaren” ikerketa dago; hortik ondorioztatzen da pertsonak iruzurgile txikiak direla eta arrakasta lortzeko itxaropena gehiegi balioesten dutela. Bestalde, “zuzkiduraren” ikerketa aipatzen da, zeinaren bitartez pertsonak uste dute beren ondasunak benetan direnak baino

baliotsuagoak direla. Azkenik, “konpromisoaren” ikerketa dago; haren bitartez jakin nahi dena da proiektu ekonomiko defizitarioan parte hartzea noiz izango den irrazionala.

Pertsonak beren gaitasun ekonomikoetan konfiantza ikaragarria dutela erakusten duen proba duela 20 urte lortu zuen Purdue Unibertsitateko ekonomialari Arnold Cooper-ek. Enpresak sortu berriak zituzten 3.000 pertsonari eskatu zien beren proiektuek etorkizunean izango zuten arrakasta aztertzeke. Enpresaburu berri horiek kalkulatu zuten beren enpresek bizirauteko aukera % 70 zela batez beste. Egia esan, enpresa berrien erdiek porrot egin ohi dute lehenengo bost urteetan. Enpresaburuek gehiegi balioetsi zituzten beren ahalmenak gehiegizko konfiantza izateagatik.

Kapitalismoaren bultzatzaileak

Joan den mendeko laurogeiko hamarkadatik aurrera, psikologoek egiaztatu dute pertsonen bi heren inguruk uste duela batez bestekoa baino gorago dagoela burukalkuluan, autoa gidatzen edo etxeak eraikitzen. Baina estatistikaren ikuspegitik aztertu ondoren, ikusten da ez dutela egia esaten. Hori gorabehera, Daniel Kahneman psikologoak eta ekonomiako Nobel saridunak honako hau adierazi du: “optimismoaren eta autoestimatu handiaren arteko nahasketa kapitalismoaren bizitza-bultzatzaile garrantzitsuenetako bat da”.

Dena den, gehiegizko harrokeria hori gizakien funtsezko ezaugarria al da? Andreas Ortmann-ekin batera, Basileako Unibertsitateko Ralph Hertwig-ek hainbat esperimentu aztertu ditu eta esperimentu horiek erakusten dute psikologoek hain azkar egiaztatzen duten gainestimua metodo-tresna bat ere izan daitekeela, hau da, ikertzaileek sorrarazi izana esperimentua planifikatu bitartean. “Gehiegizko konfiantza” atzeman zen azterlanetan, askotan, galderen ausazko hautaketa aurkeztu zen edo parte-hartzaileak nahastea helburu zuten galderak egin ziren.

“Zer hiriburuk ditu biztanle gehiago?” galdera egiten denean eta bi erantzun hauek ematen direnean: “a) Canberra edo b) Adelaide?” erantzun zuzena Adelaide da. Inkestatu askok, Ordea, Canberra aukeratzen dute eta egindako hautaketaz ziur daude. Kasu hori gainestimua kasu argia al da? Hertwig-en eta Ortmann-en arabera, ez; izan ere, Canberra hiriburua da eta guztiok dakigu hiriburuak herrialdeetako hiri handienak izaten direla. Horregatik, parte-hartzaileek esperimentuan duten segurtasuna ez da irrazionala. Ekonomialarien arabera, errealitatea hobekien islatzen duten galderak erabiltzen diren azterlanetan, balderekin erantzuten dieten emaitzak eta erakusten duten segurtasuna gehiago datoz bat.

Psikologoek maiz aztertu duten eta *Homo oeconomicus* arrazionalaren irudia itxuragabetzen duten beste mekanismoetako bat pertsonak beren jabetzako gauzengatik duten harrotasuna da. Asko kostatzen zaigu gurea den edozein objektu saltzea, eta saltzen badugu, izugarriko prezioak eskatzen ditugu. “Endowment” efektua, hots, zuzkidura-efektua deitzen zaio. “Efektu horren ondorioz, balio handiagoa ematen diogu gure jabetzako den A ondasun bati gurea ez den B ondasun berdinari edo antzekoa denari baino”, azaldu du Bruselako Libre Unibertsitateko ekonomialari Georg Kirchsteiger-ek. Zerbait daukagunean bere balioa bikoiztu egiten dugu gutxienez, egon litekeen eroslearen ikuspegitik begiratzen badugu.

Daniel Kahnemann-ek joan den mendeko laurogeita hamarreko hamarkadan frogatu zuen zuzkidura-efektua. Psikologoak kafe-edalontzi txikiak banatu zituen azterlanean parte hartzen ari ziren subjektuen artean, eta eskatu zien edalontziak haienak zirela pentsatzeko. Jarraian, agindu zien zerrenda batean jartzeko zer preziotan salduko lituzketen edalontziak. Azkenik, erosle talde bati erakutsi zizkion edalontzi horiek eta zer preziotan erosiko lituzketen jakin nahi izan zuen. Ondorioa: edalontzi txikien jabeek batez beste 7,12 dolar eskatzen zituzten; aitzitik, erosle potentzialek soilik 2,87 dolar.

Zuzkidura-efektuarekin lotutako aurkikuntzetatik hainbat erreplika egin dira bolalumeekin, iPodekin edo sagarrekin. Enpresa batzuek printzipio hori erabili dute interesa duten erosleei objektu garestiak (telebista, esaterako) uzteko probaldietan. Horrela, bezeroak objektu horien “jabe” direla sentitzen hasten dira eta, horrenbestez, igo egiten da produktuaren balio subjektiboa eta horrekin batera, produktu hori erosteko aurrejoera.

Hainbat esperimentu neurozientifikok azal lezakete zergatik kostatzen zaigun hainbeste gauzak alde batera uztea: objektu bat saltzea galeratzat hartzen dugu, eta horrek min egiten digu hitzaren hitzez hitzeko esanahian. Londresko Neuroimageneko Wellcome Trust Zentroko Ben Seymour-ek frogatu zuen galera ekonomikoak eta min fisikoak garunaren eremu beretan prozesatzen ditugula. Hortaz, min fisikoa saihesten dugun bezalaxe, ahaleginak egiten ditugu gure gauzak ez galtzeko, azaldu du Seymour-ek.

Jabeak fiduziarioak baino gehiago aritzen dira tratuan

Aurreiritzi hau abantaila izan daiteke negoziatioetarako: zuzkidura-efektua garatuago duten pertsonak indar handiagoz negoziatzen dute eta arrakasta handiagoa dute. Londresko Unibertsitate Eskolako Steffen Huck ekonomialariak duela urte batzuk frogatu zuen pertsona horiek gainerakoek baino hobeto dakitela beren jabetzak biderkatzen ausazko jokoetan.

Kaliforniako Teknologia Institutuko Charles Plott-ek eta Georgetown Unibertsitateko Kathryn Zeiler-ek duela gutxi egiaztatu zuten zer zirkunstantzian desagertzen den zuzkidura-efektua. Betiko zuzkidura-esperimentua egin zuten. Arkatzak eta edalontziak banatu zizkieten azterlanean parte hartu zuten subjektuei eta honako hau esan zieten: “Objektu hauek oparituko dizkizuegu”. Jarraian, “jabeek” galde-sorta bat bete zuten bereak ziren gauzak aurrean zituztela. Azkenean, elkarren artean negoziatu behar zuten; kasu hauetan ohikoa den bezala, parte-hartzaileek gehiegizko balioa eman zieten beren gauzei eta oso transakzio gutxi egin ziren.

Esperimentuaren bigarren fasean, ikertzaileek arkatzak eta edalontziak banatu zituzten eta honako hau esan zieten parte-hartzaileei: “hauek ausaz tokatu zaizkizu”. Gainera, parte-hartzaileek galde-sorta bete zuten beren gauzak aurrean ez zituztela. Aldaketa horiek nahikoa izan ziren zuzkidura-efektua desagerrarazteko. Plott-ek eta Zeiler-ek uste dute pertsonak gehiegizko balioa eman zitetela beren gauzei, neurri batean esperimentua bideratzen zuenaren opari bat zirela uste izan zutelako. Nolanahi ere, emozio-ukitu hori kontuan hartzen ez badugu, zuzkidura-efektua izugarri ahultzen da.

Tel Aviv-eko Unibertsitateko psikologo Ayelet Fishbach-ek frogatu zuenez, umore ona jabetza-sentimendua moteltzen duen faktorea da. Eta, era berean, zuzkidura-

faktorea desagertu egiten da hirugarren batzuek aholkuak ematen badizkigute edo berriz ere saltzeko asmo hutsarekin erosi dugun gauza batekin negoziatzen badugu.

Homo oeconomicusaren aurkako hirugarren arrazoia, oso hedatuta dagoena, honako hau da: helburua begien bistatik ez galtzeko, pertsonak ideiei eta estrategiei heltzen diete, arrazionalak izateari utzi badiete ere. Zientzialariek “commitment-a”, hots, konpromisoa aipatzen dute.

“Beren helburuekiko leialak diren eta edozein eragozpeni aurre egiten dieten pertsonak miresten ditugu”, esan du Nüremberg-Erlangengo Unibertsitateko Roman Soucek-ek. Errealak ez diren planetan setatzen garenean sortzen da arazoa. Soucek-en arabera, “edozein konpromiso areagotu egin daiteke” ondorioak negatiboak izan arren, pertsonak beren erabakiak zuzentzeko prest ez daudenean.

Ekonomian, “konpromiso areagotua” izan liteke enpresaburuak diru asko eta asko inbertitzen duenean lehendik gastu garrantzitsuak eragin dituen erabaki batean. Arriskuaren magnitudea egiaztatu da esperimentu psikologiko askotan. Laborategiko esperimentu batean, azterlanean parte hartu duen subjektuak gerente-lanak egin behar ditu eta erabaki behar du bere enpresak A produktuan edo B produktuan inbertituko duen. A produktua aukeratzen badu, esaterako, honako mezu hau jasoko du: “produktu hau garatu nahi izan ez zenuen B produktua baino maila okerragoan dago merkatuan”. Azkenean, parte-hartzaileak berriz ere erabaki beharko du zer produktutan inbertituko duen enpresaren dirua. Alferreko produktuarekin jarraituko ote du?

“Azterlanean parte hartu duten subjektuek hasierako erabakiari eutsi diete eta arrakastarik gabeko produktuan inbertitzen jarraitzen dute, nahiz eta jakinarazi zaien hartu duten erabakia okerra eta garestiagoa dela”, esan du Soucek-ek. Ikerketen arabera, helburu bat lortzeko zenbat eta hurbilago ikusi gure burua, orduan eta gehiago kostatzen zaigu egindako bidea alde batera uztea. Era berean, zenbat eta denbora gehiago eusten diogun erabaki bati, subjektiboki iruditzen zaigu orduan eta hurbilago gaudela helburutik, nahiz eta objektiboki horrela ez izan. Zürich-eko Unibertsitateko motibazio-psikologian aditua den Veronika Brandstätter-ek azaldu du zerbaitetan lanean denbora asko daramagunean, azkenean uste izaten dugula une batetik bestera funtzionatuko duela.

Halaber, frogatu da erabaki batean zenbat eta diru gehiago inbertitzen dugun orduan eta indar gehiagoz heltzen diogula. Galerak zenbat eta handiagoak izan, orduan eta arriskutsuagoak dira jarduteko hartzen ditugun erabakiak. “Ondorengo aurreiritzi posibleak ez zaizkigu hain garrantzitsuak iruditzen, zeren, neurri batean, ohitu baikara txarrera”, esan du Brandstätter-ek. Bide horretatik areagotzea ahalbidetzen da.

Hong Kong-eko Unibertsitate Zientifiko eta Teknikoko Kin Wong-ek eta beste ikertzaile batzuek egindako azterlanak, 2008an argitaratu zenak, frogatu zuen pertsona hotz eta arrazionaleri gehiago kostatzen zaiela erabaki okerrak berrikustea. Honako hau izan liteke kausa posiblea: pertsona arrazionalak erabaki baten aldeko eta kontrako argudioak aukeratzen dituzte. Pertsona horiek uste dute erabaki hori, hartu ondoren, asko pentsatu dutela haren inguruan, eta, horrenbestez, zailtasunen aurrean ez dutela zalantzan jartzen.

Muturreko egoeren ondoren modu arrakastatsuan bukatu diren proiektuen adibideak badaudenez, helburu finkoei heltzea ez da irrazionala berez. “Oso zaila da zehaztea noiztik aurrera den okerra erabaki batez hartutako konpromisoa”, esan du Roman Soucek-ek. Azkarregi amore ematea arriskutsua da. Zientziak ez daki noiztik aurrera hasten den irrazionala izaten helburu bati jarraitzea zailtasunak gorabehera.

Amaitzeko, oraindik ezin dugu baztertu *Homo oeconomicus*aren eredua. Hasiera batean irrazionalak eman dezaketen portaera batzuk litekeena da epe luzera azalpena izatea.

Osagarriak:

ASPALDIKO ESPEZIEA

1891. urtean, Vilfredo Pareto ekonomialari eta soziologo italiarrak honako hau galdetu zion gutun bidez bere kide Maffeo Pantaleoniri: “Esango al zenidake nork erabili zuen lehenengo aldiz *Homo oeconomicus* kontzeptua?” Galderak ez zuen erantzunik jaso, baina hari esker badakigu egile anonimoak XIX. menderako sortua zuela kontzeptua.

ARRAIADUNA EDO TANTOTUA?

Gorbatak erosten ditugunean gure sentimenduei jarraitzen diegu, baina prezioa ere kontuan hartzen dugu. Ikertzaileek esperimendu kontrolatuekin ikertu dute kontsumitzaileok zenbaterainoko gaitasuna dugun produktu baten funtsezko alderdiak arrazionalki haztatzeko.

SASKIRA

Supermerkatuan egunero hartzen ditugun erabakiak konplikatuak izan daitezke. Nolanahi ere, hautaketak ez du inoiz kontuan hartzen gure zoriontasunaren iraupen luzea. Berehalako onura soilik interesatzen zaigu.

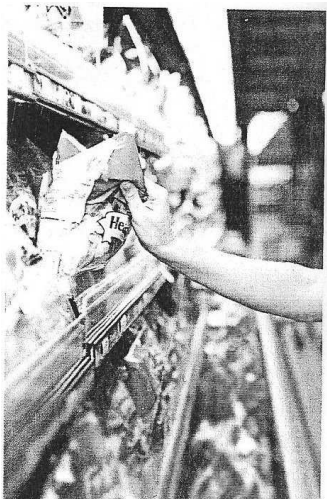


KOSTU HARRIGARRIAK

Vancouverko Expo 86 erakusketa “konpromiso areagotuaren” adibide garbi-garbia da, hau da, gero eta garestiagoak diren proiektuen jarraipen irrazionala. Hasiera batean, aurreikusita zegoen erakusketa unibertsalak 150 milioi dolarreko kostua izango zuela, eta 6 milioi dolarreko galera izango zuela gehienez ere. Gastuek ofizialki gora egin zutenean, 1984an, antolatzaileak gomendatu zuen proiektua etetea. Gobernutik, erakusketaren alde zeudenek, beren nahia betetzea lortu zuten. Azkenean, Expok 1.500 dolarreko kostua izan zuen, eta 311 milioi dolar galdu ziren.

NIREA DENA NIREA DA ...

Psikologoek arabera, produktu baten jabe egiten garenean, produktu horrek gureak ez diren beste produktuek baino balio bikoitza du.



ZENBAT BALIO DU ZUHAITZ BATEK?

Gure gauzek oraindik erosi ez ditugun gauzek baino balio handiagoa dutela uste izaten dugu. David Brookshire eta Don Coursey ekonomialariek ikusi zuten arau berari jarraitzen diola jabetza publikoak ere. Pisu-bloke bateko etxetiar batzuei esan zieten eremu hartako urbanizazio-planak aurreikusten zuela 200 zuhaitz berri landatuko zirela.

Biztanle bakoitzak zenbat ordainduko luke 200 zuhaitz landatu ordez 225 landatzeko? Eta zer kalte-ordain eskatuko luke 200 zuhaitz landatu ordez 175 landatuko balituzte? Emaitza honako hau izan zen: 25 zuhaitzak jabetza komunekoak izan bezain laster, hamarkoiztu egiten zen zuhaitzen balioa.

25 zuhaitz gehiago landatzeko emandako dohaintzak: 9,60 dolar

25 zuhaitz gutxiago landatzeagatik eskatzen duten kalte-ordaina: 199,80 dolar.

ERABAKIAK, ERRAZAGOAK

Ekonomiarekin zerikusia duten erabakiak hartzeko, dauden probabilitateak aztertu behar ditugu askotan. Horretarako, arau sinple batzuetara jotzen dugu: ondorio heuristikotara. 1974an, Amos Tversky-k eta Daniel Kahneman-ek hiru heuristika aurkeztu zituzten, eta egin diren proba guztietan berretsi egin dira arau horiek. Ez dira arau irrazionalak; prozedura konplikatuagoak erabiliz hartuko genituzkeen erabakien oso antzeko erabakiak hartzera bultzatzen gaituzte.

Adierazgarritasunaren heuristika: Ohiko bizilagun lotsatia, baina oso ordenazalea eta xehekarria liburuzaina ala igeltseroa izango da? Esperimentuetan parte hartzen duten pertsonak esaten dute liburuzaina izango dela, pertsona haren deskribapena bat datorrelako liburuzainen sektorearen ezaugarriekin, edota sektore horren klixearekin.

Baina ez dute kontuan hartzen igeltsero kopurua liburuzainen kopurua baino handiagoa dela, eta, hortaz, litekeena dela bizilaguna igeltseroa izatea.

Eskuragarritasunaren heuristika: Alemanean, K-z hasten diren hitz gehiago daude —adibidez, "Kapelle" (kapera)— edo hirugarren lekuan K letra duten hitz gehiago daude —adibidez, "imker" (erlezaina)—? Alemaniako parte-hartzaileek ez dute asmatzen, gehienek lehenengo aukera hautatzen dutelako. Gertatzen dena da K-z hasten diren hitzak hobeto gogoratzen direla, hau da, *eskuragarriago* ditugu gure garunean. Arrazoi bera dela medio, uste izaten dugu egunkarian irakurri berri ditugun zoritxarrak gertatzeko probabilitate gehiago daudela.

Ainguraren heuristika: Afrikako zenbat estatu dira NBEko kide? Galdera zaila da. Horregatik, esperimentuaren parte-hartzaileek aingura bati heltzen diote, hau da, hel diezaioketen zenbaki bati, une horretan eskuragarri dagoen zenbaki bati. Aingura horren jatorria ausazkoa da. Galderari erantzun aurretik birarazi zuten zoriaren erruletan zenbaki altua lortu zuten parte-hartzaileek uste izan zuten estatu kopurua handiagoa zela erruletan zenbaki txikia lortu zutenek uste izan zutena baino.