

Поведение потребителей в условиях риска на примере покупки авиабилетов

Бабич А.А. (Дальневосточный федеральный университет)

Коновалова П.В. (Дальневосточный федеральный университет)

Научный руководитель – канд. физ.-мат. наук, доцент Филатов А. Ю. (Дальневосточный федеральный университет)

Введение. В неоклассических моделях экономики исследуется рациональное поведение агентов в детерминированных условиях при наличии полной информации [1]. В жизни многое зависит от внешних факторов, которые не удастся контролировать. При этом часто и концепция максимизации ожидаемого выигрыша сменяется на одну из альтернативных. В поведенческой экономике учитывается вогнутость функции полезности по доходу (позволяющая также учитывать негативное отношение агентов к риску), неприятие потерь (которое означает, что потери субъективно ощущаются сильнее аналогичных по абсолютной величине выигрышей) и зависимость от точки отсчета (заставляющая людей сравнивать любые ситуации с тем, что имеется в настоящее время, было в прошлом, ожидается в будущем или имеется у окружения) [2]. Также для учета систематических смещений в субъективном восприятии часто используется нелинейное взвешивание вероятностей. Малые вероятности переоцениваются, большие – недооцениваются, а средние – воспринимаются как эквивалентные [3].

Основная часть. В работе исследуется поведение потребителей в условиях риска и неопределенности на примере покупки авиабилетов.

Исследование проводилось с использованием экспериментальных методов. Участники ставились в ситуацию, в которой нужно сделать выбор. Для получения релевантных результатов понадобилось использование материальных стимулов. Так, один из участников эксперимента получал полную выплату, идентичную выигрышу в озвученном примере, что составляло от нуля до 7 тыс. руб. Пример звучал так:

«Вам необходимо добраться до некоторого города А, ценность чего Вы оцениваете в 15000 руб. Если Вы опаздываете на сутки, Ваша полезность сокращается до 10000 руб. Авиакомпания предлагает за цену в 12000 руб. прямой рейс, позволяющий гарантированно добраться вовремя. В то же время вы обнаружили дешевый рейс с короткой стыковкой за 10000 руб. При этом есть вероятность 40%, что из-за задержки на первом сегменте Вы не успеете на стыковочный рейс и авиакомпания доставит Вас только на следующий день с опозданием.

1. Готовы ли Вы рискнуть и предпочесть стыковочный билет прямому?
2. При какой максимальной цене стыковочного билета Вы бы его приобрели?
3. Пусть вероятность опоздания снизилась до 10%? Однако цена стыковочного билета выросла до 11000 руб. Готовы ли Вы теперь купить такой билет?
4. Какую максимальную цену за стыковочный билет Вы готовы заплатить при снижении вероятности опоздания до 10%?
5. Готовы ли Вы предпочесть стыковочный билет ценой 8000 прямому, если вероятность опоздания увеличится до 70%?
6. Какова Ваша максимальная готовность платить за билет с пересадкой при вероятности опоздания 70%?»

Кроме ответов на вопросы, собрана статистика о поле, возрасте, образовании респондента, его субъективном восприятии дохода и отношении к риску. Также, мы выясняли, оценивает ли респондент себя как гуманитария или технаря, изучал ли теорию игр, часто ли летает и умеет ли находить дешевые авиабилеты.

Объем выборки составил 132 человека. В исследовании участвовало 45 студентов, а также 87 случайных опрошенных разного пола, возраста, дохода и места жительства.

На основе ответов на вопросы 2, 4 и 6 найдем среднюю переплату за надежность для каждого опрашиваемого и построим соответствующую регрессию. Поочередно будем исключать наиболее незначимые факторы. Результаты сведем в таблицу 1.

Исключим частоту полетов. Дополнительный полет сокращает переплату на 30 руб. Отметим, что исключение показателя делает значимым умение находить дешевые авиабилеты, с которым тот положительно скоррелирован. Положительно значимым является пол. Мужчины готовы переплачивать за надежность более 1000 руб. Вероятно, это рациональная плата за снижение рисков. Люди гуманитарного склада ума готовы переплачивать из-за боязни ошибки в расчетах. Наконец, переплачивают рискофобы на 617 руб.

Учтем в модели вероятность задержки рейса p . Это позволит оценить примерный функциональный вид функции переплаты в зависимости от вероятности плохого исхода. Кроме того, на каждого респондента теперь приходится по 3 ответа, и общий объем выборки увеличивается до 339 наблюдений. Сведем результаты в таблицу 2.

Выводы. Принципиальных изменений нет, кроме увеличения значимости каждого из факторов. Значима вероятность задержки рейса. Вероятность плохого исхода увеличивает готовность переплачивать за надежность на 30 руб. Это означает, что люди не являются риск-нейтралистами или рискофобами вне зависимости от внешних условий. Риск-нейтрал при высокой вероятности опоздания становится рискофобом, а слабый рискофоб – сильным.

Литература

1. Левина Е.А., Покатович Е.В. Микроэкономика: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. М., 2019. С. 673.
2. Anderson C.K., Wait or buy? The strategic consumer: Pricing and profit implications // Journal of the Operational Research Society. 2003. Vol. 53. P. 299-306.
3. Sang-WonKim. The impact of customer buying behavior on the optimal allocation decisions. // International Journal of Production Economics. 2015. Vol. 2015. P. 71-88.