

# Povijest i kontroverze biheviornalne ekonomije

---

**Zmaić, Magdalena**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2021**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:909186>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom](#).

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-05-21**



*Repository / Repozitorij:*

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



**Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**  
**Fakultet ekonomije i turizma**  
**„Dr. Mijo Mirković“**

**MAGDALENA ZMAIĆ**

# **POVIJEST I KONTROVERZE BIHEVIORALNE EKONOMIJE**

Završni rad

Pula, rujan 2021.

**Sveučilište Jurja Dobrile u Puli  
Fakultet ekonomije i turizma  
„Dr. Mijo Mirković“**

MAGDALENA ZMAIĆ

# **POVIJEST I KONTROVERZE BIHEVIORALNE EKONOMIJE**

Završni rad

**Ime i prezime: Magdalena Zmaić**

**Broj indeksa: 0303085149**

**Smjer: Marketinško upravljanje, redovna studentica**

**Predmet: Ekonomska sociologija**

**Mentor: prof. dr. sc. Saša Stjepanović**

Pula, srpanj 2021.



## IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Magdalena Zmaić, kandidat za prvostupnika ekonomije, smjera Marketinško upravljanje, ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

---

U Puli, 2021. godine



## **IZJAVA** **o korištenju autorskog djela**

Ja, **Magdalena Zmaić**, dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom „**POVIJEST I KONTROVERZE BIHEVIORALNE EKONOMIJE**“ koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, 2021. godine

Potpis

---

# SADRŽAJ

1. UVOD .....	1
2. TEORIJSKE ODREDNICE BIHEVIORALNE EKONOMIJE .....	3
2.1. Konceptualne ideje bihevioralne ekonomije .....	3
2.2. Elementi emocija u bihevioralnoj ekonomiji .....	6
2.3. Teorije donošenja odluka u bihevioralnoj ekonomiji .....	10
2.4. Implementacija bihevioralne ekonomije .....	14
3. POVIJESNE PERSPEKTIVE BIHEVIORALNE EKONOMIJE .....	16
3.1. Kontekst nastanka .....	16
3.1.1. Iracionalnost u povijesnom kontekstu .....	17
3.1.2. Revolucija razuma.....	19
3.1.3. Djelovanje heuristike .....	20
3.2. Predstavnici bihevioralne ekonomije kroz povijest .....	21
3.3. Razvojni model bihevioralne ekonomije u kontekstu potrošača .....	22
3.4. Nobelovi laureati bihevioralne ekonomije .....	24
3.5. Povijesna evaluacija bihevioralne ekonomije .....	24
4. KONTROVERZE BIHEVIORALNOG PRISTUPA U EKONOMIJI.....	26
4.1. Kritika bihevioralnog pristupa.....	26
4.1.1. Ideološka kritika .....	27
4.1.2. Kritika sumnjivih dokaza.....	28
4.1.3. Kritika primjene bihevioralne ekonomije u javnoj politici .....	28
4.2. Kontroverza ljudskog ponašanja i odluka .....	29
4.3. Neuroznanost i moderno društvo.....	30
4.4. Ograničenja bihevioralne ekonomije.....	32
5. PRIMJERI IMPLEMENTACIJE BIHEVIORALNE EKONOMIJE U PRAKSI.....	34

5.1. Društveno dokazivanje britanske Vlade.....	34
5.2. Averzija prema gubitku – ponude Amazon Lighteninga .....	36
6. KRITIČKI OSVRT NA PROVEDENO ISTRAŽIVANJE .....	38
7. ZAKLJUČAK.....	40
LITERATURA .....	42
POPIS TABLICA .....	45
POPIS SLIKA .....	46
SAŽETAK.....	47
SAŽETAK.....	48

# 1. UVOD

Bihevioralna ekonomija nije značajno definirano područje poput drugih područja društvenih znanosti, međutim, danas je psihološko eksperimentiranje njezina fokusirana metodologija, jer ima sve veću primjenjivost u prirodnom okruženju. Standardne procjene tradicionalnih ekonomista u vezi s prirodom ljudi podvrgnute su intenzivnoj procjeni suvremenih ekonomista koji slijede koncept psihologije pojedinaca u donošenju odluka. Tradicionalni ekonomisti pod utjecajem su koncepta homo - ekonomije, koji se može objasniti kao racionalno, korisno ili maksimiziranje koristi i smanjenje troškova pojedinaca s relativno stabilnim preferencijama. Ako je namjera izazvati promjenu u ponašanju, tada je jedini način izbjeći manipulirane i pogrešne informacije ili nudeći neke pogodnosti.

Bihevioralna ekonomija se može objasniti kao kontekst putem kojega se determiniraju utjecaji na donošenje odluka. Bihevioralna ekonomija proučava učinke psiholoških, kognitivnih, emocionalnih, kulturnih i socijalnih čimbenika na odluke pojedinaca i institucija i način kako se te odluke razlikuju od onih koje podrazumijeva klasična ekonomska teorija. Bihevioralna ekonomija prvenstveno se bavi granicama racionalnosti ekonomskih čimbenika. Modeli ponašanja obično integriraju uvide iz psihologije, neuroznanosti i mikroekonomske teorije. Studija bihevioralne ekonomije uključuje način donošenja tržišnih odluka i mehanizme koji pokreću javni izbor.

Ljudsko se ponašanje razlikuje ovisno o okolnostima, mjestu, vremenu, utjecajima društva, emocionalnim prosudbama, mislima temeljenim na predrasudama i istodobno načinu donošenja odluka. Posljedice nehotičnih i organizacijskih procesa dovode do jednog izbora, a ne prema sljedećem osnovnom modelu u koji većina vjeruje. U posljednjem desetljeću teorije u vezi s „dvostrukim procesom“ poprimile su veliki zamah jer su se u toj sferi provodila razna istraživanja. Iako je bilo i mnogo kritika, u stvarnosti je determiniranje odgovarajućih razvojnih predviđanja iz tih teorija vrlo složen fenomen; jer pretjerano pojednostavljena predviđanja koja proizlaze iz ovih modela mogu do njegovog preranog odbijanja dualnog procesnog pristupa.

Za potrebe istraživanja u završnom radu može se determinirati temeljna hipoteza rada:



## **H0: Bihevioralna ekonomija, kao sinergija znanstvenih disciplina psihologije i ekonomije, svojom implementacijom u poslovanju može utjecati na proces donošenja poslovnih odluka.**

Cilj ovog završnog rada je proučiti teorijsku problematiku povijesnog razvoja bihevioralne ekonomije te ispitati njezine osnovne koncepte koje su istraživali mnogobrojni autori, kao i njezine kontroverze, gdje se bihevioralna ekonomija razvila u popularnu disciplinu. Svrha je završnog rada ukazati na važnost primjene bihevioralne ekonomije i njezinih načela u praksi te koliko ista donosi korisnosti.

Struktura rada sačinjena je od šest sastavnih dijelova. U uvodnom dijelu data je uvodna riječ problematike teme, objašnjen je cilj i svrha istraživanja, struktura rada te znanstvene metode. U drugom dijelu opisane su teorijske odrednice bihevioralne ekonomije koje uključuju njezine konceptualne ideje, elemente emocija i teorije donošenja odluka, kao i njezinu implementaciju. U trećem dijelu opisane su povijesne perspektive bihevioralne ekonomije s kontekstom nastanka, prikazom racionalnosti i iracionalnosti, kao i djelovanje heuristike u povijesnom kontekstu, kao što su opisani i predstavnici bihevioralne ekonomije kroz povijest i razvojni model iste u kontekstu potrošača. U četvrtom dijelu opisane su kontroverze bihevioralnog pristupa u ekonomiji s kritikom ovog pristupa, kontroverzom ljudskog ponašanja i odluka, prikazom neuroznanosti i modernog društva te ograničenja bihevioralne ekonomije. U peto dijelu data su dva aplikativna primjera implementacije bihevioralne ekonomije – društveno dokazivanje britanske vlade te otpor prema gubitku Amazon Lighteninga. U šestom dijelu dat je kritički osvrt autorice na provedeno istraživanje. U zaključku je data završna misao autorice o obrađenoj problematici u završnom radu.

U ovom završnom radu su, u različitim kombinacijama primijenjene sljedeće znanstveno - istraživačke metode: deskriptivna metoda, povijesna metoda, metoda komparacije, metoda generalizacije, metoda apstrakcije, induktivna i deduktivna metoda te metode analize i sinteze.

## **2. TEORIJSKE ODREDNICE BIHEVIORALNE EKONOMIJE**

Bihevioralna ekonomija, da li su ljudi toga svjesni ili ne, svakodnevno utječe na njihov život. Od velikih korporacija do saveznih vlada, svi oni primjenjuju koncepte bihevioralne ekonomije kako bi utjecali na ljudsko donošenje odluka i okrenuli ga u svoju korist tako da potrošači donesu odluke koje bi oni željeli. Imajući ovo na umu, ljudi se kao potrošači trebaju voditi pitanjem: "Jesam li odluku donio sam ili je netko ili nešto usput pokolebalo moju odluku?"

Temelje bihevioralne ekonomije postavili su psiholog Daniel Kahneman i ekonomist Vernon Lomax, kao spoj psihologije i ekonomije, a isti su zbog svog djela dobili Nobelovu nagradu za ekonomiju. Daniel Kahneman za uključivanje psihologijskih istraživanja u ekonomsku znanost, posebno u području ljudskog odlučivanja i donošenja odluka pod uvjetima rizika, a Vernon Lomax – Smith za uvođenje laboratorijskih eksperimenata u empirijsku ekonomsku analizu, posebno u proučavanju alternativnih tržišnih mehanizama (Horovitz, 2013.). Danas je primjena bihevioralne ekonomija u praksi vrlo česta i značajna, pa će se u ovom poglavlju obraditi njezine temeljne odrednice sa elementima emocija i teorijama donošenja odluka.

### **2.1. Konceptualne ideje bihevioralne ekonomije**

Brojni ekonomisti davali su velike predosti teoriji racionalnosti u odlučivanju i smatrali su da ista uspješno i složeno funkcionira. Međutim, klasična teorija ove domene imala je mnoge nerealistične pretpostavke te su brojni istraživači uložili mnogo truda da bi dokazali takve teze. U tome vodeću ulogu ima razmišljanje ljudskog ponašanja kao potrošača u suvremenom ekonomskom društvu.

Bihevioralna ekonomija dio je znanstvene discipline psihologije jer se odnosi na ekonomske procese donošenja odluka pojedinaca i institucija. Dva najvažnija pitanja na ovom polju su (Kenton i Walters, 2020.):

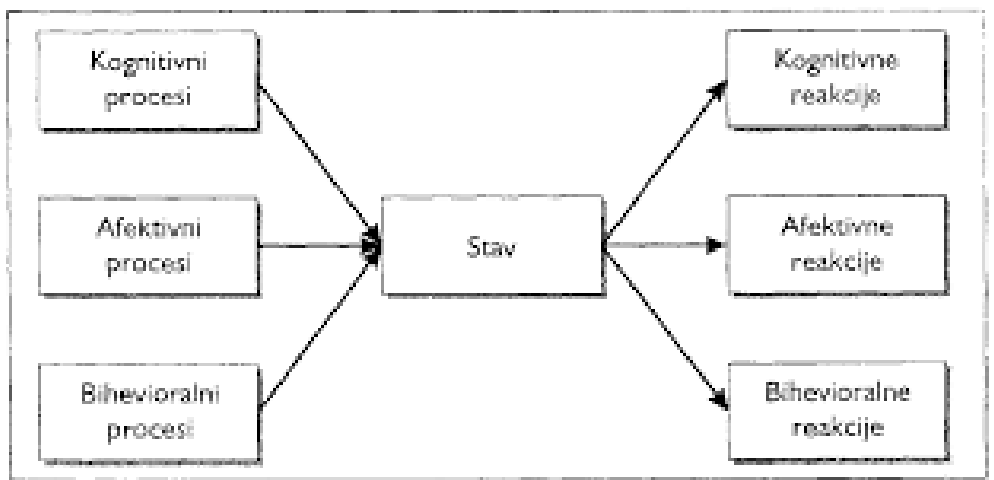
1. Jesu li pretpostavke ekonomista o korisnosti ili maksimiziranju dobiti dobre aproksimacije ponašanja stvarnih ljudi?
2. Maksimiziraju li pojedinci subjektivno očekivanu korisnost?

Bihevioralna ekonomija ponašanja često je povezana s normativnom ekonomijom. Brojni su ekonomski istraživači dali prihvatljive i često upotrebljavane definicije bihevioralne ekonomije, međutim, bitno je izdvojiti one najvažnije:

1. Bihevioralnu ekonomiju možemo definirati kao kombinaciju ekonomije i drugih društvenih znanosti koje više opisuju ponašanje. Javlja se kad ekonomisti kombiniraju istraživanja i metode iz ekonomije i drugih društvenih znanosti s ciljem poboljšavanja deskriptivne vrijednosti ekonomske teorije“ (Weber, 2005.).
2. Bihevioralna ekonomija nije posebno polje ekonomije. To je stil modeliranja ili škola mišljenja koja znači primjenu na veliko područje ekonomskih pitanja u teoriji potrošača, financija, poreznoj politici itd. Psiholgijski rezultati doprinose razvoju bihevioralne ekonomije brojnim eksperimentima gdje je bihevioralna ekonomija pristup a eksperimentalna ekonomija je metoda (Camerer, 2005.)
3. Bihevioralna ekonomija koristi dokaze iz psihologije i drugih znanosti kako bi kreirala modele ograničenja racionalnosti, snage volje i osobnog interesa i istražila njihovu primjenu u ekonomiji. Proučavanje individualnih razlika u racionalnosti i učenju je važno za razumijevanje interakcija socijalnih i ekonomskih zbivanja minimalizirajući efekte ograničenja racionalnosti. Većina istraživanja je oprezno formalno teoretiziranje koje koristi psihologijske činjenice. Neuroekonomija proširuje psihologijske rezultate koristeći teoretske informacije koje se odnose na detalje o strujanjima neurona (Horovitz, 2013.)

U kontekstu teorijskih odrednica bihevioralne ekonomije vrlo je bitan stav ljudi i njihovo ponašanje u kreiranju različitih misaonih procesa koji bi doveli do relacije koje će rezultirati ekonomski prihvatljivim ponašanjem. Takav je koncept objašnjen na shemi 1.

Slika 1. Stav kao temelj biheviornalne ekonomije



Izvor: Hewstone, M.; Stroebe, W. (2001): Socijalna psihologija: europske perspektive, Naklada Slap, Jastrebarsko, str. 49

Na shemi 1. prikazan je stav kao početna odrednica generiranja bihevioralnog ponašanja u ekonomiji. Na stav utječe događanje kognitivnih, afektivnih i bihevioralnih procesa, koji pod djelovanjem stavova i ponašanja ljudi generiraju istoimene reakcije. U tom sustavu najvažniji su bihevioralni procesi, koji uz određene stavove ponašanja rezultiraju bihevioralnim reakcijama u ekonomskom ponašanju.

Bihevioralna ekonomija primjenjuje modele o sistematskim nedostacima ljudske racionalnosti, proučavajući organizacije, tržište i politiku. To uključuje ograničenu racionalnost, snagu volje i osobnog interesa i svaki drugi ishod ponašanja koje uključuje mozak sa ograničenom pažnjom (Horovitz, 2013.). U ovoj vrsti ekonomije, za ralikom od tradicionalnog pristupa je vrlo važno da se prouče i spoznaju individualne razlike u prevladavanju racionalnosti u učenju jer oni utječu na interakciju socijalnih i ekonomskih zbivanja minimalizirajući efekte ograničene racionalnosti.

## 2.2. Elementi emocija u bihevioralnoj ekonomiji

S obzirom da su ekonomija i psihologija objedinjene u disciplini bihevioralne ekonomije, ista sadrži niz elemenata emocija putem kojih se pojašnjava ljudsko ponašanje i donošenje odluka u ekonomiji.

Prvi emocionalni element bihevioralne ekonomije je motivacija. Motivacija po svim dosadašnjim spoznajama i prezentiranim rezultatima motivacijskih istraživanja izravno utječe na kvalitetu obavljenog posla, na zadovoljstvo zaposlenih, na njihov odnos prema poslu, na privrženost zaposlenih organizaciji, na zadovoljstvo klijenata, na učinkovitost vođenja i drugo (Bovan i Polšek, 2014.). Veliki interes za problem motivacije u osnovi ima tri razloga: poboljšanje proizvodnosti, efikasnosti i kreativnosti rada, poboljšanje kvalitete radnog života u organizacijama i jačanje konkurentske sposobnosti i uspješnosti tvrtke (Bahtijarević Šiber, 1999.). Motivacija je zbirni pojam za sve čimbenike koji izazivaju, pojačavaju, organiziraju i usmjeravaju ljudsko ponašanje, odnosno djelovanje određenog intenziteta trajanja (Bahtijarević Šiber, 1999.).

Motivacija određuje ponašanje usmjereno ka određenom cilju, često poslovnom te uključuje sve oblike svrhovitog i voljnog ponašanja, ali obuhvaća i dio nesvjesnih motivirajućih aktivnosti. Ovdje se radi o složenoj koncepciji koja se temelji na ljudskim potrebama i aspiracijama te preferencijama koje su različite od drugih ljudi i usmjeravaju se prema objektivnim i subjektivnim poslovnim situacijama zaposlenika.

Sljedeća emocija je kognicija, koja dolazi od latinske riječi koja cognoscere, koja znači spoznaju ili izražaj. Kognicija predstavlja neodređen i sveobuhvatan naziv za mentalne aktivnosti, primanje i obradu informacija kao što su: mišljenje i oblikovanje pojmova, percepcija i pažnja, pamćenje i predočavanje. Ishodi tih procesa su razne spoznaje, znanja i uvjerenja, sheme, osobni konstrukti, sjećanja i predodžbe, sudovi i slično (Petz et. al., 2000.). Kognicija uključuje sve svjesne i nesvjesne procese kojima se akumulira znanje, poput opažanja, prepoznavanja, začeca i rasuđivanja. Drugim riječima, spoznaja je stanje ili iskustvo spoznaje koje se može razlikovati od iskustva osjećaja ili volje.

Treći emocionalni element bihevioralne ekonomije su kognitivna disonanca i konsonanca. Kognitivna disonanca, odnosno spoznajna neusklađenost) je stanje u kojem se nalazimo ako imamo dvije informacije ili misli, dva stava i slično, koji nisu u

skladu (Petz et. al., 2000.). Na polju bihevioralne ekonomije, kognitivna disonanca događa se kada osoba ima proturječna uvjerenja, ideje ili vrijednosti i obično se doživljava kao psihološki stres kad sudjeluje u akciji koja se protivi jednoj ili više njih. Prema ovoj teoriji, kada dvije radnje ili ideje nisu psihološki međusobno u skladu, ljudi čine sve što je u njihovoj moći da ih promijene dok ne postanu dosljedne. Nelagodu izaziva vjerovanje osobe koja se sukobljava s novim opaženim informacijama, pri čemu pokušava pronaći način za rješavanje proturječnosti kako bi smanjila nelagodu (Bahtijarević Šiber, 1999.).

Sljedeći element je percepcija. Percepcija je psihički proces ili psihonervna aktivnost kojom se zahvaća i upoznaje objektivna realnost, a nastaje djelovanjem različitih fizikalnih procesa iz okoline (uključujući i proces u vlastitom tijelu) na osjetne organe (Petz et. al., 2000.). Percepcija je ustvari organizacija, identifikacija i interpretacija osjetilnih informacija kako bi se predstavile i razumjele predstavljene informacije ili okruženje (Bahtijarević Šiber, 1999.). Sva percepcija uključuje signale koji prolaze kroz živčani sustav, a koji su pak rezultat fizičke ili kemijske stimulacije osjetnog sustava. Na primjer, vid uključuje svjetlost koja pogađa mrežnicu oka; miris posreduju molekule mirisa; a sluh uključuje valove pritiska. Percepcija nije samo pasivni prijem tih signala, već je oblikovana i primateljevim učenjem, pamćenjem, očekivanjima i pažnjom (Camerer, 2003.). Senzorni unos postupak je koji ove podatke niske razine transformira u informacije više razine (npr. izdvaja oblike za prepoznavanje objekata). Proces koji slijedi povezuje čovjekove koncepte i očekivanja (ili znanje), restorativne i selektivne mehanizme (poput pažnje) koji utječu na percepciju.

„Mišljenje u širem smislu uključuje svaki kognitivni proces obrade ideja, predodžbi, slika, simbola i pojmova. Stoga u okvir mišljenja ulaze različiti procesi od asociiranja, sjećanja i maštanja, preko stjecanja pojmova, do logičkog rezoniranja (rasuđivanja) i stvaralačkog mišljenja (Petz et. al, 2000.). Dano mišljenje može se baviti subjektivnim stvarima u kojima nema konačnog zaključka ili se može baviti činjenicama za koje se želi osporiti logičnom zabludom da netko ima pravo na njihova mišljenja. Činjenica koja se razlikuje od mišljenja je ta da su činjenice provjerljive, tj. s njima se može složiti konsenzusom stručnjaka. Mišljenje može biti potkrijepljeno činjenicama i načelima, u kojem slučaju ono postaje argument. Različiti ljudi mogu donijeti suprotne zaključke (mišljenja) čak i ako se slažu oko istog niza činjenica. Mišljenja se rijetko mijenjaju bez iznošenja novih argumenata. Analizom potkrepljujućih argumenata može se obrazložiti

da jedno mišljenje bolje potkrepljuju činjenice nego drugo. U svakodnevnoj upotrebi pojam mišljenje može biti rezultat čovjekove perspektive, razumijevanja, određenih osjećaja, uvjerenja i želja.

„Pažnja je usmjerenost psihičke i psihomotorne aktivnosti prema određenim sadržajima (Petz et al., 2000.). Kada obavljamo neku aktivnost naše je percipiranje i reagiranje usmjereno na one aspekte okoline koji su u vezi s tom aktivnošću; djelovanje ostalih podražaja iz okoline je pri tome djelomično ili potpuno inhibirano. Pažnja je proces ponašanja i kognitivni postupak selektivne koncentracije na diskretni aspekt informacije, bilo da se smatra subjektivnim ili objektivnim, uz zanemarivanje drugih uočljivih informacija. Pažnja je um u posjedovanju, u jasnom i živopisnom obliku, jednog od, čini se, nekoliko istodobno mogućih predmeta ili vlakova misli. Fokalizacija, koncentracija i svijest su od suštine (Camerer, 2003.). Pozornost je također opisana kao raspodjela ograničenih resursa kognitivne obrade. Pažnja se očituje uskim grlom s pažnjom, u smislu količine podataka koje mozak može obraditi svake sekunde; na primjer, u ljudskom vidu, samo manje od 1% vizualnih ulaznih podataka (oko jednog megabajta u sekundi) može ući u usko grlo, što dovodi do nenamjerne sljepoće (Camerer, 2005.).

Važan element bihevioralne ekonomije su same ljudske emocije. Emocije ili čuvstva su doživljaji izazvani nekom vanjskom ili unutarnjom situacijom, karakteristični prvenstveno po tome što su većinom ugodni ili neugodni (a katkada istovremeno i ugodni i neugodni tj. ambivalentni) (Petz et. al., 2000.). Emocije su biološka stanja povezana sa svim živčanim sustavima izazvana neurofiziološkim promjenama koje su različito povezane s mislima, osjećajima, odgovorima u ponašanju i stupnjem zadovoljstva ili nezadovoljstva. Trenutno nema znanstvenog konsenzusa oko definicije. Emocije su često isprepletene s raspoloženjem, temperamentom, osobnošću, raspoloženjem, kreativnošću i motivacijom. Istraživanje emocija povećalo se tijekom posljednja dva desetljeća, a doprinijela su mnoga područja, uključujući psihologiju, medicinu, povijest, sociologiju emocija i računalne znanosti. (Camerer, 2005.) Brojne teorije koje pokušavaju objasniti podrijetlo, funkciju i druge aspekte osjećaja potaknule su intenzivnije istraživanje ove teme. Trenutna područja istraživanja koncepta osjećaja uključuju razvoj materijala koji stimuliraju i izazivaju osjećaje. Emocije proizvode različite fiziološke, bihevioralne i kognitivne promjene.

Izvorna uloga emocija bila je motiviranje adaptivnog ponašanja koje bi u prošlosti pridonijelo prenošenju gena preživljavanjem, razmnožavanjem i odabirom rodbine.

“Heuristika predstavlja pomagala i tehnike koje najčešće koristimo pri rješavanju problema, donošenju odluke, stvaranju stavova (Petz et. al., 2000.). Ima ih više, ali samo jedno od tih pomagala - ako se radi o rješavanju problema – sigurno dovodi do rješenja, a to je algoritam. Heuristika predstavlja svaki je pristup rješavanju problema ili samootkrivanju koji koristi praktičnu metodu za koju nije zajamčeno da će biti optimalna, savršen ili racionalan, ali je ipak dovoljan za postizanje neposrednog, kratkoročnog cilja ili približavanja. Tamo gdje je pronalaženje optimalnog rješenja nemoguće ili nepraktično, mogu se koristiti heurističke metode kako bi se ubrzao postupak pronalaska zadovoljavajućeg rješenja. Heuristika može biti mentalni prečac koji olakšava kognitivno opterećenje donošenja odluke (Camerer, 2003.). Primjeri koji koriste heuristiku uključuju upotrebu pokušaja i pogrešaka, pravilo ili educiranu pretpostavku.

Sljedeći element je kreativnost. To je pojava čije se postojanje općenito prepoznaje i prihvaća kako u znanosti tako i u običnom životu, a odnosi se na sklop osobina i psihičkih procesa koji omogućuje kreativni učinak – rješenje, ideju ili neko materijalno ostvarenje (kao što je umjetničko djelo bilo koje vrste, stroj ili nešto drugo) (Petz et. al., 2000.). Međutim, da bi nešto bilo prihvaćeno kao kreativni učinak, mora ispunjavati dva uvjeta (Petz et. al, 2000.): mora biti novo ili dovoljno drugačije od bilo čega poznatoga i mora biti za užu ili šira društvenu okolinu u općem smislu korisno. Kreativnost je pojava pri kojoj nastaje nešto nekako novo i vrijedno. Stvorena stavka može biti nematerijalna (poput ideje, znanstvene teorije, glazbene skladbe ili šale) ili fizički objekt (poput izuma, tiskanog književnog djela ili slike). Znanstveni interes za kreativnost nalazi se u brojnim disciplinama, prije svega psihologiji, poslovnim studijama i kognitivnim znanostima, ali i obrazovanju, humanističkim znanostima, tehnologiji, inženjerstvu, filozofiji (posebno filozofiji znanosti), teologiji, sociologiji, lingvistici, umjetnosti, ekonomija i matematika, pokrivajući odnose između kreativnosti i opće inteligencije, tipa osobnosti, mentalnih i neuronskih procesa, mentalnog zdravlja ili umjetne inteligencije; potencijal za poticanje kreativnosti kroz obrazovanje i osposobljavanje; njegovanje kreativnosti za nacionalnu ekonomsku korist i primjena kreativnih resursa za poboljšanje učinkovitosti poučavanja i učenja (Caerer, 2005.).



Konačni element emocija u bihevioralnoj ekonomiji je stres, kao nejednoznačan naziv kojim se jednom označavaju različiti okolni agensi koji djeluju na strukturu ili funkciju organizma, drugi put reakcije živog bića na te podražaje, a katkad samo posljedice ili učinci štetnih podražaja (Petz et. al., 2000.). c) Stres je, profesionalni, osobni i okolišni pritisak modernog života koji svakodnevno provodi svoje snage na ljudima koji ih s vremenom istroše (Medicinenet.com, 2019.). Također je to reakcija tijela na promjene koje zahtijevaju fizičko, mentalno ili emocionalno prilagođavanje ili odgovor. Stres je danas zadani čimbenik i sveprisutan je u ljudskim životima, kako na poslu, tako i u privatnom životu, a razlog je tome brzi tempo života, globalne promjene kojima se ljudi moraju prilagođavati i međusobni odnosi zaposlenika, prijatelja i svih s kojima ljudi dolaze u interakciju. Kao takav negativan faktor, njega je danas teško izbjeći, ali mnogi ljudi mogu ovladati situacijama da na njega reagiraju snažnije nego što bi trebali u uobičajenim okolnostima. Na taj način sposobnost čovjeka da prepozna, upravlja i maksimizira svoj odgovor na stres može pretvoriti emocionalni ili fizički problem u resurs.

### **2.3. Teorije donošenja odluka u bihevioralnoj ekonomiji**

Danas u svijetu ekonomije postoje mnoge odluke koje poslovni ljudi donose i u domeni svog poslovnog i privatnog života, a koje se odnose na njihovu ekonomsku sferu života. Takve odluke su često racionalne te uključuju određene obrasce ponašanja koji se temelje na racionalnosti u okviru suvremenog društva u kojem živimo. Ovdje racionalni proces označava odabir opcije sa najvećom očekivanom vrijednošću koja će nam se potencijalno otvoriti. Upravo Kahneman, kao jedan od utemeljitelja bihevioralne ekonomije, determinira stav da je donošenje odluka pod utjecajem rizika koji su proizašli iz eksperimenata kako ljudi vrše izbore u jednostavnom kockanju pod uvjetima neizvjesnosti. Teorija odlučivanja je skupni naziv za različite teorije koje nastoje opisati i objasniti kako ljudi donose odluke (Petz et. al., 2000). Teorije pokušavaju sustavno specificirati varijable koje utječu na odlučivanje u svim različitim situacijama.

Stoga se u procesu odlučivanja javljaju brojne teorije odlučivanja sa različitim pristupima: od potpuno matematičko-statističkog (npr. Bayesov princip) do različitih

psiholoških pristupa, koji uzimaju u obzir vjerovanja, stavove i druge subjektivne faktore.

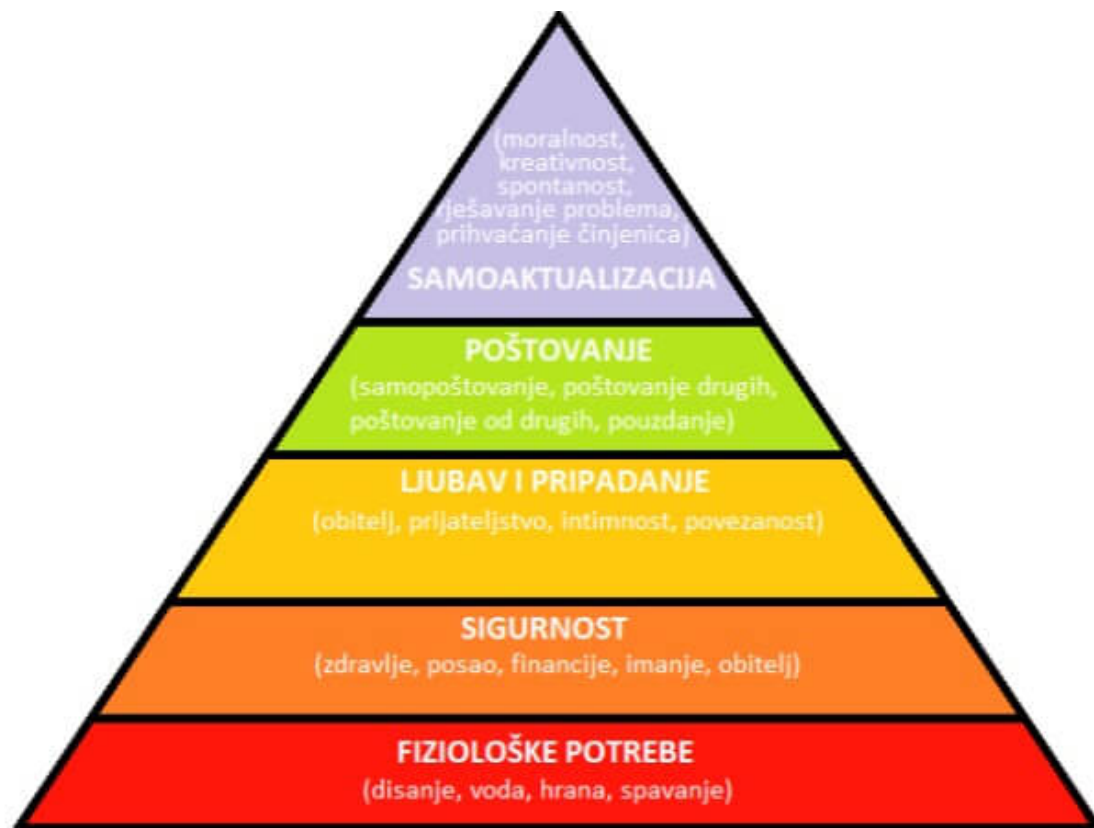
### **1. Bayesov pristup:**

Bayesov zaključak metoda je statističkog zaključivanja u kojoj se Bayesov teorem koristi za ažuriranje vjerojatnosti hipoteze kako bude postajalo dostupno više dokaza ili informacija. Bayesov zaključak važna je tehnika u statistici, a posebno u matematičkoj statistici. Bayesovo ažuriranje posebno je važno u dinamičkoj analizi niza podataka. Bayesov zaključak našao je primjenu u širokom spektru aktivnosti, uključujući znanost, inženjerstvo, filozofiju, medicinu, sport i pravo. U filozofiji teorije odlučivanja Bayesov zaključak usko je povezan sa subjektivnom vjerojatnošću, koja se često naziva "Bayesovom vjerojatnošću".

### **2. Teorije motivacije:**

Teorije motivacije se usmjeravaju na obrasce ljudskog ponašanja, gdje su sve objedinjene oko koncepta potreba. Teorije su individualne jer neke od njih ignoriraju komponente posla i usmjerene su na analizu individualnih potreba čovjeka. Teoriju hijerarhije potreba je razvio Abraham Maslow, te ju je definirao kao hijerarhijsku teoriju potreba, odnosno motivacije, a Bahtijarević Šiber (1999) je još naziva holističko dinamička teorija. Ova teorija ima tendenciju da bude cjelovita u ljudskoj motivaciji, gdje je rad samo jedna komponenta potreba, ali je njezin značajan segment.

Slika 1. Maslowljeva hijerarhija potreba



Izvor: Marušić, S. (2006): Upravljanje ljudskim potencijalima, Adeco, Zagreb, str. 87

Teoriju trostupanske hijerarhije je razradio Alderferer u smislu kompleksnijeg pristupa Maslowljevoj teoriji potreba te je u svojoj teoriji naveo tri kategorije potreba: potrebe egzistencije, povezanosti te rasta i razvoja. Teorija motivacije postignuća je za razliku od drugih usmjerena na motivaciju za rad te radno ponašanje objašnjava značenjem pojedinačnog motiva koji smatra temeljnim, a osnove ponašanja su stečene i rezultat su učenja i socijalizacije u društvu. Dvofaktorsku teoriju motivacije je sastavio Herzberg, a osnova joj je mjerenje zadovoljstva poslom. Ona poima organizaciju kao ključan čimbenik i mehanizam ponašanja ljudi unutar nje. Ova teorija sadrži dva aspekta: teoriju radnog ponašanja konceptualiziranu kao dvofaktorku teoriju motivacije te drugi aspekt koji je orijentiran na bihevioralne konzekvencije obogaćenja posla i programe preoblikovanja rada.

### **3. Teorija igara:**

Teorija igara je matematički pristup modeliranju ponašanja analizom strateških odluka koje donose interakcijski igrači. Ona u standardnoj eksperimentalnoj ekonomiji djeluje pod pretpostavkom homo economicus - korisnog, racionalnog maksimizatora. Teorija bihevioralnih igara proširuje standardnu (analitičku) teoriju igara uzimajući u obzir kako igrači osjećaju dobitak koji drugi igrači dobivaju, ograničenja u strateškom razmišljanju, utjecaj konteksta, kao i učinke učenja (Camerer, 2003). Igre se obično tiču suradnje ili pravičnosti. Poznati primjeri uključuju zatvoreničku dilemu, igru Ultimatum i igru diktatora (Thaler, 2015). Igra ultimatum rani je primjer istraživanja koja su otkrila kršenja standardnih pretpostavki racionalnosti. U eksperimentu je jedan igrač (predlagatelj / raspodjeljivač) obdaren novčanom svotom i zatraženo da ga podijeli između sebe i anonimnog igrača (odgovornika / primatelja). Primatelj može ili prihvatiti prijedlog raspodjeljivača ili ga odbiti, u tom slučaju niti jedan od igrača neće dobiti ništa.

### **4. Teorija vjerojatnosti:**

Teorija vjerojatnosti je model ponašanja koji pokazuje kako se ljudi odlučuju između alternativa koje uključuju rizik i nesigurnost (npr. % vjerojatnosti dobitka ili gubitka). Pokazuje da ljudi razmišljaju u smislu očekivane korisnosti u odnosu na referentnu točku (npr. trenutno bogatstvo), a ne apsolutne rezultate. Teorija vjerojatnosti razvijena je uokvirivanjem rizičnih izbora i ukazuje na to da su ljudi neskloni gubicima; budući da pojedinci ne vole gubitke više nego ekvivalentne dobitke, spremniji su riskirati kako bi izbjegli gubitak. Zbog pristranog ponderiranja vjerojatnosti (učinci izvjesnosti / mogućnosti) i averzije prema gubicima, teorija prikazuje različite omjere vjerojatnosti dobitaka i gubitaka u odnosu na rizik (Kahneman, 2011.).

### **5. Model optimizacije:**

S obzirom da danas vodeći pojedinci u poslovnim organizacijama donose važne poslove odluke, oni tada biraju između nekoliko mogućnosti. Tu se nude mogućnosti izbora koje obuhvaćaju nesvjesne radnje gdje ih menadžeri poduzimaju bez previše razmišljanja. Stoga model optimalizacije u donošenju odluka opisuje kako bi se pojedinci trebali ponašati da maksimiziraju rezultat (Petz et. al., 2000.). U ovom modelu

se javlja nekoliko koraka u donošenju odluke koje treba slijediti, gdje se primarno utvrđuje potreba za odlukom, potom se identificiraju kriteriji odlučivanja te se dodjeljuju ponderi svakom od kriterija. Zatim se razvijaju alternativne tim odlukama koje se potom procjenjuju te se sukladno navedenim procjenama izabire optimalna mogućnost.

Sve navedene teorije primijenjene su u praksi bihevioralne ekonomije, a svaku pojedinac ili poduzeće bira onu teoriju koja najbolje odgovara njegovim potrebama i mogućnostima.

## **2.4. Implementacija bihevioralne ekonomije**

Bihevioralna ekonomija se danas primjenjuje u različitim domenama gospodarstva i znanstvenim disciplinama. Često primjenjivana je u području financijama, gdje financijski sektor polazi od temeljnog polazišta da tržište posjeduje pouzdane i istinite informacije. Ukoliko se neko poduzeće pokaže neučinkovitim, investitori će povući financijska sredstva i eliminirati ga s tržišta. Tako će svako uspješno tržište poticati ona poduzeća temeljem modela racionalnosti investitora. U tom smislu su bihevioralne financije pokazali da s rastom tržišta i optimizma, investitori postaju nerealni, kao i njihova očekivanja. Na taj način kada isti očekuju rast cijena doprinose povećanu potražnje za nekretninama ili vrijednosnicama, a time direktno utječu na realno povećanje njihove cijene.

U ekonomiji organizacije djelatnici nemaju mogućnosti da uče o donošenju odluka temeljen ranijeg iskustva. Kako isti često biraju obrazovanje, na taj način im i prvi posao određuje put buduće karijere. Takvim je djelatnicima često važniji korektan odnos u poduzeću nego poslovni uspjeh mjeren visinom prihoda. Uspjeh djelatnika u poslu se vrednuje većom produktivnošću i brzinom obavljanja posla, što spada u pristranost poslovnog odlučivanja.

Javne financije osobito vrednuju implementaciju bihevioralne ekonomije jer je ista snažno zastupljena u javnoj politici. Tako potrošači uvijek biraju ono što je za njih najbolje, ali sama mogućnost izbora ne dovodi do maksimizacije napretka. Stoga upravo javne financije nastoje alocirati javna sredstva u podmirenje onih javnih potreba koje su prioritetne, a vode se činjenicama da zadovolje javne potrebe od interesa koji je najveći za stanovništvo.

Konačno, neuroekonomija je dio suvremene makroekonomije koja precizira detalje funkcioniranja neurona. Ovdje neuroznanost nastoji objasniti kako struje neuroni u mozgu donositelja odluka u ekonomiji da bi se takav rezultat mogao dalje predviđati. Tako neuroznanost postavlja pitanje da li ekonomisti trebaju imati sve potrebne informacije da bi mogli donijeti učinkovitu odluku i u kojim dijelovima mozga razvijaju tu odluku. Na taj način se može prognozirati ishod ekonomskog ponašanja, a sve to danas omogućuju uspješna istraživanja iz neuroznanosti.

### **3. POVIJESNE PERSPEKTIVE BIHEVIORALNE EKONOMIJE**

Bihevioralna ekonomija unapređuje načine objašnjenja ponašanja u ekonomiji jer mu pruža čvrstu i racionalniju osnovu temeljenu na znanstvenoj disciplini psihologije. Tijekom prethodnih 20 godina, mnoga su istraživanja istraživala različite aspekte bihevioralne ekonomije što je dovelo do uvođenja odgovarajućih principa koji se odnose na ljudsko ponašanje. Stoga će se u ovom poglavlju obraditi povijesne perspektive sa kontekstom nastanka, oradom racionalnih i iracionalnih odluka, prikaz djelovanja heuristike te predstavnika ove ekonomije kroz povijest.

#### **3.1. Kontekst nastanka**

Bihevioralna ekonomija nastala je uključivanjem psihologije u ekonomiju, gdje je inicijaciju ovom procesu dao Herbert Simon sa uvođenjem termina „ograničene racionalnosti“ u ekonomiju 1950. godine. Tada su se u ekonomiji počele obrađivati teorije individualnosti, koje su pokazivale sličnost sa teorijama kognitivne psihologije, gdje su se algoritmi usmjerili na objašnjenje odlučivanje. Međutim, ovo nije bilo dovoljno za prihvaćanje sugestija psihologije u ekonomiji, jer u vrijeme Simonove sugestije ekonomisti su odlučivanje mogli determinirati matematičkim objašnjenjima, pa stoga klasična matematika nije davala mjesto kognitivnim teorijama.

Bihevioralna ekonomija tada je započela istraživanja o ljudskom ponašanju prilikom ulaganja, pa se počelo objašnjavati kako pojedinci prilikom investiranja donose racionalne odluke koje se temelje na svim dostupnim informacijama. . Ovdje je većina znanstvenika počela kritizirati racionalnost ekonomskih modela. Stoga se tokom 1970 – tih godina psihologija počinje baviti donošenjem odluka u ekonomiji. Kognitivna psihologija se tada, kao opći pristup u psihologiji usmjeren na razumijevanje i objašnjavanje psihičkih procesa, počela baviti odlučivanjem u ekonomiji koji su putem stvaranja pojmova i obrade informacija dovodili do rješavanja problema.

Ipak su temelje i egzistenciju bihevioralne ekonomije stvorili psiholog Daniel Kahneman i ekonomist Vernon Lomax-Smith jer su se počeli baviti utjecajem psihologije na ponašanje u donošenju odluka u ekonomiji, za što su i 2000. godine

dobili Nobelovu nagradu jer su uspjeli determinirati temeljne postavke ove znanstvene discipline. Ova suradnja je bila vrlo uspješna i ključna je za ostvarenje Nobelove nagrade, ali još uvijek nije precizirano pitanje istraživanja objekta bihevioralne ekonomije. Stoga današnji znanstvenici bihevioralne ekonomije poslovni život i gospodarstvo analiziraju sa dva pristupa.

„U odgovoru na to pitanje postoje dva pristupa: utjecaji psiholoških faktora na privredni život može se analizirati sa mikroekonomskog i makroekonomskog pristupa. Mikroekonomski pristup (mikroekonomija objašnjava ponašanje individualnih ekonomskih subjekata) za predmet proučavanja ekonomskog ponašanja uzima pojedinca, grupe u razmjerima radnog mjesta, proizvodne jedinice, poduzeća (Kovačević, 2007.). Makroekonomski pristup bavi se ekonomskim ponašanjem stanovništva (Kovačević, 2007.).

Povijesni kontekst bihevioralne ekonomije ukazuje kako je vo relativno mlada znanstvena disciplina koja je još uvijek nedovoljno istražena.

### **3.1.1. Iracionalnost u povijesnom kontekstu**

U teoriji odlučivanja, teorem korisnosti von Neumann - Morgenstern (ili VNM) pokazuje da će se, pod određenim aksiomima racionalnog ponašanja, donositelj odluke suočen s rizičnim (vjerojatnosnim) ishodima različitih izbora ponašati kao da maksimalizira očekivano vrijednost neke funkcije definirane prema potencijalnim ishodima u određenoj točki u budućnosti (Kahneman, 2011.). Ova je funkcija poznata kao von Neumann - Morgensternova funkcija korisnosti. Teorem je osnova za očekivanu teoriju korisnosti.

Godine 1947. John von Neumann i Oskar Morgenstern provodili istraživanje gdje svaka osoba čiji su sklonosti zadovoljili četiri aksioma njihove funkcije ima korisnu funkciju - preferencije takvog pojedinca mogu se predstaviti na intervalnoj skali i pojedinac će uvijek preferirati radnje koje maksimiziraju očekivanu korisnost. Odnosno, dokazali su da je čovjek (VNM) racionalan onda i samo ako postoji stvarna vrijednost funkcije u definirana mogućim ishodima, tako da je svaka preferencija čovjeka karakterizirana maksimiziranjem očekivane vrijednosti (Camerer, 2005.).



Očekivana hipoteza korisnosti kazuje da se racionalnost može modelirati kao maksimiziranje očekivane vrijednosti, što se s obzirom na teorem može sažeti kao "racionalnost je VNM-racionalnost" (Kahneman, 2011.). Gotovo čim su von Neumann i Morgenstern iznijeli svoju teoriju očekivane korisnosti, ekonomisti su je počeli usvajati ne samo kao model racionalnog ponašanja, već kao opis načina na koji ljudi zapravo donose odluke. "Ekonomski čovjek" trebao je biti racionalno stvorenje; budući da je racionalnost sada uključivala procjenu vjerojatnosti na dosljedan način, moglo se očekivati da će i ekonomski čovjek to učiniti (Fox, 2015.). Za one kojima je ovo bilo pomalo nerealno, Savage i ekonomist Milton Friedman napisali su 1948. godine, odgovarajuću analogiju sa stručnim igračem biljara koji nije znao matematičke formule kojima se regulira kako će jedna kugla karambolirati s druge, ali su „pucali kao kad bi znali formule“ (Fox, 2015.).

Godine 1969. Daniel Kahneman je zajedno sa kolegom Wardom Edwardsom počeo vršiti eksperimente o praktičnoj primjeni istraživanja. Počevši od kviza provedenog na kolegama matematičkim psiholozima na konferenciji, par je provodio eksperiment za eksperimentom pokazujući da ljudi procjenjuju vjerojatnosti i donose odluke na načine koji se sustavno razlikuju od onoga što savjetuju analitičari.

„Čineći prognoze i prosudbe pod neizvjesnošću, čini se da ljudi ne slijede računicu slučaja ili statističku teoriju predviđanja“, napisali su 1973. „Oslanjaju se na ograničeni broj heurističkih podataka koji ponekad daju razumne prosudbe, a ponekad dovode do ozbiljne i sustavne pogreške“ (Fox, 2015.).

Mnogobrojnim eksperimentalnim istraživanjima Kahneman i Edwards su dokazali da ljudi kao bića ustvari odstupaju od klasične ekonomske teorije racionalnosti. Upravo su istraživanjima shvatili da su ljudi pogrešnim ponašanjem skloni sustavnim životnim pogreškama. Te pogreške nisu bile slučajne, već su se u tom trenutku smatrale ispravnima jer su ljudi željeli donijeti optimalnu odluku, za koju se kasnije ispostavilo da je iracionalna.

### 3.1.2. Revolucija razuma

Revolucija razuma u bihevioralnoj ekonomiji počela je dominirati nakon Drugog svjetskog rata. Tada je racionalan ekonomski čovjek okarakteriziran kao „apstraktna, izolirana individua teorije o razmjenskoj ekonomiji“ (Katona, 2011.) te je u tom smislu određen samim sobom. To je racionalnost determinirana kao bumerang jer su se ciljevi trebali ostvarivati pomoću identifikacije alternativa kojima bi se izračunali troškovi i koristi, da bi se mogla postići maksimalna korisnost. Time bi pretpostavka o ljudima kao racionalnim bićima propala, što su novi metodološko-znanstveni okviri su to i dokazali. To se dokazalo ispitivanjem iracionalnog ponašanja koje se događalo kao odstupanje ili pristranost od modela racionalnog ponašanja. Racionalnost više nije bila aktualni ekonomski trend jer su se počele izučavati racionalnosti neoklasičnog ekonomskog čovjeka, gdje je isti primjenjivao maksimizirajuće ponašanje kada je donosio odluke u uvjetima neizvjesnosti kada je racionalnost bila ograničena.

Široko područje analize odluka počelo se okupljati 1957. godine, kada je matematičar Howard Raiffa stigao na Harvard sa zajedničkim imenovanjem u Poslovnoj školi i odsjeku za statistiku. Ubrzo se našao kako predaje tečaj statistike za poslovne studente kod Roberta Schlaifera, klasičara i brzog učenika koji je u poslijeratnim godinama predavao gotovo sve što je bilo potrebno na HBS-u (Katona, 2011.). Njih su dvoje zaključili da standardna statistička cijena regresije i vrijednosti P nisu toliko korisne budućim poslovnim čelnicima, pa su usvojili Bayesov pristup. Ubrzo je ono što su podučavali bilo više donošenje odluka nego statistika. Raiffina stabla odlučivanja, pomoću kojih su studenti izračunavali očekivanu vrijednost različitih putova koji su im dostupni, postala su glavna stvar u HBS-u i ostalim poslovnim školama koje su oponašale ovaj pristup (Katona, 2011.).

Stvarni termin "analiza odluke" smislio je Ronald Howard, inženjer elektrotehnike s MIT-a i stručnjak za statističke procese koji je proučavao neke od vodećih ličnosti u istraživanjima ratnih operacija na MIT-u i križao se s Raiffom u Cambridgeu (Camerer, 2003.). Tijekom posjeta Stanfordu 1964. godine Howard je zamoljen da primijeni nove teorije odlučivanja na nuklearnu elektranu koja se planira u nuklearnom sjedištu General Electric-a, koje se tada nalazilo u San Joseu. Očekivanu korisnu i Bayesovu statistiku kombinirao je s računalnim modeliranjem i inženjerskim tehnikama u ono što je nazvao analizom odluke, a neki od njegovih sljedbenika to nazivaju analizom odluke

zapadne obale, kako bi je razlikovali od Raiffinog pristupa. Howard i Raiffa počašćeni su kao dva oca osnivača polja dominacije razuma u bihevioralnoj ekonomiji.

### 3.1.3. Djelovanje heuristike

Heuristika predstavlja znanost o mogućnostima dolaska do znanstvenog rješenja metodama pokušaja i pogrešaka. Heuristika tako predstavlja mentalni prečac koji omogućuje ljudima da rješavaju probleme i donose sudove brzo i učinkovito (Cherry, 2021.). Ove općenite strategije skraćuju vrijeme donošenja odluka i omogućuju ljudima da funkcioniraju bez stalnog razmišljanja o sljedećem postupanju. Heuristike su korisne u mnogim situacijama, ali mogu dovesti i do kognitivnih predrasuda.

Herbert Simon, izvorno politolog, ali kasnije svojevrsni društveni znanstvenik svih zanata, koji je dobio Nobelovu nagradu za ekonomiju 1978. godine, počeo je koristiti pojam "heuristika" u pozitivnom smislu 1950-ih. Donositelji odluka rijetko su imali vremena ili snage mentalne obrade da prate proces optimizacije koji su zacrtali analitičari odluka, pa su se "zadovoljili" korištenjem prečaca i prvim zadovoljavajućim postupkom, umjesto da nastave tražiti najbolje.

Simonova "ograničena racionalnost" (Fox, 2015.), kako ju je nazvao, često je prikazana kao preteča djela Kahnemana i Tverskog, ali u namjeri je bila drugačija. Iako je pokazao kako se ljudi odmiču od racionalnog modela donošenja odluka, Simon je osporio da je "racionalni" model zapravo najbolji (Fox, 2015.). 1980 – tih godina su se u raspravi počeli pridružiti i drugi znanstvenici.

Najsporniji među njima bio je Gerd Gigerenzer (Fox, 2015.), njemački profesor psihologije koji je također pohađao doktorski studij statistike. Početkom 1980-ih proveo je godinu koja mu je promijenila život u Centru za interdisciplinarna istraživanja u njemačkom gradu Bielefeldu, proučavajući uspon teorije vjerojatnosti u 17. do 19. stoljeću s grupom filozofa i povjesničara. Jedan od rezultata bila je dobro promatrana povijest, Carstvo šanse, Gigerenzera i još petorice (Gigerenzerovo ime bilo je navedeno prvo, jer su autori, u skladu s temom knjige, ždrijebili). Sljedeće je bilo sve veće uvjerenje u Gigerenzerovom umu da je Bayesov pristup vjerojatnosti koji favoriziraju analitičari bio, iako nije netočan, samo jedna od nekoliko mogućnosti.

Ovi znanstvenici bili su evidentan primjer heuristike u implementaciji bihevioralne ekonomije toga doba, čime su postavili temelje za njeno osuvremenjivanje i aktualnu implementaciju. Budući da je heuristika postupak koji vodi prema otkriću, odnosno putem nje se dolazi do znanstvenog rješenja putem pokušaja i pogrešaka, ona implikativno utječe i na bihevioralnu ekonomiju i njezinu primjenu u poslovnom svijetu. Naime, postupkom promatranja ljudskog ponašanja i njihovih karakternih, psiholoških i emocionalnih osobina mogu se iznaći optimalna rješenja kako sve ove komponente mogu utjecati na donošenje njihovih odluka u poslovanju.

### **3.2. Predstavnici bihevioralne ekonomije kroz povijest**

U bliskoj povijesti bihevioralne ekonomije djelovali su predstavnici ove znanstvene discipline, koji su svojim istraživanjima dali znanstveni doprinos istoj. Herbert Simon je bio prvi koji je analizirao dvije ključne postavke bihevioralne ekonomije - racionalnost i vlastiti interes. Njih je prihvatila neoklasična ekonomija pa je on putem različitih načina istraživao kada je donošenje odluka racionalno te kada je u vlastitom interesu.

George Katona je istraživao bihevioralnu ekonomiju na Sveučilištu Michigan 1942. godine te je istaknuo ekonomski pristup prema psihologiji koji je bio manje ograničavajući od Simonova. Tako se Katona zalagao za manje primjene teorije, a više empirijskih istraživanja. Zajedno sa svojim suradnicima na Michigan sveučilištu razvio je bihevioralni ekonomski pristup koji ističe psihologiju. U usporedbi sa Simonovim pristupom, navedeni pristup je bio manje ograničen. Zalaže se za manje teorije, a više empirijskih promatranja ponašanja koristeći ankete, intervjuue kako bi dobili važne informacije o pojedincima.

Brojni predstavnici bihevioralne ekonomije, kao što su Colin Camerer, Ernst Fehr, Daniel Kahneman, David Laibson, George Loewenstein tretirali su bihevioralnu kao psihološku ekonomiju u kojoj istraživanja pokazuju znatna odstupanja od ekonomski racionalnog odlučivanja. Tako su ključna obilježja bihevioralne ekonomije, koja uključuju racionalnost, vlastiti interes i samokontrola dio psihološke ekonomije. U tom smislu je psihološka manje ograničena od bihevioralne ekonomije.

Harvey Leibenstein je 1966. istraživao X - efikasnost te je razvio konceptualni okvir kojim bi se razumljelo zato je kod poduzeća uobičajena situacija da je učinkovitost uvijek su suboptimalna (Camerer, 2005.). Njegov doprinos bihevioralnoj ekonomiji je bio teorijskog tipa, gdje se teprija usmjerila na izgradnju odnosa unutar poduzeća.

George Akerlof je 1940 – tih godina istraživao makroekonomske perspektive i htio je da se razvije bihevioralna makroekonomija kao Keynesova opća teorija (Camerer, 2005.). Time bi se postojeća makroekonomija manje temeljila na intuitivnim spoznajama, a više na istraživanjima psihologije i sociologije. Akerlofova bihevioralna makroekonomija je stoga manje ograničena od klasične ekonomije te je otvorena za istraživanje psiholoških i socioloških pitanja i problema.

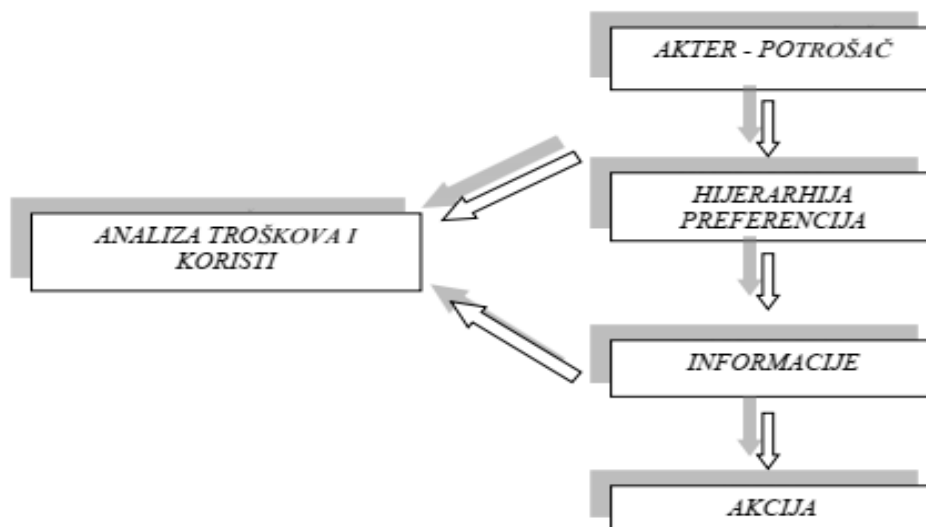
### **3.3. Razvojni model bihevioralne ekonomije u kontekstu potrošača**

Bihevioralna ekonomija u kontekstu potrošača koji primjenjuje ekonomsko ponašanje primjenjuje precizan razvojni model - Homo economicus. Taj model polazi od pretpostavke da je čovjek kao ljudsko biće sposoban da analizira samo relativno ali ne i apsolutno djelovanje raspoloživih sredstava koja će mu osigurati određeno bogatstvo i uz minimalno zalaganje da sebi osigura maksimalnu korist i željena sredstva (Šerganović, 2015.). Suvremena neoklasična ekonomija se pokazala vrlo učinkovitom jer ista netočno opisuje čovjekovo ponašanje u ekonomskom odlučivanju. Vrhunac takvog nezadovoljstva se desio 2000.godine kada je grupa rancuskih studenata od vlasti tražila promjene koje će omogućiti jednostavnije shvaćanje ekonomske i socijalne realnosti (Šerganović, 2015.). Tada je model homo economicusa postao okosnica razvoja gdje se ekonomsko ponašanje čovjeka počelo promatrati sa više aspekata.

I tada su ukazali na pretpostavku o homo economicusu odnosno potrebi sagledavanja Opće prihvaćenu definiciju homo economicusa dao je Aleksandar Štulhofer: "Homo economicus, racionalni egoist, percipira svijet kao otvoreno polje za ostvarivanje vlastitih interesa – kakvi god bili (Šerganović, 2015.). I danas su mnogi bihevioralni ekonomisti stava da je upravo ovaj razvojni model najviše prihvaćen i primijenjen u svim područjima ekonomije, gdje se svaki potrošač vodi racionalnim, a

ne emocionalnim pretpostavkama. Stoga je model potrošača kao ekonomskog aktera u odlučivanju prikazan na slici 2.

Slika 2. Model ekonomskog aktera – potrošača



Izvor: Đarganović, H. (2015): Bihevioralna ekonomija i psihologija ekonomskog ponašanja i odlučivanja potrošača na tržištu, Društvena i tehnička istraživanja, dostupno na <https://www.ceps.edu.ba/Files/DIT/Godina%205%20Broj%202/10.pdf?ver=1>, pristupljeno 06.04.2021., str. 169

Iz slike 3. vidljivo je kako svaki potrošač ima maksimalne namjere da prilikom svake kupnje iz nje izvuče maksimalnu korist, bez obzira na to da li se radi o pojedinom potrošaču ili grupi njih. Svakog potrošača definiraju njegove materijalne preferencije koje koreliraju sa ostalim preferencijama. Model ekonomskog aktera (potrošača) naziva se još i računalni čovjek, naziv je dobio po tome što se potrošačevi troškovi i koristi ispituju, izračunavaju i određuju kvantitativno (Šerganović, 2015.). U tom smislu potrošači kao ekonomski akteri, da bi zadovoljili sve svoje potrebe i preferencije, biraju onaj pravac ekonomskog djelovanja koji im najviše odgovara i koji će im donijeti najviše koristi. Ekonomist Aleksandar Štulhofer je u svojoj opće prihvaćenoj definiciji eksplicitno opisao homo economicusa za kojeg se može reći da je sebičan, racionalan, nepošten i prije svega materijalist (Šerganović, 2015.). Stoga je model homo economicusa najprihvaćeniji razvojni model bihevioralne ekonomije, gdje potrošači grade svoje preferencije sa ugrađenom socijalnom komponentom te odlukama pomoću kojih će za sebe ostvariti kupnjom maksimalnu korisnost.

### **3.4. Nobelovi laureati bihevioralne ekonomije**

Godine 2002. psiholog Daniel Kahneman i ekonomist Vernon L. Smith dobili su Nobelovu memorijalnu nagradu za ekonomske znanosti. Kahneman je nagrađen nagradom "za integrirane uvide iz psiholoških istraživanja u ekonomsku znanost, posebno o ljudskom prosuđivanju i donošenju odluka u neizvjesnosti" (Camerer, 2005.), dok je Smith nagrađen nagradom "za uspostavljanje laboratorijskih pokusa kao alata u empirijskoj ekonomskoj analizi, posebno u proučavanju alternativnih tržišnih mehanizama" (Camerer, 2005.). Godine 2013. ekonomist Robert J. Shiller dobio je Nobelovu memorijalnu nagradu za ekonomske znanosti "za empirijsku analizu cijena imovine "(u području financiranja ponašanja).

Godine 2017. ekonomist Richard Thaler nagrađen je Nobelovom memorijalnom nagradom za ekonomske znanosti za svoj doprinos ekonomiji ponašanja i svoj pionirski rad u utvrđivanju da su ljudi predvidljivo iracionalni na načine koji prkose ekonomskoj teoriji. Kahneman i Tversky krajem 1960-ih su objavili oko 200 djela, od kojih se većina odnosi na psihološke koncepte s implikacijama na financiranje ponašanja. Za istraživanje ponašanja dodijeljeno je ukupno šest Nobelovih nagrada.

### **3.5. Povijesna evaluacija bihevioralne ekonomije**

Središnja točka bihevioralne ekonomije leži u samoj činjenici da će psihološka osnova ekonomske analize unaprijediti tijelo ekonomije svim hipotetičkim iskustvima, donoseći značajno poboljšanje u predviđanju terenskih pojava i sugerirati bolji pristup u ekonomskom ponašanju. Ovo uvjerenje nije se uspjelo prenijeti na veliko izdanje neoklasične metodologije koje je usredotočeno na proširenje učinkovitosti, usklađenosti i sposobnosti. Neoklasični pristup vrijedan je upravo u svjetlu činjenice da ekonomistima pruža teoretsku strukturu koja bi mogla biti povezana s bilo kojom vrstom financijskog ekonomskog ponašanja, a koje stvara kontradiktorne želje (Rehman, 2017.).

Brojne misli u bihevioralnoj ekonomiji nisu novost, već se one vraćaju osnovama neoklasične ekonomije i profita. Točno kad su se zabrinutosti za zarađivanje novca

prvi put shvatile kao izuzetno područje proučavanja, tada istraživanje mozga još nije postojalo. Adam Smith, koji je poznat po 'nevidljivoj ruci' u svojoj knjizi "Teorija moralnih osjećaja", navodi da su mentalni principi pojedinaca očito toliko veliki koliko i njihova novčana opažanja. Otpuštanje skolastičke psihologije od strane ekonomista, možda u nerazumljivoj mjeri, započeto je neoklasičnom transformacijom, koja je razvila evidenciju o ekonomskom ponašanju izgrađenu iz pretpostavki u vezi s okolišem - to jest, znanošću o mozgu homo-ekonomskih problema (Rehman, 2017.). Tijekom 20. stoljeća ekonomisti su vjerovali da bi njihov zahtjev mogao biti poput redovite znanosti.

Psihologija se u to vrijeme jednostavno razvijala i nije bila krajnje istražna. Ekonomisti su smatrali da je to ekonomiji dalo previše temperamenta. U njihovom su razdoblju nesklonost psihologiji i razočaranje dekadentnim pretpostavkama korisnosti potaknuli razvoj psihologije koja je udaljena od zarađivanja novca (Rehman, 2017.).

Izuzimanje psihologije iz područja ekonomije događalo se postupno. Početkom 20. stoljeća usredotočena je na bogatu hipotezu o tome kako se pojedinci osjećaju i promišljaju o novčanim odlukama. Tijekom tog određenog vremena, tj. Velikog dijela stoljeća, dogodile su se brojne reakcije pozitivističkog gledišta i u ekonomiji i u psihologiji. U ekonomiji, analitičari su predlagali značaj psiholoških mjera i ograničenja ispravnosti. Ovi teoretičari, međutim, nisu izmijenili ključni smjer ekonomije.



## **4. KONTROVERZE BIHEVIORALNOG PRISTUPA U EKONOMIJI**

Tijekom posljednjih nekoliko desetljeća formira se polje bihevioralne ekonomije koja uključuje psihološke uvide u ekonomsko ponašanje. Iako postoje brojni dokazi kako je implementacija bihevioralne ekonomije uspješna, u praksi se javljaju i ograničenja, kao i kontroverze ove ekonomije. Iako bihevioralna ekonomija raste i dobiva sve veću važnost i kao akademska disciplina i praktički primjenjiv pristup koji sugerira aktualnu implementaciju, njezin uspon je popraćen kritikama i kontroverzama. Najznačajnije kontroverze odnose se na ideološku kritiku, dokaze sumnjive kritike i kritike u vezi s praktičnom primjenom ponašanja u javnoj politici, o čemu će biti riječi u ovom poglavlju.

### **4.1. Kritika bihevioralnog pristupa**

Otkad se pojavila, bihevioralna ekonomija podložna je kriticismu zbog osporavanja njezine važnosti i koristi za ekonomiju i društvo. Njezina je najčešća kritika da nudi pretjerano pesimističnu procjenu prosječne sposobnosti osobe da donosi dobre i učinkovite prosudbe (Zelić i Lukavac, 2018.). Upravo kritičari smatraju da ljudi nemaju tolike manjkavosti i propuste u razmišljanjima te da heuristike pogrešno opisuju njihovo mišljenje kao pristrano.

Istraživanja u laboratorijima oslanjala su se samo na laboratorijske uvjete pa kritičari smatraju da primjena bihevioralnog pristupa u ekonomiji može biti uspješna samo u laboratorijskim uvjetima. Novija istraživanja Etzonija (2011) oporvgnula su ove kritike jer su ista provedena na terenskim eksperimentima i stvarnim tržišnim transakcijama. Kritike vezane uz rad u laboratoriju bile su upućene i na odbacivanje prezentiranih rezultata kao pukih laboratorijskih radoznalosti (Zelić i Lukavac, 2018.), odnosno prikaz da su ljudi nesposobni riješiti lukav zadatak samo riječima.

Kritike se također odnose na same začetke bihevioralne ekonomije za koju kritičari tvrde da se duboko ukorijenila u neoklasičnu ekonomsku teoriju te da bi bihevioralna ekonomija kao takva trebala biti samostalna zasebna znanstvena disciplina kojoj neoklasična ekonomija ne može biti uzor jer nije savršena i ne predstavlja točnu

aktualnost tržišnog stanja. Tako kritičari objašnjavaju kako na tržištu dominira racionalnost te da oni ljudi koji se u ekonomiji ponašaju iracionalno će prije ili kasnije izaći s tržišta kao gubitnici.

Konačno, nema uopće sumnje kako ljudi uče temeljem ranijeg iskustva koje im može pomoći da poboljšaju i unaprijede proces donošenja svojih odluka. Tu bihevioralna ekonomija ističe kako razlika između ograničene racionalnosti i ograničenog vlastitog interesa mora biti jasna. Tu također dolazi u konflikt sa logičkim postavkama te postaje tema kritika.

Sve navedene kritike uključuju pristupe bihevioralne ekonomije koje treba uzeti u obzir i prilikom njezine implementacije racionalno obuhvatiti kritike i pokušati ih unaprijediti.

#### **4.1.1. Ideološka kritika**

Ideološka kritika uključuje kritiku koja dovodi u pitanje znanstveni značaj i istinitost područja. Bihevioralna ekonomija kritizirana je zbog previše modela ponašanja i nedostatka jedinstvenih objašnjenja za širi spektar pojava. Ova se kritika bavi pitanjem ponašanja ekonomije koja sadrži široku kolekciju zapažanja; postoje kontradiktorne teorije i modeli koji se odnose na iste fenomene i nedostatak smjernica kada treba primijeniti svaki model (Puce, 2019.). Neke pristranosti prepoznate u bihevioralnoj ekonomiji u suprotnosti su i teško je razlikovati koja od proturječnih pristranosti dominira u odlučivanju. Primjerice, jesu li ljudi pod većim utjecajem onoga što su prvo vidjeli („punjenje“ ili „sidrenje“ efekt) ili ono što su posljednji put vidjeli (efekt "nedavnosti") (Puce, 2019.). Stoga sa znanstvene točke pogleda na polje nedostaje dosljedna temeljna teorija bihevioralne ekonomije, pa ideološka kritika upravo ideološkim stajalištem upućuje na nedostatke ove ekonomije koji bi ju činili idealnom.

U kontekstu ideološke kritike koja upućuje na temelje ponašanja u ekonomiji, bihevioralna ekonomija se trebala stoga orijentirati na razvoj nekoliko modela koji bi determinirali ponašanje u ekonomiji, iz kojih bi se izdvojio optimalan model, u skladu s ideološkom kritikom. Budući da postoji širina modela ponašanja, ideološka kritika u domeni bihevioralne ekonomije ne može biti objektivna.

#### **4.1.2. Kritika sumnjivih dokaza**

Dokazi sumnjive kritike dovode u pitanje kvalitetu dokaza koji podupiru istraživanja biheviornalne ekonomije. Ove kritike se orijentiraju prema metodološkim nedostacima u opsežnim eksperimentalnim istraživanjima i eventualno pretjeranim dokazima.

Metodologija koja se koristi u biheviornalnoj ekonomiji je empirijska, eksperimentalna i sastoji se uglavnom od laboratorijskih eksperimenata (uključujući studije hipotetskog izbora i eksperimente sa stvarnim ishodima), terenskih studija (uključujući terenske eksperimente i randomizirana kontrolirana ispitivanja) i metode neuroekonomije (uključujući procesne mjere poput snimanja mozga magnetskom rezonancijom) (Puce, 2019.). Postoji kritika prema metodologiji istraživanja koja se koristi na terenu. Biheviornalna ekonomija je ovdje kritizirana jer se opsežno temelji na eksperimentalnim istraživanjima koja se često suočavaju s važnim nedostacima i ne predstavlja stvarnu ekonomiju (Puce, 2019.). Široke su kritike upućene nedostacima eksperimentalnih istraživanja, a posebno prema laboratorijskim pokusima. Kritika uključuje metodološke probleme s podacima, eksperimentalni dizajn i isporuku, interpretaciju i prezentaciju rezultata.

#### **4.1.3. Kritika primjene biheviornalne ekonomije u javnoj politici**

Kritika u vezi s praktičnom primjenom biheviornalne ekonomije u javnoj politici dovodi u pitanje upotrebu implementacije u javnu politiku. Pitanja koja se tiču rizika, ograničenja, učinaka i etičkih pitanja naguravanja od strane kreatora politike su često razmatrana u ovoj kritici.

Ta pitanja su kritizirana prema riziku da, ako se prihvaćanje guranja u javnu politiku guranja prihvati kao politički alat koji predstavlja skromnost paternalizma, uslijedit će nametljive intervencije koje predstavljaju više paternalističkih politika u budućnosti (Puce, 2019.). To se vidi kao prijatna da će kreatori politike u zaštiti ljudi od njihovih pogrešaka na kraju iznaći usmjeren način koji se lako može izbjeći po izboru zabrane istupanja iz vlada.

## 4.2. Kontroverza ljudskog ponašanja i odluka

Bihevioralna ekonomija nije izazov za neoklasične načine razmišljanja, iako se ona nalazi čvrsto u neoklasičnom okviru. Jednostavno nam daje novi način analiziranja načina na koji bi tržišta mogla odstupiti od neke savršene tržišne udžbeničke ravnoteže koja maksimizira dobrobit. To ne znači da se podcjenjuje njegova važnost. Ona dovodi do novog skupa onoga što ljudi vole nazivati 'tržišnim neuspjesima' i novog seta alata za rješavanje problema – originalan autor ovog područja Richard Thaler smatra da bi trebali smanjiti, a ne povećati teret regulatornih intervencija (Institute of Economic Affairs, 2017.).

Ljudi na tržištima svrsishodno obilaze i pokušavaju maksimizirati svoje blagostanje, a to nije samo monetarno blagostanje. Kako to rade i kako se mjeri njihova dobrobit, subjektivna su pitanja koja znaju samo same osobe. Ljudi imaju različite sklonosti prema averziji od gubitka, držeći se postojećeg stanja (ili ostajući pri onome što znaju i vjeruju da to izraze na drugi način) i tako dalje. Tržišta nam pomažu da s vremenom pronađemo načine za poboljšanje dobrobiti. Poduzetnici pronalaze nove proizvode i nove načine proizvodnje proizvoda. Potrošači također pronalaze nove proizvode i usluge koji bolje zadovoljavaju njihove potrebe. Ne moraju nužno ići na taj način na koji to pretpostavljaju neoklasični ekonomisti (racionalno uspoređujući troškove i koristi), ali to čine na svoj način. Sjediti kod kuće i gledati nogomet i ne isticati se treba li premjestiti nečiji bankovni račun za neke bi moglo biti dobrobit, dok druge to ne bi interesiralo.

Pitanje s kojim se suočavaju oni koji se zanimaju za politiku jest koliko mogu biti sigurni kada regulatornom uredu daju moć interveniranja da će to poboljšati stvari. Ne bi se trebalo pretpostavljati koliko neke intervencije mogu imati veliku vjerojatnost uspjeha, već se treba dati prednost vladi da intervenira kako bi se ljudsko ponašanje u donošenju odluka, posebice u javnoj politici moglo unaprijediti (Institute of Economic Affairs, 2017.).

Prvo, stvari mogu poći po zlu jednostavno zato što regulatorima nedostaju informacije koje se šire na tržištima kako bi pravilno razumjeli problem koji pokušavaju riješiti i kako bi razumjeli posljedice svojih postupaka (Summer, 2019.). Za svakog regulatora trebalo bi biti prilično otrežnjujuće da postoji gotovo 0,25 milijuna

akademskih članaka koji odgovaraju na pojam pretraživanja "neželjene posljedice" na popisu google učenjaka u pretrazi kontroverzi ljudskog ponašanja i odluka.

Drugo, propisi se možda neće oblikovati općim javnim interesom, već privatnim interesima. Ovo je jedno od područja istraživanja za koje je James Buchanan 1986. godine dobio svoju Nobelovu nagradu.

Ti privatni interesi mogu biti sami regulatori, odnosno političari koji pokušavaju uhvatiti regulatorni postupak u svoju korist (Summer, 2019.). Uz to, političari i regulatori mogu imati kognitivne predrasude zbog kojih prekomjerno procjenjuju učinkovitost vladinih propisa. Oni nisu neutralni arbitri.

Sve su to manifestacije stvarnosti ljudske nesavršenosti koju je glupo ignorirati, a činjenica da se regulatori koriste analizom ponašanja to uopće ne mijenja. Davanje ovlasti regulatoru stvara novu institucionalnu situaciju koja dovodi do loših stvari kao i do dobrih stvari koje bismo željeli vidjeti (Institute of Economic Affairs, 2017.). Ne bismo trebali uspoređivati tržišta onako kako ih je ispravio pretpostavljeni savršeni regulator sa tržištima i svim njihovim nesavršenostima, već bismo trebali uspoređivati stvarnost tržišta prije i nakon uvođenja regulatornog ureda sa svim nesavršenostima koje dolaze s njim.

### **4.3. Neuroznanost i moderno društvo**

Neuroznanost, također poznata i kao znanost o neuronima, studija je o tome kako se živčani sustav razvija, odnosno njegova struktura i što radi. Neuroznanstvenici se usredotočuju na mozak i njegov utjecaj na ponašanje i kognitivne funkcije. Ne samo da se neuroznanost bavi normalnim funkcioniranjem živčanog sustava, već i onim što se događa s živčanim sustavom kada ljudi imaju neurološke, psihijatrijske i neurorazvojne poremećaje (Georgetown University, 2019.). Danas je to interdisciplinarna znanost koja usko surađuje s drugim disciplinama, poput matematike, lingvistike, inženjerstva, informatike, kemije, filozofije, psihologije i medicine.

Niz znanstvenika i institucija na neuroznanost gleda kao na moćno sredstvo za stvaranje novih znanja o našem društvu. Povjerljivi diskurs koji kao fokus uzima

neuroznanost uokviruje proučavanje mozga kao moćno sredstvo za pružanje novih načina za razumijevanje našeg ja i društva (Pickershgil, 2013.). Neuroznanstvena istraživanja doprinose dugotrajnim raspravama o slobodnoj volji, moralu i poremećajima. Čineći tako, neuroznanost ponovno postavlja ista pitanja o vlastitom ja i njegovim fizičkim posljedicama i odrednicama koje pokreću razmišljanja u odlukama socijalnih komentatora i političkih aktera.

Povjesničar Fernando Vidal posebno je naglasio trendove u kulturnom diskursu glede individualizma, uvoza identitetske politike, istaknutosti biomedicinskih činjenica i prenosivosti (neuro) slika u omogućavanju i održavanju različitih interesa u neuroznanosti (Pickershgil, 2013.). Sociološka pažnja na društveni život mozga usmjerena je prema izazovima (a neki vjeruju i prilikama) koje neuroznanost predstavlja društvenim znanostima kao posljedicu svojih uzročnih tropa i pretpostavljenih implikacija na politiku.

Danas je bihevioralna ekonomija nova znanstvena disciplina koja ukuljučuje neuroznanost u svoju domenu prilikom istraživanja ljudskog ponašanja. Tako u poveznici neuroznanosti i bihevioralne ekonomije se istražuju heuristike i pristranosti koje uvjetuju formiranje modela ljudskog ponašanja pri donošenju ekonomskih odluka o kupnji.

Budući da je spoj toga nastao kao neuroekonomija koja je postavila nove koncepte odlučivanja u poslovnom svijetu, tek u posljednjem desetljeću su se pojavila znanstvena istraživanja koja su potaknula Kahnemani i Tverski sa dobivanjem Nobelove nagrade 2002. godine. Tu je uočeno da kada su ljudi suočeni s gubitkom radije pristupaju preuzimanju rizika i zanemaruju racionalan način razmišljanja.

Primjerice, kad možemo birati - uzeti sigurnih 1000 kuna ili imati 50% šanse za dobivanje 2500 kuna, mnogi će odabrati 1000 kuna, iako je riskantnija opcija matematički gledano vrijednija - 1250 kuna. No, to je savršeno razuman stav koji najbolje prikazuje averzija prema riziku („loss - aversion“).

Upravo u tim domenama je od velike koristi primjena neuroznanosti u bihevioralnoj ekonomiji, a ista nam pomaže dokučiti odgovore koju odluku odabrati i implementirati je da bi se ostvarile najisplativije zajedničke vrijednosti.

#### 4.4. Ograničenja bihevioralne ekonomije

Glavni problem bihevioralne ekonomije je taj što je izrazito metodološki individualistički determiniran pristup ovoj znanstvenoj disciplini; središte odlučivanja ostaje u domeni pojedinca. Slijedom toga se ne može na zadovoljavajući način objasniti ekonomski svijet, a sigurno ni aktualna tržišna zbivanja te stanje neravnoteže na tržištu. Povjerenje je u osnovi međuljudski fenomen i treba ga objasniti kroz dovoljno razvijene socijalne teorije. Te se teorije više ne mogu temeljiti na metodološkim individualističkim argumentima, već bi se trebale temeljiti na interaktivnijim i socijalnijim razmatranjima.

Metodološki individualizam ima posebnu snagu u tome što je posebno otvoren za uspješno matematičko i statističko modeliranje. Kao takva ekonomija rezultat je duge povijesti metodološkog individualističkog modeliranja. Njegov pogled na svijet u osnovi je stran redovitoj ljudskoj interakciji i prikladniji je za modeliranje ponašanja donositelja odluka s autističnim tendencijama, kako je nedavno istaknuo Tyler Cowen u svojoj raspravi o akademikima 2009. godine. U svojoj ekonomiji ponašanja Cowen čini taj korak dalje i promiče ideju da bismo u osnovi trebali postati autističniji, u osnovi tvrdeći da bi se svijet zapravo trebao prilagoditi ekonomskoj teoriji, a ne obrnuto (Gilles, 2009.). To se uklapa u dugu povijest ekonomista koji pokušavaju prilagoditi svijet svom ograničenom razumijevanju i promiču individualizam kao "dobar" način ponašanja, negirajući tako temeljnu društvenost ljudskog stanja. Autorica rada ima usklađeno mišljenje sa ekonomistom Cowenom jer danas individualizam sve više dolazi do izražaja u ponašanju u ekonomiji, pa se stoga svi dionici ekonomskih procesa trebaju prilagoditi ekonomskoj teoriji ponašanja jer su te postavke utemeljene na teorijskim istraživanjima.

Bihevioralna ekonomija bi se trebala prilagoditi kako bi bolje razumjela svijet i barem se omekšala po pitanju metodološkog individualizma. Godine 2008. je Paul Romer predstavio inovativan način na koji se povijest može gledati iz takve socijalnije perspektive (Gilles, 2009.). Međutim, da bi ekonomisti mogli sagledati gospodarstvo iz takve socijalne perspektive, oni moraju napustiti svoje pouzdane metodologije. Trebali bi prepoznati krajnju složenost gospodarstva i omogućiti upotrebu širokog spektra tehnika za njegovo razumijevanje. To ne podrazumijeva samo upotrebu matematičkog

analitičkog modeliranja, veliko mjerenje ekonomskih aktivnosti i jednostavno eksperimentiranje u laboratoriju, već i upotrebu simulacijskih modela i statističkih aproksimacija kao što se koristi u teorijskoj fizici.



## **5. PRIMJERI IMPLEMENTACIJE BIHEVIORALNE EKONOMIJE U PRAKSI**

Bihevioralna ekonomija je vrlo bažna za njezinu praktičnu implementaciju i čest je slučaj aktualnosti ekonomskih odluka. Nakon obrade teorijske problematike povijesnog razvoja i kontroverza bihevioralne ekonomije, u ovom poglavlju će se obraditi aplikativni primjeri implementacije bihevioralne ekonomije na primjeru društvenog dokazivanja britanske Vlade te ponude tvrtke Amazon Lighteninga kao dijela averzije prema gubitku (Digivate, 2020.).

### **5.1. Društveno dokazivanje britanske Vlade**

U svijetu koji je sve više povezan, postoji prilika za stvaranje bližeg odnosa između javnog sektora i stanovnika. Ekonomija ponašanja, relativno novo područje proučavanja koje se razvilo u posljednja tri desetljeća u javnoj politici, pomaže političkim akterima da poboljšaju iskustvo stanovnika u ponudi javnih dobara. Emocije sudjeluju u oblikovanju ekonomskih izbora, a zapravo bihevioralni ekonomisti kažu da je potrošačko odlučivanje 30% racionalno i 70% emocionalno (Digivate, 2020.).

Jedno od načela primjene bihevioralne ekonomije u praksi jest društveno dokazivanje. U ovoj domeni kupci traže od drugih ljudi informacije o tome što kupiti ili koju uslugu koristiti. Kupci mogu donijeti odluku na temelju društvenih normi kako bi ih drugi prihvatili.

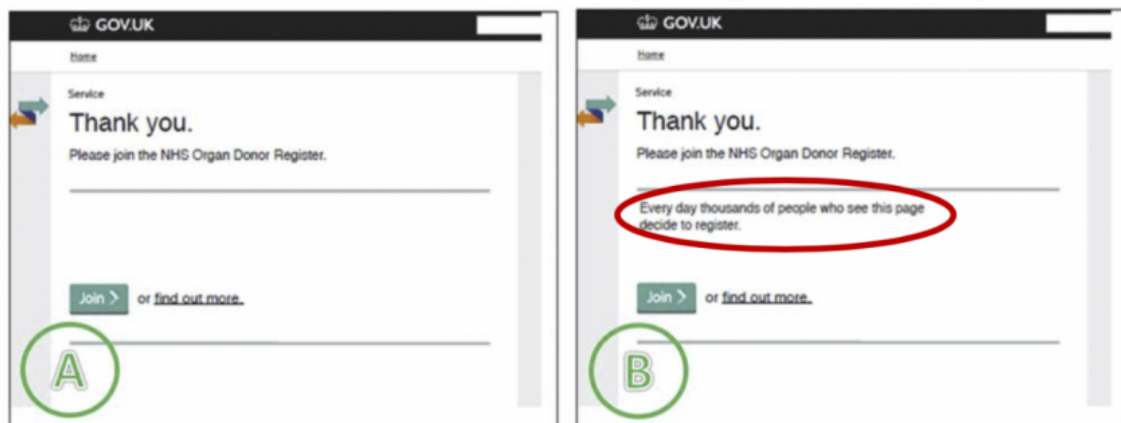
Iako tradicionalna usmena predaja može povećati bazu kupaca, mrežne recenzije (poput Facebook-a, Yelp-a ili Amazona) također su važne u služenju socijalnog dokaza potrošačima. U istraživanju BrightLocal iz 2019. godine gotovo 90% potrošača reklo je da čita recenzije za lokalne tvrtke, a prosječni potrošač čita 10 recenzija prije nego što se osjeti sposobnim vjerovati tvrtki (Skyword, 2020.). Tako se poduzeća mogu usredotočiti na traženje povratnih informacija od kupaca i promicanje pozitivnih recenzija kako bi pružili društveni dokaz.

Britanska vlada je dio javnog sektora je na ovaj način iskoristila dio svoje javne promocije, odnosno putem društvenog dokazivanja je implemenitrala vlastitu marketinšku promociju. Društveni dokazi jedan su od najmoćnijih alata u bihevioralnoj ekonomiji, posebno u internetskom marketingu, a britanska vlada je uspješno provela ovaj eksperiment.

Ljudi imaju veću vjerojatnost da glasaju za one političare koji su popularni, zbog čega toliko mnogo stanovnika čita internetske recenzije kako bi procijenili koliko je neki političar pouzdan - zapravo, 81% stanovnika vjeruje političaru u puno pozitivnih kritika (Digivate, 2020.).

Privatni sektor nije jedini sektor koji koristi principe bihevioralne ekonomije u uvjeravanju ljudi da poduzmu željenu akciju. Naveden je primjer vlade Velike Britanije u 2020. godini koja koristi princip socijalnog dokaza kako bi potaknula veći broj ljudi da postanu donatori organa.

Slika 3. Internet stranica NHS – a u promociji donacije organa



Izvor: Digivate (2020): 9 Eye-Opening Examples of Behavioural Economics in Marketing, dostupno na <https://www.digivate.com/blog/digital-marketing/behavioural-economics-marketing/>, pristupljeno 09.04.2021.

Od dvije promotivne opcije Nacionalnog zdravstvenog sustava Britanije u promociji darivanja organa, gdje britanska Vlada poziva građane da se učlane u nacionalni registar donora organa, uspješnija je bila opcija B. Razlog tomu je promotivna zahvala na stranici te recenzija koja kazuje kako tisuće ljudi koji vide ovu stranicu se odlučuju učlaniti u registar. Takva poruka pomoću elementa društvenog dokazivanja pospješuje odnose britanske vlade sa svojim građanima te ih na ljubazan način potiče da postanu

donori, gdje se sa društvenim dokazivanjem vrši promocija pozitivnih moralnih vrijednosti od strane političkih aktera.

## 5.2. Averzija prema gubitku – ponude Amazon Lighteninga

Potrošači su spremniji riskirati kako bi izbjegli gubitak neke imovine nego nastavili stjecanje iste. Razumijevanje osjećaja uključenosti u preuzimanje rizika ključno je za poboljšanje korisničkog iskustva. Psihološka bol zbog gubitka dvostruko je veća od užitka u dobitku. Trgovci mogu promovirati proizvode na način koji pokazuje da im kupnja može pomoći da izbjegnu gubitak. Na primjer, prodavač koji na Twitteru promovira nadogradnje termostata mogao bi objaviti tweet: "Prestanite gubiti 100 USD svake godine u energiji kupnjom našeg programabilnog termostata!" umjesto: "Uštedite 100 dolara godišnje na energiji kupnjom našeg programabilnog termostata!" (Skyward, 2020.).

Ljudi se više boje izgubiti ono što imaju nego dobiti nešto što nemaju. To u osnovi znači da je žaljenje zbog gubitka 100 kuna puno teže nego užitak koji donosi osvajanje 100 kuna. Načelo averzije prema gubitku kaže da bismo potrošaču pokazali prednosti proizvoda, moramo naglasiti što će izgubiti ako ne donese odluku o kupnji (Skyward, 2020.).

Slika 4. Amazonova dnevna ponuda proizvoda za osvjetljenje

The screenshot displays Amazon's 'Today's Lightning Deals' section. It features a horizontal scroll of six product cards. Each card includes a product image, the current price in red, the original price in grey, the percentage off, a product title, a yellow 'Add to Cart' button, and a progress bar indicating the percentage of deals claimed. The products shown are: X Rocker II Video Gaming Chair (42% off), BOSS Audio BV9364B Touchscreen Player Receiver (55% off), RFID Blocking Italian Leather Wallet (53% off), Over 30% Off Magformers Magnets (33% off), Unique 1/5 ct B&W Diamond Angel Wing (72% off), and Rampage Juniors Floral Plaid-Print Mix Button-Down Top (40% off). The page also includes navigation tabs for 'All Available', 'Upcoming', and 'Missed Deals', a 'Sort by Category' dropdown, and footer text like 'Page 1 of 13' and 'Restrictions apply'.

Izvor: Digivate (2020): 9 Eye-Opening Examples of Behavioural Economics in Marketing, dostupno na <https://www.digivate.com/blog/digital-marketing/behavioural-economics-marketing/>, pristupljeno 09.04.2021.

Najbolji primjer averzije prema gubitku su Amazonove dnevne ponude za osvjetljenje. To su ponude s popustom koje traju samo ograničeno vrijeme - 24 sata ili manje - i mogu ih iskoristiti samo određeni broj potrošača. Ovo je ograničenje razlog zašto je ova stranica s ponudama toliko istaknuta na web stranici, jer potiče potrošače da brzo donesu odluku o kupnji kako bi izbjegli "propuštanje".

## 6. KRITIČKI OSVRT NA PROVEDENO ISTRAŽIVANJE

Bihevioralna ekonomija predstavlja suvremenu znanstvenu disciplinu, gdje su je kao spoj psihologije i ekonomije uveli Kahneman i Wards, koji su za njezina istraživanja 2002. godine osvojili Nobelovu nagradu za mir. Njihove temeljne postavke su bile da se kupci u ekonomskim odlukama češće vode iracionalnim, nego racionalnim promišljanjem, dje je takav odnos u omjeru 70% iracionalnog i 30% racionalnog.

Sam povijesni razvoj bihevioralne ekonomije nije dug, ali ima svoje temelje u razvoju psihologije kao znanosti i njezine domene kognicije, emocija i heuristike. U ovom povijesnom tijelu javili su se brojni ekonomski i psihološki istraživači koji su vršili eksperimentalna istraživanja u laboratorijskim uvjetima o ponašanju potrošača prilikom donošenja ekonomskih odluka o kupnji. Kahneman i Wards išli su mnogo dalje te su se sustavno pozabavili bihevioralne ekonomije do razine da su dobili Nobelovu nagradu 2002. godine. Povijesni aspekti bihevioralne ekonomije postavili su temelje daljnjim istraživačima gdje su ih poticali na istraživanja ove znanstvene discipline za koju još nitko ne može sa točnošću matematičkih i statističkih modela dokazati da su poslovne odluke determinirane racionalnim ili iracionalnim ponašanjem.

Kroz povijest takvih istraživanja bihevioralna ekonomija naišla je na određene kritike i kontroverze koje su joj se pripisivale i nisu joj omogućavale nesmetanu implementaciju u praksi. Tako je jedna od najvažnijih kontroverzi ove ekonomije njezin temelj i korijen u neoklasičnoj ekonomskoj teoriji, iako joj ona ne daje dovoljno čvrste temelje jer ne posjeduje točne i objektivne informacije sa tržište.

Potom se javila značajna kontroverza i kritika upitnog uspjeha bihevioralne ekonomije u praksi. Naime, kritičari su podčinjavali uspjeh rezultat istraživanja bihevioralne ekonomije jer su isti pokazali znatan uspjeh samo u laboratorijskim uvjetima kada su se ti eksperimenti provodili te su naglasili kako bihevioralna ekonomija u izazovnoj i promjenjivi tržišnoj praksi bez laboratorijskih uvjeta ne može opstati.

Unatoč brojnim kritikama ove znanstvene discipline, ipak je ista svakodnevno primjenjivana u praksi i postiže znatan utjecaj na potrošače i stanovnike prilikom formiranja svojih poslovnih i ekonomskih odluka, koje su uvjetovane njihovim

ponašanjem. U principu istima treba određeni pozitivan poticaj da bi donijeli optimalnu ekonomsku odluku.

Aplikativni primjeri društvenog dokazivanja britanske vlade u promociji doniranja organa i Amazonovih dnevnih proizvoda za osvjetljenje pokazali su kako se komunikativnim, ljubaznim i poticajnim pristupom ciljanoj skupini potrošača i stanovnika može postići pozitivan efekt pri regulaciji ponašanja i donošenja optimalne ekonomske odluke (Digivate, 2020.).

Stoga je bihevioralna ekonomija vrlo korisna znanstvena disciplina koju je potrebno istraživati detaljnije i u budućim perspektivama, da bi se uvidjeli obrasci njezine primjene u praksi koji će rezultirati optimalnim ekonomskim odlukama u tadašnjem trenutku i za koje će se ispostaviti da su bile ispravne.

## 7. ZAKLJUČAK

Bihevioralna ekonomija prilično je mlada znanstvena disciplina koja se pretežito bavi odstupanjima ljudskog ponašanja od modela homo Economicusa ili racionalnog čovjeka. Ova odstupanja od racionalnog izračuna uvode se kao „nestandardna“ (standard je dio neoklasične ekonomije) ili odraz „pristranosti“. Istraživanje ponašanja objašnjava ljudsko ponašanje kroz prizmu socijalnih preferencija, heuristike i normi, od kojih se grade novi modeli ponašanja. Znanstveni nalazi uglavnom su preuzeti iz terenskih ili laboratorijskih pokusa. Nadalje, nalazi iz similarnih disciplina (psihologija, društvene znanosti, neuroznanost, kognitivna znanost itd.) se koriste i prenose u ekonomsku disciplinu kako bi se poboljšala pouzdanost i preciznost objašnjenja ljudskog ponašanja u ekonomskom području.

Fokus ove ekonomije na ljudsko ponašanje čini pojedinca središnjom jedinicom analize. Ipak, za razliku od uobičajene ekonomije, ljudsko se ponašanje na ontološkoj razini konceptualizira na složeniji način. Neoklasična ekonomija pretpostavlja redukcionistički idealni tip homo economicus, koji karakterizira stabilan niz preferencija. Međutim, u bihevioralnoj ekonomiji, za potrebe modeliranja, pojedinačno ponašanje određeno je pravilima, heuristikom, željama, raspoloženjima, osjećajima i drugim stvarima. Kako neoklasična teorija ne odgovara stvarnom ponašanju, bihevioralna ekonomija kroz povijest je razvijala i nastavlja razvijati nove modele ponašanja koji su precizniji.

Cilj bihevioralnih ekonomskih istraživanja je steći više znanja o ljudskom ponašanju u donošenju odluka i također bolje informirati i politički oblikovati društvene pojave (poput ulaganja u privatnu mirovinu, zdravstvo, odluke o financijama i obrazovanju), uglavnom u skladu s normativima idealnog racionalnog izbora. To znači da se ponašanje koje se smatra ekonomski neracionalnim treba postupno smanjivati. Nagoni se ovdje smatraju odgovarajućim instrumentima koji vode ljude da odluče kao da ne postoji ograničena racionalnost, npr. zbog nedostatka samokontrole.

Rasprave znanstvenika koji su proučavali domenu bihevioralne ekonomije raspravljaju o pitanju jesu li sklonosti endogene ili egzogene. U svakom slučaju preferencije u bihevioralnoj ekonomiji u odnosu na ekonomske izbore nisu egzogene, već ih oblikuju ekonomske i socijalne interakcije svakodnevnog života. Bihevioralna

ekonomija promatra i istražuje odluke ekonomskog ponašanja u kontekstu iracionalnosti i uspjeha takve odluke nakon implementacije.

Povijesni kontekst biheviornalne ekonomije nema dugu povijest i kao takav bio je predmet rasprava brojnih istraživača dok Kahneman i Wards nisu za postavke o ljudskom ponašanju i donošenju ekonomskih odluka dobili Nobelovu nagradu 2002. godine (Nobelprize, 2021.). Ipak, i danas ostaje otvoreno pitanje kako determinirati ljudsko ponašanje u smislu donošenja optimalne odluke koja će se kasnije pokazati uspješnom bez primjene matematičkih i statističkih modela.

U biheviornalnoj ekonomiji javljale su se mnoge kritike i kontroverze pomoću kojih su znanstvenici tražili dokaze da bi ju smatrali manje vrijednom znanstvenom disciplinom. Tako je primarna kritika upućena ovoj ekonomiji njezina nepostojanost u realnoj praksi jer su se uspjesi njezinih istraživanjima pokazali dobrima samo u laboratorijskim uvjetima, pa je naglasaka bio na kritici da ona nije primjenjiva u praksi bez laboratorijskih uvjeta. Potom je tu njezin korijen u neoklasičnoj ekonomiji koja se ne smatra pouzdanom za temelje biheviornalne ekonomije jer ne raspolaže pouzdanim informacijama s tržišta. Konačno, koncept iracionalnosti je smatran ovdje u prednosti pred racionalnim odlukama i dao mu se trostruko veći omjer u važnosti prilikom donošenja ekonomskih odluka, dok su znanstvenici smatrali da iracionalne ekonomske odluke prije ili kasnije rezultiraju gubitcima i odlaskom s tržišta.

Biheviornalna ekonomija je danas primjenjiva znanstvena disciplina u praksi u mnogim slučajevima te na donošenje ekonomskih odluka djeluje poticajno ukoliko se ljudima predmet odabira predstavi poželjnim. Njezinom implementacijom će se na optimalnu ekonomsku odluku utjecati pozitivno samo ako se na pravi način potakne ljude da usmjere svoje ponašanje da bi oni mogli donijeti odluku samostalno, ali ipak poticajno, a s ciljem obostranog zadovoljstva.



# LITERATURA

## Knjige:

1. Bahtijarević-Šiber, F. (1999.): Management ljudskih potencijala, Golden marketing, Zagreb.
2. Bovan, K., Polšek, D. (2014): Uvod u bihevioralnu ekonomiju, Institut Ivo Pilar, Zagreb.
3. Camerer, C. (2003). Behavioral game theory, Princeton, New York, Princeton University Press.
4. Camerer, F. Colin (2005): Behavioral Economics, The World Congress of the Econometric Society, London, UK.
5. Hewstone, M.; Stroebe, W. (2001): Socijalna psihologija: europske perspektive, Naklada Slap, Jastrebarsko
6. Horovitz, M. (2013): Psihologija ekonomskog ponašanja – priručnik o osnovama bihevioralne ekonomije, dostupno na [https://www.edunova.hr/wp-content/uploads/2013/10/BE-prirucnik-www.edunova.hr\\_.pdf](https://www.edunova.hr/wp-content/uploads/2013/10/BE-prirucnik-www.edunova.hr_.pdf), pristupljeno 06.04.2021. (Online izdanje)
7. Kahneman, D. (2011): Thinking, fast and slow. London: Allen Lane.
8. Kovačević, E. (2007): Osnovi ekonomske psihologije, Maunagić d.o.o.-Mauna-Fe, Sarajevo.
9. Petz, B. et al. (2000) : Psihologijski rječnik, Naklada Slap, Jastrebarsko.
10. Sharma, S., Tomić, D. (2012): Ekonomska politika i makroekonomski management, Mikorad, Zagreb.
11. Weber, R. (2005): Behavioral economics, The handbook of economic sociology, Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb.

## **Znanstveni članci:**

1. Đarganović, H. (2015): Bihevioralna ekonomija i psihologija ekonomskog ponašanja i odlučivanja potrošača na tržištu, Društvena i tehnička istraživanja, dostupno na <https://www.ceps.edu.ba/Files/DIT/Godina%205%20Broj%202/10.pdf?ver=1>, pristupljeno 06.04.2021., str. 162 – 175
2. Guth, W., Schmittberger, R., & Schwarz, B. (1982): An experimental analysis of ultimatum bargaining. Journal of Economic Behavior and Organization, No. 3, str. 367-388.
3. Katona, G. (2011): A founding father of old behavioral economics, The Journal of socio-economics, Vol. 40, No. 6, str. 977 – 984
4. Kenton, W., Walters, T. (2020): Bihevioral economics, dostupno na <https://www.investopedia.com/terms/b/behavioraleconomics.asp>, pristupljeno 06.04.2021.
5. Pickersgil, M. (2017): The social life of the brain: Neuroscience in society, Current Sociology, Vol. 61, No. 3, str. 322 - 340
6. Rehman, T. (2017): Historical context of behavioral economics, Intellectual Economics, NO. 1, str. 1 – 5
7. Zelić, M, Lukavac, M. (2018): Bihevioralni pristup ekonomiji – objašnjenje tržišnih neefikasnosti s naglaskom na financijsko tržište, Oeconomica Jadertina, No. 1, str. 51 – 62

## **Internet izvori:**

1. Cherry, K. (2021): Heuristics and Cognitive Biases, dostupno na <https://www.verywellmind.com/what-is-a-heuristic-2795235>, pristupljeno 06.04.2021.
2. Digivate (2020): 9 Eye-Opening Examples of Behavioural Economics in Marketing, dostupno na <https://www.digivate.com/blog/digital-marketing/behavioural-economics-marketing/>, pristupljeno 09.04.2021.

3. Fox, J. (2015): From “Economic Man” to Behavioral Economics, dostupno na <https://hbr.org/2015/05/from-economic-man-to-behavioral-economics>, pristupljeno 06.04.2021.
4. Georgetown University (2019): What is Neuroscience?, dostupno na <https://neuro.georgetown.edu/about-neuroscience/>, pristupljeno 09.04.2021.
5. Institute of Economic Affairs (2017): Behavioural economics – a critique of its policy conclusions, dostupno na <https://iea.org.uk/behavioural-economics-a-critique-of-its-policy-conclusions/>, pristupljeno 09.04.2021.
6. Gilles, R. (2009): Limitations of behavioral economics, dostupno na <https://www.relationaleconomy.net/2009/08/limitations-of-behavioral-economics/>, pristupljeno 09.04.2021.
7. Nobelprize.org (2021): Vernon L. Smith and Daniel Kahneman Photo gallery dostupno na <https://www.nobelprize.org/prizes/economic-sciences/2002/smith/photo-gallery/>, pristupljeno 06.04.2021.
8. Skword (2020): 8 Marketing Takeaways from Behavioral Economics, dostupno na <https://www.skyword.com/contentstandard/8-marketing-takeaways-from-behavioral-economics/>, pristupljeno 09.04.2021.
9. Summer, S. (2019): Let's not emphasize behavioral economics, dostupno na <https://www.econlib.org/lets-not-emphasize-behavioral-economics/>, pristupljeno 09.04.2021.

# POPIS TABLICA

Naziv	Broj stranice
Tablica 1. Maslowljeva hijerarhija potreba	48

# POPIS SLIKA

<b>Naziv</b>	<b>Broj stranice</b>
Slika 1. Stav kao temelj bihevioralne ekonomije	9
Slika 2. Model ekonomskog aktera – potrošača	26
Slika 3. Internet stranica NHS – a u promociji donacije organa	39
Slika 3. Amazonova dnevna ponuda proizvoda za osvjetljenje	40

## SAŽETAK

Bihevioralna ekonomija nije toliko snažno definirano područje poput drugih područja društvenih znanosti, međutim, danas je psihološko eksperimentiranje njezina fokusirana metodologija, jer ima sve veću primjenjivost u prirodnom okruženju. Standardne procjene tradicionalnih ekonomista u vezi s prirodom ljudi podvrgnute su intenzivnoj procjeni suvremenih ekonomista koji slijede koncept psihologije pojedinaca u donošenju odluka. Cilj ovog završnog rada je proučiti teorijsku problematiku povijesnog razvoja bihevioralne ekonomije te ispitati njezine osnovne koncepte koje su istraživali mnogobrojni autori, kao i njezine kontroverze, gdje se bihevioralna ekonomija razvila u popularnu disciplinu. Svrha je završnog rada ukazati na važnost primjene bihevioralne ekonomije i njezinih načela u praksi te koliko ista donosi korisnosti. Bihevioralna ekonomija je danas primjenjiva znanstvena disciplina u praksi u mnogim slučajevima te na donošenje ekonomskih odluka djeluje poticajno ukoliko se ljudima predmet odabira predstavi poželjnim. Njezinom implementacijom će se na optimalnu ekonomsku odluku utjecati pozitivno samo ako se na pravi način potakne ljude da usmjere svoje ponašanje da bi oni mogli donijeti odluku samostalno, ali ipak poticajno, a s ciljem obostranog zadovoljstva.

**Ključne riječi:** bihevioralna ekonomija, Kahneman, racionalnost, poslovne odluke, ponašanje

## SAŽETAK

Behavioral economics is not as strongly a defined area as other areas of the social sciences, however, today psychological experimentation is its focused methodology because it has increasing applicability in the natural environment. The standard assessments of traditional economists regarding the nature of people are subjected to an intensive assessment by modern economists who follow the concept of the psychology of individuals in decision-making. The aim of this final paper is to study the theoretical issues of the historical development of behavioral economics and examine its basic concepts that have been explored by many authors, as well as its controversies, where behavioral economics has developed into a popular discipline. The purpose of the final paper is to point out the importance of applying behavioral economics and its principles in practice and how much it brings benefits. Behavioral economics is today a applicable scientific discipline in practice in many cases and stimulates economic decision-making if the subject of choice is presented to people and is desirable. Its implementation will have a positive impact on the optimal economic decision only if it is encouraged in the right way to direct their behavior so that they can make a decision independently, but still encouraging, and with the goal of mutual satisfaction.

**Keywords:** behavioral economics, Kahneman, rationality, business decisions, behavior