

Behaviorálna ekonómia

Prednáška 11 - Behaviorálna ekonómia blahobytu

Matej Lorko

matej.lorko@euba.sk

Materiály: www.lorko.sk

Referencie:

- Sunstein, C. R. (2020). Behavioral science and public policy. Cambridge University Press.

Ľudia vs. “ekoni”

- Dobrým dôvodom pre využitie postrčení alebo iných nástrojov behaviorálnej ekonómie vo verejnej politike je informačná asymetria, resp. nedostatok informácií. Ak ľudia nevedia, ako sa dostať tam, kam sa dostať chcú, môže im postrčenie pomôcť. Nedostatok informácií však nie je jediným dôvodom. Desaťročia behaviorálneho výskumu nám ukazujú, že aj dostatočne informovaní jednotlivci robia systematické chyby.
- Daniel Kahneman vo svojej knihe Thinking fast and slow majstrovsky poukazuje na dva typy kognitívnych operácií ľudskej mysle. Rýchle úsudky, nazývané aj Systém 1, sú okamžité, automatické, asociatívne, emocionálne a intuitívne. Pomalé myslenie (Systém 2) je deliberatívne kalkulovanie plusov, mínusov, benefitov a nákladov.
- Väčšina ľudských rozhodnutí sa deje prostredníctvom Systému 1. Ten funguje veľmi spoľahlivo v známych a pravidelných prostrediach, kde je zároveň dostatok spätnej väzby. V neznámych alebo zložitých situáciách je však Systém 1 nespoľahlivý. Vtedy je potrebné zapojiť robustný a pomalší Systém 2, ktorý často človeka dokáže ochrániť pred zbytočnými chybami. “Ekoni” sú teda ľudia, ktorí konajú výlučne v súlade s racionálnym systémom Systémom 2.

Dilema blahobytu

- Rozhodujú sa ľudia dobre? Pri odpovedi na túto otázku bude najprv nutné zadefinovať pojem blahobyt. Filozofická literatúra rozlišuje tri teoretické smery: teórie založené na preferenciách, hedonické teórie a teórie objektívneho dobra. Ekonomia sa najčastejšie stotožňuje s teóriami postavenými na preferenciách. Sústreďí sa na alokačnú efektívnosť, analýzy nákladov a výnosov, a potenciálne Paretove vylepšenia.
- Najlepšia odpoveď na otázku, či sa ľudia rozhodujú dobre je... niekedy. Ak napríklad nemajú dostatok informácií, môžu sa rozhodovať nesprávne. Často robia predvídateľné chyby ktoré využívajú obchodníci, plynúce napríklad z obmedzenej pozornosti, zotrvačnosti, impulzivnosti, alebo prílišného optimizmu.
- Ľudia tiež často nevedia dobre predvídať vplyv rozhodnutí na ich vlastnú budúcnosť. Sú ovplyvnitelní irelevantnými informáciami alebo rámcami (napr. opt-in vs. opt-out predvoľby). Slobodná vôľa je tak teda viac otázkou autonómie a dôstojnosti než otázkou blahobytu.
- Ako by mali reagovať na chyby v individuálnych rozhodnutiach jednotlivcov vlády? Mali by byť paternalistické? Ako a v akom rozsahu? Z behaviorálneho výskumu sa zdá, že vlády by mali rešpektovať rozhodnutia ľudí, ale iba v prípade že sú dostatočne informované a nezaťažené behaviorálnymi chybami.

Prinášajú nám naše rozhodnutia radosť?

- Mnoho ľudí sa domnieva, že rozhodnutia prinášajú ľuďom radosť, respektíve lepší život. Často to je naozaj tak, ale nemusí to tak byť vždy.
- V momente rozhodnutia totiž ľudia často robia prognózy o tom, aký pocit z tohto rozhodnutia budú mať v budúcnosti. Robia teda akési “predpovede blahobytu”. Závažné chyby v prognózovaní blahobytu možno demonštrovať niekoľkými spôsobmi
 - porovnaním prognóz s priamymi mierami blahobytu (napríklad či sú na tom ľudia finančne lepšie)
 - vytváraním situácií, v ktorých rozhodnutia vedú ľudí k nižšej úrovni subjektívneho šťastia
 - preukázaním, že prognózy blahobytu sú ovplyvnené faktormi, ktoré sú zjavne irelevantné
- Behaviorálna ekonómia sa nesnaží tvrdiť, že ľudia nevedia, čo chcú alebo nechcú. Vedia to veľmi dobre, pokiaľ má rozhodnutie okamžité následky. Ľudia však nie vždy vedia, čo budú chcieť v budúcnosti. A čím je medzera medzi rozhodnutím a následkom dlhšia, tým je väčšia šanca, že si nevyberú dobre.
- Chyby v prognózovaní blahobytu nastávajú hlavne ak
 - (1) sa ľudia snažia predpovedať mieru svojho prispôbenie sa novým životným okolnostiam
 - (2) je emocionálny stav človeka veľmi odlišný v čase rozhodnutia a v čase následku
 - (3) sa pri rozhodnutí zameriava pozornosť na faktory, ktoré v skutočnosti nie sú až také dôležité
 - (4) sa rozhodnutia robia na základe skreslených hodnotení minulých skúseností

Chyby v prognózach

- Nepočítanie s adaptáciou: Mnohé zo zmien, ktoré ľudia robia vo svojom živote, sú poháňané túžbou zlepšiť svoju situáciu alebo aspoň zmierniť negatívny stav. Tieto rozhodnutia sú nevyhnutne založené na predpokladoch o skutočných účinkoch daných zmien. Vo výskume však pozorujeme fenomén zvaný „ilúzia zaostrenia“, ktorý Kahneman opísal vetou: „Na ničom v živote nezáleží až tak, ako si myslíte, že záleží v momente, keď o tom premýšľate“ (Schkade a Kahneman, 1998). Výsledkom tejto ilúzie je, že ľudia sa systematicky mýlia vo svojich predpovediach o vplyve ich rozhodnutí na ich blahobyť.
- Skreslené poznatky z minulosti: Osobné skúsenosti z minulosti môžu byť, podobne ako predpovede budúcnosti, skreslené. Napríklad môžu byť ukotvené na emocionálnom stave jednotlivca. Zároveň komplexné hodnotenia minulosti systematicky nadhodnocujú niektoré časti skúseností a podhodnocujú iné.
- Súčasný emocionálny stav: Predpovede ľudí o tom, ako sa budú cítiť v budúcnosti, sú výrazne ovplyvnené tým, ako sa cítia v súčasnosti. Tento fenomén bol označený ako „projekčná zaujatosť“ (Loewenstein et al., 2003) - pretože ľudia premietajú svoj súčasný duševný stav do budúceho. Niektoré rozhodnutia, ktoré ľudia robia, môžu byť nedostatočne empatické voči budúcemu ja, teda budúcemu človeku, ktorý bude musieť s touto voľbou žiť.
- Sila kontextu: Rozhodnutie (napr. pre kúpu určitého produktu) môže byť uskutočnené v absolútnom porovnaní nákladov a výnosov, ale aj v relatívnom hodnotení s inými možnosťami. Kontext (relatívne rozhodovanie namiesto absolútneho) môže mať na rozhodnutia výrazný, a to aj negatívne výrazný vplyv.

Vláda

- V poslednom desaťročí začínajú poznatky z behaviorálnej ekonómie masívne využívať vlády po celom svete. Testovanie rôznych “behaviorálnych politík” sa rozširuje mimoriadne rýchlym tempom. Nástroje ako povinné zverejňovanie informácií, varovania, či predvolby možno nájsť vo viacerých oblastiach, vrátane spotreby paliva, financií, energetickej účinnosti, ochrany životného prostredia, bezpečnosti na cestách, fajčenia, zdravotnej starostlivosti, či zdravého stravovania.
- Poznatky z behaviorálnej ekonómie tak majú veľký vplyv reguláciu, zákon a verejnú politiku na celom svete. Tento vplyv bude pravdepodobne v nasledujúcich desaťročiach rásť. Je zaujímavé, že na potrebe využitia behaviorálneho výskumu sa zvyčajne zhodnú aj veľmi odlišné politické strany, či názory. Zvlášť atraktívne je využitie nízkonákladových behaviorálnych intervencií s vysokým dopadom v ekonomicky náročných obdobiach.
- Behaviorálne poznatky sa ukázali ako obzvlášť dôležité aj v boji proti pandémie COVID-19. Postrčenia (napr. plagáty, značky kde máte stáť a podobne) našli svoje uplatnenie nielen vo verejnom sektore, vrátane nemocníc a univerzít, ale aj v súkromných inštitúciách a podnikoch.

Behaviorálna ekonómia blahobytu

- Typy politík s cieľom zlepšenia blahobytu
 - Odstraňovanie prekážok pre vzájomne výhodné interakcie (napr. dohody o voľnom obchode)
 - Zákaz škodlivých aktov (napr. krádeže)
 - Nariaďovanie všeobecne prospešných aktov (napr. očkovanie)
 - Zavedenie stimulov, ktoré podnecujú prospešné akty alebo odrádzajú od škodlivých (environmentálne dane, dane z cigariet)
- Ciele behaviorálnej ekonómie blahobytu
 - Uľahčiť ľuďom rozhodovať sa racionálne
 - Libertariánsky paternalizmus – pomôcť k lepším rozhodnutiam, ale zároveň rešpektovať slobodu a autonómiu
 - Malé alebo žiadne náklady pre racionálnych/informovaných jednotlivcov, potenciálne veľké výhody pre ostatných – postrčenia

A



B



C



D



Informácie, postrčenia, stimuly, nariadenia

- Štyri typy verejných politík sa dajú veľmi pekne vysvetliť pomocou analógie s dopravnými značkami.
- Značka A (mestský okruh) je čisto informatívna. Pokiaľ sa vodičovi hodí informácia o tom, že je na okruhu, môže ju brať do úvahy. Značku ale tiež môže ignorovať a ísť si svojou vlastnou cestou.
- Značka B (nebezpečná zákruta) je postrčením. Upozorňuje vodiča, že by pre jeho vlastnú bezpečnosť bolo dobré znížiť rýchlosť a zvýšiť pozornosť.
- Značka C (spoplatnený úsek diaľnice) predstavuje politiku založenú na stimuloch. Tiež zachováva slobodnú voľbu vodiča, ktorý sa môže rozhodnúť, či pôjde po diaľnici alebo bežnej ceste. Zároveň však upozorňuje na to, že ak vodič využije pohodlnejšiu diaľnicu, bude musieť zaplatiť.
- Značka D (zákaz vjazdu) je tvrdé nariadenie. Za porušenie zákazu hrozí vodičovi trest.

Postrčenia

- Vo väčšine krajín, vrátane Nemecka, bolo využívanie zelenej energie pred 20 rokmi výnimočné. Avšak v niekoľkých nemeckých mestách využívali ľudia už v tých časoch až 90 percent zelenej energie, zatiaľ čo inde to bolo iba okolo jedného percenta. Čo je príčinou takéhoto rozdielu? Odpoveď je jednoduchá. V niektorých mestách totiž boli ľudia automaticky zaradení do programov zelenej energie, a ak ju nechceli využívať, museli sa z týchto programov odhlásiť.
- Takáto “zelená predvoľba” je príkladom postrčenia. Postrčenie je intervencia, vládna alebo aj súkromná, ktorá ovplyvňuje správanie ľudí, ale zároveň rešpektuje slobodu voľby. Dobrým príkladom sú GPS zariadenia. takéto zariadenie navrhne cestu ktorou by ste mohli ísť, ale nakoniec je rozhodnutie aj tak na vás. Predvoľby sú postrčeniami, pokiaľ je jednoduché ich ignorovať. Podobný efekt majú aj upozornenia a zverejňovanie informácií.
- Medzi ďalšie postrčenia patria napríklad pripomienky, zjednodušená komunikácia (napr. formuláre), farebné rozlíšenie produktov, poradie položiek v menu (napr. na webe), alebo tiež apely na spoločenské normy.

Postrčenia

- Niektoré postrčenia ako napríklad informačná povinnosť, sú edukatívne. Iné zase menia architektúru rozhodnutia (napríklad predvolby alebo umiestňovanie zdravších jedál na prominentnejších miestach v obchodoch). Postrčenia môžu byť dizajnované s cieľom predchádzať negatívnym externalitám (napríklad podpora zelenej energie), môžu však tiež chrániť ľudí pred vlastnými chybami (napríklad daňové upomienky alebo automatické zaradenie do dôchodkového piliera).
- Ak vlády chápu systematické chyby v rozhodovaní, môžu chrániť ľudí pred ich samými. Príkladom sú napríklad povinne zapnuté bezpečnostné pásy v autách, povinné nosenie prilieb u cyklistov a motocyklistov, alebo povinné dôchodkové sporenie, či povinné zmluvné poistenie.
- Postrčenia tiež môžu byť použité na podporu iných politik, napríklad na zlepšenie výberu daní alebo jednoduchšie pochopenie stimulom (napríklad dotácie na elektrické autá vs. spotrebné dane na cigarety či sladené nápoje).
- Namiesto substitútov pre príkazy alebo zákazy, môžu byť postrčenia ich komplementami. Ľuďom môžeme napríklad niečo zakázať a zároveň ich šikovne postrčiť k tomu aby takýto zákon dodržiavali.

Postrčenia vs. Príkazy

- Kritici môžu namietat' že postrčenia nie sú dostatočné, ak ľudia robia chyby. Nemali by sme situáciu radšej riešiť príkazmi a zákazmi?
- Pokiaľ ide o zlepšovanie blahobytu, existuje niekoľko dobrých dôvodov, prečo sú postrčenia často lepším prístupom ako príkazy alebo zákazy. Postrčenia často môžu priniesť veľa benefitov za cenu malých nákladov, a teda čistý benefit môže byť vyšší ako v prípade tvrdších politik.
 - Prvým dôvodom je heterogenosť preferencií. Ak dovolíme ľuďom vybrať si svoju vlastnú cestu, znižujeme tým potenciálne vysoké náklady "jednotného riešenia pre všetkých".
 - Druhým dôvodom prečo sú niekedy postrčenia vhodnejšie je, že chyby môžu robiť aj samotné vlády. Chybné postrčenie má menej závažné dopady ako chybný zákon, pretože postrčenia môžu byť jednoducho ignorované.
 - Tretí dôvod súvisí s lobingom. Ak sú vlády pod vplyvom lobistov, nevhodné postrčenia z toho plynúce budú mať menej závažné dopady ako zákony.
 - Štvrtým dôvodom je, že postrčenia ponechávajú slobodu voľby, ktorá je v mnohých spoločnostiach vnímaná ako nástroj silnej vnútornej motivácie.
- Samozrejme, v rôznych kontextoch budú mať tieto dôvody rôzne opodstatnenie. Niekedy je použitie zákazov alebo príkazov nevyhnutné. Ale prinajmenšom vtedy, keď nehrozia negatívne následky pre iných, má zmysel začať s menej tvrdými politikami zachovávajúcimi slobodu voľby.

Design postrčenia

- Postrčenia sú najefektívnejšie, ak ľudia
 - (1) čelia veľmi komplikovanej voľbe v ktorej je ľahké spraviť chybu
 - (2) majú málo skúseností, mali málo príležitostí prísť na to, čo je pre nich najlepšie
 - (3) sú relatívne málo informovaní o tom, čo by si mali vybrať
 - (4) majú problémy so sebakontrolou, a preto nerobia vždy to, čo by robiť chceli
- Ako navrhnuť úspešné postrčenie?
 - Základné pravidlo je, že ak chcete, aby ľudia niečo urobili, uľahčíte im to. Musia vedieť, čo a ako majú robiť, zároveň by to nemalo byť príliš komplikované, bolestivé alebo nákladné. Ak je cieľom zmeniť správanie, často sa prehliada základná otázka: Prečo to ľudia už nerobia? Odpoveď môže poskytnúť dobrý návod na kroky smerujúce k odstráneniu bariér.
 - Na druhej strane, ak chcete ľudí od niečoho odradiť, sťažte im to. Napríklad prostredníctvom administratívnej záťaže.
 - Tiež je dôležité, aby bola komunikácia atraktívna. Jednoduché a živé slogany majú väčší vplyv ako nudné a komplikované. Ľudia majú tiež tendenciu robiť to, čo robia ostatní. Silným postrčením preto môže byť informácia o správaní ľudí z okolia.
 - Veľmi dôležité je načasovanie. Zvyčajne je najlepšie poskytnúť ľuďom informácie (vrátane varovaní) tesne predtým, ako sa rozhodnú, nie veľa predtým alebo keď sa sústredia na niečo iné.

Predvoľby

- Predvoľby (=vopred zvolené alternatívy v prípade, že sa jednotliviec sám aktívne nerozhodne) sú jedným z najsilnejších nástrojov behaviorálnej politiky. Prečo majú taký veľký vplyv? Existujú tri hlavné vysvetlenia.
 - Ak chcete zmeniť predvoľbu, musíte sa aktívne rozhodnúť ju odmietnuť. Kvôli zotrvačnosti a prokrastinnácii však majú ľudia tendenciu zostávať v status quo.
 - Druhým vysvetlením je implicitné prijatie predvoľby. Ak sa ľudia domnievajú, že predvoľba bola zvolená z nejakého konkrétneho dôvodu; potom sa od nej nebudú chcieť odchyliť, pokiaľ nemajú konkrétne informácie odôvodňujúce zmenu.
 - Predvolené pravidlo môže tiež znamenať pre ľudí akýsi referenčný bod. Ľudia sa často nechcú od referenčného bodu odchyľovať, pokiaľ existuje možnosť, že týmto odchylením niečo stratia.
- Na druhej strane však platí, že predvoľby majú pomerne slabý účinok v prípade, keď majú ľudia silnú preferenciu pre inú voľbu.
- Príklady:
 - Sporenie: Automatický vstup vs. nevstup (opt-out vs. opt-in) do dôchodkového piliera
 - Školské stravovanie: deti, ktoré majú nárok na sociálne benefity, môžu mať tiež „priamy nárok“ na bezplatné obedy aj bez prihlásenia sa do programu
 - Financie: programy na ochranu pred prečerpaním účtu
 - Zapísanie sa/nezapísanie sa do zdravotného poistenia
 - Predvolené používanie elektronickej vs. papierovej komunikácie

Povinné informovanie

- Informačná povinnosť môže mať mnoho podôb. Môže fungovať ako zariadenie GPS, ktoré ľuďom hovorí, ako sa dostať tam, kam chcú ísť, ale tiež aj ako nočná mora, z ktorej sú veľmi zmätení. Informovanie nie je vždy jednoduché, ale je dôležité.
- Povinné zverejňovanie určitých informácií pomáha preklenúť informačnú asymetriu (napr. zákazník môže mať záujem o jazdu v bezpečnom aute, ale o bezpečnosti auta má lepšie informácie predajca).
- Informovanie však môže slúžiť aj na ochranu spotrebiteľov pred nimi samými. Napríklad je možné vyhnúť sa nákladom, ktoré spotrebiteľia uvalia v budúcnosti sami na seba, ale nevedomujú si ich v čase rozhodnutia.
- Aby bolo informovanie účinné, musí: (A) používať jednoduchý a zrozumiteľný jazyk; (B) obsahovať jasný formát a dizajn, ako napríklad ľahko čitateľný typ písma; a (C) byť dostatočne stručné, ale zároveň by malo obsahovať všetko dôležité
- Príklady
 - Poskytovanie nutričných informácií spotrebiteľom na etiketách výrobkov, ktoré musia obsahovať informácie o kalóriách a celkových aj nasýtených tukoch.
 - Kreditné karty: banky musia držiteľov kariet s dostatočným predstihom informovať o zvýšení sadzieb a o ich práve zrušiť účet skôr, ako toto zvýšenie nadobudne účinnosť.
 - Zdravotná starostlivosť: od poisťovní sa vyžaduje, aby potenciálnym zákazníkom poskytovali jasné a zrozumiteľné súhrny relevantných informácií vrátane ročného poistného, ročnej odpočítateľnej položky a výpisu služieb, ktoré nie sú kryté.

Zdôraznenie

- Spotrebiteľov je možné pri ich rozhodovaní usmerňovať aj tým, že niektoré črty rozhodovacej situácie zámerne zdôrazníme.
- Napríklad pri spotrebných daniach je možné jasne zdôrazniť výšku spotrebnej dane, pričom zvýšenie takejto dane môže do určitej miery od spotreby daných produktov odrádzať.
- V kontexte fiškálnej politiky často vyvstáva otázka, či preplatky realizovať formou jednorázovej platby alebo namiesto toho vo forme zníženej zrážky. Vedie jeden alebo druhý prístup k zvýšenej spotrebe?
- Zistilo sa, že jednorázová platba má výrazne väčší vplyv na zvýšenie spotreby ako ekonomicky ekvivalentné zníženie zrážok. Vysvetlenie tohto javu tkvie v tom, že jednorázová platba je viac nápadná. Väčšina domácností si v relevantnej štúdii nevšimla zmenu zrážky a preto na ňu nezareagovala spotrebou. Ani domácnosti, ktoré zaznamenali „malé, ale opakované zvýšenie príjmu“, väčšinou tieto peniaze nevyužili na významné nákupy.

Spoločenské normy

- Behaviorálna veda tiež zdôrazňuje nesmierny význam spoločenských noriem. Normy majú významný vplyv na individuálne rozhodnutia, a teda pôsobia ako účinné postrčenie.
- Ak sa napríklad ľudia dozvedia, že spotrebovávajú viac energie ako ich susedia, ich spotreba energie môže klesnúť – ušetria peniaze a zároveň znížia emisie. To isté platí pre rozhodnutia súvisiace so zdravím. Ľudia s väčšou pravdepodobnosťou dbajú o svoje zdravie, ak žijú alebo pracujú s ľuďmi vyznávajúcimi zdravý životný štýl. Naopak, ak je v ich spoločenských kruhoch množstvo obéznych ľudí, je oveľa pravdepodobnejšie, že sa sami stanú obéznymi.
- Správanie okolia môže ľuďom poskytnúť cenné informácie o dobrých alebo vhodných rozhodnutiach. Ak sa ľudia dozvedia o vznikajúcich normách, je pravdepodobnejšie, že budú konať v súlade s nimi, aj keď tak väčšina ešte nerobí.

Princípy postrčení

Table 11.6 Principles for good choice architecture, spelling 'NUDGES'.

Principles	Brief description
iNcentives	People do respond to incentives such as price and cost, but only if these are salient
Understand mappings	People may need help understanding the mapping, from the choices they may make to the outcomes they will get
Defaults	Defaults matter a lot because of present bias and choice overload, so think carefully about them
Give feedback	People do learn, so give feedback on when things are going well or badly
Expect error	People make mistakes, so we need something that is as forgiving as possible to mistakes they may make
Structure complex choices	The more complex the choice, the more problems a person has, and the more likely context effects will matter; so, keep things simple

Source: Thaler and Sunstein (2008).

Table 11.7 An overview of MINDSPACE.

Principle	Description
Messenger	We are heavily influenced by who communicates information
Incentives	Our responses to incentives are shaped by predictable mental short cuts, such as strongly avoiding losses
Norms	We are strongly influenced by what others do
Defaults	We 'go with the flow' of pre-set options
Salience	Our attention is drawn to what is novel and seems relevant to us
Priming	Our acts are often influenced by subconscious cues
Affect	Our emotional associations can powerfully shape our actions
Commitments	We seek to be consistent with our public promises, and reciprocate acts
Ego	We act in ways that make us feel better about ourselves

Source: Dolan *et al.* (2010).

Stimuly

- Čo presne je stimul? Jednoducho povedané, stimul je nástroj, ktorý sa používa na motivovanie ľudí k tomu aby urobili niečo, čo by inak neurobili.
- Je však dôležité poznamenať, že stimuly menia aj spoločenské signály a “auto”-signály (oddaný environmentalista alebo niečo iné?).



Nežiaduce účinky stimulov

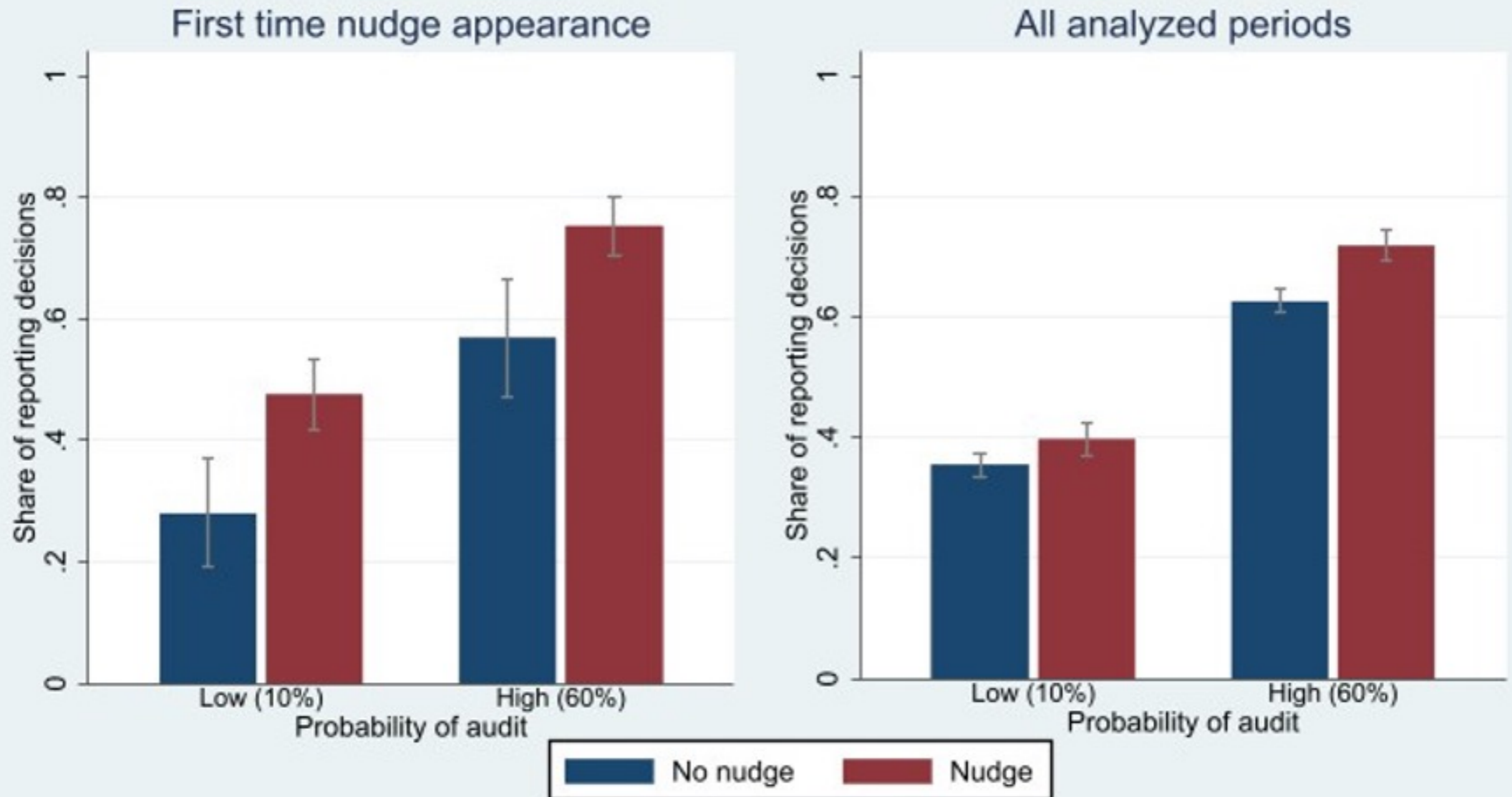
- Stimuly môžu priniesť aj nezamýšľaný, až nežiaduci výsledok, ktorý je v rozpore so zámermi tvorcu stimulu. Stimul môže napr. vytvoriť tzv. kobrí efekt, teda situáciu, keď samotný stimul neúmyselne odmeňuje ľudí za zhoršenie problému.



Peltzman effect

- Peltzmanov efekt predpokladá menšie pozitívne efekty nariadení zameraných na podporu bezpečnosti oproti zamýšľaným efektom. Napríklad nariadenie povinne používať bezpečnostné pásy v aute môže u ľudí vyvolať pocit väčšej bezpečnosti, a tento pocit môžu následne kompenzovať rizikovejším správaním.
- V lepšom prípade je zlepšenie bezpečnosti negatívne vyvážené kompenzačným správaním iba čiastočne. V horšom prípade môže byť efekt kompenzačného správania tak veľký, že zavedenie bezpečnejšej technológie vedie k väčšiemu počtu nehôd.
- Chong a Restrepo (2017) skúmali Peltzmanov efekt na hokejistoch. Využili pri tom fakt, že v rôznych ligách existujú rôzne požiadavky na nosenie ochranného plexiskla na prilbe. V európskych ligách boli v minulosti plexisklá povinné, zatiaľ čo v NHL bolo ich nosenie dobrovoľné. Okrem toho v roku 2004 bola v NHL výluka. To spôsobilo, že veľa hráčov sa dočasne presunulo do európskych líg, čo ich prinútilo používať plexisklo.
- Porovnaním hráčov, ktorí majú plexisklo vždy s tými, ktorí ho mali iba vtedy, keď bolo povinné, výskumníci naozaj našli kompenzačné správanie. Hráči donútení mať plexisklo hrali riskantnejšie ako obyčajne a dostali za zápas v priemere viac trestných minút.

Postrčenia vs. stimuly



Regulation (Bans, compliance rules, mandates)	
Useful when	<ul style="list-style-type: none"> • Behaviour has consequences that are a high risk to society or takes advantage of others (<i>e.g. crime, intentional fraud, pollution</i>) or against society's values or ethics (<i>e.g. racial discrimination, freedom of speech</i>) • Third-party effects are present and the consequences of the behaviour are not entirely absorbed by the individual or corporation. • Establishing standards that enhances standard of living or protects individuals (<i>e.g. minimum wage requirements, product safety</i>). • Enforcement is feasible and cost-effective.
Avoid When	<ul style="list-style-type: none"> • Regulation is perceived as overly restrictive or intrusive. • Individuals would likely respond with defiance or by undermining regulation.
When Choice Architecture Can Help	<ul style="list-style-type: none"> • Enforcement is in place but may not be working effectively. Choice architecture may help increase compliance.
Economic Incentives (Taxes, Penalties, Grants, Subsidies)	
Useful when	<ul style="list-style-type: none"> • Behaviour is motivated by costs and benefits and hyperbolic discounting does not take effect (benefits are felt upfront). • Incentives are salient to the individual. • Market is in-line with the incentives and does not work against them. (<i>e.g. Subsidies for energy efficient products are in direct competition with cheaper products. "Green" taxes on computers must work against marketing efforts to sell the latest and greatest products</i>).
Avoid When	<ul style="list-style-type: none"> • Behaviour is motivated by fairness, altruism, or social norms (<i>e.g. organ donations</i>). • Taxes and penalties create a "license" to engage in behaviour.
When Choice Architecture Can Help	<ul style="list-style-type: none"> • Behaviour is affected by cognitive influences (<i>loss aversion, status quo etc.</i>). Choice architecture can help highlight incentives or reduce particular barriers to accessing incentives.

Information and Persuasion	
Useful when	<ul style="list-style-type: none"> • Combined with other policy tools. • Encourages learning and can improve decision-making skills over time.
Avoid When	<ul style="list-style-type: none"> • Information is presented in a complex manner. • Message conflicts with what is being presented in the media or by other influencers such as peers.
When Choice Architecture Can Help	<ul style="list-style-type: none"> • When information is overly complex, choice architecture can help improve information processing using nudge techniques such as salience and simplification.
Nudges and Choice Architecture (Defaults, Simplification, Opt-in vs. Opt-Out)	
Useful when	<ul style="list-style-type: none"> • Freedom of choice is important and individual preferences vary. • Economic incentives or penalties are not appropriate. • Behaviour is affected by cognitive influences and individuals struggle with turning intentions into action. • Increasing alignment with current regulations or incentives.
Avoid When	<ul style="list-style-type: none"> • Context can be changed by businesses or other institutions in the marketplace.¹⁵ Additional regulation may be needed to set boundaries for market behaviour. Or, incentives may need to be changed to improve alignment with policy goals. • Intended outcome of the nudge may go against individual intentions¹⁶.

Table 1. A General Guide to Choosing Policy Tools