



שקל הוא שקל הוא שקל

בניגוד לדעה הרווחת, מחקר חדש באוניברסיטת בן-גוריון קובע כי אין הבדל בין הנחה של \$4 הניתנת על עט בשווי \$10 לבין הנחה דומה על מחשב בשווי \$1000



ד"ר עופר עזר לא נראה כמו הטיפוס שיכול לחסוך לך הרבה כסף, אבל אם תקשיב למה שיש לו לומר, תהיה מופתע עד כמה הוא יכול. עזר, כלכלן התנהגותי בבית הספר לניהול באוניברסיטת בן-גוריון בנגב, קיבל את הדוקטורט שלו בכלכלה מאוניברסיטת Northwestern במהלך לימודיו שם גילה עזר מספר ממצאים מעניינים, שאחד מהם הוא תופעה שהוא מכנה "חשיבה יחסית". אם מישורו מציע לך הנחה של \$4 על עט שעולה \$10, ומישורו אחר מציע לך הנחה של \$4 על מחשב שעולה \$1,000, רובנו נסכים שההנחה על העט היא הרבה יותר משמעותית מההנחה על המחשב למרות שלמעשה בשני המקרים החיסכון זהה. עזר ממחיש נקודה זו על ידי ניסוי בו אנשים נשאלו עבור איזה הפרש מחירים הם יהיו מוכנים לנסוע 20 דקות לחנות זולה יותר. על פי התשובה הממוצעת, אנשים הסכימו לנסוע 20 דקות כדי לחסוך כ-\$4 על רכישת העט, אולם ברכישת המחשב ירחיקו רק אם יחסכו לפחות \$47. "אנשים עושים טעות שעולה להם כסף מכיוון שדולר שחוסכים על עט שווה בדיוק כמו דולר שחוסכים על מחשב" מסביר עזר, "והי תופעה מעניינת בהתנהגות צרכנים; אנשים נוטים לחשוב גם על הברלי מחירים יחסיים ולא רק על הברלים מוחלטים. הערך שהם נותנים לזמן שלהם משתנה בהתאם לשאלה האם הם קונים מוצר יקר או זול - למרות העובדה שערך הזמן אינו צריך להיות תלוי במוצר אותו רוכשים". עזר ביצע ניסויים בקרב אוכלוסיות שונות, כולל פרופסורים שהשתתפו בכנס בנושא כלכלה באוניברסיטת Northwestern "בכל המקרים התוצאות היו זהות", הוא אומר, "אפילו כלכלנים מלומדים ענו באותה צורה!" למחקר של עזר יש גם השלכות חשובות לניהול. "על ידי הבנה מלאה מדוע צרכנים מתנהגים כפי שהם מתנהגים, אנחנו יכולים לעזור לעסקים להשיא את רווחיהם. הידיעה שצרכנים מתייחסים להברלים יחסיים בין מחירים ולא להברלים מוחלטים, מאפשרת לנו לקבוע תמחור טוב יותר. בחירת מיקום של עסקים ובחירת מוצרים הם דוגמאות נוספות של נושאים שעשויים להיות מושפעים על ידי חשיבה יחסית".