

Bài 17:

Giới thiệu kinh tế học hành vi: Những vấn đề cơ bản

Kinh tế học vi mô dành cho chính sách công

Học kỳ Thu 2014

Giảng viên: Huỳnh Thế Du

Tại sao cần tìm hiểu kinh tế học hành vi

- ✓ Con người có sở thích ổn định và thực hiện hành vi tối đa hóa lợi ích cá nhân
 - Duy lý
 - Vì mình
 - Có đủ thời gian và thông tin để đưa ra các quyết định
 - ✓ Thực tế có những hiện tượng:
 - Bán đồ dùng cho người hàng xóm thấp hơn giá bán cho người lạ
 - Sẵn sàng hy sinh trong một số trường hợp
 - Mua sữa có giá cao thay vì giá thấp
 - Cùng một loại bia, nhưng khi đóng vào hai loại chai có thể bán được giá khác nhau
-

Sự duy lý của con người?

- ✓ 1. Bạn thích phương án nào hơn?
 - A) Chắc chắn sẽ thắng 250 USD, so với
 - B) Có 25% cơ hội thắng 1000 USD và 75% cơ hội chẳng được gì?
 - ✓ 2. Còn hai phương án này thì sao?
 - C) Chắc chắn sẽ thua 750 USD, so với
 - D) Có 75% cơ hội thua 1000 USD và 25% cơ hội chẳng mất gì?
 - ✓ 3. Bạn thích bác sỹ báo cho biết:
 - Ca mổ có 99% khả năng thành công hay
 - Ca mổ có 1% khả năng thất bại
-

Sự duy lý của con người (2)?

- ✓ Bob là một người hâm mộ nhạc kịch, thích đi tham quan bảo tàng nghệ thuật vào ngày nghỉ. Lớn lên anh thích chơi cờ với các thành viên trong gia đình và bạn bè. Tình huống nào có khả năng xảy ra nhiều hơn?
 - A. Bob chơi đàn trumpet trong một dàn nhạc giao hưởng
 - B. Bob là một nhà nông
 - ✓ Hoàng Yến là một người thích đọc sách, thích các câu triết lý trong phim hay trong truyện. Lớn lên chị thích nói chuyện và hay triết lý với gia đình và bạn bè. Tình huống nào có khả năng xảy ra nhiều hơn?
 - Hoàng Yến là một nhà văn
 - Hoàng Yến đang ở nhà nội trợ hoặc giúp việc cho một nhà nào đó
-

Thực nghiệm taxi ở New York

- ✓ Cho thuê xe với giá cố định
- ✓ Kinh tế học dòng chính sẽ là tối đa hóa lợi ích
 - Làm việc nhiều ở những ngày có nhiều cơ hội
 - Làm ít vào những ngày vắng khách
- ✓ Thực tế của kết quả thực nghiệm
 - Đặt ra một ngưỡng giới hạn và làm đủ thì thôi
 - Làm ít vào những ngày dễ kiếm và làm nhiều vào những ngày ít khách

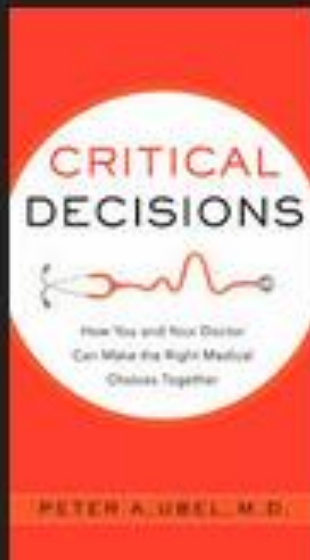
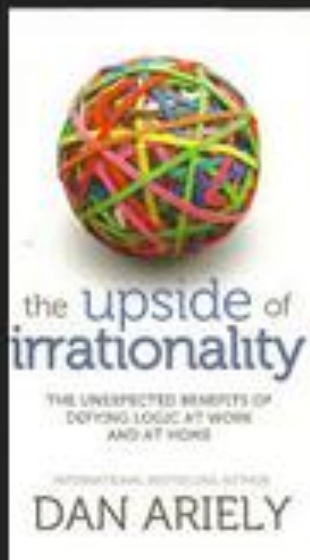
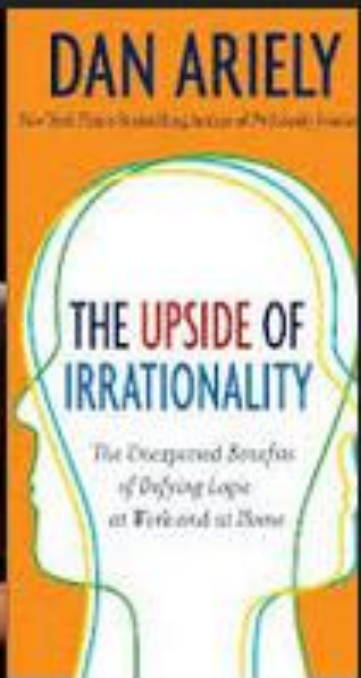
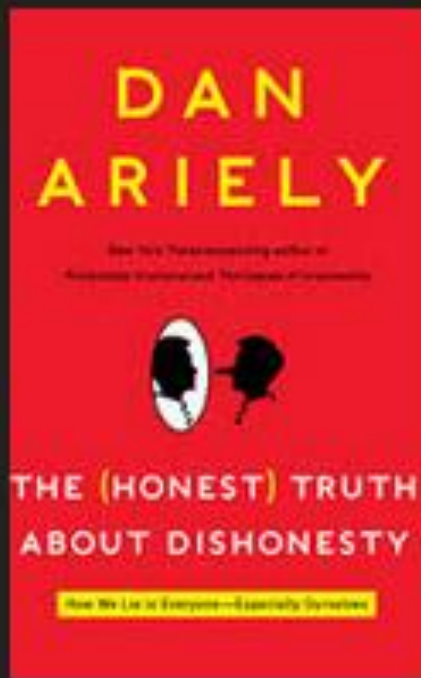
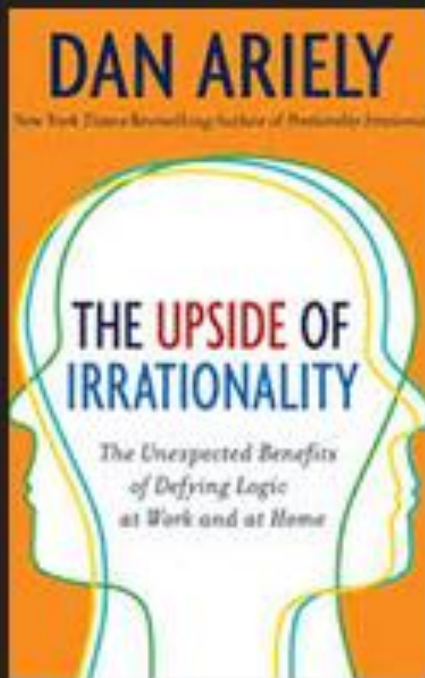


Nguồn: Google Image

Bức ảnh của Roosevelt trong cuộc đua thống đốc bang năm 1928



Nguồn: Google image



Nguồn: Google Image

Một số khái niệm/nội dung cơ bản của kinh tế học hành vi

- ✓ Các điểm tham chiếu và sở thích người tiêu dùng
 - Hiệu ứng sở hữu
 - Ảo tưởng chi phí chìm
 - Tâm lý ghét thua lỗ hay cảm giác mất mát
 - Đóng khung
 - ✓ Công bằng và các bình diện xã hội
 - ✓ Quy tắc kinh nghiệm và định kiến hay sự thiên lệch trong việc ra quyết định
 - Chốt giá
 - Quy tắc kinh nghiệm
 - Luật số nhỏ
 - Hiệu ứng cấp phép
-

Các điểm tham chiếu và sở thích người tiêu dùng

- ✓ Người ở Quy Nhơn mới vào sẽ thấy ở TPHCM cái gì cũng đắt; ngược lại, người ở TPHCM lần đầu ra Quy Nhơn sẽ có cảm giác cái gì cũng rẻ
 - ✓ Thích quảng cáo trẻ mãi hơn là lâu già (làm chậm tiến trình lão hóa so với làm cho bạn cảm thấy trẻ trung hơn)
-

Điểm tham chiếu: Thí nghiệm của Dan Ariely

- ✓ **Bước 1:** Hỏi người tham gia xem liệu họ có mua một bàn phím không dây với giá tiền bằng với hai chữ số cuối trong số an sinh xã hội của họ hay không
 - ✓ **Bước 2:** Hỏi về số tiền tối đa họ sẵn lòng chi trả để mua bàn phím này
 - ✓ **Kết quả:** Những người nằm trong số 20% có số an sinh xã hội cao nhất sẵn lòng trả cao hơn gấp ba lần so với những người nằm trong số 20% có số an sinh xã hội thấp nhất.
-

Hiệu ứng sở hữu

- ✓ Khuynh hướng xem những thứ mà chúng ta sở hữu cao hơn những gì không sở hữu cho dù chúng hoàn toàn giống nhau
- ✓ Thí nghiệm trong một lớp học
 - Một nửa lớp được cho mỗi người một cốc cà phê giá 5 đô-la
 - Giá họ muốn bán là 7 đô-la;
 - Nửa còn lại được hỏi họ muốn bao nhiêu tiền thay vì cốc cà phê thì họ chỉ chấp nhận 3,5 đô-la cho cái cốc.



Nguồn: Google Image

Hiệu ứng sở hữu (2)

- ✓ Nghiên cứu của Sean Tamm
 - Mẫu 30 người bán xe hơi và 46 người buôn bán bất động sản;
 - Một nửa được cho mỗi người một cái cốc và hỏi giá họ muốn bán;
 - Nửa còn lại được hỏi họ muốn mua cái cốc bao nhiêu;
 - Kết quả giá chấp nhận bán cao gấp 3 lần giá chấp nhận mua
 - ✓ Kết quả nhất quán với các nghiên cứu khác (2,5 lần)
 - ✓ Tại sao người bán nhà thường chào mức giá cao hơn giá thị trường?
-

Ảo tưởng chi phí chìm



Nguồn: Google Image

Tâm lý ghét thua lỗ hay cảm giác mất mát

- ✓ Chi phí chìm: Chi phí đã xảy ra và không thể thay đổi được bởi bất kỳ quyết định nào trong hiện tại và tương lai
 - ✓ Cách hành xử theo kinh tế học chuẩn tắc?
 - ✓ Cách hành xử trên thực tế
 - ✓ Mua chứng khoán lúc VN-Index gần 1200, và khi VN-Index xuống 500 có nên bán hay không?
 - Cá nhân?
 - Doanh nghiệp kinh doanh thuần túy?
 - Doanh nghiệp nhà nước?
-

Tình huống Thủ Thiêm

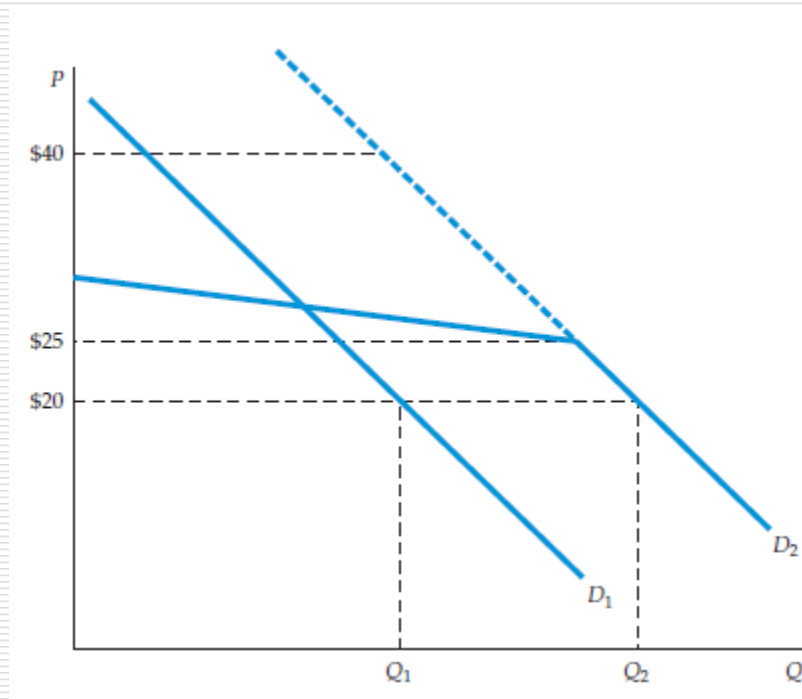
- ✓ Phần chi phí bỏ ra đã rất lớn
 - ✓ Tổng chi phí có thể cao hơn giá thị trường chấp nhận rất nhiều
 - ✓ Nếu là nhà đầu tư tư nhân thì nên làm gì?
 - Chấp nhận bán với giá thấp
 - Hay để đó
 - ✓ TPHCM nên làm gì?
 - Chấp nhận bán với giá thấp để đẩy nhanh tiến trình tạo ra giá trị cho cả nền kinh tế?
 - Hay để đó
 - ✓ Tài chính so với kinh tế?
-

Đóng khung

- ✓ Đóng khung là xu hướng ra quyết định dựa vào bối cảnh mà người ta mô tả các phương án chọn lựa.
 - ✓ “Làm chậm quá trình lão hóa” hay “khiến bạn hồi xuân lần nữa.”
-

Công Bằng

- ✓ Đôi khi người ta làm điều gì đó vì họ nghĩ rằng chúng phù hợp hay công bằng, mặc dù họ không nhận được bất kỳ lợi ích vật chất nào và ngược lại.
- ✓ Các ví dụ:
 - Làm từ thiện, thời gian hoạt động tình nguyện,
 - Tiền boa trong một nhà hàng
 - Không mua cái xẻng xúc tuyết cho dù rất cần
 - Chia 100 đô-la:
 - Kinh tế học dòng chính
 - Kinh tế học hành vi



Lòng tin và không trung thực

- ✓ Rủi ro cao so với khả năng bị người khác lừa dối, điều gì dễ chấp nhận hơn?
 - Kinh tế học dòng chính?
 - Quan hệ nhân sinh, đạo đức xã hội?
 - ✓ Kinh tế học hành vi: Tính không trung thực không chỉ đơn thuần là về sự đánh đổi giữa các động cơ bên ngoài (như lợi ích vật chất) và chi phí (như sự trừng phạt)
 - ✓ Không trung thực còn là sản phẩm của hoàn cảnh cũng như các cơ chế khen thưởng bên trong và bên ngoài, thường liên quan đến sự tự đánh lừa — sự đóng khung các hành động.
-

Công bằng và nhân nhượng lẫn nhau (có qua có lại)

- ✓ Con người ghét sự bất công, nghĩa là họ thích sự công bằng hơn so với sự bất bình đẳng trong nhiều bối cảnh
 - ✓ Công bằng liên quan đến mong muốn của con người về tính nhân nhượng (có qua có lại), xu hướng đáp lại các hành động của người khác bằng những hành động tương đương.
 - Những người nhận một món quà lớn kèm theo lá thư kêu gọi quyên tặng có tần suất quyên tặng cao hơn 75 phần trăm so với trường hợp gốc 'không có quà' đính kèm thư
 - Mua một món hàng gì đó có giá thấp hơn sau khi từ chối những món hàng đắt tiền
-

Các chuẩn mực/ước lệ xã hội

- ✓ Chuẩn mực đạo đức là những kỳ vọng ngầm ẩn hay công khai, hay các quy tắc trong một xã hội hay một nhóm người
 - ✓ Sở thích của chúng ta không chỉ đơn thuần là vấn đề thị hiếu cơ bản mà còn chịu ảnh hưởng của các chuẩn mực, như thể hiện qua vai trò giới tính chẳng hạn
 - ✓ Các chuẩn mực xã hội phát tín hiệu về hành vi hay hành động phù hợp của đa số dân chúng (cho dù những gì được xem là ‘phù hợp’ thường thay đổi liên tục).
 - ✓ Các ví dụ
 - Chuyện nhà mô đẹp hơn nhà ở ở Việt Nam
 - Đội và không đội mũ bảo hiểm
 - Vi phạm/tuân thủ luật giao thông
-

Chuyện Án Anh nước Tề

Sở Linh vương đang tiếp Án Anh, tể tướng nước Tề thì quân sỹ giải một tên tù đi qua dưới thêm.

Sở Linh vương nói: Tên tù ấy người ở đâu?

Quân sỹ tâu: Người nước Tề.

Sở Linh vương hỏi: Phạm tội gì?

Vũ sỹ tâu : Tội ăn trộm.

Sở Linh vương hỏi Án Anh: Người nước Tề dễ thường quen tính ăn trộm hay sao?

Án Anh đáp lại rằng: Tôi nghe nói giống quýt ở xứ Giang Nam, đem sang trồng ở xứ Giang Bắc thì hóa ra chua là tại thổ nghi không giống nhau. Nay người nước Tề, khi ở nước Tề thì không ăn trộm, khi sang Sở thì hóa ra ăn trộm, thế là tại thổ nghi nước Sở, chứ có tại gì người nước Tề!

Nguồn: Theo Cổ học Tinh hoa

Quy tắc kinh nghiệm và định kiến trong việc ra quyết định

- ✓ Tiền boia 15%
 - ✓ Chốt giá:
 - Đóng góp: 20USD, 50USD, 100USD, 250USD, hoặc “số khác”
 - Niêm yết giá: 19,99 so với 20
 - ✓ Quy tắc kinh nghiệm:
 - Phớt lờ những mẫu thông tin có vẻ như không quan trọng
 - Ví dụ: Mua hàng qua mạng không quan tâm đến chi phí vận chuyển
 - ✓ Quy luật số nhỏ:
 - Mọi người thường chịu ảnh hưởng của quy luật số nhỏ
 - Xu hướng đánh giá quá cao xác suất xảy ra những sự kiện nhất định khi họ chỉ có tương đối ít thông tin từ hồi ức gần đây
 - Ví dụ: Xu hướng đánh giá quá cao khả năng họ hoặc ai đó mà họ biết gặp tai nạn máy bay hoặc trúng xổ số
-

Định kiến nguyên trạng và tính ì

- ✓ Quán tính hay tình trạng hiện hữu là một trong những cản trở cái mới lớn nhất
 - ✓ Con người thường ghét thay đổi
 - ✓ Một khía cạnh của lĩnh vực này bộc lộ rõ ràng qua sự hình thành thói quen, kiêu hành vi tự động, là kết quả của sự lặp lại và nhận thức liên tưởng
 - ✓ Một phương thức hữu hiệu để tăng tỷ lệ phổ cập là thay đổi phương án *mặc định* — những gì sẽ mặc nhiên xảy ra khi người ta không thực hiện một chọn lựa chủ động.
 - ✓ Ví dụ hỏi khả năng hiến tặng các bộ phận cơ thể
-

Chiết khấu thời gian và định kiến hiện tại

- ✓ Nhận 100 bảng Anh sau một tuần hơn so với 110 bảng Anh sau 5 tuần?
 - ✓ Nhận 100 bảng Anh sau một năm so với 110 bảng Anh sau 13 tháng?
-

Định kiến đa dạng hóa và hồ cách cảm xúc

- ✓ Đi mua sắm cho tương lai thường không đúng. Ví dụ, mua nhiều loại ngũ cốc, nhưng sau một thời gian chỉ dùng một loại hoặc ngược lại
 - ✓ Trong trường hợp thực phẩm, định kiến đa dạng hóa sẽ đặc biệt mạnh khi bạn quyết định mua sắm giữa lúc bạn đang bão hòa (ví dụ như ngay sau một bữa ăn).
-

Dự báo và hồi ức

- ✓ Khi ta hoạch định tương lai, ta thường quá lạc quan
 - ✓ Mức độ hạnh phúc mà tôi dự kiến sẽ cảm thấy trong kỳ nghỉ sắp tới thường cao hơn so với mức độ tôi đánh giá trong kỳ nghỉ thực tế
 - ✓ Nguyên nhân là hồi ức quá khứ (quá khứ bao giờ cũng đẹp)
-

Các khái niệm, hiện tượng

- ✓ Hình tượng con ếch trong nồi nước sôi của Al Gore
 - ✓ Giá thường được xem là một chỉ báo về chất lượng, và nó thậm chí còn đóng vai trò ám hiệu về các hệ quả vật chất, hết như một liều thuốc trấn an trong nghiên cứu y khoa
 - ✓ Sự thay đổi đơn giản như chuyển các chai nước đến gần quầy thu ngân trong một quán cà phê sẽ làm tăng tính nổi bật và thuận tiện cho việc chọn lựa thức uống lành mạnh này và qua đó nâng cao đáng kể doanh số bán nước.
 - ✓ **Hiệu ứng cấp phép:** Khuynh hướng tưởng thưởng cho mình làm điều xấu sau khi đã làm điều tốt
 - ✓ **Định kiến xác nhận:** Định kiến xác nhận xảy ra khi người ta tìm kiếm hay đánh giá thông tin sao cho phù hợp với suy nghĩ và nhận thức
-

Các khái niệm, hiện tượng

- ✓ *Hiệu ứng chìm môi:* Ta thường chọn lựa dựa trên những gì được cung cấp chứ không phải dựa vào **sở thích** tuyệt đối hiện có của mình.
 - ✓ Ví dụ, người ta có thể chọn một cây bút thanh nhã đắt hơn 6 USD nếu có một phương án thứ ba dưới hình thức một cây bút kém thanh nhã hơn
 - ✓ *Phương án mặc định:* Phương án mặc định là những hành động ấn định trước sẽ phát huy tác dụng nếu người ra quyết định không có chọn lựa gì cụ thể.
 - ✓ Ví dụ, việc yêu cầu những người nào không muốn hiến tặng các cơ quan nội tạng phải đăng ký từ chối hiến tặng gắn liền với tỷ lệ hiến tặng cao hơn
-

Duy lý hay không duy lý rất khó nhận biết

**RATIONAL
BEHAVIOR**

**IRRATIONAL
BEHAVIOR**

**RATIONAL
ENVIRONMENT**

**IRRATIONAL
ENVIRONMENT**

Xin trân trọng cảm ơn!
