

Ewelina SZCZECZ-PIETKIEWICZ*

EKONOMIA BEHAWIORALNA: PODSTAWY TEORETYCZNE I MOŻLIWOŚCI WYKORZYSTANIA W PRAKTYCE MIEJSKIEJ

BEHAVIORAL ECONOMICS: THEORETICAL BACKGROUND AND OPPORTUNITIES FOR URBAN PRACTICE

DOI: 10.25167/sm.1881

ABSTRAKT: Ekonomia behawioralna, choć nadal stanowi jeden z najświeższych nurtów w teorii ekonomii, została dobrze przyjęta przez badaczy miasta, głównie ze względu na możliwości, jakie daje w praktycznym zastosowaniu. Prezentowany artykuł przybliża dorobek tej koncepcji na gruncie badań miejskich, omawiając nie tylko założenia ekonomii behawioralnej, ale przede wszystkim sposoby jej wykorzystania do analizy zmian zachodzących w miastach. W artykule wskazuje się na dorobek teoretyczny, który wydaje się ważny dla gospodarki miejskiej, ale także zastosowane praktyczne rozwiązania wynikające z odrzucenia założenia o racjonalnym zachowaniu się podmiotów w gospodarce. Istotną część wyводу stanowią także rekomendacje dla projektowania behawioralnych interwencji miejskich, wynikające z przeglądu zrealizowanych doświadczeń.

SŁOWA KLUCZOWE: ekonomia behawioralna, behawioralne interwencje publiczne, zarządzanie miastem, polityki publiczne

ABSTRACT: Behavioural economics still constitutes one of the newest conceptions in the theory of economy. Even though, it has been well-welcomed by urban researchers, mainly due to the opportunities it presents for its practical use. The presented paper will point to the achievements of this concept in urban research, by stressing not only the assumptions of behavioural economics, but above all – the ways of using it to analyse changes occurring in cities. The article points to the theoretical achievements which may seem important for the urban economy but also to practical solutions resulting from the rejection of the assumption of rational behaviour of entities in the economy. An important part of the presented argument are also recommendations for the design of behavioural urban interventions, resulting from the review of implemented experience.

KEY WORDS: behavioural economics, behavioural public interventions, urban management, public policies

Wstęp

Celem artykułu jest przedstawienie możliwości wykorzystania dorobku ekonomii behawioralnej w badaniach gospodarki miejskiej, a także w działaniach mających na celu jej modelowanie. W artykule zaprezentowano zatem podstawowe założenia ekonomii

* <https://orcid.org/0000-0001-7004-1631>, e-mail: eszcz@sggw.waw.pl.

behawioralnej, ze szczególnym uwzględnieniem tych jej wątków, które mogą okazać się pomocne w badaniach miejskich lub w zrozumieniu mechanizmów zachodzących w miastach. Następnie wskazano na praktyczne możliwości zastosowania podejścia behawioralnego w polityce miejskiej, głównie w postaci behawioralnych interwencji publicznych. Artykuł kończy się zestawem rekomendacji dla interwencji i eksperymentów w przestrzeni miast. Na podstawie sformułowanych zaleceń możliwa będzie kontynuacja badań nad behawioralnym nurtem polityki miejskiej i zaproponowanie narzędzi do potencjalnego wykorzystania zgodnie z założeniami ekonomii behawioralnej. Badanie ma zatem charakter przeglądu dotychczasowego dorobku i umożliwia podjęcie szerszej zakrojonych analiz w przyszłości.

Badanie przeprowadzono metodą analizy literatury. Ze względu na niewielki jeszcze dorobek teorii ekonomii behawioralnej w dziedzinie ekonomiki miejskiej oraz praktyczny wymiar tej dziedziny znaczną część wykorzystanych publikacji stanowią raporty z wdrażania rozwiązań behawioralnych w miastach.

Wkład teorii ekonomii behawioralnej w badanie miast

Ekonomia klasyczna przyjmuje szereg założeń, dzięki którym możliwe jest uproszczenie i modelowanie działań mających na celu efektywne gospodarowanie ograniczonymi zasobami. Koncepcja *homo economicus* dotyczy racjonalnego decydenta, dokonującego optymalnych wyborów w warunkach pełnej informacji, zdolnego do oceny ryzyka oraz działającego konsekwentnie. Ekonomia behawioralna weryfikuje te założenia, wykorzystując przy tym dorobek innych dziedzin nauki, głównie psychologii poznawczej i społecznej, a coraz częściej również neuronauki. Dzięki temu w analizie możliwe jest uwzględnienie wiedzy o tym, jak ludzie uzyskują i przetwarzają informacje, jak działa pamięć i percepcja, jak na decyzje wpływają instytucje, takie jak normy i tradycje, a także – jaki wpływ na podejmowane decyzje mają czynniki neurobiologiczne. Neuroekonomia jest jednak jedną z najnowszych koncepcji w ekonomii behawioralnej i jak dotąd jej wyniki wniosły więcej do rozwoju neuronauki niż ekonomii (Cartwright 2011, 13–14), lecz mimo tej kontrowersji interesujące wydaje się śledzenie jej dalszych dokonań. Warto podkreślić, że mimo odwoływania się do dorobku psychologii, ekonomia behawioralna nadal pozostaje „ekonomią”, to jest nauką o zachowaniach i wyborach ludzi w warunkach ograniczonych zasobów i ich efektach dla społeczeństwa. Zmianie ulega jednak część założeń ekonomii neoklasycznej, tak aby rozszerzyć zdolność tłumaczenia i prognozowania (Angner 2016, 4).

Ekonomia behawioralna jest jednym z najświeższych nurtów w teorii ekonomii, choć jak ujął to Angner (2016, 5) – „ma krótką historię, ale długą przeszłość”. Już w pracach Smitha odnaleźć można odwołania do nieracjonalnych decyzji podejmowanych przez ludzi, a teorie neoklasyczne przyjmują założenia o hedonistycznej psychologii, takie jak maksymalizacja przyjemności i minimalizacja bólu w procesie podejmowania decyzji (Perlman i McCann 1998, 239; Cartwright 2011, 5; Baddeley 2013, 5; Tomer 2017, 6). Współcześnie fundamenty ekonomii behawioralnej stworzyli Tverski i Kahneman,

opisując i katalogując błędy popełniane w procesie decyzyjnym wynikające z braku pewności (1974) oraz modelując podejmowanie decyzji w warunkach ryzyka (1979). Kahneman został laureatem Nagrody Nobla w dziedzinie ekonomii w 2002 r. za wprowadzenie pojęć z psychologii do badań ekonomicznych, zwłaszcza w obszarze dokonywania oceny i podejmowania decyzji w warunkach niepewności. W pracach Kahnemana i Tverskiego analizie poddane zostały problemy decyzyjne i wybory dokonywane przez ludzi, którzy zwykle działali wbrew założeniom o spójności, co uzasadniane było zasadami psychologicznymi, które wyjaśniają postrzeganie procesu podejmowania decyzji i oceny wyborów. Istotne znaczenie dla ewolucji ekonomii behawioralnej i jej uznania za nurt teorii ekonomii miało też przyznanie Thalerowi Nagrody Banku Szwecji im. A. Nobla w dziedzinie ekonomii za dorobek dotyczący wykorzystania zagadnień z dziedziny psychologii w analizie procesu podejmowania decyzji. Thaler wprowadził do analizy pojęcia dwóch systemów myślenia – wolnego i szybkiego, w których to myślenie szybkie oparte jest o intuicję, a wolne wymaga wysiłku, ale ma też funkcję kontroli i monitorowania wobec systemu szybkiego myślenia (Thaler 2015).

W racjonalnym modelu podejmowania decyzji przyjmuje się założenia odpowiadające ekonomii neoklasycznej: decydenci poszukują rozwiązań, oceniają możliwe opcje i porównują je, wybierając w końcu rozwiązanie optymalne. Podejmowanie decyzji ma formę etapów (diagnoza, analiza, projektowanie, ocena, wybór, wdrażanie), a efektem procesu jest decyzja optymalna (np. maksymalizacja zysku w przypadku działania przedsiębiorstwa). Model taki, choć oddaje idee wyboru ekonomicznego, jest wyidealizowany i krytykowany za brak realizmu (Angner i Loewenstein 2012; Camerer i Loewenstein 2004). Stąd propozycja modelu „ograniczonej racjonalności” (Simon 1983). Uwzględnia on niekompletność informacji i inne nieoptymalne warunki (presja czasu, sprzeczne cele interesariuszy itp.), ale przyjmuje też, że decydenci (menedżerowie) reagują na problemy, które rzeczywiście wystąpią, zamiast ich szukać. Odrzucenie założenia o kompletności informacji powoduje, że możliwe jest uwzględnienie przez decydenta pozaekonomicznych czynników w procesie decyzyjnym. W odróżnieniu od modelu neoklasycznego intuicja i subiektywna ocena są równie istotne co obliczenia i obiektywna analiza. Efektem tak prowadzonej analizy jest wynik satysfakcjonujący, a nie optymalny. „Zadowolające minimum” w modelu ograniczonej racjonalności jest efektem decyzji podejmowanych przez ludzi, którzy w rzeczywistości zadowolają się rozwiązaniami wystarczająco satysfakcjonującymi, nie poszukując optimum (*homo satisfaciendus* zamiast *homo economicus*).

Warto wspomnieć, że choć ekonomia behawioralna przez długi czas charakteryzowana była poprzez wskazywanie na elementy odróżniające ją od ekonomii neoklasycznej, aktualnie coraz częściej wskazuje się na części wspólne tych dwóch nurtów. Należy do nich podejście zakładające, że obie szkoły teoretyczne dostarczają ekonomistom narzędzi, które mogą być wykorzystywane w zależności od badanego zjawiska (Angner 2019, 195–196). Wskazuje się także (Rabin 2002, 658–659; Camerer i Loewenstein 2004, 3) na słuszność większości założeń ekonomii neoklasycznej o maksymalizacji użyteczności, równowadze i wydajności. W końcu, wskazuje się na komplementarną relację pomiędzy

ekonomią tradycyjną i behawioralną, która to pozwala testować standardowe modele ekonomiczne na ludziach, sprawdzać ich skuteczność i ewentualnie wprowadzać modyfikacje, aby lepiej opisywały obserwowane mechanizmy (Cartwright 2011, 4).

Odrzucenie założeń ekonomii klasycznej i przyjęcie koncepcji „zadawalającego minimum” jest w teorii ekonomii behawioralnej podyktowane różnorodnymi czynnikami, zwykle związanymi z ograniczeniami decydentów (ludzi). Zaliczyć można do nich m.in. myślenie heurystyczne, ograniczenia samokontroli, działania społeczne, myślenie kontekstowe. Myślenie heurystyczne dotyczy wykorzystywania uproszczeń, schematów i przyzwyczajzeń w sytuacji podejmowania decyzji. Dostosowuje to do rzeczywistości założenie o pełnej informacji, która zwykle jednak nie występuje, a nawet jeśli – to ludzki mózg nie jest w stanie jej przetworzyć, a modele pozwalające obsłużyć duże zbiory danych również oparte są na upraszczających założeniach. Ograniczenie samokontroli dotyczy sytuacji, gdy wybierane jest nieoptymalne rozwiązanie ze względu na przewagę bliższych korzyści nad tymi odległymi czasowo. Wiele zniekształceń wynika też z zachowań w ramach grupy, np. współpracy, norm społecznych, potrzeby przynależności do grupy lub chęci zyskania uznania. Ważny czynnik podejmowania decyzji, uwzględniany w ekonomii behawioralnej, stanowi w końcu kontekst tej sytuacji, czyli wszystkie elementy środowiska decyzyjnego. Te ostatnie mogą stanowić podstawę do opracowywania interwencji behawioralnych, których celem jest zmiana podejmowanych decyzji np. w celu wdrożenia polityk publicznych.

Podstawową typologię heurystyk opracowali Tversky i Kahneman (1974, 1131), dzieląc je na trzy grupy wynikające z:

- reprezentatywności ocenianego zjawiska lub procesu i jego częściowego podobieństwa do zjawiska już znanego oraz dostosowywania osądu do sytuacji już znanej, typowej lub reprezentatywnej,

- dostępności scenariuszy i przypisywania większego prawdopodobieństwa tym zdarzeniom, które łatwiej przywołać do świadomości (np. na podstawie związku emocjonalnego),

- wykorzystania „kotwicy”, stosowanego zwykle w ocenach ilościowych, gdy decyzja podejmowana jest na podstawie dostępnej, a następnie dostosowywanej informacji.

Ograniczenia wynikające z faktu, że decyzje podejmowane są przez ludzi przyporządkować można do trzech grup (Olejniczak i Śliwowski 2000, 14–16):

- 1) ograniczona racjonalność – to upraszczające heurystyki i błędy w szacowaniu prawdopodobieństwa oraz oceniania wartości;

- 2) ograniczona siła woli – oznacza, że ludzie często podejmują działania, które w dłuższej perspektywie czasowej są dla nich niekorzystne;

- 3) ograniczona interesowność – oznacza, że ludzie w niektórych sytuacjach będą podejmować decyzje, nie kierując się maksymalizacją własnego optimum, ale poczuciem sprawiedliwości czy normą kulturową.

Brak racjonalności w podejmowaniu decyzji przez ludzi nie jest jednak przypadkowy. Dorobek psychologii kognitywnej pozwala wyszczególnić konkretne strategie, które upraszczają wnioskowanie. Skrótów myślowe, w naukach behawioralnych nazywane

heurystykami, wynikają z błędów poznawczych i można je skatalogować w czterech grupach przedstawionych w tabeli 1.

Tabela 1

Przykłady podstawowych heurystyk

Nazwa heurystyki	Mechanizm działania
Heurystyka afektu	W ekonomii klasycznej przyjmuje się założenie, że istnieje pozytywna korelacja pomiędzy wielkością przyszłych korzyści a ryzykiem, jakie jesteśmy w stanie zaakceptować. Ale doświadczenia z dziedziny psychologii obalają to założenie, twierdząc, że jest inaczej. Według tych obserwacji nasza decyzja podyktowana jest kojarzonymi z nią emocjami, doświadczeniami i przekonaniem. Jeśli więc z instytucją lub osobą wiążemy pozytywne emocje, to przypisujemy mu większe korzyści. Zarazem jednak negatywne skojarzenia ze zjawiskiem wiążą się z przypisaniem negatywnych konsekwencji wyboru.
Heurystyka dostępności	Decyzje podejmowane są na podstawie zapamiętanych podobnych wydarzeń. Podstawą wyboru nie jest więc obiektywna wiedza na temat prawdopodobieństwa, nawet wyrażona ilościowo, a raczej łatwość przypomnienia sobie pewnych zjawisk. Stąd większą szansę na wpływ na nasze wybory mają wydarzenia niedawne, lepiej pamiętane lub takie, które zostały dobrze zapamiętane ze względu na towarzyszące im duże emocje.
Heurystyka reprezentatywności	Zjawiskom, cechom ludzkim lub obiektom przypisujemy tym większe prawdopodobieństwo im bardziej przypominają populację, którą reprezentują.
Heurystyka zakotwiczenia	W przypadku, gdy wybór dotyczy oceny wartości cechy lub liczebności, to będzie on zupełnie inny w sytuacji, gdy mamy sami zaproponować wartość i gdy mamy „kotwicę” podaną np. w pytaniu („Czy jest to więcej niż 5?”).

Źródło: Olejniczak i Śliwowski 2014, s. 17.

Heurystyki pozwalają skatalogować błędy poznawcze (skrzywienia), same zaś stanowią stosowane podświadomie strategie poznawcze, oparte na wcześniejszych doświadczeniach lub obserwacji. W wyniku ich działania popełniamy błędy, a wraz z nimi podejmujemy niepożądane działania, które są obszarem oddziaływania behawioralnych interwencji. Nauki behawioralne przytaczają wiele takich przykładów, których wybór zaprezentowano w tabeli 2.

Tabela 2

Przykłady mechanizmów decyzyjnych w ekonomii behawioralnej

Nazwa mechanizmu	Opis mechanizmu
Preferencja czasu teraźniejszego (dyskontowanie hiperboliczne)	Korzyści osiągnięte natychmiast są preferowane ponad te, które wymagają oczekiwania, nawet jeśli te drugie miałyby być wyższe. Jesteśmy więc skłonni podejmować decyzje, które mają na celu szybkie osiągnięcie zysku, nawet gdy wstrzymanie się od działania lub inne ich skierowanie przyniosłoby wyższe zyski w przyszłości (np. wybór natychmiastowy wygranej na loterii, nawet jeśli oznacza to zmniejszenie kwoty ponad wypłatę pełnej kwoty w ratach przez lata).

Tabela 2 cd.

Nazwa mechanizmu	Opis mechanizmu
Efekt zakotwiczenia	Przywiązywanie się do pierwszej uzyskanej informacji i sugerowanie się nią niezależnie od dodatkowych, często przeczących jej informacji otrzymanych później.
Efekt poniesionych kosztów	Istnieje tendencja do maksymalnie dużego wykorzystania zasobów, na który poniesiśmy wydatki, aby wydatek ten zracjonalizować. Dlatego np. gdy kupimy długookresowy bilet komunikacji miejskiej, jesteśmy skłonni częściej z niej korzystać (w ekonomii tradycyjnej koszty poniesione nie mają wpływu na decyzje, a pod uwagę brane są koszty przyszłe).
Niechęć do straty	Ludzie obawiają się zaryzykować utraty tego, co już posiadają, nawet jeśli podjęcie tego ryzyka może przynieść znaczne korzyści. Badania wskazują, że dyskomfort z powodu straty dwukrotnie przewyższa przyjemność związaną z korzyścią (zyskiem).
Racjonalizacja <i>post factum</i>	Tendencja do przypisywania cennych walorów rzeczy nabytej lub wyborowi podjętemu w przeszłości.
Preferencja dla <i>status quo</i>	Ludzie preferują stan aktualny, nawet jeśli wprowadzenie zmian przynieść miałyby korzyści. Bez silnego impulsu ludzie nie są skłonni podejmować zmian i preferują to, co jest. W związku z tym np. wprowadzanie regulacji jako domyślnych (<i>default</i>) okazuje się zwykle trwałe.
Wynagrodzenie za ryzyko	Wzrost skłonności do ryzyka wraz z odczuwalnym wzrostem bezpieczeństwa, wzrost ostrożności wraz z poczuciem większego ryzyka.
Nadmierny optymizm	Myśląc o przyszłych działaniach, ludzie mają tendencję do przyjmowania zbyt optymistycznych założeń, np. dotyczących przyszłych zarobków, możliwości spłacania zobowiązań, czy schudnięcia (wybieranie za małych ubrań).
Efekt wydatności	Skłonność do zwracania uwagi na najbardziej wydatną lub charakterystyczną cechę.
Odwlekanie działań (prokrastynacja)	Istnieje tendencja do odkładania działań lub wyborów do ostatniego możliwego terminu, po czym podejmowane są one dopiero w chwili przymusu zewnętrznego. Przykładem tego może być proces składania rocznych rozliczeń podatkowych.
Krótkowzroczność	Decyzje dotyczące przyszłości podejmowane są przy podświadomym minimalizowaniu przyszłych kosztów z nimi związanych. Aby uzyskać korzyść w teraźniejszości, nie uwzględniamy wszystkich przyszłych kosztów (np. uciążliwości odsetek od wieloletniego kredytu).
Grupa błędów konformistycznych (np. „zachowanie stadne”, społeczny dowód słuszności, normy społeczne)	Ludzie zachowują się odmiennie, gdy działają sami, a inaczej w grupie. W grupie dominujące są zachowania dostosowujące się do tego, jak działa cała grupa, i podporządkowanie się jej. Wiedza o tym, jak zachowuje się grupa odniesienia (np. w przypadku miasta – sąsiedzi) jest wskazówką do podobnego zachowania.
Efekt wzajemności	Jesteśmy bardziej skłonni podjąć działanie, jeśli sami byliśmy lub możemy być beneficjentami podobnych sytuacji. Dotyczy to też przyszłości – jesteśmy tym bardziej skłonni przyjąć jakieś zachowania, jeśli w przyszłości będziemy także potrzebować takiej postawy od innych.
Efekt potwierdzania	Dokonując wyborów lub ocen wśród informacji i dowodów, będziemy wybierać te, które potwierdzają nasze przekonania, intuicje i wcześniejszą wiedzę.

Tabela 2 cd.

Nazwa mechanizmu	Opis mechanizmu
Efekt ramy	Decyzje i wybory będą odmienne w zależności od tego, w jaki sposób przedstawione zostaną nam scenariusze konsekwencji (np. badania wskazują, że w wyborach terapii medycznych pacjenci są bardziej skłonni wybrać leczenie, gdy poda im się informację o 80% skuteczności, niż gdy przytoczy się 20% niepowodzenie terapii).

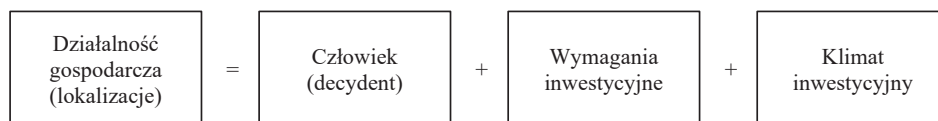
Źródło: opracowanie własne na podstawie Śliwowski i Winczewicz-Price 2019, s. 51; Olejniczak i Śliwowski 2014, s. 18–19.

Dorobek ekonomii behawioralnej może być wykorzystany również do analizy zagadnień przestrzennych. Klasyczne koncepcje dotyczące lokalizacji działalności w przestrzeni odnoszą się do neoklasycznego modelu ekonomii. Zakłada się w nich racjonalność podejmowania decyzji, z uwzględnieniem kompletnej informacji, i poszukiwanie optymalnego rozwiązania w zakresie lokalizacji. Niemniej, we współczesnych teoriach ekonomicznych coraz częściej odchodzi się od założenia o *homo economicus* na skutek uwzględnienia czynników behawioralnych w działaniach człowieka. W kontekście decyzji lokalizacyjnych oznacza to np. konieczność podjęcia tematu czynników personalnych, takich jak znajomość danego miejsca przez decydenta lub jego percepcji przestrzeni, czyli faktu, że ta sama przestrzeń jest odbierana inaczej przez inne osoby ze względu np. na wiek, doświadczenia osobiste, wykształcenie. Szczególnie istotny z punktu widzenia ekonomii behawioralnej w teoriach lokalizacyjnych wydaje się też tzw. efekt imitacji, który dotyczy skłonności do powtarzania decyzji konkurentów lub swoich poprzednich rozstrzygnięć. Inne istotne zniekształcenie wpływające na decyzje lokalizacyjne nazwane jest „inklinacją do unikania trudności”. Przejawia się ono w ograniczaniu czynników komplikujących decyzję, takich jak negocjacje z interesariuszami lub instytucjami.

Znaczenie ekonomii behawioralnej i opisanych przez nią mechanizmów rośnie wraz ze wzrostem znaczenia miękkich czynników lokalizacji. Relacje pomiędzy tymi dwiema grupami są odmienne na różnych etapach procesu decyzyjnego. W pierwszej fazie, gdy inwestor wybiera większy region, istotne będą czynniki miękkie, takie jak wiedza inwestora o regionie, wizerunek regionu (np. jako wspierającego prowadzenie konkretnej działalności bądź mającego związek z konkretną działalnością), występowanie tam innych przedsiębiorstw z branży czy dogodny klimat do prowadzenia działalności gospodarczej (a więc w większości czynniki behawioralne). W drugiej fazie inwestor dokonuje wyboru kilku konkretnych lokalizacji i tu spada znaczenie czynników miękkich. Faza ta charakteryzuje się koncentracją na czynnikach twardych, zwłaszcza związanych z kosztami – inwestor wybierze lokalizacje, w których prowadzenie działalności generować będzie najniższe koszty. Dopiero w kolejnej fazie, po wyselekcjonowaniu kilku lokalizacji o podobnych kosztach, decydujące okazać się mogą czynniki miękkie. Przedsiębiorca zdecyduje się na tę lokalizację spośród kilku o podobnych kosztach wynagrodzeń, nieruchomości czy logistyki, w której panuje odpowiedni klimat społeczny lub chętnie osiedlą się jego wysoko wykwalifikowani pracownicy i kadra zarządzająca.

Współczesny opis procesu lokalizacyjnego zobrazować można zatem jak na rysunku 1.

We współczesnym postrzeganiu decyzji lokalizacyjnych znaczenia nabierają więc nie tylko uwarunkowania związane z dostępnością czynników produkcji czy klimatu biznesowego, ale także te, które są w stanie przyciągnąć pożądanego przez przedsiębiorcę pracownika. Są to więc te zjawiska, które kojarzone są z wysokim standardem życia i mogą być atrakcyjne dla osób należących do grupy wyspecjalizowanych pracowników. Czynniki behawioralne są zatem koniecznym uzupełnieniem analizy procesu decyzyjnego w kontekście przestrzennym. Tłumaczą podejmowanie decyzji lokalizacyjnych zadowolających, a nie optymalnych.



Rys. 1. Elementy procesu decyzyjnego dotyczącego lokalizacji z uwzględnieniem czynników behawioralnych

Źródło: Płaziak i Szymańska 2014, s. 150.

Praktyka ekonomii behawioralnej w miastach

Ekonomia behawioralna odrzuca wiele uogólnień i założeń ekonomii klasycznej dotyczącej racjonalnego zachowania i podejmowania decyzji. Co istotne, ekonomia behawioralna opiera się przy tym głównie na wynikach badań empirycznych. Aktualnie rozwija się nowa dziedzina stosowanych badań behawioralnych (ang. *applied behavioral science*), która łączy dorobek badań z różnych dziedzin i tworzy rekomendacje do projektowania i wdrażania interwencji publicznych¹. Wskazuje się też na możliwości, jakie daje ekonomia behawioralna w dziedzinie tworzenia teorii opartej na dowodach (ang. *evidence-based theory*) i uzupełniania lub zastępowania istniejących koncepcji (Joffe 2019). Logika pilotaży i testów badań eksperymentalnych zapożyczona została z projektowania użytkowego, a więc większą wagę przywiązuje się do designu interwencji. Dzięki temu proponowane modyfikacje opisane są nie jako „kierunki zmian”, a odnoszą się do konkretnych mechanizmów i czynników, na które należy wpłynąć, aby taką zmianę zaobserwować. Przyjęcie podejścia właściwego dla projektowania postuluje także prowadzenie testów, dzięki którym możliwe jest sprawdzenie proponowanych rozwiązań w praktyce i wybranie spośród nich tych najbardziej skutecznych.

Działania oparte o ekonomię behawioralną wykorzystywane są w projektowaniu interwencji publicznych przez instytucje o zasięgu krajowym, np. w Stanach Zjednoczonych przez US Office of Information and Regulatory Affairs, w Wielkiej Brytanii przez Nudge Unit (dawniej: The Behavioral Insight Unit), w Danii i innych krajach

¹ Próba wdrożenia jednolitej metodologii została podjęta w publikacji Shafir et al. 2013.

UE przez The European Nudging Network. Również na poziomie polityki miejskiej powstają instytucje, które specjalizują się w lokalnych interwencjach lub działaniach na rzecz rozwoju miast i społeczności. Są to m.in. The Behavioral Insight Team współpracujący z Chattanooga, Denver, San Jose, Lexington, Louisville i Nowym Orleanem, What Works Cities finansowany przez Bloomberg Philanthropies, czy City Nudge Accelerator, którego działalność jest swego rodzaju inkubatorem miejskich interwencji behawioralnych.

Wraz z rozwojem teorii ekonomii behawioralnej również jej aplikacyjny wymiar ulega rozszerzeniu i obudowie teoretycznej. I tak, wykorzystanie mechanizmów behawioralnych w politykach publicznych zostało skatalogowane i obejmuje „szturchnięcia” (ang. *nudges*) i „wzmacniacze” (ang. *boosts*) (Grüne-Yanoff, Marchionni i Feufel 2018). Zadaniem pierwszych jest nakierowanie ludzi na konkretne działania poprzez stworzenie warunków odpowiednich do wyzwolenia pożądanej heurystyki. Druga grupa interwencji ma doprowadzić do zmiany zachowania ludzi poprzez stworzenie odpowiednich kompetencji decyzyjnych w określonych warunkach. Oba typy interwencji są wykorzystywane w politykach publicznych, takich jak polityka miejska.

W praktyce miejskiej działania oparte na zasadach ekonomii behawioralnej wybierane są dość często z uwagi na niską cenę i duży zakres oddziaływania. Obszary, w których wykorzystywane jest oddziaływanie behawioralne, obejmują m.in.: zwiększenie wpływów podatkowych, transparentność zarządzania miastem, zdrowie publiczne, społeczeństwo obywatelskie, ochronę środowiska. Proponowane interwencje podzielić można na dwie grupy, zgodnie z dorobkiem ekonomii behawioralnej. Pierwszą grupę stanowią zachęty do określonego działania. Propagatorzy wykorzystania dorobku nauk behawioralnych w polityce publicznej – prawnik Cass Sunstein i ekonomista Richard Thaler – wprowadzili zestaw reguł tego typu działań, nazwany NUDGE (z ang. szturchać, trącać, namawiać). W podejściu tym celem jest skłonienie obywateli do pożądanego zachowania poprzez zachęty, przy zachowaniu wolnego wyboru. Inną strategią stosowaną w behawioralnych interwencjach publicznych jest dążenie do zmiany z myślenia szybkiego (wybory na zasadzie skrótów myślowych) na myślenie wolne, a więc uwzględniające refleksję. Strategie te (STEER i THINK) koncentrują się na świadomych postawach obywatelskich oraz procesie kształtowania opinii publicznej. Są to zatem strategie zakładające intelektualne zaangażowanie mieszkańców w podejmowane wybory.

Wykorzystanie dorobku ekonomii behawioralnej w praktyce rozwoju miejskiego odbywa się głównie w ramach powiązań zachowanie – teoria – polityka. Teoria behawioralna jest w tym układzie podstawą do zrozumienia zachowania, którego nie tłumaczy ekonomia klasyczna, po czym pozwala na zaproponowanie odpowiednich interwencji w ramach polityki miejskiej. Interwencje te wykorzystują duże spektrum instrumentów: od manipulowania informacjami i przez to zmianę percepcji czasu i przestrzeni, przez politykę cenową dostarczanych przez miasto usług publicznych, aż po wprowadzenie mechanizmu wykorzystujących emocje takie jak wstyd, presja otoczenia, motywacja lub samokontrola.

Przykłady wykorzystania ekonomii behawioralnej w rozwoju miejskim to m.in. rozwiązania mające na celu zmniejszenie ruchu w miastach. Problem zatłoczonych ulic w Singapurze rozwiązano właśnie z wykorzystaniem mechanizmów z zakresu ekonomii behawioralnej. To państwo-miasto boryka się z bardzo wysokim stopniem zagęszczenia ruchu (a również zabudowy i zaludnienia) oraz negatywnymi skutkami takiego stanu, np. zanieczyszczeniem powietrza, hałasem. We wcześniej stosowanych przepisach opłaty za użytkowanie samochodów ponoszone były przez kierowców w formie stałego abonamentu, w dużych odstępach czasu. W nomenklaturze ekonomii behawioralnej system taki jest odpowiedzialny za powstanie dwóch efektów – efektu poniesionych kosztów i efektu księgowania mentalnego². Pierwszy z nich powoduje, że abonamentowa opłata za korzystanie z samochodu *de facto* przyczynia się do zwiększonego natężenia ruchu, ponieważ kierowcy starają się zracjonalizować koszty stałe związane z posiadaniem samochodu poprzez intensywniejsze jego wykorzystanie. Natomiast drugi z efektów zakłada, że opłata i jej skutek zostaną zapisane w innych „rubrykach” naszej „mentalnej księgowości”, jeśli nie ma pomiędzy nimi bezpośredniego związku przyczynowo-skutkowego. I tak opłata ponoszona raz do roku nie jest wiązana mentalnie przez kierowców z każdorazowym faktem użycia samochodu. W Singapurze pod uwagę wzięto te dwa zniekształcenia racjonalności i opłatę za poruszanie się pojazdami mechanicznymi powiązano bezpośrednio z wykorzystaniem samochodu, zmniejszając jednocześnie opłatę stałą. Tym samym jazda samochodem została mentalnie powiązana z opłatą i zlikwidowana została zachęta do maksymalizacji korzyści z poniesionego kosztu stałego.

Inne przykłady wykorzystania mechanizmów behawioralnych do zmniejszenia zatłoczenia ulic to pilotażowy projekt z Banglora w Indiach, gdzie wprowadzono zachęty (w tym losy na loterię) do zmiany godzin korzystania w komunikacji, co przyniosło zmniejszenie ruchu w czasie godzin szczytu aż o 17%. Ponadto w Singapurze, Sao Paolo i Waszyngtonie testowany jest system wykorzystujący do tego celu duże zbiory danych (*big data*), a konkretnie dane pochodzące z kart upoważniających do korzystania z komunikacji miejskiej. Pasażerowie, którzy zdecydują się zmienić swoje przyzwyczajenia transportowe i podróżują w godzinach mniejszej intensywności ruchu, mogą uzyskać zniżki na zakup kolejnych biletów.

Inne zrealizowane eksperymenty behawioralne na mniejszą skalę w przestrzeni miejskiej dotyczyły np. zmniejszenia zjawiska śmiecenia w Kopenhadze. Problemem miasta, który postanowiono rozwiązać w ten sposób, było wyrzucanie przez mieszkańców i turystów odpadków wprost na ulice zamiast do koszy na śmieci. Zgodnie z teoriami behawioralnymi błędem poznawczym w tym przypadku był problem z samokontrolą, czyli podejmowaniem działań, o których się wie, że są szkodliwe. Władze miasta oraz

² W zniekształceniu tym decydenci kategoryzują różne rodzaje kosztów i inwestycji oraz rozważają je osobno w kontekście zysków i strat. Osobne traktowanie różnych rodzajów dochodów i kosztów (np. dochody stałe i dochody wyjątkowe jak nagroda) jest podobne do faktycznego księgowania środków na odrębnych kontach księgowych.

zaangażowane przedsiębiorstwa prywatne wprowadziły angażujące i zabawne oznaczenia pokazujące ludziom drogę do koszy (np. ślady stóp na chodniku). Inne rozwiązanie to „fortepianowe schody” na stacji metra w Sztokholmie. Mimo że ludzie generalnie wiedzą, iż korzystanie ze schodów jest zdrowsze, i tak wybierają jazdę windą. Błędem poznawczym w tym przypadku jest preferencja czasu teraźniejszego. Dlatego też Fundacja Volkswagena zainstalowała na stacji schody pomalowane tak, aby wyglądały jak klawisze fortepianu. Chodząc po schodach, mieszkańcy jednocześnie grali melodię, co zwiększyło wykorzystanie schodów aż o 66%³.

Rekomendacje dla behawioralnych interwencji publicznych w miastach

Przegląd literatury i praktyki behawioralnych interwencji w miastach pozwala sformułować rekomendacje dotyczące ich kształtowania i wdrażania. Wskazuje się (Olejniczak i Śliwowski, 35), że interwencje powinny:

- mieć jasno zdefiniowanego adresata: dzięki temu możliwe jest nie tylko dokładne trafienie w potrzeby zdefiniowanej grupy, ale także przyjęcie jej perspektywy w czasie projektowania działania;
- opierać się na założeniu, że nie tylko adresat, ale także twórca interwencji działa pod wpływem błędów poznawczych (np. ograniczona racjonalność lub interesowność);
- zawierać w konstrukcji interwencji lub projektu mechanizm oddziałujący na ograniczenia poznawcze adresatów;
- uwzględniać pilotaż, eksperymenty lub symulacje w procesie tworzenia interwencji przed ich pełnym wprowadzeniem.

Bardziej ogólne rekomendacje dotyczą dopasowania interwencji do kontekstu ich wykorzystania i innych polityk (Grüne-Yanoff, Marchionni i Feufel 2018). Wskazuje się, że skuteczność interwencji zależy głównie od niezawodności powiązania zmiany w warunkach procesu podejmowania decyzji i docelowego pożądanego zachowania (stabilność wyzwalacza). Na etapie wdrażania interwencji skuteczność jest też wynikiem znajomości strategii decyzyjnych grupy docelowej, ale także jej poziomu kompetencji (jednolitość repertuaru). W przypadku interwencji typu „wzmacniacza” (*boost*) istotne są takie elementy, jak motywacja pośrednika zmiany do uczenia się, wiedza o tym, w jakich sytuacjach zastosować wskazaną heurystykę oraz dostęp do zasobów umożliwiających jej wykorzystanie.

Ponadto wskazane jest, aby interwencje behawioralne rozpoczynane były od dość łatwych, nieskomplikowanych działań. Pierwsze eksperymenty behawioralne w miastach powinny zatem dotyczyć małych zmian, możliwie też takich obszarów, w których zmiany są już obserwowane. Bardzo często są to np. interwencje dotyczące komunikowania się z mieszkańcami miasta, gdzie zmiany są łatwe do wprowadzenia, a dodatkowo też

³ Te i inne przykłady zastosowania behawioralnych interwencji publicznych znaleźć można w interesującym przeglądzie w: Olejniczak i Śliwowski 2014, s. 33–34.

stosunkowo tanie. I tak np. Elizabeth Linos z Behavioral Insights Team North America przytacza eksperyment, w którym po zmianie języka wykorzystywanego w listach rozsyłanych do podatników na bardziej przystępny wpływ z podatków zwiększyły się o 300 mln USD. Zmiana taka wymagała minimalnych nakładów, gdyż listy takie były standardowo rozsyłane do mieszkańców, a ich zmiana wymagała inwestycji w redakcję tekstu. Innym przykładem zmiany języka w komunikacji z mieszkańcami jest eksperyment wdrożony przez The Behavioral Insight Team w Denver. Współpracując z miastem nad problemem odnawiania rejestracji samochodów, zaproponowano, aby w komunikatach rozsyłanych do właścicieli samochodów (które zostały zmienione z listów na pocztówki) nie wpisywać daty ostatniego dnia, kiedy rejestracji można dokonać, a raczej miesiąc, kiedy obowiązek ten należy zaplanować (np. nie „do 31 marca 2019 r.,” a „w marcu 2019 r.”). Taka zmiana języka zwiększyła liczbę odnowionych rejestracji o ok. 7% (The Behavioral Insights..., 10–11).

Inna wskazówka do wprowadzania interwencji behawioralnych w miastach dotyczy rozłożenia szerokich i skomplikowanych zagadnień na bardziej szczegółowe działania. W przypadku eksperymentów behawioralnych obszary polityki miejskiej, takie jak np. zdrowie, powinny być podzielone na odrębne obszary działania, jak np. walka z otyłością i wykorzystanie dostępnych bezpłatnych usług medycznych. Te z kolei mogą być dalej zdezagregowane do konkretnych zachowań: np. wyboru wody zamiast napojów słodzonych, korzystania ze schodów zamiast wind itp. Eksperyment przeprowadzony przez HMRC – brytyjską agencję odpowiedzialną za pobieranie podatków, wykazał, że nawet bardzo niewielkie zmiany w procesie pobierania podatków mogą przynieść efekty. HMRC skróciła proces w zasadzie o jedno pole, tj. zamiast przekierowywać podatników do strony odpowiedniej instytucji, gdzie mają zapłacić podatek, podatnicy przekierowywani byli bezpośrednio do formularza podatkowego. Skrócenie o jedno „kliknięcie” przyniosło wzrost zwrotności do HMRC o 22% (The Behavioral Insights..., 9–10). Interwencje behawioralne z natury rzeczy dotyczą zachowań, stąd oddziaływać powinny na bardzo szczegółowe wybory mieszkańców, których jednak suma przyczynia się do rozwiązania większego problemu społecznego.

Dezagregacja działań wykorzystywanych w interwencjach publicznych związana jest także z kolejną rekomendacją, tj. zaadaptowaniem eksperymentów do norm i nawyków danej społeczności. Dostosowania te powinny dotyczyć wyboru obszaru interwencji, możliwie odpowiadającego potrzebom mieszkańców, ale także sposobu komunikowania, wykorzystanych instrumentów. Lokalne dostosowanie interwencji w praktycznym wymiarze dotyczyć może także wyboru lokalnych ekspertów, którzy nie tylko znają specyfikę miejsca, dla którego interwencja jest opracowywana, ale także czują się z nim związani, a przez to bardziej efektywni.

W projektowaniu behawioralnych interwencji publicznych w miastach warto także pamiętać, że dotyczą one głównie warstwy zachowania mieszkańców, podczas gdy celem jest zmiana norm, przyzwyczajęń i nawyków. A zatem wymagana jest ciągłość interwencji, aby poziom motywacji utrzymywany był na wysokim poziomie. Ponadto, poza wdrożeniem prostych instrumentów behawioralnych (motywacja finansowa,

zmiana języka komunikacji), konieczna jest także zmiana polityki miejskiej lub jej elementów, aby nowe nawyki znalazły swój wyraz także w strategiach długookresowych.

Wykorzystanie dorobku ekonomii behawioralnej daje zatem duże pole do działania w dziedzinie rozwoju miejskiego, szczególnie w obszarach, w których wskazana jest współpraca z mieszkańcami. Projektowanie interwencji publicznych z wykorzystaniem rekomendacji wynikających z nauk poznawczych daje szansę na większą efektywność podejmowanych działań, ze względu na zarówno ich niski koszt, jak i udowodnioną eksperymentalnie dużą skuteczność.

Bibliografia

- Angner, Erik i George Loewenstein. 2012. Behavioral Economics. W: *Handbook on the Philosophy of Science: Philosophy of Economics*, red. Uskali Mäki, 641–690. Amsterdam: North-Holland.
- Angner, Erik. 2016. *A Course in Behavioral Economics. Second Edition*. London: Palgrave MacMillan.
- Angner, Erik. 2019. We're all Behavioral Economists Now. *Journal of Economic Methodology*, 26(3), 195–207.
- Baddeley, Michelle. 2013. *Behavioural Economics and Finance*. London and New York: Routledge.
- Camerer, Collin i George Loewenstein. 2004. Behavioral Economics: Past, Present, Future. W: *Advances in Behavioral Economics*, red. Collin Camerer, George Loewenstein i Matthew Rabin, 3–51. New York, NY and Princeton, NJ: Russel Sage Foundation and Princeton University Press.
- Cartwright, Edward. 2011. *Behavioral Economics*. London and New York: Routledge.
- Grüne-Yanoff, Till, Caterina Marchionni i Markus A. Feufel. 2018. Toward a Framework for Selecting Behavioural Policies: How to Choose between Boosts and Nudges. *Economics and Philosophy*, 34, 243–266.
- Joffe, Michael. 2019. Mechanism in Behavioural Economics. *Journal of Economic Methodology*, 26(3), 228–242.
- Kahneman, Daniel i Amos Tversky. 1979. Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, 47(2), 263–292.
- Olejniczak, Karol i Paweł Śliwowski. 2014. Nadchodzi rewolucja? Analizy behawioralne w interwencjach publicznych. W: *(R)ewaluacja 2. Wiedza w działaniu*, red. Agnieszka Haber i Karol Olejniczak, 13–45. Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.
- Perlman Mark i Charles R. McCann. 1998. *The Pillars of Economic Understanding. Vol. 1: Ideas and Traditions*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.
- Płaziak, Monika i Anna Irena Szymańska. 2014. Rola nowoczesnych czynników lokalizacji w procesie decyzyjnym przedsiębiorstw na przykładzie firm sektora budowlanego. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 28, 144–161.
- Rabin, Matthew. 2002. A Perspective on Psychology and Economics. *European Economic Review*, 46(4–5), 657–685.
- Shafir, Eldar et al. 2013. *The Behavioral Foundations of Public Policy*. Princeton: Princeton University Press.
- Simon, Herbert. 1983. *Models of Bounded Rationality, vol. 2: Behavioral economics and business organization*. Cambridge, London: MIT Press.
- Śliwowski, Paweł i Agnieszka Wincewicz-Price. 2019. *Prościej, taniej i skuteczniej, czyli jak ekonomia behawioralna wspiera polityki publiczne w Polsce*. Warszawa: Polski Instytut Ekonomiczny.
- Thaler, Richard H. 2015. *Misbehaving. The Making of Behavioural Economics*. London: Pinguin Books Ltd.
- The Behavioral Insight Team. 2016. *Behavioral Insights for Cities*. Dostęp: 29.08.2019. <https://www.bi.team/publications/behavioral-insights-for-making-cities-better>.
- Tomer, John F. 2011. *Advanced Introduction to Behavioral Economics*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Tversky, Amos i Daniel Kahneman. 1974. Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases. *Science, New Series*, 185(4157), 1124–1131.