



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PADOVA
DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE ED AZIENDALI
"M. FANNO"

CORSO DI LAUREA IN ECONOMIA

PROVA FINALE

**'LE CONSEGUENZE DELL'AVVERSIONE AL RIMPIANTO: EFFETTI
DEL FEEDBACK ATTESO SULLA PRESA DI DECISIONI RISCHIOSE'**

RELATORE:

CH.MO PROF. THOMAS BASSETTI

LAUREANDA: GUSTE SCERBAUSKAITE

MATRICOLA N. 1227713

ANNO ACCADEMICO 2021 – 2022

Dichiaro di aver preso visione del “Regolamento antiplagio” approvato dal Consiglio del Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali e, consapevole delle conseguenze derivanti da dichiarazioni mendaci, dichiaro che il presente lavoro non è già stato sottoposto, in tutto o in parte, per il conseguimento di un titolo accademico in altre Università italiane o straniere. Dichiaro inoltre che tutte le fonti utilizzate per la realizzazione del presente lavoro, inclusi i materiali digitali, sono state correttamente citate nel corpo del testo e nella sezione ‘Riferimenti bibliografici’.

Firma Juste Šerbauskaitė

Sommario

INTRODUZIONE	1
1. LETTERATURA ELABORATO FINALE	3
1.1 LA TEORIA DEL RIMPIANTO	3
1.2 ZEELENBERG E AL. (1996)	4
1.3 UN CONFRONTO CON ALTRE TEORIE	8
1.4 IL RIMPIANTO DERIVANTE DA SCELTE ATTIVE O PASSIVE	9
1.5 IMPLICAZIONI DEL RIMPIANTO ANTICIPATO SUL CONSUMO	11
1.6 APPLICAZIONE DELLA TEORIA DEL RIMPIANTO ALLE SCELTE DI INVESTIMENTO.....	13
2. CRITICHE E APPROFONDIMENTI	16
2.1 ZEELENBERG E AL. (1997)	16
2.2 RISOLUZIONE TOTALE.....	20
2.3 CRITICITA' E LIMITI DI ZEELENBERG E AL. (1996).....	22
3. CONCLUSIONI	24

INTRODUZIONE

Il rimpianto è un'emozione negativa, conscia ed emotiva derivante da comportamenti avuti nel passato, così potente che la prospettiva della sua esperienza futura può portare gli individui a prendere decisioni apparentemente non ottimali e non razionali rispetto al paradigma dell'Utilità attesa (Michenaud e Solnik, 2008). Nel seguente elaborato viene descritto il sentimento del rimpianto in tutte le sue manifestazioni al fine di rendere più chiaro il suo ruolo all'interno di un processo decisionale. L'idea che gli individui cerchino di ridurre al minimo il rimpianto che potrebbero provare ha una lunga storia nella letteratura decisionale, che risale al principio del minimo rimpianto di Savage (1951) e viene formalizzata per la prima volta da Bell (1982), Loomes e Sugden (1982,1983). Seppure la ricerca successiva abbia fornito un ulteriore supporto (si veda Loomes, 1988), ci sono stati anche studi che sembrano essere andati nella direzione opposta – come Loomes e Sugden (1987b) o Battalio, Kagel e Jiranyakul (1991). Gli esperimenti iniziali hanno rivelato che il rimpianto anticipato costringe i partecipanti a preferire l'opzione sicura - mostrando avversione al rischio, ma Zeelenberg e al. (1996) sono riusciti a dimostrare che gli individui cercano di minimizzare il rimpianto, non il rischio. Nonostante il rimpianto derivante da scelte sbagliate sia più doloroso di quello connesso a delle decisioni omesse, il seguente elaborato ha lo scopo di dimostrare che le opzioni "sicure" non sono l'alternativa da preferire. Più specificamente, di fronte ad una scelta l'individuo razionale dovrebbe compiere un'attenta analisi del ventaglio di opportunità a disposizione e orientare la propria preferenza, tenendo in considerazione tutte le variabili. Successivamente, è fondamentale riuscire ad imparare dai propri errori. Motivo per cui, accorgersi a 60 anni di non aver risparmiato o investito in qualcosa è sicuramente peggio che non aver preso scelte rischiose in giovane età: avrebbero potuto offrire degli insegnamenti preziosi. Il denaro può essere sempre riguadagnato, invece il tempo e l'esperienza accumulabile nel corso della propria vita sono irrecuperabili. Nel capitolo 2 della seguente trattazione si introduce il sentimento del rimpianto a seconda che esso agisca all'inizio o al termine di un processo decisionale, che derivi da scelte attive o passive e nelle sue varie manifestazioni (Hot o Wistful). Sono stati riportati nel dettaglio i tre esperimenti condotti da Zeelenberg e al. nel 1996 nei quali è stato usato un paradigma del gioco d'azzardo privo di contesto; a seguire, nel capitolo 3, viene approfondito lo studio condotto dagli stessi l'anno successivo - mediante il supporto del gioco dell'ultimatum e di contesti più ricchi. Il capitolo 2 contiene infine, una digressione relativa al ruolo del rimpianto all'interno delle scelte di consumo e alcuni dei meccanismi

psicologici attraverso i quali l'uomo naviga quotidianamente nel mondo sempre più ampio e variegato del commercio. A concludere il capitolo è uno studio alquanto recente (Michenaud e Solnik, 2008) che rivela l'ulteriore utilità della teoria del rimpianto se applicata agli investimenti, al fine di derivare soluzioni a scelte di copertura valutaria ottimali. Nell'ultima parte dell'elaborato, si introduce la condizione di risoluzione totale di un processo decisionale e ne vengono analizzati gli effetti, considerazione assente negli esperimenti di Zeelenberg e al. (1996).

1.LETTERATURA ELABORATO FINALE

Seppur molte persone potrebbero affermare di ‘non rimpiangere nulla’ o ‘non voler cambiare niente nella propria vita’, vivere una vita senza rimpianti è una missione straordinariamente difficile da realizzare. Il rimpianto si identifica con un vissuto di rammarico per un’occasione perduta ed è strettamente connesso alla capacità di scelta e all’incertezza ad essa collegata. Qualsiasi decisione comporta un certo margine di incognita e di responsabilità, motivo per cui anche non fare nulla è una scelta. Questo concetto ha affascinato molteplici studiosi e filosofi che lo hanno definito più tecnicamente come uno stato cognitivo ed emotivo, più o meno doloroso, di dispiacersi per le disgrazie, limitazioni, perdite, trasgressioni, carenze o errori (Landman, 1993). Per di più, noti economisti si sono interessati all’argomento e, combinando l’analisi concettuale con l’indagine empirica, negli anni sono riusciti a dimostrare l’influenza di tale sentimento all’interno di un processo decisionale rischioso.

1.1. LA TEORIA DEL RIMPIANTO

Il rimpianto può intervenire nel processo decisionale delle persone in due momenti distinti: prima o dopo che la scelta venga presa.

Laddove il rimpianto si manifesti anticipatamente, esso andrà ad agire sulla decisione dell’individuo. Bell (1982), Loomes e Sugden (1982) elaborano una “Teoria del rimpianto” che prende in esame non solo il dolore e il piacere associati alla scelta fatta, ma anche i sentimenti evocati dall’opzione scartata (differentemente da quanto proposto nelle classiche teorie sull’utilità di un’opzione scelta). Il soggetto riflette su quanto sarebbe stato meglio se avesse preso la decisione alternativa. Alla base della Teoria ci sono due presupposti: il primo è che le persone possano avere avuto una scelta alternativa e soprattutto, devono conoscere quali sarebbero state le conseguenze dell’opzione non selezionata. È naturale infatti, che le persone provino rammarico quando l’alternativa avrebbe generato un risultato più soddisfacente e, viceversa, si rallegrino quando essa sarebbe stata peggiore (Zeelenberg e al., 1996) - il sentimento può manifestarsi anche se il feedback dovesse derivare prettamente da una realtà immaginaria. Il secondo presupposto è che le conseguenze emotive di una determinata scelta verranno provate anticipatamente, indipendentemente dal fatto che queste siano negative o positive, e pertanto, saranno parte integrante del processo decisionale.

Nell’eventualità in cui il rimpianto si manifesti a posteriori (Gilovich e Medvec, 1995), l’individuo metterà in atto un lavoro psicologico progettato per ridurre il dolore provato,

cercando di intervenire, spesso, sulle deplorevoli azioni commesse piuttosto che, su quelle omesse. Il meccanismo che ne scaturisce è la ricerca dei cosiddetti ‘Rivestimenti d’argento’, ovvero un quid che allevi il dolore stesso, mettendo in rilievo tutti gli aspetti positivi che una determinata scelta ha comportato. L’obiettivo è affrontare psicologicamente ciò che non può essere annullato materialmente.

Il rimpianto si può manifestare in diverse forme a seconda della prospettiva temporale che si vuole adottare. È possibile infatti, fare una distinzione tra rimpianto “Wistful” e rimpianto “Hot”, molto più intenso (Kahneman, 2013). Il primo appare come una sensazione malinconica associata al lungo termine, relativa a situazioni che sarebbero potute andare diversamente; il secondo invece, viene evocato da perdite a titolo definitivo, qualificandosi come il dolore caratteristico di un’esperienza in un arco temporale alquanto breve.

Esistono due differenti livelli di rimpianto: uno relativo alla pulsione provata nel momento della scelta, l’altro che si rivela sotto forma di auto-condanna, pentimento o auto-colpa (Sugden, 1985). Nel primo caso il pentimento si ha ogniqualvolta sopraggiungono nuove informazioni, di cui non si era a conoscenza nel momento della scelta, le quali condurranno al senno del poi. Eppure, la sensazione di rammarico derivante da scelte differenti non deve comportare alcun giudizio sull’erroneità della decisione presa. Ad esempio preferendo viaggiare in auto piuttosto che in treno e poi restare coinvolti in un incidente stradale, probabilmente farà rimpiangere l’individuo del mezzo scelto, ciononostante non c’era modo di sapere in anticipo che andare in treno sarebbe stata una soluzione migliore.

Differente è lo stato d’animo provato quando ci si convince che una precedente decisione fosse sbagliata al momento della scelta, seppure le circostanze non si siano rivelate sfavorevoli. Ad esempio la scelta di guidare dopo aver assunto alcolici invece di prendere un taxi, seppur non dovesse risolversi in modo tragico o non comportasse l’essere fermati dalla polizia, non eviterà la sensazione negativa della mattina successiva - derivante dal rimpianto di essersi sottoposti ad un tale rischio.

1.2 ZEELENBERG E AL. (1996)

Lo studio condotto nel 1996 da Zeelenberg, Beattie, Van Der Pligt e De Vries smentisce la diffusa convinzione per cui i partecipanti avversi al rischio scelgono inevitabilmente l’opzione sicura. Al contrario, viene messo in luce il netto confine tra la volontà delle persone di ridurre i rimpianti e piuttosto, minimizzare i rischi. La gran parte delle ricerche antecedenti all’elaborato in questione si è servita di un feedback asimmetrico: se da un lato, l’opzione rischiosa è associata sempre ad un feedback su quanto si è rinunciato, non prendendo la direzione “sicura”, viceversa, preferendo l’alternativa meno rischiosa non si avrà la medesima

risoluzione (Kelsy e Schepanski, 1991). A dimostrazione del fatto che le persone sono motivate a minimizzare il rimpianto, non il rischio, sono stati condotti tre esperimenti (Zeelenberg e al. 1996).

ESPERIMENTO 1.

Nel primo esperimento si è chiesto a 78 studenti di psicologia dell'Università di Amsterdam di scegliere fra due opzioni con grado diverso di rischio: una relativamente rischiosa e una relativamente sicura. Dopo essere stati divisi in tre gruppi, ognuno è stato assegnato in modo casuale ad una delle tre possibili condizioni: feedback solo della scelta selezionata, feedback solo dell'opzione rischiosa oppure unicamente quello dell'opzione sicura. A conferma dell'ipotesi di partenza, ci si aspettava che le persone avrebbero scelto l'opzione relativamente sicura nel caso in cui avrebbero avuto il suo relativo feedback, e viceversa. L'opzione feedback solo della scelta selezionata era una soluzione intermedia.

Lo studio è stato condotto in due fasi differenti: una di abbinamento dell'utilità e una di scelta tra alternative di uguale valore. Le opzioni erano due: una scommessa R (rischiosa) per cui la vincita sarebbe stata maggiore (135 fiorini olandesi) ma con una probabilità solo del 35% e una scommessa S (sicura), con una probabilità di vincere al 65% una somma X. Nella prima fase l'obiettivo era rendere la scommessa S attraente tanto quanto la scommessa R, individuando innanzitutto un valore di X che soddisfacesse tale condizione e, infine, dando una valutazione a ciascuna opzione su una scala da 1 (non attraente) a 12 (molto attraente), in modo da verificare la riuscita della procedura di abbinamento. In un secondo momento seppur di fronte a scommesse ugualmente attraenti in valore assoluto, i partecipanti hanno dovuto scegliere tra le due, indicando la forza della loro preferenza in una scala da 1 (preferenza debole) a 12 (preferenza forte) e, infine, motivare la propria decisione.

L'ipotesi per cui, il feedback atteso promuova l'avversione al rischio in alcuni casi e la ricerca del medesimo in altri, è stata dimostrata e ulteriormente avvalorata dai risultati ottenuti. Il valore medio di X per cui i partecipanti hanno trovato le due scommesse ugualmente attraenti, era di 69,05 fiorini olandesi, motivo per cui la scommessa R è risultata essere leggermente meno attraente della S. I partecipanti, come previsto, erano più alla ricerca del rischio nella condizione di feedback rischioso, e viceversa (dati che trovano perfetto riscontro nella figura 1). Fa eccezione la condizione per cui verrà risolta soltanto l'opzione scelta: per essa nessuno dei partecipanti ha menzionato rimpianti o feedback.

Inoltre, sono stati significativi i risultati ottenuti dalle giustificazioni di ciascun partecipante e dalla variabile "Preferenza per il rischio" - indicante la quantità di ricerca del rischio di ciascun individuo (a cifre più elevate corrisponde una maggiore propensione al rischio). I

valori hanno confermato l'ipotesi di partenza evidenziando, tuttavia, un piccolo numero di partecipanti che hanno agito sulla base di un eventuale gioia che avrebbero potuto provare. Ad esempio, qualcuno dopo aver scelto l'alternativa rischiosa, ha specificato che sarebbe bello conoscere entrambi i risultati, soprattutto nell'ipotesi in cui in palio ci sono 130 fiorini olandesi, dimostrando che anche l'anticipo della gioia può essere anch'esso un fattore di scelta determinante.

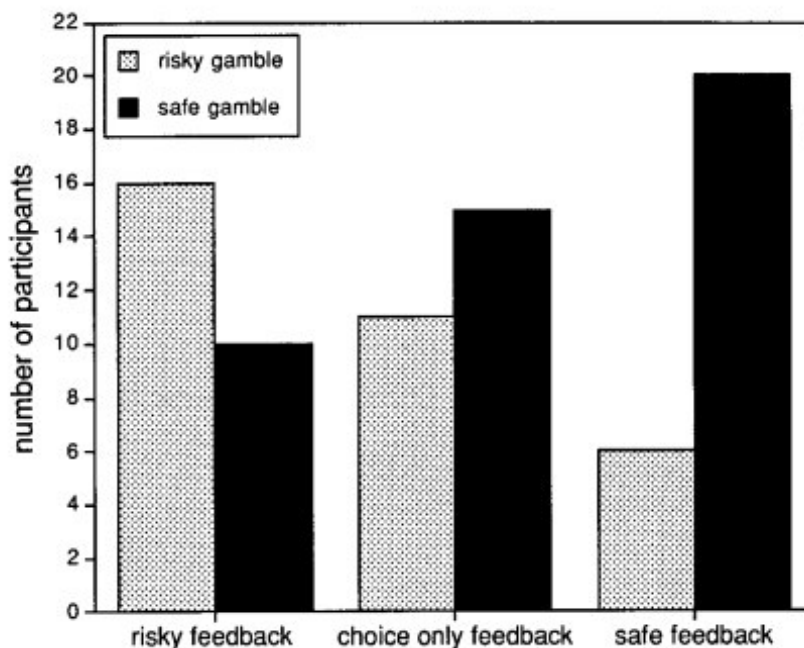


Figura 1.
Numero di partecipanti dell'esperimento 1 che hanno scelto l'alternativa sicura o rischiosa in ciascuna delle tre condizioni.

ESPERIMENTO 2.

Il secondo esperimento ha coinvolto 104 studenti di giurisprudenza dell'Università di Amsterdam in una sessione di circa 45 minuti, dando a ciascuno un compenso di 15 fiorini olandesi per la partecipazione. Lo studio ha messo in luce, ancora una volta, quanto la scelta di ciascun partecipante sia influenzata dall'ottenimento di un feedback. Questa volta sono state proposte 4 condizioni e si sono manipolati pay-off e probabilità delle scommesse tramite un disegno fattoriale 2 x 2. Laddove le scommesse presentavano bassa varianza nelle vincite e nelle probabilità, l'alternativa rischiosa consentiva di vincere 1300 fiorini olandesi (con una probabilità del 40%) contro l'opzione sicura che, invece, permetteva di ricavare un valore X con una probabilità del 60%. Al contrario, nelle scommesse con alta varianza nelle vincite e nelle probabilità era possibile vincere 5200 fiorini olandesi (con una probabilità minima del 10%) e con una probabilità del 90% di ottenere una somma X. Pertanto, si è chiesto ai

partecipanti che avevano assegnato nell'esperimento 1 i valori alle due opzioni, di apportare ulteriori modifiche in modo da rendere le scommesse attraenti allo stesso modo, assegnando l'esatto valore di X che soddisfacesse tale condizione.

Infine è stato chiesto loro di scegliere tra le scommesse e di indicare la forza della loro preferenza su una scala da -6 (forte preferenza per la scommessa S, avversione al rischio) a 6 (forte preferenza per la scommessa R, ricerca del rischio). Il valore 0 è stato associato ad un comportamento di neutralità nei confronti del rischio.

Successivamente ad un'attenta analisi delle varianze, si è scoperto che il valore X abbinato alla scommessa S era inferiore nelle condizioni di alta varianza piuttosto che in quelle di bassa varianza - a dimostrazione del fatto che, vincere con bassa varianza scegliendo la scommessa S era meno probabile che vincere con alta varianza. Come si evince dalla Tabella 1, è stata condotta un'analisi loglineare gerarchica che mostra i valori del chi quadrato del rapporto di verosomiglianza, i gradi di libertà e le relative probabilità associate a 3 modelli di complessità crescente. Nel passaggio dal primo al secondo modello si nota un adattamento ragionevolmente soddisfacente, tuttavia, l'aggiunta del termine "varianza x scelta" (che si ha con l'ultimo modello) non ha riscontrato nessun miglioramento, in quanto lo schema che includeva l'effetto principale del feedback era già così buono da non poter essere migliorato significativamente. Pertanto, i risultati dimostrano chiaramente che i partecipanti erano più alla ricerca del rischio nella condizione di feedback rischioso che nella condizione di feedback sicuro. In conclusione, anche il t-test ha dimostrato che quest'effetto era presente sia per le condizioni a bassa che ad alta varianza.

Modello	χ^2	df	p
1. (Varianza, Feedback, Scelta)	7.65	4	.15
2. (Varianza, Feedback × Scelta) D	1.06	3	.786
1-2: Feedback × Scelta	6.59	1	<.02
3. (Feedback, varianza × scelta) D	7.62	3	.055
1-3: Varianza × Scelta	0.03	1	ns.

Tabella 1.

I tre modelli di complessità crescente indicanti i valori associati ai gradi di libertà, i valori del chi quadrato e le rispettive probabilità.

ESPERIMENTO 3.

L'esperimento 3 infine, estende quanto concluso fino ad ora al dominio delle perdite. A partecipare allo studio (di durata 60 min) sono 436 studenti dell'Università di Amsterdam, dietro un corrispettivo di 15 fiorini olandesi ciascuno. Posto che, l'esperienza del rimpianto è

una minaccia all'immagine di sé o all'autostima di un decisore (Larrick, 1993), sono state condotte ricerche a dimostrazione del fatto che esistono effetti di rammarico per i guadagni, ma non per le perdite. Ancora una volta perciò, l'ipotesi di partenza è che il rimpianto si manifesterà solo quando l'opzione non scelta verrà risolta e si tradurrà in un risultato superiore, che si stia parlando di guadagni o di perdite. Le condizioni questa volta sono "feedback della scelta rischiosa" e "feedback della scelta sicura"; le somme di denaro dovevano essere perse, non vinte. Si è chiesto ai partecipanti di rendere la scommessa S attraente tanto quanto quella rischiosa e, successivamente, di valutare la non attrattività di entrambe su una scala da 1 (poco attraente) a 12 (molto poco attraente).

Inaspettatamente, è stata registrata una tendenza (non significativa) da parte di coloro che sono stati assegnati alla condizione di feedback rischioso di attribuire un valore leggermente superiore ad X. Tuttavia, ancora una volta, gli individui si sono mostrati più alla ricerca del rischio nella condizione di feedback rischioso piuttosto che in quella di feedback sicuro.

In contrasto con quanto scoperto precedentemente (Joseph e al. 1992), la ricerca in questione ha dimostrato che l'opzione sicura e quella rischiosa possono ridurre al minimo il rimpianto tanto nel campo dei guadagni che quello delle perdite.

DISCUSSIONE GENERALE

In tutti e tre gli esperimenti i partecipanti avevano la possibilità di scegliere tra una scommessa rischiosa e una sicura e, successivamente, di conoscere il risultato dell'opzione scelta. Il fatto che, talvolta si aveva la possibilità di avere un feedback anche sull'opzione non scelta, ha fatto in modo che i partecipanti si proteggessero da un risultato minaccioso (per cui carico di rimpianto). Il modello è stato riscontrato sia nelle scommesse ad alta che a bassa varianza, tuttavia sembra avere più valore nelle scommesse ad alta varianza e in quelle che coinvolgono sia guadagni che perdite.

1.3 UN CONFRONTO CON ALTRE TEORIE

Pur sapendo che il rimpianto è una componente fondamentale del processo decisionale, né la Teoria dell'Utilità né quella del Prospetto ne tengono conto (Kahneman, 2013). In particolare, la "Teoria dell'Utilità Attesa" studia il comportamento decisionale in situazioni rischiose, in cui ogni opzione comporta una serie di possibili risultati di cui si conosce la probabilità. Secondo questo principio gli individui cercheranno di massimizzare l'utilità attesa derivante da scelte rischiose e lo faranno, pesando l'utilità di ciascun risultato (associandovi la relativa probabilità) e scegliendo l'opzione con la somma ponderata più elevata (Luce e Raiffa, 1957). La teoria in questione ha dominato l'analisi del processo decisionale in condizioni di rischio

finché non ne sono state messe in luce le anomalie, successivamente evidenziate nella Teoria del Prospetto - la quale analizza le varie scelte prese in condizioni di incertezza (Kahneman e Tversky, 1979). Più specificamente, è stato dimostrato che le persone tendono a pensare in termini di guadagni e perdite, piuttosto che da un punto di vista del patrimonio netto, facendo determinate scelte come se fossero delle deviazioni da un punto di riferimento (Kahneman e Tversky, 1979). I vettori di valore o utilità vengono definiti pertanto dei cambiamenti di ricchezza, piuttosto che posizioni finali che tengono in considerazione il punto di partenza. Sulla base di tali presupposti, la posizione patrimoniale stessa appare sicuramente importante; tuttavia, l'ordine di preferenza delle prospettive non viene molto alterato da variazioni minime della situazione patrimoniale (la quale spesso ha come punto di riferimento lo Status Quo). In secondo luogo, la Teoria delle Prospettive mette in evidenza che guadagni e perdite sono trattati in modo diverso: gli individui si dimostrano avversi al rischio quando si tratta di guadagni, ma lo accettano quando si tratta di perdite.

La ricerca psicologica sul pensiero controfattuale ha affrontato numerose carenze dei modelli economici del rimpianto. In particolare, si è osservato che gli eventi non vengono mai valutati isolatamente, ma vi è sempre una comparazione con scenari alternativi che sarà soggetta ad un processo di amplificazione emotiva – la tendenza delle persone a reagire maggiormente agli scenari per cui esiti diversi sono più facilmente immaginabili (Gilovich, 1995). Lo studio condotto sul pensiero controfattuale ha permesso di superare una delle maggiori criticità della teoria del rimpianto. Innanzitutto, si è dimostrato che il rimpianto si può estendere non solo alle conseguenze delle alternative non scelte ma anche a quelle immaginate; in secondo luogo, contrariamente ai modelli economici precedenti, è stata attribuita una particolare rilevanza anche al percorso esatto attraverso il quale viene presa una decisione, poiché iter differenti (pur ottenendo lo stesso risultato) possono portare a livelli di rimpianto differenti.

1.4 IL RIMPIANTO DERIVANTE DA SCELTE ATTIVE O PASSIVE

La ricerca sul pensiero controfattuale dimostra che la distinzione tra omissione e commissione ha notevoli conseguenze edoniche: sembra che le persone provino un rimpianto maggiore per gli esiti negativi derivanti dalle azioni intraprese, piuttosto che per quelle non intraprese (Gleicher e al, 1994). Si consideri un esperimento in cui il signor Paul possiede azioni della società A. Durante l'anno precedente egli aveva preso in considerazione di passare alle azioni della società B; tuttavia ha deciso di non farlo. Ora viene a conoscenza del fatto che avrebbe guadagnato \$1200 aggiuntivi se fosse passato alla società B. Il signor George invece, possedeva delle azioni della società B ma è passato a quelle della società A. Ora scopre che se non avesse fatto questo passaggio, la sua situazione sarebbe migliore di \$ 1200 (Kahneman e

Tversky, 1982). È stato condotto un sondaggio per capire chi dei due potesse manifestare maggiore rammarico e il 92% degli intervistati ha sostenuto che fosse il signor George: egli ha la sfortuna di aver provato ed aver ‘fallito’ e probabilmente sarà tormentato da pensieri auto-incriminatori. Solitamente è più facile immaginare di essersi astenuti da azioni compiute (e quindi provare un sentimento di rimpianto) piuttosto che, rimpiangere azioni che di fatto non si sono compiute (Kahneman e Miller, 1986). Tuttavia, sembrano esistere divergenze tra lo studio sul pensiero controfattuale e il comportamento adottato dagli individui quotidianamente che, piuttosto, sembra suggerire un maggiore rimpianto nei confronti di tutto ciò che non si è compiuto fino a quel momento. Per risolvere tale dicotomia è necessario inserire i due giudizi di pensiero all’interno di un modello temporale. Nel breve periodo le persone sembrano essere più sensibili alle deplorevoli azioni commesse mentre, con il passare del tempo, s’instaurano pensieri su tutto ciò che non si è portato a termine (Gilovich, 1995). A dimostrazione di quanto specificato, è stato reclutato un gruppo di adulti in modo che compilassero un questionario che, chiedeva loro di ricordare le singole azioni e inazioni più deplorevoli accadute nella settimana precedente e, più in generale, nell’arco della loro intera vita. Focalizzandosi sull’ultima settimana, i partecipanti hanno mostrato una ripartizione di risultato piuttosto equa: il 53% si è pentito maggiormente delle azioni intraprese, mentre il 47% sembra aver manifestato più dolore per le svariate inazioni. Tuttavia, estendendo la prospettiva temporale, una maggioranza sostanziale pari all’84% ha riferito maggiore rimpianto per quanto non si è riusciti a fare (Gilovich e Medvec, 1994).

Sono stati condotti numerosi studi per capire se, l’agenzia decisionale di un individuo alla percezione del controllo e della responsabilità (relativa alla scelta di una linea d’azione) fosse una preconditione necessaria di rimpianto o gioia. Più concretamente, è stato chiesto a delle persone esterne di valutare i sentimenti provati da due individui in seguito alla percezione di un medesimo scarso ammontare: uno come conseguenza della persistenza di uno status quo e l’altro come risultato del passaggio ad uno status quo alternativo. Il partecipante che cambia, generalmente è valutato come meno soddisfatto rispetto a quello che mantiene la propria posizione. Al fine di sfidare questi risultati, sono stati condotti cinque esperimenti in cui individui ipotetici hanno sperimentato guadagni e perdite identici - alcuni come frutto della propria scelta, altri come esito di un processo esterno arbitrario (Connolly e al. 1997). Il metodo utilizzato è stato ricreare il problema dei “Due investitori nelle azioni delle società A e B” di Tversky e Kahneman e sondare il collegamento tra cambiamento e rimpianto/gioia. La percezione del mediocre ammontare precedentemente citato è stata preferita da coloro che si sono comunque arricchiti e, giudicata negativamente da coloro le cui fortune sono diminuite, fermo restando il confronto con quelli le cui ricchezze sono rimaste invariate. Il

processo è stato replicato e il risultato è stato indipendente dal fatto che il cambiamento fosse imposto da un computer o, che fosse una scelta dettata da un'attenta ricerca e un alto grado di responsabilità. Anche l'abdicazione decisionale non ha stravolto particolarmente i risultati. Sono state introdotte diverse variabili, come ad esempio il grado di amicizia tra i partecipanti o ancora, è stato aggiunto un terzo individuo le cui fortune sono migliorate. Tuttavia in nessun caso l'agenzia decisionale ha avuto grande influenza: l'effetto associato ad una scelta attiva sembra derivare dal percorso intrapreso piuttosto che, dal fatto di essere conducente o passeggero.

1.5 IMPLICAZIONI DEL RIMPIANTO ANTICIPATO SUL CONSUMO

Ogniquale volta una delle opzioni dovesse implicare il passaggio da uno status quo ad un altro, il rimpianto anticipato e la responsabilità derivanti da ciascuna scelta possono influenzare le decisioni di acquisto degli individui. Il rimpianto s'inserisce nella Teoria del Consumo sotto una duplice prospettiva. In primo luogo, il consumatore è posto di fronte ad un modello di consumo intertemporale: è necessario scegliere se acquistare il prodotto nel breve periodo oppure attendere, con la speranza che la vendita successiva sia migliore. Ogniquale volta si debba decidere di anticipare un acquisto, supponendo che lo stesso prodotto venga offerto a condizioni migliori in futuro, vi è un'alta probabilità di pentirsi della propria scelta; analogamente, è possibile essere affetti dallo stesso dolore nell'eventualità in cui venga perduta l'occasione più conveniente poiché in attesa di una migliore in futuro (Simonson, 1992). In particolare, l'acquisto immediato, sulla base delle informazioni a disposizione, appare come la scelta che non comporta alcuna strategia particolare da parte del consumatore e quella, per cui, l'individuo non si ritiene particolarmente responsabile in quanto incapace di prevedere una vendita migliore. Viceversa, decidere di aspettare un'offerta più conveniente può rivelarsi rischioso e far aumentare il prezzo del bene – eventualità in cui il rammarico provato dall'individuo sarebbe al livello massimo.

La seconda questione riguarda la scelta tra un marchio noto e un prezzo conveniente. Nel momento esatto in cui viene compiuto un acquisto, a parità di informazioni, il consumatore ha due opzioni: comprare un prodotto "sicuro" ma con un prezzo relativamente elevato (in quanto associato ad un marchio noto), oppure effettuare un acquisto più "rischioso" poiché associato ad un marchio meno noto ma più economico. Scegliendo l'opzione più economica, il consumatore rischia di scoprire successivamente l'inferiorità del prodotto rispetto al marchio conosciuto e, provare pertanto, un senso di fallimento relativo alla decisione presa, causato dalla scarsa conoscenza del prodotto. Viceversa, se viene data completa fiducia al

marchio noto, il senso di fallimento ricadrà piuttosto su chi ha prodotto/venduto il bene in questione. Tale considerazione implica inevitabilmente che, chiedendo ai consumatori di inglobare il rimpianto nel proprio processo decisionale, ci sarebbe automaticamente uno spostamento delle loro preferenze verso i marchi più noti, per i quali le responsabilità sarebbero di terzi.

A tal proposito, l'Università di Oxford ha pubblicato una ricerca condotta da Simonson nel 1992. Sono state formulate alcune ipotesi di base:

1. Dovendo scegliere tra l'acquisto attuale di un prodotto e l'attesa di un'offerta migliore, è meno probabile che i consumatori aspettino un'offerta migliore, alla luce dell'eventuale rimpianto che potrebbero provare non trovando l'offerta ottimale.
2. I consumatori saranno soggetti a maggiore rammarico e rabbia se, a posteriori, scopriranno che aspettare ha fatto sì che l'offerta migliore fosse andata perduta.
3. I consumatori proveranno un maggior senso di responsabilità se, nell'attesa di una vendita successiva, dovessero scoprire di aver perso un affare migliore.
4. Nella scelta tra marchio e prezzo, è più probabile che se, nel processo decisionale si tiene conto del rimpianto, si sceglierà il prodotto con la marca più nota.
5. I consumatori proveranno sentimenti di rimpianto e rabbia più intensi se sceglieranno un marchio sconosciuto ad un prezzo minore; tuttavia, si rivelerà essere inferiore rispetto allo scenario in cui venga acquistato il marchio noto ad un prezzo elevato e con delle qualità altrettanto scadenti.
6. I consumatori assoceranno una maggiore responsabilità se preferiranno un marchio meno noto che poi, risulterà essere più scadente rispetto al prodotto dalla marca nota, ad un prezzo elevato e con delle qualità altrettanto scadenti.

Tali ipotesi sono state esaminate in tre studi. Chiedendo ai consumatori di tenere conto di possibili errori decisionali, le decisioni relative ai tempi di acquisto e alla scelta del marchio si rivelano essere facilmente influenzabili. I risultati sono coerenti con il fatto che, quando i consumatori valutano alternative differenti associate a diversi livelli di rimpianto e responsabilità, le preferenze possono essere manipolate, rendendo più dolorosa la possibilità di fallire. Relativamente ai tempi d'acquisto, emerge che se i consumatori tenessero conto della sensazione che potrebbero provare facendo la scelta sbagliata, è più probabile che anticiperanno l'acquisto. Il dilemma tra marchio e prezzo invece, da un lato considera il fatto che, sicuramente il marchio è un indicatore dell'ipotetica qualità di un prodotto, ma d'altro canto, molti prodotti odierni (che in passato venivano differenziati) sono più simili a merci. Perciò, è molto probabile che i consumatori si chiedano se il prezzo elevato delle aziende note sia giustificato o meno. Dai risultati emerge che i produttori di marchi più noti potrebbero

aumentare le loro quote di mercato facendo leva sul senso di responsabilità che ricadrebbe sui consumatori, i quali erroneamente riporrebbero maggior fiducia sulle alternative più economiche.

Concludere che gli errori decisionali tendono ad aumentare la preferenza per gli acquisti immediati e per i marchi più noti, potrebbe non reggere in contesti con più variabili. In alcuni mercati ad esempio, non sono casuali né le entità delle vendite né i relativi tempi – infatti, alcune aziende scelgono di proporre delle offerte e degli sconti migliori per cui ovviamente, è necessario cogliere tempestivamente l'occasione. Inoltre, gli esperimenti sono stati condotti in laboratorio e per cui, bisognerebbe innanzitutto verificare se le medesime conclusioni possono essere tratte in ambienti più naturali e, in un secondo momento, provare ad estendere tali risultati anche ad altri domini – valutando ad esempio, non solo auto-colpa e rammarico ma anche autocelebrazione, in modo da stabilire l'impatto anticipato di entrambi all'interno di un processo decisionale.

1.6 APPLICAZIONE DELLA TEORIA DEL RIMPIANTO ALLE SCELTE DI INVESTIMENTO

La teoria del rimpianto si rivela ulteriormente utile se applicata ai problemi di investimento con l'obiettivo di derivare soluzioni a scelte di copertura valutaria ottimali (Michenaud e Solnik, 2008). Difatti, gli investitori possono rimpiangere di non aver preso la decisione di copertura ottimale quando, ex post, il loro investimento si rivela avere una performance inferiore rispetto a qualsiasi altro tra quelli scartati. Il sentimento si manifesta in modo così forte che, la prospettiva della sua esperienza futura può addirittura portare gli individui a prendere decisioni apparentemente non ottimali e non razionali (rispetto alla teoria dell'utilità attesa). In particolare, è stato formulato un modello di decisione finanziaria con ben due componenti di rischio: il rischio tradizionale, noto come volatilità, e appunto, il rischio di rimpianto. Michenaud e Solnik sono stati i primi ad applicare un approccio teorico formale alla copertura valutaria e sottolineano, pertanto, la difficoltà riscontrata - derivante dal fatto che il rimpianto è il prodotto di un confronto tra il risultato effettivo di ciascun portafoglio con il risultato del rendimento effettivo di tutti gli altri portafogli fattibili. Nella figura 2 viene illustrata la relazione esistente tra la copertura ottimale (h) e le sue componenti: termine di rammarico (r), termine speculativo (s) e termine di covarianza per differenti livelli di avversione al rimpianto – tenendo presente che gli investitori non hanno aspettative sui movimenti valutari, per cui $s = 0$ e $cov(r,s) = 0$. Viene attribuito (arbitrariamente) il valore 1 all'avversione al rischio e si lascia variare l'avversione al rimpianto in un intervallo da 1 a 15.

Vengono proposte più ipotesi sulle aspettative di mercato e in tutti i casi la deviazione standard dei movimenti di valuta percentuali è del 10% all'anno (per cui $\text{var}(s)=1\%$). Alla luce di quanto scoperto da Michenaud e Solnik (2008), nella figura 2 è stato raffigurato il rapporto di copertura che minimizza il rischio in tre ipotesi: in assenza di avversione al rimpianto (pari al 100%), in presenza di una quantità di avversione al rimpianto equivalente a quella di avversione al rischio (pari al 75%) e infine, nel caso in cui l'avversione al rimpianto domina l'avversione al rischio (il valore raggiunge il 50%).

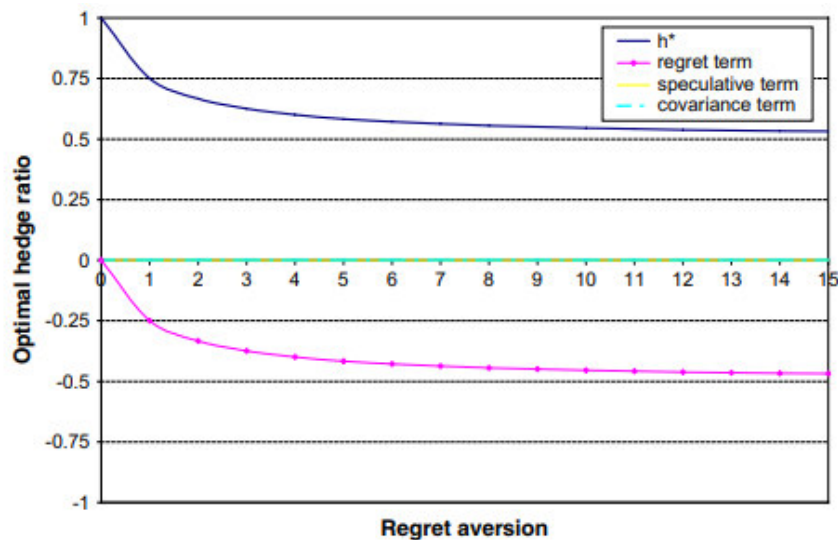


Figura 2 - Relazione tra avversione al rimpianto e l'ammontare di copertura ottimale nel caso in cui $s=0$ e $\text{cov}(r,s)=0$.

Nella figura 3 viene introdotta un'aspettativa positiva sulla valuta estera con $s = 1\%$ annuo. In assenza di rimpianti, poiché il termine speculativo compenserà esattamente il termine di avversione al rischio, gli investitori sceglieranno un'esposizione valutaria completa (il rapporto di copertura ottimale sarà pari allo 0%). Con l'aumentare dell'avversione al rimpianto, cresce anche il rapporto di copertura ottimale: esso sarà del 25% quando l'avversione al rimpianto sarà uguale all'avversione al rischio e raggiungerà il 50% nell'eventualità in cui dovesse dominare l'avversione al rimpianto.

Infine, nella figura 4 viene riportato il caso in cui vi è una covarianza positiva tra rendimento dell'attività e valuta, con un'aspettativa positiva sulla valuta estera. Detto in altri termini, il prezzo dell'attività estera (misurato in valuta estera) tende a scendere con il deprezzamento della valuta estera – caratteristica che aumenta l'impatto di una perdita di valuta. Nell'esempio in questione, l'apprezzamento valutario atteso è dell'1% e l'elasticità del rendimento dell'attività al movimento valutario ammonta a 0,2. Per cui, in assenza di rimpianti, gli investitori sceglierebbero di coprirsi al 20% in quanto il termine speculativo è del -100% e la covarianza è del 20%. Nel caso in cui l'avversione al rimpianto fosse presente e

risultasse simile all'avversione al rischio, un investitore avverso al rischio sceglierebbe una copertura del 34%; infine, nella situazione in cui il rimpianto dovesse dominare l'avversione al rischio, la copertura ammonterebbe al 50%.

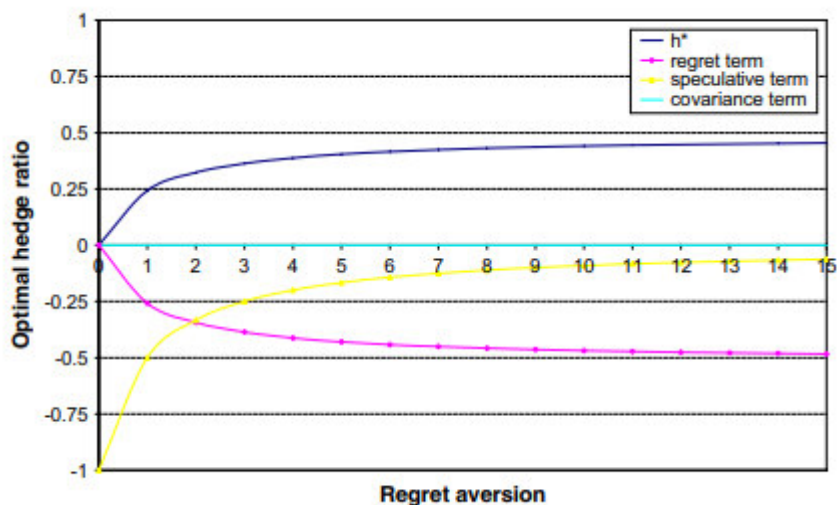


Figura 3 - Relazione tra avversione al rimpianto e l'ammontare di copertura ottimale nel caso in cui $s=1\%$ e $cov(r,s)=0$.

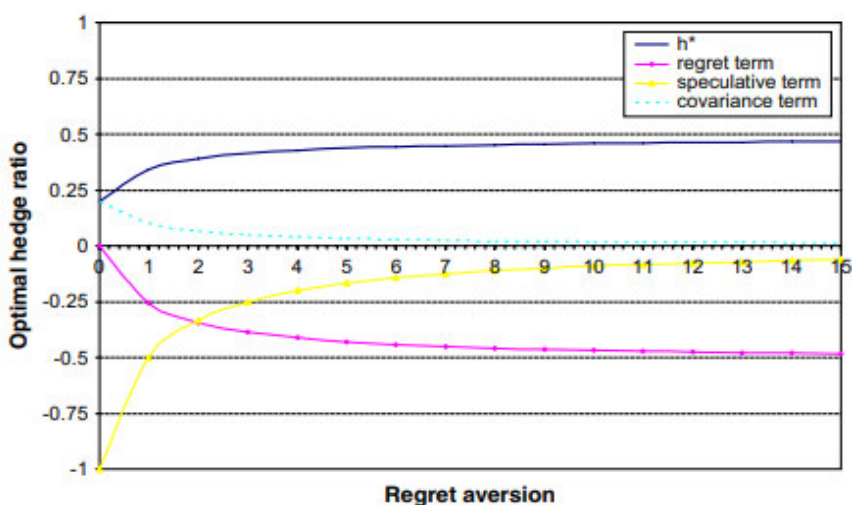


Figura 4 - Relazione tra avversione al rimpianto e l'ammontare di copertura ottimale nel caso in cui $s=1\%$ e l'elasticità del rendimento dell'attività al movimento valutario è di 0,2.

Più in generale, i risultati suggeriscono che l'avversione al rimpianto può aumentare o ridurre l'esposizione ottimale al rischio, rispetto agli investitori UE. Nel momento in cui un qualsiasi investitore tradizionale assume poca (o addirittura nessuna) esposizione al rischio valutario (figura 2), un investitore, avverso al rimpianto, tende ad esporsi maggiormente per paura di perdere l'apprezzamento della valuta. Viceversa, se un investitore tradizionale si espone al rischio valutario a causa della speculazione (figure 3 e 4), un altro avverso al rimpianto

sceglierà un'esposizione inferiore, in quanto l'avversione al rimpianto si sommerà all'avversione al rischio.

Il modello elaborato può essere applicato in altre decisioni di investimento di portafoglio, come ad esempio nella scelta dell'asset allocation tra azioni ed obbligazioni o, più semplicemente, alle decisioni prese nella direzione aziendale. È evidente ad esempio, che le multinazionali riservino una certa attenzione alla copertura dell'esposizione valutaria dei propri flussi di cassa e del bilancio. Tuttavia, quando nel 2006, di fronte ad un aumento del prezzo del petrolio (più di 70\$ a barile), le compagnie aeree hanno adottato politiche di copertura del rischio, tale decisione ha comportato enormi perdite di denaro seguite da forte rammarico (poiché i prezzi sono scesi a \$60).

2. CRITICHE E APPROFONDIMENTI

2.1 ZEELENBERG E AL. (1997)

È stato ulteriormente provato che il feedback atteso, nonché quello effettivo, influisce sul processo decisionale anche in situazioni meno libere dal contesto, in cui le opzioni di scelta non appaiono attraenti allo stesso modo. Sono stati condotti tre esperimenti, ognuno rappresentativo di un'estensione relativa a quanto già affermato in precedenza, nei quali viene manipolato il feedback atteso/effettivo sui risultati delle opzioni non scelte. L'ipotesi di partenza è che i partecipanti si pentiranno di ridurre al minimo le decisioni. La prima estensione riguarda la scelta che i partecipanti dello studio principale hanno dovuto compiere all'interno del paradigma delle scommesse (dopo aver reso le due opzioni ugualmente attraenti). La prima considerazione riguarda l'influenza del rimpianto sul processo decisionale: essendo le due scommesse indifferenti, appare eccessiva in un tale paradigma; per di più, è possibile dimostrare che il feedback atteso può influenzare le preferenze anche quando esse non sono ugualmente attraenti. La seconda estensione consiste in una maggiore contestualizzazione rispetto al primo studio, in cui è stato usato il paradigma del gioco d'azzardo in modo alquanto generico. Nella ricerca viene descritto non solo il rimpianto anticipato evocato da un'aspettativa di feedback, ma anche il quello vissuto, in virtù della sua influenza all'interno di un processo decisionale futuro.

Nel primo esperimento è stato chiesto a 41 studenti universitari inglesi di valutare due opzioni di investimento finanziario con differente grado di rischiosità: The High Interest Account (HIA) rappresentativo dell'opzione sicura e il Government Bond (GB) al quale è stata associata maggiore rischiosità e un più elevato profitto (ma anche la possibilità di non vincere

nulla). Nell'eventualità in cui i partecipanti ricevano unicamente un feedback relativo all'opzione selezionata, ci si aspetta che la preferenza ricada sull'investimento in HIA, sulla base del fatto che, dovendo scegliere tra possibili guadagni, solitamente le persone si mostreranno avverse al rischio (Kahneman e Tversky, 1979). Invece, nella condizione di "feedback dell'opzione rischiosa", scegliere l'opzione sicura può essere motivo di rimpianto se si dovesse scoprire che l'investimento rischioso si sarebbe rivelato più redditizio. In particolare, si è manipolato tale feedback, informando i partecipanti che il denaro di loro sorella era già stato investito nell'opzione rischiosa – ci si aspettava che le persone facessero lo stesso investimento. I partecipanti sono stati assegnati in modo casuale alle due condizioni: 20 avrebbero ricevuto il feedback dell'opzione rischiosa e 21 avrebbero saputo l'esito solo della scelta intrapresa. È stato chiesto ad entrambi i gruppi di indicare su una scala da 1 (Non investirei) a 7 (Investirei) la forza della loro preferenza nei confronti dei due investimenti. Come previsto, i partecipanti alla condizione "Feedback solo dell'opzione scelta" si sono mostrati avversi al rischio, viceversa, coloro che avrebbero avuto il "Feedback dell'opzione rischiosa" hanno scelto proprio l'investimento rischioso. Questi risultati corroborano ed estendono quelli proposti da Zeelenberg e al. (1996), mostrando inoltre che il feedback atteso può portare alla ricerca del rischio, anche in situazioni in cui la preferenza generale è rivolta a mostrare avversione ad esso.

Il secondo esperimento parte dal presupposto che, sebbene in Zeelenberg e al. (1996) le scelte dei consumatori siano inerenti unicamente alla sfera personale di ciascuno di essi, nella vita reale questo non accade. Detto in altri termini, le decisioni che prendiamo quotidianamente non solo riguarderanno anche gli altri ma, potrebbero anche essere influenzate dall'ambiente circostante. Gli esperimenti 2a e 2b cercano a tal proposito, di scoprire se il rimpianto anticipato può influire anche nelle decisioni interpersonali, avendo chiaro in mente che le emozioni possono svolgere un ruolo molto importante nelle negoziazioni (Barry e Oliver, 1996). Supponiamo che i partecipanti che sceglieranno di lavorare per la compagnia Alpha, avranno un bonus; una parte di essi riceverà un feedback relativo all'opzione "lavorare per l'azienda Beta", altri rimarranno ignari. Coloro che si aspettano di ottenere un feedback dalla compagnia Beta saranno alla ricerca di un bonus maggiore e, di conseguenza, si mostreranno meno disponibili a raggiungere un accordo. Il test si basa sul gioco dell'ultimatum in base al quale a due giocatori viene assegnata una somma di denaro, ipotizziamo siano 10\$. Il giocatore 1 (il Proponente) decide di offrire una parte del denaro (ad esempio 4\$) al giocatore 2 (il Risponditore). Se colui che risponde dovesse accettare l'offerta, otterrebbe 4\$, lasciando 6\$ alla controparte; se egli dovesse rifiutare, nessuno dei due percepirà nulla. Le teorie economiche, seguendo un principio di razionalità, stabiliscono che il risponditore dovrebbe

accettare la minima somma di denaro equivalente ad un centesimo, poiché è comunque più di quanto otterrebbe rifiutando l'offerta. I proponenti lo sanno e dovrebbero quindi offrire solo un centesimo, tuttavia ricerche precedenti sull'utilizzo di questo gioco (Camerer e Thaler, 1995) hanno dimostrato che ciò non accade quasi mai e inoltre, se lo facessero, i risponditori rifiuterebbero l'offerta. Difatti, offerte inferiori al 20% vengono spesso respinte e perciò le proposte medie si attestano nelle regioni del 30-40%. In un simile scenario i proponenti possono pentirsi di due cose: fare un'offerta troppo alta quando quest'ultima viene accettata, oppure farne una troppo bassa quando essa viene rifiutata. Considerando il fatto che l'offerta modale è del 50% e che le offerte superiori al 20% vengono quasi sempre accettate, è più probabile provare rimpianto per aver fatto una proposta troppo alta. Eppure ci sono ben due ragioni per cui, in un gioco di ultimatum, il rimpianto per aver proposto troppo denaro è generalmente meno grave del rimorso derivante dall'averne offerto troppo poco. La prima risiede nel fatto che quando i proponenti si pentono di aver fatto un'offerta troppo alta, hanno ancora del denaro, mentre quando provano rammarico per averne fatto una troppo bassa, in realtà non hanno ottenuto nulla. In secondo luogo, seppure i proponenti siano consapevoli di aver fatto una proposta troppo alta, non sanno fino a che punto - motivo per cui il possibile rimpianto non sarà così doloroso. Lo scenario cambia completamente quando viene introdotto il concetto di feedback: nel presente esperimento si è manipolato se i partecipanti sapessero o meno, in anticipo, che dopo aver fatto la loro proposta, avrebbero appreso l'offerta minima accettabile del rispondente. Ci si aspettava che coloro che avrebbero ottenuto un feedback sull'offerta minima accettabile, sarebbero stati inclini a proporre un importo inferiore rispetto a coloro che non avrebbero percepito alcun feedback – questo perché per i proponenti, offrire una quantità più vicina alle somme minime accettabili, avrebbe ridotto la possibilità di provare rimpianti. Nell'esperimento 2a settanta studenti universitari sono stati divisi in due condizioni (feedback vs nessun feedback) ed assegnati casualmente ad esse. Nonostante fossero tutti dei proponenti, ai partecipanti è stato detto che: metà di loro erano stati selezionati per essere il proponente, l'altra metà per essere il risponditore e che avrebbero dovuto dividere un importo di 100 fiorini come meglio credevano. Come previsto, le offerte in condizioni di feedback sono state inferiori; tuttavia, i risultati non escludono la possibilità che altri fattori possano aver condizionato lo studio. Sarebbe sicuramente ragionevole considerare la possibilità che in questo gioco, le decisioni sono frutto di considerazioni strategiche, motivo per cui è stato condotto un secondo esperimento. Lo studio 2b, infatti, è stato impostato alle stesse condizioni, con la differenza che non era previsto il reale gioco dell'ultimatum ma, piuttosto, una serie di diversi compiti di giudizio durante i quali è stato domandato a ciascuno cosa avrebbe preferito se avesse giocato. Infine, è stato chiesto agli

studenti di rispondere ad alcune domande dopo aver fatto la propria offerta. Per prima cosa si è chiesto loro di indicare fino a che punto erano convinti che l'altra persona avrebbe accettato la loro offerta e, in un secondo momento, sono state proposte quattro diverse considerazioni a cui essi avrebbero dovuto dare un voto, da 1 a 9, indicante il ruolo che queste hanno avuto nel processo decisionale. Le considerazioni erano “Volevo che la mia offerta fosse il più strategica possibile”, “Non volevo provare rammarico per un’offerta troppo alta”, “Non volevo provare rammarico per un’offerta troppo bassa”, “Temevo che la mia offerta non sarebbe stata accettata”. Sorprendentemente, i risultati del secondo esperimento hanno confermato quanto espresso nel primo, a dimostrazione del fatto che i dati rilevati non erano frutto di considerazioni strategiche. La figura 2 comprime e riporta i risultati ottenuti negli esperimenti 2a e 2b. Nel complesso, solo le considerazioni relative all’affermazione “Non volevo provare rammarico per un’offerta troppo alta” sono risultate effettivamente correlate in modo significativo, di conseguenza solamente coloro che le avevano assegnato un voto alto, hanno riportato delle offerte alquanto basse. Le correlazioni tra l’offerta e le varie considerazioni sono risultate tutte poco significative e inferiori a 0,1.

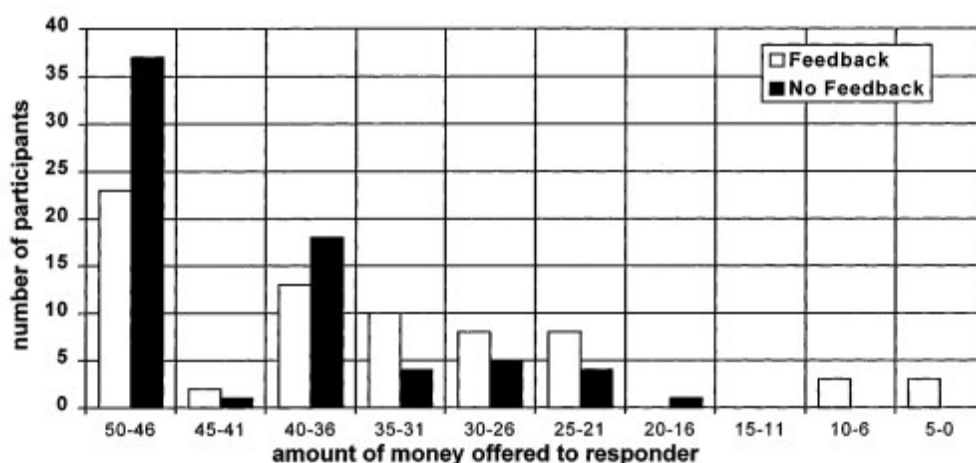


Figura 5- Proposta di distribuzione di 100 fiorini olandesi in funzione del feedback (dati combinati dagli esperimenti 2a e 2b).

In generale, le offerte non erano così basse da essere respinte; ciò suggerisce che i partecipanti hanno minimizzato sia i possibili rimpianti derivanti dall’offrire troppo sia quelli provenienti dall’offrire troppo poco. Questa scoperta estende le conclusioni precedenti, mostrando che il tentativo di minimizzare il rimpianto può influenzare il processo decisionale anche nei contesti interpersonali.

Il terzo esperimento ha affrontato le conseguenze derivanti da un sentimento di rimpianto già vissuto (in passato) sul comportamento futuro. Il rimpianto è un’emozione che viene provata regolarmente (Landman, 1993; Shimanoff, 1984), motivo per cui è ragionevole indagare su

come esso abbia origine. Ipotizzando che il rammarico vada gestito come una qualsiasi altra emozione, le persone si comporteranno in modo tale da evitarlo, scegliendo opzioni che possano proteggere loro e ripristinare uno stato emotivo, più o meno neutro. È stato riproposto ancora una volta il gioco dell'ultimatum e, questa volta, i partecipanti si aspettavano di ricevere un feedback sull'offerta minima accettabile dai rispondenti. I giocatori hanno appreso che l'offerta minima accettabile sarebbe stata: 2 oppure 10 fiorini in meno rispetto a quanto i proponenti avevano stabilito (previsione che avrebbe comportato sicuramente il rimpianto maggiore). Dopo che i 46 studenti olandesi hanno fatto la loro offerta seguendo lo stesso schema dell'esperimento 1, è stata comunicata loro la decisione del rispondente. I partecipanti hanno quindi appreso che avrebbero potuto offrire 2 fiorini in meno in alcune occasioni e 10 in altre, e l'offerta sarebbe comunque stata accettata. Nel tentativo di misurare il rammarico provato dagli stessi, è stato chiesto loro di valutare la quantità di rimpianto provato e di giudicare a posteriori l'offerta fatta. Successivamente, gli studenti sono stati informati del fatto che avrebbero giocato un secondo round con un risponditore differente e che l'offerta minima accettata nel primo round era stata mediamente di 22 fiorini. Come previsto, i partecipanti alla condizione "10 fiorini di troppo" hanno provato un rimpianto maggiore e questo ha influenzato la successiva offerta fatta, che era inferiore rispetto alla condizione "2 fiorini di troppo". In conclusione, gli studenti hanno mostrato una generale tendenza a gestire il rimpianto, comportandosi in modo tale da evitare di provarlo in futuro.

2.2 RISOLUZIONE TOTALE

Come riportato negli studi precedenti, nella scelta tra più alternative, l'incertezza può essere risolta per tutte le opzioni o solo per quella selezionata.

È stato dimostrato che gli individui sono influenzati dalle aspettative di ricevere un feedback: le prospettive che hanno meno probabilità di produrre risultati peggiori vengono selezionate più spesso quando vi è una risoluzione completa (Ritov, 1996). A tal proposito, sono stati condotti due esperimenti nei quali vi era una scelta tra lotterie statisticamente indipendenti, per le quali la possibilità di stare peggio con l'alternativa a basso rischio erano quasi altrettanto alte (o addirittura superiori) delle possibilità di stare peggio con l'alternativa ad alto rischio. È stato riscontrato che i soggetti che si aspettavano una risoluzione completa hanno scelto l'opzione ad alto rischio (ed alto guadagno) più spesso di coloro che, invece, avrebbero ricevuto un feedback solo della propria scelta. Un terzo esperimento infine, suggerisce che i cambiamenti di preferenza, dovuti ad un'eventuale risoluzione, sono legati alla probabilità che la scommessa a basso rischio produca il risultato peggiore. I risultati riportati sono perfettamente compatibili con l'ipotesi che, nella scelta tra opzioni incerte, le persone tendono

a confrontare gli stati del mondo se si aspettano di avere una risoluzione totale – in tal caso, la bontà dell'opzione selezionata sarà strettamente correlata al risultato alternativo (Boles e Messick, 1995). Difatti, un vincitore di una scommessa è stato reputato meno soddisfatto di un perdente in un'altra scommessa se, il vincitore avrebbe potuto vincere di più e il perdente avrebbe potuto perdere di più, entrambi optando l'alternativa.

Originariamente la teoria del rimpianto è stata confinata a tutte quelle decisioni in cui ci si aspettava una risoluzione completa (Bell, 1982). Tuttavia, non è possibile avere un quadro di informazioni completo per ciascuno stato del mondo, motivo per cui, in questi casi si è ipotizzato che le opzioni potessero essere trattate come statisticamente indipendenti. È stato inoltre stabilito che scegliere tra opzioni statisticamente indipendenti, per le quali non sono definite le conseguenze stato-contingenti, sia lo stesso che scegliere tra opzioni statisticamente indipendenti, per le quali invece le conseguenze sono definite (Loomes e Sugden, 1987). Si immagini di dover scegliere tra due prospettive, A_1 e A_2 , con valore atteso simile, A_1 offre G_1 (altrimenti zero) e A_2 offre G_2 (altrimenti zero). Due opzioni si definiscono statisticamente indipendenti se la probabilità che una di esse apporti un guadagno, dato che l'altra abbia prodotto una vincita, è la stessa della probabilità incondizionata. Per cui, in ciascuna delle seguenti situazioni, A_1 e A_2 saranno indipendenti: (A) Verrà giocata solamente la lotteria corrispondente al prospetto scelto; (B) Si giocheranno entrambe le lotterie; (C) I risultati di A_1 e A_2 dipenderanno da una singola lotteria. Le seguenti opzioni sono illustrate nella matrice stato-conseguenza riportata nella tabella 2. Si consideri ad esempio, di dover scegliere tra una scommessa A_1 che offre l'80% di possibilità di vincere \$18 (o non vincere nulla) e A_2 , con la quale si potrebbero ottenere \$29 (o non ottenere nulla) con una probabilità del 50%. Per risolvere ogni lotteria è necessario estrarre una pallina da un'urna, al cui interno ci sono palline segnate e non segnate; le somme menzionate saranno vinte solo nel caso in cui viene pescata una pallina segnata. L'urna corrispondente ad A_1 contiene l'80% di palline segnate e quella corrispondente ad A_2 ne ha il 50%. La situazione (A) si realizzerà solo se una pallina verrà estratta dall'urna corrispondente alla lotteria selezionata; l'opzione (B) si realizzerà se, dopo che la scelta è stata fatta, si estrarrà una pallina da entrambe le urne; infine, lo scenario (C) potrebbe realizzarsi se si creasse un'unica urna contenente tutte le palline (magari contrassegnate da segni differenti) e se ne estraesse una (risolvendo contemporaneamente entrambe le scommesse). Se le tre situazioni fossero equivalenti, come sostiene la versione successiva della Teoria del rimpianto, la scelta tra A_1 e A_2 dovrebbe essere la stessa in tutti e tre i casi. Contrariamente a questa previsione, è stato dimostrato che la scelta tra due lotterie statisticamente indipendenti, è sistematicamente influenzata dall'aspettativa dei partecipanti di avere un feedback su tutti gli stati del mondo (Ritov, 1996).

State-Contingent Consequences for a Single Lottery				
Prospect	Probability of state of the world			
	I $p_1 * (1 - p_2)$	II $(1 - p_1) * p_2$	III $p_1 * p_2$	IV $(1 - p_1) * (1 - p_2)$
A ₁	G ₁	0	G ₁	0
A ₂	0	G ₂	G ₂	0

Tabella 2 – Le probabilità di guadagno associate alle due prospettive A1 e A2.

Come già ribadito, la risoluzione completa di tutte le opzioni garantisce la possibilità di provare rimpianto, tuttavia essa varia a seconda delle alternative presenti nel ventaglio di alternative a disposizione. È stato inoltre dimostrato che, l'anticipazione di una risoluzione completa non ha alcuna correlazione con un aumento di attrattiva delle scommesse ad alto rischio, ipotesi originariamente formulata dalla Ritov. Nel complesso, i dati suggeriscono che quando si prevede che l'esito dell'opzione non scelta sia reso noto, esso diventa un punto di confronto saliente, indipendentemente dal fatto che la totale risoluzione sia effettiva o solamente immaginata. È chiaro che se, il feedback dell'opzione non selezionata è solamente ipotetico, il rimpianto avrà un'intensità inferiore. Tuttavia, per fare delle previsioni più esatte sarebbe necessario disporre di un modello di utilità dettagliato, relativo alla ponderazione sia dei risultati che delle probabilità.

2.3 CRITICITA' E LIMITI DI ZEELENBERG E AL. (1996)

Nell'esperimento condotto da Zeelenberg e al. (1996), ai partecipanti è stato chiesto di scegliere tra coppie di azioni alle quali erano associate conseguenze incerte e unidimensionali - il denaro è stata la dimensione meglio rappresentativa delle preferenze individuali. Le probabilità sono state indicate ai soggetti come parte integrante dei dati, o comunque, erano facilmente calcolabili applicando regole di buon senso. In un certo senso, tali caratteristiche possono sembrare ridurre la difficoltà della scelta (Sugden, 1985). Tuttavia, è necessario rendersi conto del fatto che questi problemi sono altamente artificiali: esclusa quella minoranza di persone che scommette regolarmente su giochi di pura fortuna, difficilmente i partecipanti di questi esperimenti avranno molta esperienza in questo tipo di scelta. È molto probabile piuttosto, che le situazioni di vita quotidiana abbiano coinvolto degli insiemi mal definiti, delle conseguenze multimodali e delle probabilità sconosciute. Non dovremmo

quindi pensare che le persone affrontino questi problemi di scelta con delle preferenze note, come ad esempio farebbero tra tè e caffè.

Inoltre, le conclusioni di Zeelenberg e al. (1996) non menzionano il tema relativo al “premio per il rimpianto”, inteso come quella somma di denaro che le persone sarebbero disposte a pagare pur di evitare il sentimento doloroso. A riguardo, è stata elaborata una “Teoria di Negoziazione” composta da una serie di decisioni sull’accettazione, il rifiuto e la presentazione di offerte (Neale e Bazerman, 1991). Molto spesso i negoziatori si trovano a decidere se accettare un’offerta o rifiutarla e optare per altre proposte - questo concetto è stato definito BATNA, “Best Alternative To a Negotiated Agreement” (Fisher e Ury, 1981). Quando si conosce con certezza il valore della propria BATNA, la decisione di accettare o meno un’offerta può essere semplice, tuttavia essa diventa più complicata quando tale parametro è ignoto. In tal caso potrebbe essere necessario decidere facendo affidamento semplicemente su una stima delle possibili offerte a disposizione: il risultato sarebbe una decisione soggetta ad una certa percentuale di rischio (Larric e Boles, 1995). Nelle decisioni di negoziazione rischiose, è possibile misurare l’avversione al rischio di un individuo, trovando il prezzo al quale egli è indifferente tra l’accettazione di un’offerta finale o l’accettazione di un BATNA incerto – questo prezzo è chiamato “Prezzo di prenotazione” (Raiffa, 1982). Un venditore si definisce avverso al rischio se imposta il suo prezzo di prenotazione al di sopra del valore atteso del suo BATNA (Farber e Katz, 1979). In particolare, l’attenzione si è riposta sul ruolo che il rimpianto anticipato riveste per i negoziatori sottoposti a scelte rischiose. I soggetti si sono mostrati maggiormente avversi al rischio quando si aspettavano che non avrebbero appreso l’esito della loro alternativa rischiosa, la loro BATNA, rispetto a quando si aspettavano che l’avrebbero fatto. La differenza tra i vari prezzi di prenotazione riscontrati nello studio di Larric e Boles (1995), è proprio una misura del premio del rimpianto che le persone sono disposte a pagare (Bell, 1983). I risultati ottenuti infatti, mostrano che i soggetti erano disposti a rinunciare a circa il 10% del valore atteso dell’alternativa rischiosa se questo li avrebbe protetti da un feedback sulla scommessa. Tale scoperta offre una forte evidenza a sostegno della teoria del rimpianto. Questi risultati hanno delle implicazioni pratiche anche per migliorare il processo decisionale (Einhorn e Hogarth, 1978): è stato osservato infatti, che non sempre le persone ricevono un feedback sulle alternative scontate e questo impedisce loro di imparare dall’esperienza. In alcuni casi la semplice aspettativa di feedback può non solo incentivare gli individui a prendere delle decisioni più neutrali al rischio, ma ha anche dei benefici derivanti dalla possibilità di imparare. Tuttavia in altre circostanze, fornire ai responsabili delle decisioni un feedback “correttivo” su alternative scontate, può portare a varie forme di comportamento

difensivo - problema che può essere ulteriormente aggravato se si considera il fatto che, tale feedback è spesso pubblico e perciò, espone i soggetti sia al rimpianto che all'imbarazzo (Tetlock, 1985). Un modo per ridurre la difensiva potrebbe essere formare i decisori (e coloro che li giudicano) a valutare la qualità di una scelta separatamente dalla qualità di un risultato (Baron ed Hershey, 1988). È stato dimostrato che diventare un buon decisore è come diventare un buon atleta e che la maggior parte dei decisori commette alcuni tipi di errori standard (Russo e Schoemaker, 1989). Uno di questi è, per l'appunto, non riuscire ad interpretare l'evidenza dei risultati passati per quello che sono veramente: quando gli eventi vanno bene tendiamo a vendere il successo come risultato del nostro stesso genio ma, quando questi vanno male, razionalizziamo una spiegazione che preserva l'immagine positiva che abbiamo di noi stessi. In realtà, dovremmo cercare di riconoscere i nostri pregiudizi e interpretare il feedback in modo realistico, trasformando ogni esperienza in conoscenza affidabile. Tuttavia, la ricerca mostra che il tentativo di trovare delle informazioni post-decisionali da parte dei soggetti, è sbilanciata a favore delle informazioni che supportano la loro stessa scelta (Frey, 1986); inoltre quando le persone non sanno se il feedback sarà di supporto o meno, tendono completamente (ma appunto, erroneamente) ad evitarlo (Northcraft e Ashford, 1990).

3. CONCLUSIONI

Nel seguente elaborato sono stati proposti diversi studi ed esperimenti, condotti per trovare una razionalità di base al comportamento umano, apparentemente in contrasto con sentimenti come il rimpianto. La "Teoria del Rimpianto", proposta da Bell, Loomes e Sugden negli anni ottanta, nasce dall'inadattabilità della "Teoria dell'Utilità Attesa" di spiegare comportamenti di individui sottoposti ad una scelta, definibili, a primo impatto, irrazionali. Questa considerazione, spiegano gli Autori, trova ampia giustificazione se si assume che le nostre azioni possono ambire ad una massimizzazione di previsioni legate alla funzione di utilità modificata – motivo per cui determinati comportamenti diverrebbero in un certo senso logici. Tuttavia, a distanza di anni, la Teoria del Rimpianto incontra ancora il limite di non poter essere un'alternativa esaustiva alla Teoria dell'Utilità Attesa. Definire un comportamento razionale in valore assoluto sarebbe scorretto se non viene espresso il termine di paragone; allo stesso modo, l'ipotesi stessa di razionalità delle percezioni è condizionata da una serie di variabili, le quali non trovano rappresentazione in un contesto di laboratorio. Nella quotidianità, non solo gli individui tendono ad acquisire ed elaborare informazioni tramite un numero finito di regole intuitive o euristiche che, in quanto frutto di approssimazioni, possono

generare errori sistematici e significativi, ma fondamentale è il ruolo giocato dalla sfera emotiva. Interessante è notare che all'interno di un processo decisionale, vi sono altre variabili oltre al ruolo del rimpianto: fenomeni noti come dissonanza cognitiva (conflitto mentale vissuto dagli individui quando scoprono che una loro convinzione è errata), "attribution bias" (ricerca di un fattore esterno che sia responsabile di scelte sbagliate) e "mental accounting". Relativamente a quest'ultimo elemento, Thaler (1985 e 1989) giustifica l'irrazionalità di alcuni comportamenti partendo dall'ipotesi che le scelte economiche siano condizionate dall'esistenza di un sistema (mentale) di conti, nei quali gli individui tendono a suddividere il proprio denaro, creando differenti budget per le spese e formulando categorie differenti per ricchezza e reddito. La teoria di Thaler si scontra chiaramente con le modalità con le quali gli individui confrontano le varie alternative possibili e a parer mio, mette in evidenza l'impossibilità di isolare la componente "rimpianto" quando si è sottoposti ad una scelta di rilevanza monetaria. La stessa propensione al rischio è tipicamente condizionata da fattori quali la consistenza del capitale investibile sulla totalità del patrimonio, il proprio livello di istruzione, il genere, l'età e il periodo storico di riferimento. I fattori che hanno guidato le scelte degli individui sottoposti ai vari esperimenti trent'anni fa, non sarebbero gli stessi di oggi. Oggi la parola d'ordine è sicurezza, protezione. In seguito ad una pandemia non ancora archiviata e con una guerra in atto, l'incertezza domina in Italia, dove cresce una generale prudenza da un punto di vista finanziario, la ricerca di coperture assicurative, una propensione al risparmio e una conseguente avversione al rischio. La letteratura esistente, pur spiegando alcuni degli effetti del rimpianto all'interno di un processo decisionale, ha ancora un ampio margine di approfondimento in una generazione come la nostra, vincolata a strategie di risparmio per compensare il rialzo dei prezzi causato dall'inflazione, costretta a cambiare il mix di prodotti e sogni nel proprio carrello.

BIBLIOGRAFIA

- Baron, J., ed Hershey, J. C. (1988). Outcome bias in decision evaluation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54.
- Barry, B., e Oliver, L. (1996). Affect in dyadic negotiation: A model and propositions. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 67.
- Battalio, R. C., Kagel, J. H., e Jiranyakul, K. (1991). Testing between alternative models of choice under uncertainty: Some initial results. *Journal of Risk and Uncertainty*, 3.
- Bell, D. E. (1982). Regret in decision making under uncertainty. *Operations Research*, 30.
- Bell, D. E. (1983). Risk premiums for decision regret. *Management Science*, 29.
- Boles, T. L., e Messick, D. M. (1995). A reverse outcome bias: The influence of multiple reference points on the evaluation of outcomes and decisions. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 61, 262–275.
- Camerer C. e Thaler, R. H. (1995). Ultimatums, dictators and manners. *Journal of Economic Perspectives*, 2, 209–219.
- Connolly, T., Ordonez, L. D. e Coughlan, R. Regret and Responsibility in the Evaluation of Decision Outcomes *Organizational Behaviour and Human Decision Processes* 70, 1, 73-85, 1997
- Einhorn, H. J., e Hogarth, R. M. (1978). Confidence in judgment: Persistence of the illusion of validity. *Psychological Review*, 85, 395-476.
- Farber H.S. e Katz H.C., (1979). Interest arbitration, outcomes and the incentive to bargain, *Industrial and Labour Relations Review*, 33, 55-63.
- Fisher, R. e Ury, W. (1981). *Getting to yes: Negotiating agreement without giving in*. Boston: Houghton Mifflin.
- Frey, D. (1986). Recent research on selective exposure to information. *Advances in Experimental Social Psychology*, 19, 41—80.
- Gilovich T., Medvec VH - *Giornale di personalità e sociale*, 1994.
- Gilovich T., Medvec VH. - *Revisione psicologica*, 1995.
- Gleicher, F. e al (1994). Counterfactual thinking: From what might have been to what may be. *Journal of Personality and Social Psychology* 67, 297–307.
- Josephs, R. A., Larrick, R. P., Steele, C. M., e Nisbett, R. E. (1992). Protecting the self from the negative consequences of risky decisions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62, 26–37.

- Kahneman, D. e Miller, D. T. (1986). Norm theory: Comparing reality to its alternatives. *Psychological Review*, 92, 136—153.
- Kahneman, D., e Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47, 263—291.
- Kahneman, D. e Tversky, A. (1982). The simulation heuristic. In D. Kahneman, P. Slovic, e A. Tversky (Eds.), *Judgment under uncertainty: Heuristics and biases* (pp. 201—208). New York: Cambridge Univ. Press.
- Kahneman, Daniel e Dale T. Miller (1986), "Norm Theory: Comparing Reality to Its Alternatives," *Psychological Review*, 93 (2), 136-153.
- Kahneman, D. e Tversky, A. (1997). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47, 263–291.
- Kahneman e Tversky A. - *Manuale dei fondamenti della finanza*, 2013 - World Scientific.
- Kelsey D. e Schepanski A. - *Journal of Behavioral Decision*, 1991 - Wiley Online Library.
- Larrick, R. P. (1993). Motivational factors in decision theories: The role of self-protection. *Psychological Bulletin*, 113, 440—450.
- Larrick RP. e Boles TL. - *Comportamento organizzativo e decisione umana*, 1995, Elsevier.
- Landman, J. (1993). *Regret: The persistence of the possible*. New York: Oxford University Press.
- Loomes G. e Sugden, R. (1982). Regret Theory: An alternative theory of rational choice under uncertainty. *Economic Journal*, 92, 805–824.
- Loomes, G. e Sugden, R. (1987b). Testing for regret and disappointment in choice under uncertainty. *Economic Journal (Conference)*, 97, 118-129.
- Loomes, G. (1988). Further evidence of the impact of regret and disappointment in choice under uncertainty. *Economica*, 55, 47— 62.
- Luce R. D. e Raiffa, H. (). *Giochi e decisioni: introduzione e indagine critica*. Oxford.
- Michenaud S., Solnik B. - *Journal of International Money and Finance*, 2008 – Elsevier.
- Neale, M. A. e Bazerman, M. H. (1991). *Cognition and rationality in negotiation*. New York: Free Press.
- Northcraft G. e Ashford, S. J. (1990). The preservation of self in everyday life: The effects of performance expectations and feedback context on feedback inquiry. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 47, 42—64.
- Raiffa H. (1982). *The art and science of negotiation*. Cambridge, Harvard Univ. Press.
- Ritov I. (1996). Probability of regret: Anticipation of uncertainty resolution in choice. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 66, 228–236.

Russo e Schoemaker, 1989, *Decision Traps: Ten Barriers to Brilliant Decision-Making and how to Overcome Them*.

Savage L. J. (1951). The theory of statistical decision. *Journal of the American Statistical Association*, 46, 55–67.

Simonson I. (1992). The influence of anticipating regret and responsibility on purchase decisions. *Journal of Consumer Research*, 19, 105-118.

Shimanoff S. B. (1984). Commonly named emotions in everyday conversations. *Perceptual and Motor Skills*, 58, 514.

Sugden R. (1985). Regret, recrimination, and rationality. *Theory and Decision*, 19, 77—99.

Tetlock P.E. (1985). Accountability: The neglected social context of judgement and choice. *Research in Organizational Behaviour*, 7, 297-332.

Van der Pligt J., Zeelenberg, M., van Dijk W. W., de Vries, N. K. e Richard, R. (1997). Affect, attitudes, and decisions: Let's be more specific. *European Review of Social Psychology*, 8, in press.

Zeelenberg M., Beattie J., van der Pligt J. e de Vries N. K. (1996). Consequences of regret aversion: effects of expected feedback on risky decision making. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 65, 148–158.

Zeelenberg M., van Dijk W. W., van der Pligt J., Manstead A. S. R., van Empelen P. e Reinderman, D. (1997). Emotional reactions to the outcomes of decisions: Counterfactual thought and the experience of regret and disappointment. Manuscript under review.