

Robert Kruszewski

ORCID: 0009-0009-7286-1372

Uniwersytet Wrocławski

<https://doi.org/10.19195/1733-5779.49.8>

Decyzje konsumenckie na rynku nieruchomości w Polsce w kontekście ekonomii behawioralnej

JEL Classification: D9, D03, B21, D01, D11, D40

Słowa kluczowe: rynek nieruchomości, ekonomia behawioralna, decyzje konsumenckie, rynek mieszkaniowy, podejmowanie decyzji

Keywords:

Abstrakt: Rynek nieruchomości i ekonomia behawioralna to dwie dziedziny, które zostały dokładnie zbadane pod wieloma aspektami. Jednak jest niewiele artykułów i badań poruszających zastosowanie na rynku nieruchomości odkryć z dziedziny ekonomii behawioralnej. Skoro mechanizmy ekonomii behawioralnej działają na wielu innych rynkach, powinny mieć też wpływ na decyzje konsumenckie na rynku nieruchomości. Celem niniejszego artykułu jest zbadanie błędów poznawczych i ich wpływu na zachowania i wybory konsumentów na rynku nieruchomości w Polsce, a także prezentacja wyników badań pierwotnych dotyczących decyzji zakupowych mieszkania pod wpływem heurystyk. Artykuł powstał w oparciu o badania pierwotne i wtórne, dotyczące błędów poznawczych i charakterystyki rynku nieruchomości w Polsce. Z przebadanych heurystyk największy wpływ na decyzje zakupowe wywarła heurystyka dostępności umysłowej. Nieco mniejszy wpływ wykazała heurystyka kotwicy, a następnie reprezentatywności. W tym badaniu nie wykazano wpływu awersji do skrajności w przebadanej próbie.

Consumers' decision-making and behavioural economics in real estate market in Poland

Abstract: Real estate market and behavioural economics are both well researched in many ways. However there are very few articles and researches discussing application of findings from the field of behavioural economics to the real estate market. If behavioural economics mechanisms work well in many markets, they should also have an impact on consumers' decision-making in the real estate market. The goal of this article is to examine cognitive biases and their impact on consumers' behaviour and decision-making in the real estate market in Poland and to present results of primary research on apartment purchase decisions under the influence of heuristics. The article was based on primary and secondary research on cognitive biases and characteristics of the real estate market in Poland. Of the heuristics examined, the mental availability heuristic had the

greatest impact on purchase decisions. The anchor heuristic and then the representativeness heuristic showed a slightly smaller impact. This study did not demonstrate the influence of aversion to extremes in the sample.

Wprowadzenie

Ekonomia behawioralna zrewolucjonizowała postrzeganie procesu podejmowania decyzji przez konsumentów. Już Adam Smith opisywał podstawowe mechanizmy ekonomii behawioralnej, jak na przykład strach przed utratą¹. Dziedzina ekonomii behawioralnej została najbardziej zrewolucjonizowana przez dwóch badaczy z Izraela: Amosa Tversky'ego i Daniela Kahnemana². Ten drugi otrzymał nagrodę Nobla za pionierskie badania w tej dziedzinie³. Mimo wielu badań w dziedzinie ekonomii behawioralnej, rynek nieruchomości pozostaje pod tym kątem słabo przebadany, szczególnie w segmencie mieszkaniowym. Jednym z pierwszych ekonomistów zajmującym się badaniem rynku nieruchomości pod względem błędów poznawczych był Christopher Mayer. Badanie zostało przeprowadzone w latach dziewięćdziesiątych na bazie bostońskiego rynku domów jednorodzinnych. W badaniu opublikowanym w 2001 roku doszedł do wniosku, że zachowania sprzedawców na rynku domów jednorodzinnych są determinowane poprzez awersję do ryzyka⁴. Badania Ch. Mayera dotyczą jednak przede wszystkim zachowań osób sprzedających nieruchomości. Behawiorystyczne podejście do badania rynku nieruchomości jest widoczne w badaniach naukowców D. Salzmana, R.C.J. Zwinkelsa⁵ i M.J. Seilera⁶ w pracach zatytułowanych *Behavioural real estate*.

W celu poszerzenia dostępnej wiedzy w tematyce wpływu heurystyk i błędów poznawczych na decyzje konsumenckie przeprowadziłem badania pierwotne. Ich założeniem jest zbadanie trzech podstawowych heurystyk i awersji do skrajności na podstawie decyzji zakupowej mieszkania z przykładowych ogłoszeń sprzedaży na przykładzie trzech mieszkań.

¹ R. H. Thaler, *Behavioral Economics: Past, Present, and Future*, Chicago 2016, s. 1.

² A. Tversky, D. Kahneman, *Availability: A Heuristic for Judging Frequency and Probability*, Jerusalem 1973, s. 8; D. Kahneman, S. Frederick, *Representativeness revisited: Attribute substitution in intuitive judgment*, New York 2002, s. 2–3.

³ M. Altman, *The Nobel Prize in behavioral and experimental economics: a contextual and critical appraisal of the contributions of Daniel Kahneman and Cernon Smith*, Saskatoon 2002, s. 4.

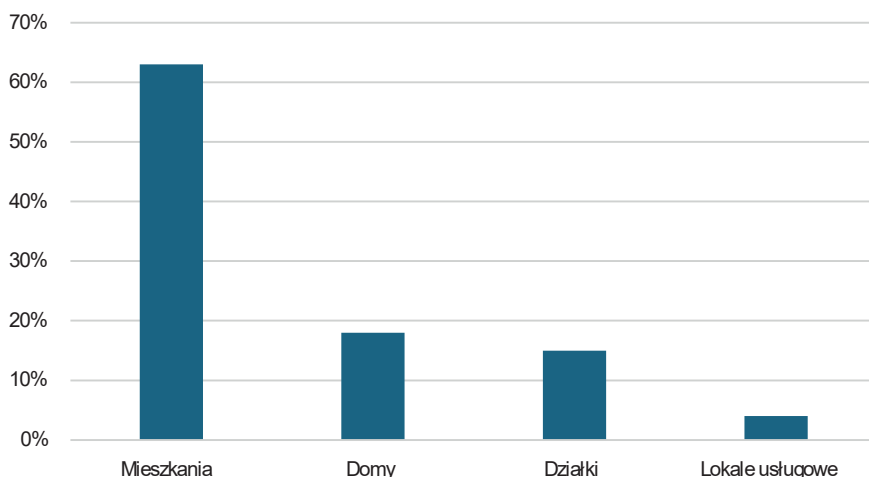
⁴ D. Genesove, C. Mayer, *Loss Aversion and Seller Behavior: Evidence from the Housing Market*, „The Quarterly Journal of Economics” 2001, nr 116, s. 3.

⁵ D. Salzman, R.C.J. Zwinkels, *Behavioural real estate*, Duisenberg 2013, s. 1.

⁶ H.K. Baker, P. Chinloy, M.J. Seiler, *Private real estate markets and investments*, Oxford 2014, s. 49.

Zachowania konsumenckie w obliczu zmian rynkowych

Rynek nieruchomości w Polsce od początku XXI wieku charakteryzuje się bardzo szybkim rozwojem. Jest to spowodowane wieloma czynnikami, między innymi stale wysokim popytem, wysokim zainteresowaniem inwestorów ze względu na bezpieczeństwo ulokowanego kapitału, a także coraz większymi wymaganiami konsumentów odnośnie standardu nieruchomości. Struktura popytu rynku nieruchomości cechuje się dominacją sektora mieszkaniowego, który stanowi obecnie 63% rynku. Mniejszym zainteresowaniem kupujących cieszą się domy, działki i lokale usługowe, które wszystkie łącznie stanowią 37% rynku.



Wykres 1. Struktura popytu

Źródło: Rynek nieruchomości raport: 1 kwartał 2023, <https://morizon-gratka.pl/wp-content/uploads/2024/03/Rynek-Nieruchomosci.pdf> (dostęp: 8.03.2024).

Za dynamicznym rozwojem rynku nieruchomości idzie także wzrost cen. W ciągu ostatniego roku najwyższy wzrost odnotowano w Krakowie (18,0%), we Wrocławiu (16,9%) i w Kielcach (14,7%). Wraz ze wzrostem cen konsumenci mają coraz wyższe wymagania. Przyczyny wzrostu cen na rynku pierwotnym to między innymi: wydłużony czas realizacji budowy nowych budynków, spowolnienie tempa w budownictwie wielorodzinnym, celowe maksymalne opóźnianie przez deweloperów rozpoczęcia nowych budów (w celu zniwelowania ryzyka). Wpływ na to ma także wprowadzenie bezpiecznego kredytu 2%. Spowolnienie rynkowe potwierdzają dane GUS. W 2021 roku dokonano ogółem 614 178 transakcji, a w 2022 roku było to już tylko 489 917 transakcji⁷.

⁷ *Obrót nieruchomościami w 2022 roku*, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/infrastruktura-komunalna-nieruchomosci/nieruchomosci-budynki-infrastruktura-komunalna/> (dostęp: 8.03.2024).

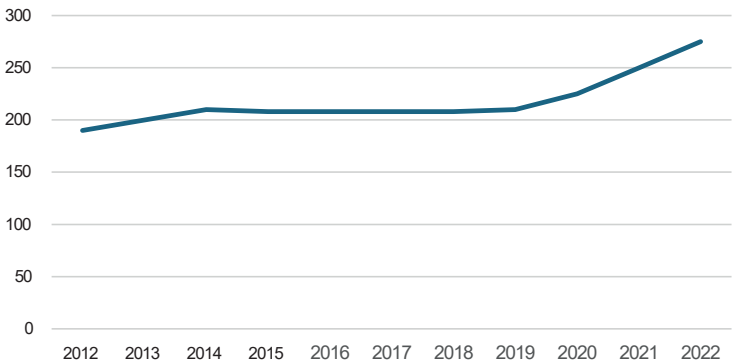
Tabela 1. Wielkość obrotu nieruchomościami

	Liczba transakcji		Wartość transakcji	
	2021	2022	2021	2022
Ogółem	614 178	489 971	198 052	175 163
Nieruchomości lokalowe	269 892	232 086	93 329	87 993
Nieruchomości zabudowane”	95 124	80 088	50 604	43 082
Nieruchomości niezabudowane	249 162	177 797	54 119	44 088

Źródło: Obrót nieruchomościami w 2022 roku, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/infrastruktura-komunalna-nieruchomosci/nieruchomosci-budynki-infrastruktura-komunalna/> (dostęp: 8.03.2024).

Spowolnienie tempa budownictwa odbiło się na ilości transakcji rynkowych. Dodatkowy wpływ na to zmniejszenie miała też pandemia, bo wiele osób zdecydowało się odłożyć w czasie zakup nieruchomości w celu zminimalizowania ryzyka.

Dane statystyczne Głównego Urzędu Statystycznego potwierdzają również zwiększenie wspomagania państwa przy zakupie prywatnych nieruchomości⁸.



Wykres 2. Przeciętna wysokość dodatków mieszkaniowych wypłaconych w latach 2012–2022

Źródło: Gospodarka mieszkaniowa i infrastruktura komunalna w 2022 roku, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/infrastruktura-komunalna-nieruchomosci/nieruchomosci-budynki-infrastruktura-komunalna/> (dostęp: 8.03.2024).

Od roku 2012 dodatki mieszkaniowe stale rosły. W latach 2013–2018 był to niewielki wzrost, od roku 2019 zaczęły one rosnąć w szybszym tempie. Zwiększanie

⁸ *Gospodarka mieszkaniowa w 2022 roku*, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/infrastruktura-komunalna-nieruchomosci/nieruchomosci-budynki-infrastruktura-komunalna/> (dostęp: 8.03.2024).

Tabela 2. Zasoby mieszkaniowe

Wyszczególnienie	2021			2022		
	ogółem	miasta	wieś	ogółem	miasta	wieś
Mieszkania w tys.	15 359,50	10 412,90	49 466	15 575,20	105 611	50 141
Izby w mieszkaniach w tys.	58 915,50	36 558,50	22 357	59 728,40	37 031,60	22 696,70
Powierzchnia użytkowa mieszkań w tys. m ²	1 153 821,30	673 814,5	480 006,8	1 172 919,60	684 342,8	488 576,7
mieszkania na 1000 osób	405,2	460,3	323,7	4124	469,6	328,2
Przeciętna w zasobach mieszkaniowych: liczba izb w mieszkaniu	3,84	3,51	4,52	383	3,51	4,53
powierzchnia użytkowa w m ² mieszkania na osobę	75,1 30,4	64,7 29,8	97,0 31,4	75,3 31,1	64,8 30,4	974 32,0
liczba osób na: 1 mieszkanie 1 izbę	2,47 0,64	2,17 0,62	3,09 0,68	2,42 0,63	2,13 0,61	3,05 0,67

Źródło: Gospodarka mieszkaniowa w 2022 roku, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/infrastruktura-komunalna-nieruchomosci/nieruchomosci-budynki-infrastruktura-komunalna/> (dostęp: 8.03.2024).

dotyków mieszkaniowych nie przyczynia się do realnie większej siły nabywczej konsumenta na rynku nieruchomości, jedynie powoduje przerzucenie kosztów na państwo, a więc po części pośrednio na konsumenta, który zapewne pokryje część subwencji w podatkach⁹.

Między latami 2021–2022 nastąpił też niewielki wzrost liczby mieszkań. Wzrosła ona o 1,4% z 15 359,5 tysięcy do 15 575,2 tysiąca¹⁰.

Istotny jest też wysoki stopień zainteresowania obywateli o niższym budżecie mieszkaniami komunalnymi. W 2022 roku liczba osób oczekujących na najem mieszkań z zasobu gminy, w tym także tymczasowych, wyniosła 126 425, z czego 108 565 wystąpiło w miastach¹¹.

⁹ *Gospodarka mieszkaniowa i infrastruktura komunalna w 2022 roku*, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/infrastruktura-komunalna-nieruchomosci/nieruchomosci-budynki-infrastruktura-komunalna/> (dostęp: 8.03.2024).

¹⁰ *Gospodarka mieszkaniowa w 2022 roku*, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/infrastruktura-komunalna-nieruchomosci/nieruchomosci-budynki-infrastruktura-komunalna/> (dostęp: 8.03.2024).

¹¹ *Ibidem*.

Tabela 3. Gospodarstwa domowe

Wyszczególnienie	Ogółem	Najem socjalny lokali		Najem tymczasowych pomieszczeń
		Razem	W tym w ramach realizacji wyroków eksmisyjnych	
W liczbach bezwzględnych				
Polska	126 425	70 192	40 026	16 537
Miasta	108 565	64 070	39 283	16 406
Wieś	17 860	6 122	743	131
Miasta	85,9	913	98,7	99,2
Wieś	14,1	8,7	19	0,8

Źródło: Gospodarka mieszkaniowa w 2022 roku, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/infrastruktura-komunalna-nieruchomosci/nieruchomosci-budynki-infrastruktura-komunalna/> (dostęp: 8.03.2024).

Powyższe dane są dowodem na wysokie zapotrzebowanie nie tylko na mieszkania prywatne, ale również komunalne. Utrudniony dostęp do mieszkań komunalnych i wydłużony czas oczekiwania na nie może zniechęcać ludzi do decyzji o zamieszkaniu w tego typu nieruchomościach. Jednak — jak pokazują dane — ludzie wykazują wysokie zainteresowanie tą formą mieszkalnictwa.

Modele zachowań konsumentów

Przy tak wysokich wydatkach jak na polskim rynku nieruchomości po transformacji podejmowanie decyzji powinno być w jak największym stopniu racjonalne. Jak jednak pokazują badania, błędy poznawcze w wielu przypadkach biorą górę nad racjonalnym świadomym myśleniem¹². Szacuje się, że 95% decyzji bierze się z podświadomości. Jak pokazuje ekonomia behawioralna warunkują to konkretne mechanizmy, które zostały przebadane w wielu aspektach. Jak wspomniałem we wstępie, pionierami w tej dziedzinie ekonomii byli A. Tversky i D. Kahneman. Zapoczątkowali oni dziedzinę badań, która znacząco wpłynęła na podejście ekonomistów do procesu decyzyjnego konsumentów¹³. Ich badania i wkład w rozwój ekonomii behawioralnej były jednak poprzedzone wcześniejszymi odkryciami psychologii. Początki badań nad procesem decyzyjnym i wpływem otoczenia można przypisać Iwanowi Pawłowowi, który zdefiniował warunkowanie klasyczne¹⁴. Przy podejmowaniu decyzji zarówno u zwierząt (w badaniach I. Pawłowa

¹² H. Mruk, *Konsument w gospodarce — ewolucja wiedzy o jego zachowaniach*, „Handel wewnętrzny” 2009, s. 1.

¹³ A. Tversky, D. Kahneman, *The simulation heuristic*, Stanford 1981, s. 7; D. Kahneman, *Maps of bounded rationality: a perspective on intuitive judgment and choice*, Princeton 2002, s. 2–5.

¹⁴ I. Rehman, N. Mahabadi, T. Sanvictores, C. Rehman, *Classical conditioning*, Treasure Island 2017, s. 4.

u psów), jak i u ludzi wpływ ma tak zwany bodziec bezwarunkowy, który poprzez jego powtarzalność wymusza podświadomie określoną reakcję. Do rozwoju badań w dziedzinie warunkowania przyczynił się także Burrhus Frederic Skinner, który sklasyfikował warunkowanie sprawcze¹⁵. Dochodzi do niego w momencie, w którym oprócz bodźca bezwarunkowego, występuje także nagroda lub kara po określonym zachowaniu lub decyzji. Te dwa rodzaje warunkowania wywarły ogromny wpływ na zrozumienie podświadomych wzorców w procesie podejmowania decyzji, zarówno w psychologicznym kontekście zrozumienia zachowań ludzkich, jak i w analizie zachowań konsumenckich w ekonomii behawioralnej¹⁶.

Wpływ na podejmowanie decyzji mają też aspekty genetyczne. Istotny wpływ na decyzje jednostek mają np. geny warunkujące stopień produkcji serotoniny¹⁷, dopaminy¹⁸ i wiele innych. U każdego człowieka stopień produkcji serotoniny i dopaminy pod wpływem określonych bodźców jest różny w zależności od uwarunkowań genetycznych. W przypadku spoglądania na proces decyzyjny z perspektywy genetyki, człowiek nie różni się bardzo od zwierząt, większość decyzji podporządkowując procesom fizjologicznym. Połączenie aspektów warunkowań i genetyki może skłaniać do wniosków, że w rzeczywistości człowiek nigdy nie podejmuje świadomych decyzji, a tak naprawdę jest w tym procesie niewolnikiem swoich genów i uwarunkowań z przeszłości. Takie podejście byłoby całkowitym przeciwieństwem analizowania zachowań konsumenckich w modelu *homo oeconomicus*¹⁹. Jednak jak wskazują obecne obserwacje i badania nad procesem decyzyjnym, najbardziej optymalna jest analiza zachowań umiejscowiona gdzieś pomiędzy tymi skrajnymi podejściami.

Jak te teorie zachowań mają się do rynku nieruchomości? Patrząc na dostępne badania w tej tematyce, częściej poruszane są zachowania sprzedawców i inwestorów. Często przy omawianym temacie pojawiają się zachowania konsumentów w kontekście, jak sprzedawca powinien na nie zareagować. Przykładem jest książka Grażyny Białopiotrowicz *Psychologia sprzedaży nieruchomości*²⁰. Jest to *de facto* podręcznik sprzedaży nieruchomości dla agentów. W pierwszej części książki autorka opisuje, jaki wygląd powinien mieć pośrednik nieruchomości i jakie zachowania i cechy osobowości są najbardziej pożądane w procesie sprzedaży.

¹⁵ S. McLeod, *Skinner — Operated Conditioning*, Manchester 2007, s. 3.

¹⁶ V.K. Wells, *Behavioural psychology, marketing and consumer behaviour: A literature review and future research agenda*, „Journal of Marketing Management” 2012, nr 30, s. 2–31.

¹⁷ Q. Luo, *Comparable roles for serotonin in rats and humans for computations underlying flexible decision-making*, Shanghai 2023, s. 1–7.

¹⁸ R.D. Rogers, *The Roles of Dopamine and Serotonin in Decision Making: Evidence from Pharmacological Experiments in Humans*, Oxford 2010.

¹⁹ H. Mruk, *Zachowania konsumentów w świetle ekonomii behawioralnej*, „Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach” 2017, nr 2, s. 2.

²⁰ G. Białopiotrowicz, *Psychologia sprzedaży nieruchomości*, Warszawa 2010, s. 17–69.

Autorka książki sugeruje, że te wszystkie zabiegi ze strony sprzedawcy mają nacechowanie behawioralne. Działa tu heurystyka reprezentatywności²¹. Konsument mający do dyspozycji kilku agentów nieruchomości z większym prawdopodobieństwem zaufa temu sprzedawcy, który ma lepszy wygląd, lepiej się wysławia i ma większe poczucie własnej wartości i pewność realizacji celów sprzedażowych. W dalszej części autorka opisuje mechanizmy wywierania wpływu społecznego sklasyfikowane przez Roberta Cialdiniego²². Amerykański psycholog włoskiego pochodzenia sklasyfikował w swojej książce *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka* sześć mechanizmów. G. Białopiotrowicz opisuje ich zastosowanie na rynku nieruchomości²³. Pierwszym jest reguła wzajemności. Polega ona na małych ustępstwach ze strony agenta, które w następstwie powodują odwzajemnienie się przez klienta. Reguła zaangażowania i konsekwencji ma na celu wzbudzenie poczucia współpracy z agentem, który działa w zawodzie z pełną pasją, wkładając w pracę całe serce. Powoduje to równoczesne zaangażowanie klienta. Reguła sympatii jest powiązana z błędem poznawczym, jakim jest efekt aureoli²⁴. Czwartą regułą jest siła autorytetu. Agent ma za zadanie postawić się w roli eksperta i zaimponować klientowi wiedzą na temat rynku nieruchomości, przez co wzbudzi większe zaufanie klienta. Reguła niedostępności polega na wywarceniu wrażenia na kliencie, że dana nieruchomość cieszy się wysokim zainteresowaniem i może niedługo zniknąć z rynku lub że nieruchomości na tym obszarze są szybko rozchwytywane. Ostatnią regułą jest społeczny dowód słuszności. Ten błąd poznawczy jest nazywany inaczej „owczym pędem”²⁵. Te wszystkie błędy powodują swoiste zakrzywienie poznawcze u klienta, który pod ich wpływem może podjąć decyzje, które nie będą najbardziej optymalne.

Diego Salzman i Remco C.J. Zwinkels w artykule pod tytułem *Behavioural real estate (Nieruchomości behawioralne)* rozwijają ten temat z perspektywy decyzji konsumenckich²⁶. Opisują czternaście błędów poznawczych, które mają wpływ na decyzje konsumentów na rynku domów. Wymieniają oni heurystykę dostępności umysłowej, której zastosowanie na rynku nieruchomości również przebadalem w autorskim badaniu. Opisali też błąd poznawczy „opóźniania i wybładzania” mający wpływ przy inwestowaniu w nieruchomości, polegający na skłonności do wygładzania i opóźniania odczytów wskaźników ekonomicznych. Kolejny przeanalizowany błąd poznawczy to *misaligned incentives* (źle dobrane zachęty lub impulsy inwestycyjne). Ten błąd polega na tym, że konwersja kapi-

²¹ D. Kahneman, *Thinking fast and slow*, New York 2011, s. 206.

²² R. Cialdini, *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*, Sopot 2008.

²³ G. Białopiotrowicz, *Psychologia sprzedaży...*, s. 223–234.

²⁴ J. Jabłońska-Bonca, „Efekt Aureoli” i „Efekt Uczestnictwa” a niezależność prawników-naukowców, „Przegląd prawa i administracji” CX, 2017, nr 110, s. 12.

²⁵ J. Cypryański, E. Rudawska, A. Grzesiuk, *Wybrane aspekty zachowań nabywców na aukcjach internetowych. Studium przypadku rynku akcesoriów do telefonów komórkowych*, Szczecin 2016, s. 8.

²⁶ D. Salzman, R.C.J. Zwinkels, *Behavioural real estate*, Duisenberg 2013, s. 7–15.

tału własnego prowadzi do ryzyka moralnego i niższych zwrotów z inwestycji. Opisali także następujące heurystyki i błędy poznawcze: nadmierny optymizm, nadmierna pewność siebie, błąd potwierdzenia, efekt momentu, efekt owczego pędu, irracjonalny entuzjazm, teoria żalu, iluzja pieniędzy, mentalne księgowanie, awersja do strat oraz błąd domu²⁷. Z przeanalizowanego materiału wysnuwają wnioski, że mimo wysokich wartości inwestycji i wydatków na rynku domów ludzie podlegają takim samym błędom poznawczym jak na innych rynkach, a ze względu na wysokie sumy, jakimi operuje się na tym rynku, działanie niektórych błędów jest jeszcze silniejsze.

H. Kent Baker i Peter Chinloy proponują analizę zachowań na tym rynku z dwóch perspektyw: monetarnej i niemonetarnej²⁸. Przedstawiają pewne błędy w rozumowaniu teorii rynków efektywnych, jednak twierdzą, że nie można jej całkowicie przekreślić, ponieważ podobnie z perspektywy behawioralnej człowiek nie zawsze zachowuje się irracjonalnie. Zwracają uwagę na zależność decyzji pomiędzy ceną a czasem transakcji. Dane makroekonomiczne dotyczące tej zależności często nie pokazują jej w faktycznym wymiarze, dlatego istotne jest zastosowanie w tej dziedzinie podejścia behawioralnego. Następnie analizują psychologiczną zależność pomiędzy ceną ogłoszeniową a transakcyjną. Ceny ogłoszeniowe mają istotny wpływ na ceny transakcyjne także u innych sprzedawców, odwrotnie niż sugeruje teoria rynków efektywnych. Także podejmowane próby zmierzenia determinant zakupu poprzez portale internetowe są nieefektywne w badaniu tego, jaki wpływ na decyzje zakupowe wywarły prezentacje mieszkań przez agentów nieruchomości, ponieważ przy obecnej technologii jest to nie do zmierzenia w ujęciu statystycznym²⁹.

Na rynku nieruchomości pojawiła się potrzeba zbadania istniejących zależności w kontekście ekonomii behawioralnej. Jak pokazują pierwsze badania, ten aspekt na tym rynku ma istotne znaczenie.

Metodyka badań

Celem niniejszych badań jest zbadanie wpływu efektu awersji do skrajności, heurystyk reprezentatywności, kotwicy i dostępności umysłowej na decyzje zakupowe na rynku mieszkaniowym w Polsce. Badanie przeprowadzono od 24 stycznia do 30 kwietnia 2023. Badanie przeprowadzono na próbie 317 respondentów. W badaniu wzięły udział osoby, które planują w przyszłości zakup mieszkania. Do realizacji badań zastosowano trzy kwestionariusze.

²⁷ *Ibidem*.

²⁸ H.K Baker, P. Chinloy, M.J. Seiler, *Private real estate markets and investments*, Oxford 2014, s. 49–66.

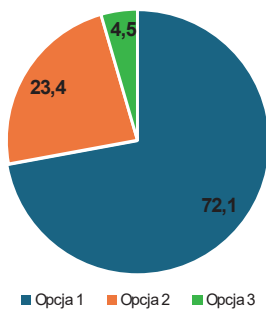
²⁹ *Ibidem*.

Badanie zostało przeprowadzone w trzech wersjach. Różniły się one kolejnością pytań, co miało na celu zbadanie heurystyki kotwicy. Informacje podane respondentom w różnej kolejności przyczyniły się do różnic w odpowiedziach przez zakotwiczenie przez respondentów pewnych wartości przy każdym pytaniu, co miało wpływ na następne odpowiedzi. Kwestionariusze miały też na celu zbadanie heurystyki dostępności umysłowej na podstawie opisu mieszkań, heurystyki reprezentatywności przez oglądanie zdjęć mieszkań i efektu awersji do skrajności poprzez podanie cen trzech mieszkań. Dodatkowo w pierwszym kwestionariuszu została podana dokładna wartość nieruchomości, a w pozostałych dwóch wersjach podano jedynie ceny za metr kwadratowy i powierzchnię mieszkania. Wartość trzeciego mieszkania była najniższa, a mieszkanie drugie miało niższą cenę za metr kwadratowy.

Wyniki badań

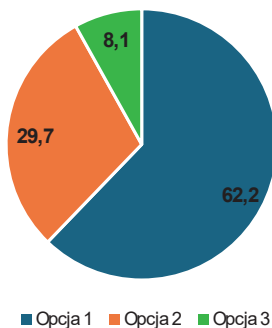
Treść pierwszego pytania brzmiała następująco:

Cena pierwszego mieszkania wynosi 607 000 zł, drugiego 631 687 zł, a ostatniego 596 367 zł.



Wykres 3. Odpowiedzi na pytanie 1

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.



Wykres 4. Odpowiedzi na pytanie 2:
Którą nieruchomość wybrali by państwo,
biorąc pod uwagę wygląd mieszkania?

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

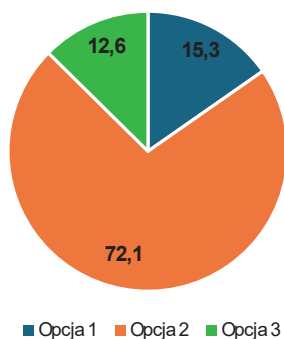
Ceny tych nieruchomości za metr kwadratowy wynoszą odpowiednio 11 000 zł, 8 897 zł i 8 901 zł. Metraże tych nieruchomości wynoszą 57, 71 i 67 metrów kwadratowych. Jakie mieszkanie wybiorą państwo, znając powyższe informacje?

Najwięcej respondentów zaznaczyło trzecią odpowiedź (72,1%). Drugą opcję zaznaczyło 23,4% osób, prawdopodobnie ze względu na większy metraż od mieszkania pierwszego. Pierwszą opcję wybrało 4,5% respondentów. Oznacza to, że respondenci w momencie, kiedy mieli dokonać wyboru, kierując się tylko ceną i znając całkowitą ceną mieszkania, wybrali mieszkanie o najniższej cenie.

Drugie pytanie dotyczy heurystyki reprezentatywności. Respondenci zostali zapytani o wybór mieszkania kierując się tylko wyglądem. 62,2% respondentów wybrało mieszkanie pierwsze, wykonane w najwyższym standardzie z tych trzech mieszkań. 29,7% osób wybrało drugie mieszkanie, wykonane w nieco tańszym standardzie od mieszkania pierwszego. 8,1% respondentów zdecydowało się na mieszkanie trzecie, wykonane najprościej i najtaniej z przedstawionych mieszkań.

W trzecim pytaniu respondenci zostali zapoznani z opisem tych mieszkań:

Pierwsza nieruchomość znajduje się w ścisłym centrum miasta, w jej otoczeniu znajduje się niewiele zieleni. Jest położona 300 m od dużego węzła komunikacyjnego, przez co jest bardzo dobrze skomunikowana z resztą miasta, jednak w ciągu dnia jest dość głośno. Drugie mieszkanie znajduje się w spokojnej, dobrze państwu znanej okolicy. W jej otoczeniu jest duży park. Do najbliższego przystanku jest około 800m Ostatnia nieruchomość jest w odległości 5 km od centrum. W okolicy nie ma parku, natomiast jest więcej przyulicznej zieleni niż w okolicy pozostałych mieszkań. Najbliższy przystanek jest oddalony o 1 km od mieszkania, natomiast w odległości 1 100 m jest stacja szybkiej kolei miejskiej, którą dojazd do centrum zajmuje 10 min.

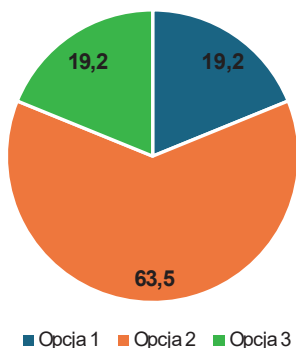


Wykres 5. Odpowiedzi na pytanie 3

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Większość (72,1%) respondentów wybrała drugie mieszkanie. Pierwsze mieszkanie wybrało 15,3% osób, a trzecie 12,6%. Pytanie miało na celu zbadanie heurystyki dostępności umysłowej, ale pod wpływem efektów badanych w poprzednich pytaniach. Jak widać respondenci w większości zdecydowali się na najdroższe mieszkanie mimo odległości od centrum. Dla respondentów była ważniejsza znana okolica, bliskość parku i największy metraż mieszkania.

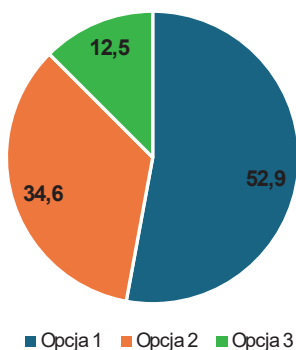
Drugi kwestionariusz rozpoczął się od pytania o wybór mieszkania na podstawie opisu. Kiedy respondenci nie znali ani ceny, ani wnętrza mieszkania odpowiedzi różniły się od odpowiedzi na to samo pytanie w poprzednim kwestionariuszu.



Wykres 6. Odpowiedzi na pytanie 6:
Które mieszkanie wybiorą państwo, decydując tylko na podstawie poniższych informacji?

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Tutaj także drugie mieszkanie zostało najczęściej wybrane (63,5%). Mieszkania pierwsze i trzecie otrzymały tyle samo odpowiedzi, każde z nich zostało wybrane przez 19,2% respondentów.



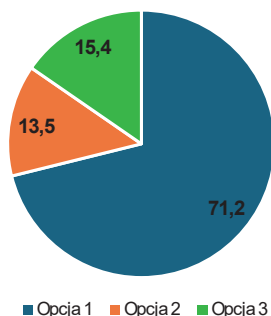
Wykres 7. Odpowiedzi na pytanie 2:
Którą nieruchomość wybrali by państwo, biorąc pod uwagę wygląd mieszkania?

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

W przypadku pytania o wygląd odpowiedzi też się różniły. Kolejność wybranych mieszkań była taka sama, ale mieszkanie pierwsze zostało wybrane przez mniejszą liczbę respondentów (52,9%). Pozostałe mieszkania były wybierane częściej niż w przypadku poprzedniego kwestionariusza. Mieszkanie drugie zostało wybrane przez 34,6% osób, a mieszkanie trzecie przez 12,5%.

Trzecie pytanie brzmiało następująco:

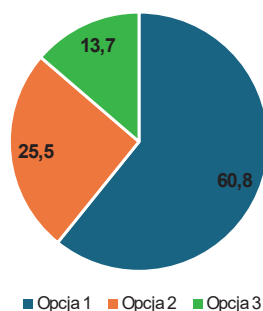
Ceny tych nieruchomości za metr kwadratowy wynoszą odpowiednio 11 000 zł, 8 897 zł i 8 901 zł. Metraże tych nieruchomości wynoszą 57, 71 i 67 metrów kwadratowych. Jak zmieni się państwa wybór znając powyższe informacje?



Wykres 8. Odpowiedzi na pytanie 3

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

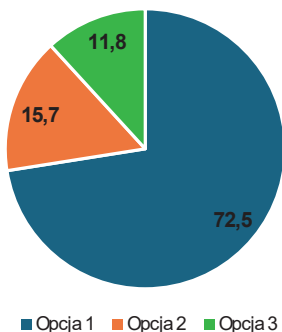
Trzecie pytanie w tym kwestionariuszu dotyczyło ostatecznego wyboru mieszkania po zapoznaniu się z ceną za metr kwadratowy i powierzchnią każdego z mieszkań. W tym przypadku odpowiedzi różnią się znacząco od poprzedniego kwestionariusza. Najwięcej odpowiedzi uzyskało drugie mieszkanie, które zostało wybrane przez 71,2% respondentów. Trzecie mieszkanie wybrało 15,4%, a pierwsze przez 13,5%. Brak podania dokładnej ceny skutkowało wyborem mieszkania, którego cena za metr kwadratowy była najniższa, ale najczęściej wybieraną opcją było najdroższe mieszkanie. Najtańsza opcja (trzecie mieszkanie) ostatecznie zostało wybrane przez 15,4% respondentów (o wiele mniej niż w pierwszym kwestionariuszu), jednak jako ostateczny wybór uzyskało ono więcej odpowiedzi niż w pierwszym kwestionariuszu (12,6%). Pierwsze mieszkanie otrzymało 13,5% odpowiedzi (więc więcej niż w przypadku pytania o cenę w pierwszym kwestionariuszu) czyli najmniej z trzech opcji.

Wykres 9. Odpowiedzi na pytanie 1:
Którą nieruchomość wybrali by państwo,
biorąc pod uwagę tylko wygląd mieszkania?

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Trzeci kwestionariusz rozpoczął się od pytania o wybór mieszkania na podstawie wyglądu. Odpowiedzi były zbliżone do pierwszego kwestionariusza. Najczęściej wybieranym mieszkaniem było mieszkanie pierwsze, (60,8%). Mieszkanie drugie zostało wybrane przez 25,5% respondentów (nieco niższy wynik niż w przypadku pierwszego formularza). Trzecie mieszkanie otrzymało 13,7% głosów i jest to wynik wyższy niż w pierwszym kwestionariuszu.

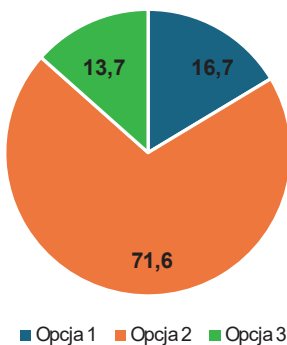
Ceny tych nieruchomości za metr kwadratowy wynoszą odpowiednio 11 000 zł, 8 897 zł i 8 901 zł. Metraże tych nieruchomości wynoszą 57, 71 i 67 metrów kwadratowych. Jak zmieni się państwa wybór znając powyższe informacje?



Wykres 10. Odpowiedzi na pytanie 2

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Drugie pytanie w tym kwestionariuszu to pytanie o wybór mieszkania o treści identycznej jak w drugim kwestionariuszu, ale przy znajomości także jego ceny. Kolejność odpowiedzi w tym kwestionariuszu jest inna niż w poprzednim. Również najczęściej wybieranym mieszkaniem było mieszkanie drugie, które otrzymało 72,5% odpowiedzi. Na drugim miejscu znalazło się mieszkanie pierwsze (15,7%). Na ostatnim miejscu zostało mieszkanie trzecie (11,8%).



Wykres 11. Odpowiedzi na pytanie 3: Które mieszkanie wybiorą państwo ostatecznie?

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Ostatnie pytanie dotyczyło ostatecznego wyboru mieszkania po przeczytaniu opisu otoczenia mieszkań. Także tutaj najczęściej wybierane było mieszkanie drugie, które wybrało 71,6% respondentów. Na drugim miejscu znalazło się mieszkanie pierwsze (16,7% — podobnie jak w pierwszym kwestionariuszu, ale inaczej niż w drugim). Ostatnie miejsce zajęło mieszkanie trzecie (13,7%).

Mimo że pytania w kwestionariuszu drugim i trzecim były identyczne, ostateczne odpowiedzi różniły się. W drugim kwestionariuszu, w którym respondenci na początku poznali opis otoczenia mieszkań, najwięcej osób wybrało drugie mieszkanie, na co wpływ miała heurystyka dostępności umysłowej ze względu na lokalizację w dobrze znanej okolicy i bliskość parku. Mieszkania pierwsze i trze-

cie otrzymały tyle samo odpowiedzi. Następnie respondenci zostali zapoznani z wyglądem mieszkania. W tym pytaniu najczęściej wybieraną odpowiedzią było mieszkanie pierwsze z powodu heurystyki reprezentatywności. Mieszkanie drugie osiągnęło w tym pytaniu najwyższy wynik w porównaniu z pytaniem o wygląd w pozostałych kwestionariuszach. Najmniej wybieraną odpowiedzią było mieszkanie trzecie. Podobnie jak w innych kwestionariuszach najwięcej odpowiedzi uzyskało mieszkanie drugie, mimo najwyższej ceny za całość mieszkania, ale z najniższą ceną za metr kwadratowy. W tym kwestionariuszu mieszkanie trzecie było wybierane wyjątkowo częściej niż mieszkanie pierwsze. Respondenci — zakotwicząc sobie wysoką cenę za metr kwadratowy pierwszego mieszkania bez podanej całościowej ceny — wybierali tę opcję najrzadziej.

Badania wykazały, że mimo iż respondenci decydowali się na racjonalny wybór mieszkania ze względu na cenę, w ostateczności zawsze wybierali najdroższe mieszkanie ze wszystkich. Najdroższe mieszkanie uzyskało najwyższe wyniki, uzyskując w pierwszym kwestionariuszu 72,1% odpowiedzi, w drugim 71,2% i w ostatnim 71,6% odpowiedzi. Jest to uwarunkowane podświadomymi mechanizmami, heurystykami, błędami poznawczymi, które w pewien sposób podejmują decyzję za człowieka. Wpływ podświadomych mechanizmów podejmowania decyzji okazał się większy niż racjonalny rachunek zysków i strat.

Bibliografia

Literatura

- Altman M., *The Nobel Prize in behavioral and experimental economics: a contextual and critical appraisal of the contributions of Daniel Kahneman and Vernon Smith*, Saskatoon 2002.
- Baker H.K., Chinloy P., Seiler M.J., *Private real estate markets and investments*, Oxford 2014.
- Białopiotrowicz G., *Psychologia sprzedaży nieruchomości*, Warszawa 2010.
- Cialdini R., *W్యwieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*, Sopot 2008.
- Cypryjański J., Rudawska E., Grzesiuk A., *Wybrane aspekty zachowań nabywców na aukcjach internetowych. Studium przypadku rynku akcesoriów do telefonów komórkowych*, „Handel wewnętrzny” 2016, nr 5 (365).
- Genesove D., Mayer C., *Loss Aversion and Seller Behavior: Evidence from the Housing Market*, „The Quarterly Journal of Economics” 2001, nr 116.
- Jabłońska-Bonca J., „Efekt Aureoli” i „Efekt Uczestnictwa” a niezależność prawników–naukowców, „Przegląd prawa i administracji” CX, 2017, nr 110.
- Kahneman D., Frederick S., *Representativeness revisited: Attribute substitution in intuitive judgment*, New York 2002.
- Kahneman D., *Maps of bounded rationality: a perspective on intuitive judgment and choice*, Princeton 2002.
- Kahneman D., *Thinking fast and slow*, New York 2011.
- Luo Q., *Comparable roles for serotonin in rats and humans for computations underlying flexible decision-making*, Shanghai 2023.
- McLeod S., Skinner — *Operated Conditioning*, Manchester 2007.

- Mruk H., *Konsument w gospodarce — ewolucja wiedzy o jego zachowaniach*, „Handel wewnętrzny” 2009, nr 4–5.
- Mruk H., *Zachowania konsumentów w świetle ekonomii behawioralnej*, „Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach” 2017, nr 2.
- Rehman I., Mahabadi N., Sanvictores T., Rehman C., *Classical conditioning*, Treasure Island 2017.
- Rogers R.D., *The Roles of Dopamine and Serotonin in Decision Making: Evidence from Pharmacological Experiments in Humans*, Oxford 2010.
- Salzman D., Zwinkels R.C.J., *Behavioural real estate*, Duisenberg 2013.
- Thaler R.H., *Behavioral Economics: Past, Present, and Future*, Chicago 2016.
- Tversky A., *Judgement Under Uncertainty: Heuristics And Biases*, Jerusalem 1973.
- Tversky A., Kahneman D., *Availability: A Heuristic for Judging Frequency and Probability*, Jerusalem 1973.
- Tversky A., Kahneman D., *The Simulation Heuristic*, Stanford 1981.
- Wells V.K., *Behavioural psychology, marketing and consumer behaviour: A literature review and future research agenda*, „Journal of Marketing Management” 2012, nr 30.

Źródła internetowe

- Gospodarka mieszkaniowa i infrastruktura komunalna w 2022 roku*, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/infrastruktura-komunalna-nieruchomosci/nieruchomosci-budynki-infrastruktura-komunalna/> (dostęp: 8.03.2024).
- Gospodarka mieszkaniowa w 2022 roku*, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/infrastruktura-komunalna-nieruchomosci/nieruchomosci-budynki-infrastruktura-komunalna/> (dostęp: 8.03.2024).
- Obrót nieruchomościami w 2022 roku*, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/infrastruktura-komunalna-nieruchomosci/nieruchomosci-budynki-infrastruktura-komunalna/> (dostęp: 8.03.2024).
- Rynek nieruchomości raport: 1 kwartał 2023*, <https://morizon-gratka.pl/wp-content/uploads/2024/03/Rynek-Nieruchomosci.pdf> (dostęp: 8.03.2024).