

Primjena biheviornalne ekonomije u formiranju javnih politika

Krobot, Maja

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Polytechnic of Međimurje in Čakovec / Međimursko veleučilište u Čakovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:110:913624>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-02**



Repository / Repozitorij:

[Polytechnic of Međimurje in Čakovec Repository -
Polytechnic of Međimurje Undergraduate and
Graduate Theses Repository](#)



MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
SPECIJALISTIČKI DIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ MENADŽMENT
TURIZMA I SPORTA

Maja Krobot

**PRIMJENA BIHEVIORALNE EKONOMIJE U
FORMIRANJU JAVNIH POLITIKA**

DIPLOMSKI RAD

Čakovec, rujan 2022.

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
SPECIJALISTIČKI DIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ MENADŽMENT
TURIZMA I SPORTA

Maja Krobot

**PRIMJENA BIHEVIORALNE EKONOMIJE U
FORMIRANJU JAVNIH POLITIKA
BEHAVIORAL ECONOMICS IN FORMING PUBLIC
POLICY**

DIPLOMSKI RAD

Mentorica:
doc. dr. sc. Damira Tkalec, dipl.oec.

Čakovec, rujan 2022.

MEDIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
POVJERENSTVO ZA DIPLOMSKI ISPIT

Čakovec, 23. veljače 2022.

država: **Republika Hrvatska**
Predmet: **Ekonomija za menadžere**
Grana: **5.01.06 opća ekonomija**

DIPLOMSKI ZADATAK br. 2021-MTSD-R-47

Pristupnik: **Maja Krobot (0313021110)**
Studij: **Redovni specijalistički diplomski studij Menadžment turizma i sporta**

Zadatak: **Primjena bihevioralne ekonomije u formiranju javnih politike**

Opis zadatka:

Cilj ovog rada je prikazati primjere primjene bihevioralne ekonomije u formiranju javnih politika. Također, u radu će se opisati teorija bihevioralne ekonomije, njezin razvoj i primjena.

Zadatak uručen pristupniku: 23. veljače 2022.

Rok za predaju rada: 20. rujna 2022.

Mentor:



doc. dr. sc. Damira Đukec, dipl. oec.

Predsjednik povjerenstva za
diplomski ispit:

ZAHVALA

Želim zahvaliti mentorici doc. dr. sc. Damiri Tkalec na prihvaćanju mentorstva i suradnji tijekom pisanja diplomskog rada. Posebnu zahvalnost iskazujem svojoj obitelji, svojem dragom Marku i kolegicama na pruženoj potpori tijekom studiranja.

Maja Krobot

SAŽETAK

Cijeli svoj život pojedinac donosi odluke. Ekonomija u suštini promatra pojedinca, kako se ponaša, kako donosi odluke i kako njegovo ponašanje u konačnici utječe na ostale sudionike na tržištu. Prema klasičnoj teoriji, pojedinac je smatran *homo oeconomicusom*, odnosno sve donesene odluke u skladu su s ekonomskom racionalnošću i maksimizacijom koristi. Međutim, razvijanjem bihevioralne ekonomije model racionalnog čovjeka zamijenjen je modelom stvarnog čovjeka. Ljudi donose odluke, a u tom su procesu pod utjecajem događaja iz okoline. Na njih utječe mjesto, vrijeme i način donošenja odluka te njihove emocije. Bihevioralna ekonomija kroz psihološke, kognitivne, emocionalne i kulturne čimbenike promatra donesene odluke pojedinaca. Cilj ekonomije i bihevioralne ekonomije je isti, a to je razumijevanje ekonomskih odluka pojedinaca. Bihevioralna ekonomija istražuje granice racionalnosti ljudi, a rezultati se mogu primijeniti u gotovo svim područjima odlučivanja i ljudskog života općenito. Iz tog saznanja javlja se uska veza bihevioralne ekonomije i javnih politika. Javne su politike kontinuirani procesi u čijem oblikovanju, provedbi, praćenju i poboljšavanju sudjeluju sve društvene snage – predstavnici javnog, poslovnog i civilnog sektora. Cilj javne politike jest postizanje rješenja za javno definirane ciljeve, a sve to za dobrobit pojedinca odnosno zajednice. U oblikovanju ciljeva javnih politika ključna je analiza postojećeg stanja zajednice, formiranje i analiza problema te jasno definiranje poželjnog budućeg stanja. U posljednje vrijeme sve više vlada oslanja se na bihevioralnu ekonomiju kako bi se potaknula društveno poželjna ponašanja i razvila rješenja prilagođena potrebama i navikama ljudi. Sve više vlada shvaća važnost takvih razmatranja i donošenja odluka te osniva posebne timove za primjenu bihevioralne ekonomije u kreiranju javnih politika, odnosno organizacije koje potiču pojedince na određenu akciju koja pridonosi dobrobiti zajednice.

Ključne riječi: *bihevioralna ekonomija, homo oeconomicus, Kahneman, Tversky, psihologija, heuristika, javne politike*

SADRŽAJ

SAŽETAK.....	I
1. UVOD	2
2. RAZVOJ MODELA BIHEVIORALNE EKONOMIJE	3
2.1. Začeci bihevioralne ekonomije	3
2.2. Najvažniji predstavnici bihevioralne teorije	4
2.3. Teorija očekivanja	5
3. POJAM BIHEVIORALNE EKONOMIJE	7
3.1. <i>Homo oeconomicus</i>	8
3.2. Sustav 1 i Sustav 2	8
3.3. Heuristika	10
3.3.1. Sidrenje.....	11
3.3.2. Dostupnost.....	11
3.3.3. Podudarnost.....	12
4. ELEMENTI PSIHOLOGIJE U BIHEVIORALNOJ EKONOMIJI	13
4.1. Emocije.....	13
4.2. Motivacija.....	14
4.3. Percepcija	16
4.4. Mišljenje.....	16
4.5. Stres	16
4.6. Kognitivna konsonanca i disonanca	17
5. JAVNE POLITIKE	18
5.1. Ciljevi i instrumenti javnih politika	18
5.2. Proces implementacije javnih politika	20
5.3. Akteri javnih politika	21

6. PRIMJERI PRIMJENE BIHEVIORALNE EKONOMIJE U FORMIRANJU JAVNIH POLITIKA	23
6.1. Libertarijanski paternalizam i arhitektura izbora	24
6.2. <i>Behavioural Insights Team</i>	25
6.3. Primjena bihevioralne ekonomije u zdravstvenoj politici	26
6.3.1. Bihevioralni pristup doniranju organa – pretpostavljeni pristanak	27
6.3.2. Bihevioralni pristup cijepljenju	28
6.3.3. Bihevioralni pristup smanjenju pušenja	29
6.4. Primjena bihevioralne ekonomije na tržištu rada	30
6.5. Primjena bihevioralne ekonomije u poreznoj politici	31
7. ZAKLJUČAK	33
LITERATURA.....	35
POPIS TABLICA.....	38
POPIS ILUSTRACIJA.....	38

1. UVOD

Bihevioralni pristup posljednjih se godina sve više upotrebljava kao temelj odlučivanja na ekonomskom tržištu. Bihevioralna ekonomija istražuje utjecaj socijalnih, emocionalnih i kognitivnih čimbenika u donošenju ekonomskih odluka pojedinaca. Zbog toga je postala dominantan pristup u razumijevanju odluka. Prekretnica bihevioralnog pristupa dogodila se kada je Richard Thaler uveo pojam *nudge*. U prijevodu označava poticaj te se primjenjuje u načinu na koji može utjecati na odluke ljudi i usmjeriti ih odnosno potaknuti da krenu u određenom, željenom smjeru. Teorija neizravnog poticanja postala je aktualna posljednjih godina zbog pozitivnih učinaka koje je zabilježila u području politike, zdravlja i organizacijskog ponašanja.

U ovome radu stavljen je naglasak na primjenu bihevioralne ekonomije u javnim politikama. Javne politike označavaju različite intervencije države za postizanje javnih ciljeva, odnosno rješavanje problema s kojima se suočava šire građanstvo. Dva su temeljna elementa u javnoj politici, a to su ciljevi i instrumenti. Bihevioralni pristup utjecao je na različite aspekte javne politike. Radi očuvanja zdravlja pojedinaca, na temelju različitih eksperimenata tijekom godina, na snazi su odluke i zakoni koji pridonose pozitivnom smjeru donošenja odluka s aspekta zdravlja. Bihevioralna ekonomija također se primjenjuje i u segmentu ekologije, tržišta rada i porezne politike.

Rad je podijeljen na tri temeljne cjeline. U sklopu prve teme objašnjava se pojam bihevioralne ekonomije i spominju istaknute osobe u tom području te dobitnici Nobelove nagrade. Navedeni su psihološki čimbenici koji utječu na proces donošenja odluka poput emocija, motivacije i mišljenja pojedinaca. Drugi dio rada temelji se na javnim politikama, pojmu javne politike općenito, njezinim ciljevima, instrumentima i akterima. Zadnja, treća cjelina u ovom radu obuhvaća primjere na koje utječe bihevioralna ekonomija u formiranju javnih politika za opće dobro pojedinaca.

2. RAZVOJ MODELA BIHEVIORALNE EKONOMIJE

Mnogobrojna razmišljanja i saznanja o bihevioralnoj ekonomiji nisu iz novijeg razdoblja, nego se vraćaju osnovama neoklasične ekonomije i profita. Adam Smith među prvima je ustvrdio da je ekonomsko odlučivanje ljudi nesavršeno i da na njega utječu moralne vrijednosti kao što su poštenje i pravda. Tijekom 20. stoljeća počeli su se promatrati psihološki procesi na ekonomskom području. Ekonomisti su počeli postavljati hipoteze o procesima donošenja odluka u uvjetima neizvjesnosti, razvijale su se hipoteze kako se pojedinci osjećaju i kako razmišljaju o svojim novčanim odlukama. U tom području istaknuli su se psiholozi Amos Tversky i Daniel Kahneman koji su svojim istraživanjima dokazali kako su do tada nevažni čimbenici iznimno važni u predviđanju ponašanja pojedinaca. Psiholog Daniel Kahneman dobitnik je Nobelove nagrade na području ekonomskih znanosti za revolucionarni rad u primjeni psiholoških uvida na ekonomsku teoriju u područjima prosuđivanja i donošenja odluka u neizvjesnosti.

2.1. Začeci bihevioralne ekonomije

Za saznanja iz područja bihevioralne ekonomije zaslužan je Adam Smith, koji se smatra jednim od začetnika bihevioralnog pristupa. Njegova knjiga *Teorija moralnih osjećaja* iz 1759. godine sadržava veći dio teksta koji govori upravo o bihevioralnoj ekonomiji. Smith navodi da je snaga pojedinca nužna kako bi se nosio s kratkovidnošću (Thaler, 2020.). U njegovu slučaju, kratkovidnost je uzrok strasti koja pruža iskrivljenu sliku (Thaler, 2020.). U spomenutoj knjizi Smith navodi kako su mentalna načela pojedinaca velika koliko i njihova monetarna zapažanja (<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1822801116300297>).

Tijekom klasičnog razdoblja mikroekonomija je bila bliska s psihologijom, no u doba neoklasične ekonomije ona se pokušavala prikloniti prirodnoj znanosti. Tako se razvio pojam *homo oeconomicus* koji se temelji na racionalnim odlukama, što se u budućnosti pokazalo pogrešnim (Polšek, Bovan, 2014.). Početkom 20. stoljeća pojavila se ekonomska psihologija u djelima autora Tardea (1902.) i Katone (1960.) (Polšek, Bovan, 2014.). Važnost promatranja psihologije i ekonomije spominje se i šezdesetih godina kada je psihologija opisivala mozak kao sredstvo procesuiranja informacija. Na tom području psiholozi Amos Tversky i Daniel Kahneman počeli su uspoređivati kognitivne modele donošenja odluka u uvjetima rizika i neizvjesnosti s ekonomskim modelima racionalnog ponašanja (Polšek, Bovan, 2014.). Richard T. Thaler (2020.) navodi kako su se kasnih 1980-ih bihevioralnim ekonomistima, uz Kahnemana i Tverskyja, smatrali i George Loewenstein, Robert Shiller te Colin Camerer.

Prethodnik Tverskyja i Kahnemana bio je Herbet Simon. Bio je aktivan u područjima društvenih znanosti (ekonomskoj, političkoj), umjetne inteligencije i organizacijske teorije (Thaler, 2020.). Ono po čemu se Simon istaknuo bila je teorija ograničene racionalnosti. Ona objašnjava činjenicu da ljudi iracionalno traže zadovoljstvo, a ne maksimizacijom koristi, kao što je to pretpostavljala ekonomija (Polšek, Bovan, 2014.), te da pojedinci imaju ograničene kognitivne sposobnosti za rješavanje složenijih problema. Herbert Simon osvojio je Nobelovu nagradu za ekonomiju, no mnogi ekonomisti unatoč tome nisu smatrali njegovu teoriju važnom (Thaler, 2020.). Unatoč tome, stvorio je osnovu za buduće napretke u istraživanju procesa donošenja odluka i zaključio da ljudi nisu dobri u predviđanju budućnosti te da imaju velikih poteškoća u uspoređivanju vlastitih preferencija (<https://www.ubs.com/microsites/nobel-perspectives/en/laureates/herbert-simon.html>). Također je opisao kako gospodarstvo ulaže mnogo napora u osmišljavanje i proizvodnju proizvoda koji služe kao alternative, ali nasuprot tome izdvaja malo vremena za odabir među njima. Smatrao je da se poteškoće u donošenju odluka u velikoj mjeri usredotočuju na stupanj neizvjesnosti i praznine u znanju (<https://www.ubs.com/microsites/nobel-perspectives/en/laureates/herbert-simon.html>).

2.2. Najvažniji predstavnici bihevioralne teorije

Poznati psiholozi poput Amosa Tverskyja, Daniela Kahnemana, Duncana Lucea i Warda Edwardsa počeli su se koristiti odgovarajućim ekonomskim modelima kao mjerilom za usporedbu svojih psiholoških modela, a dva najutjecajnija djela objavili su Tversky i Kahneman 1979. godine pod nazivom *Prospect theory* i *An Analysis of Decision Under Risk* (<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1822801116300297>). U članku se upotrebljavala kognitivna psihologija kako bi se objasnili odmaci ekonomskog odlučivanja od neoklasične teorije (Polšek, Bovan, 2014.).

Psiholozi Daniel Kahneman i Amos Tversky smatraju se utemeljiteljima bihevioralne ekonomije. Svojim eksperimentima pokazali su kako ljudi uobičajeno i predvidljivo griješe u zaključivanju i odlučivanju. Potvrdili su da ljudi u uvjetima u kojima ishodi nisu sigurni nego vjerojatni donose krive zaključke i odluke čak i kada su im pružene sve potrebne informacije (Bejaković, 2015.). Radovi u bihevioralnoj ekonomiji nastojali su pokazati da su nevažni čimbenici zapravo iznimno važni u predviđanju ponašanja. Tu činjenicu potvrdili su 1974. Tversky i Kahneman (Thaler, 2020.). „Sva istraživanja koja su Kahneman i Tversky dotad proveli temeljila su se na jednostavnim scenarijima, primjerice zamislite da povrh svega što trenutačno posjedujete osvojite dodatnih 400 američkih dolara. Biste li se radije odlučili za

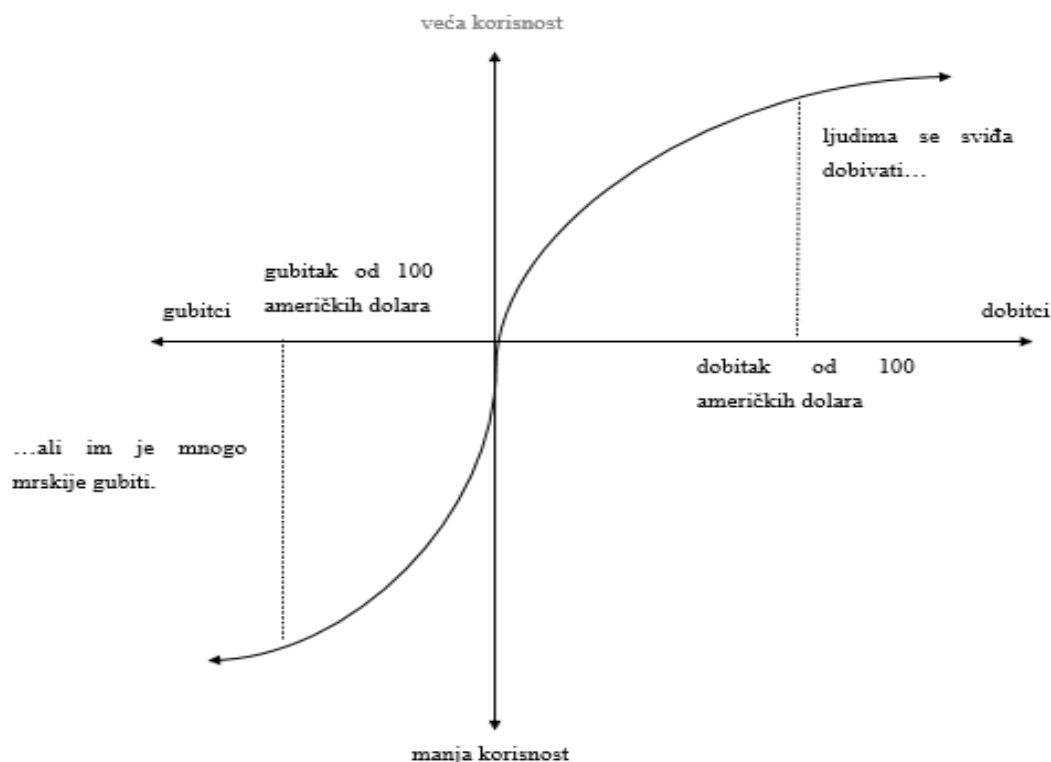
opciju u kojoj biste zasigurno izgubili 200 američkih dolara ili za opciju u kojoj biste imali 50 % izgleda da izgubite 400 američkih dolara i 50 % izgleda da ništa ne izgubite?“ (Thaler, 2020.). Kahneman (2013.) objašnjava kako bi svoje misaone eksperimente najprije iskušali na sebi. Ako bi se dogovorili o odgovoru, privremeno bi pretpostavili da bi i ostali odgovorili jednako, a zatim bi tu pretpostavku provjerili tako da bi to pitanje postavili svojim studentima koji su im služili za većinu njihovih istraživanja.

Nobelova nagrada za ekonomiju 2002. godine pripala je Danielu Kahnemanu za uvođenje psihološkog pristupa u ekonomsku znanost, posebice u ispitivanje odlučivanja u uvjetima neizvjesnosti (<https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=29785>). Kahneman, nažalost, nije primio nagradu sa svojim dugogodišnjim kolegom u istraživanjima Amosom Tverskym zbog njegove smrti, nego s Vernonom Smithom koji je bio začetnik eksperimentalne ekonomije, odnosno praktičar i promotor ideje testiranja ekonomskih ideja u laboratoriju (Thaler, 2020.).

2.3. Teorija očekivanja

Teorija očekivanja, radnog naslova *Teorija vrijednosti*, bila je rana verzija članka na temelju kojeg je Daniel Kahneman dobio Nobelovu nagradu 2002. godine. Teorija očekivanja bila je organizirana u dvije cjeline koje su prikazivale dvije vrste teorija. Prva teorija nazvana je normativnom i opisuje pravi način razmišljanja o nekom problemu, pri čemu pojam „pravi“ nema značenje u moralnom smislu (Thaler, 2020.). Druga teorija nazivala se deskriptivnom. Teorija očekivanja bila je konceptualna prekretnica koja je istodobno bila u „sukobu“ s tradicionalnom ekonomijom. Ekonomska teorija u to se vrijeme koristila jednom teorijom kako bi zadovoljila i normativnu i deskriptivnu svrhu (Thaler, 2020.). Ako bi se pokazalo da ljudi ne donose odluke u skladu s teorijom racionalnog izbora, tj. ako zakaže kao deskriptivna teorija, njihovo ponašanje promatralo se kroz normativnu ulogu, a to je vodič prema odabiru najbolje opcije (Polšek, Bovan, 2014.). Nova teorija prikazala je da ne postoji jedinstvena teorija o ljudskom ponašanju koja istodobno može biti i normativna i deskriptivna, kao što je bilo u slučaju tradicionalne ideje. Kahneman i Tversky teoriju očekivanja zamislili su kao alternativu teoriji granične korisnosti, pri čemu cilj nije bio ponuditi upute za donošenje racionalnih odluka, nego točna predviđanja kakve će odluke ljudi u stvarnosti donijeti (Thaler, 2020.). Slika 1. prikazuje grafički prikaz funkcije vrijednosti koji je ujedno i jedan od važnih konceptualnih promjena ekonomskog načina razmišljanja i glavni pokretač nove teorije.

Slika 1. Funkcija vrijednosti



Izvor: vlastita izrada autorice prema Thaler, R. (2020.): Nerazumno ponašanje, Školska knjiga, Zagreb, str. 31.

Na prikazanoj slici 1. promijenio se fokus promatranja, odnosno ona prikazuje da se treba prestati promatrati razina bogatstva i da se treba usredotočiti na njegovu promjenu. Kahneman i Tversky usredotočili su se na promjene jer su one bile osnovni način na koji ljudi doživljavaju život (Thaler, 2020.). Uz to, model prikazuje da veću važnost pridajemo gubicima nego dobitcima. Funkcija gubitka na slici strmija je nego funkcija dobitka, spušta se brže nego što se funkcija dobitka penje. Gubitak će kod ljudi izazvati dvaput veću žalost od sreće koju bi osjetili za istu stvar koju dobiju. Stručnim riječima, ljudi imaju „averziju prema gubitku“ (Thaler, Sunstein, 2009.). Ovaj model također objašnjava različite psihološke učinke poput „statusa quo“¹ koji predstavlja činjenicu da ljudi često preferiraju zadržati sadašnje stanje ako se nude alternative koje ne znače veće zadovoljstvo (<https://hr.sainte-anastasio.org/articles/psicologa/la-teora-de-las-perspectivas-de-daniel-kahneman.html>). Uz to, model prikazuje da veću važnost pridajemo smanjenim gubicima nego umjerenim dobitcima.

¹ William Samuelson i Richard Zeckhauser (1988.) nazvali su pojavu „pristranost statusa quo“ te objasnili da su pojedinci skloni držati se postojeće situacije (Thaler, Sunstein, 2009.).

3. POJAM BIHEVIORALNE EKONOMIJE

Bihevioralna ekonomija, prema definiciji, disciplina je koja pojačava eksplanatornu snagu ekonomije kombinirajući je s realističnijim psihološkim postavkama koristeći se socijalnim, kognitivnim i emocionalnim faktorima u razumijevanju ekonomskih odluka pojedinaca (Polšek i Bovan, 2014.). Bihevioralna ekonomija ne smatra se novom disciplinom, riječ je o ekonomiji obogaćenju psihologijom i drugim društvenim znanostima (Thaler, 2020.).

Poslije se bihevioralna ekonomija počela primjenjivati u mnogim područjima, poput sudjelovanja pri donošenju zakona odnosno oblikovanja javnih politika, zatim u poslovnim zajednicama gdje je razumijevanje ljudskog ponašanja jednako važno za uspješno poslovanje kao i razumijevanje financijskih izvještaja i operacijskog menadžmenta. U svakom slučaju, bihevioralna ekonomija povećava moć objašnjavanja ekonomije jer joj pruža čvrstu i racionalniju psihološku osnovu (<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1822801116300297>). Ponašanje ljudi razlikuje se ovisno o okolnostima, mjestu, vremenu, utjecajima društva, emocionalnim prosudbama, mislima temeljenim na predrasudama, a istodobno i načinu na koji odlučuju (<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1822801116300297>). Sve te utjecaje objašnjava upravo bihevioralna ekonomija.

Iako je bihevioralna ekonomija mlada disciplina koja sa sobom donosi snagu ekonomije kao znanosti koja nastoji dati objašnjenje ekonomskih fenomena s mnogo realističnijom psihološkom osnovom, bihevioralni ekonomisti neprestano upozoravaju na granice i nedostatke tradicionalne ekonomije i rade na tome da bihevioralna ekonomija postane važnija od tradicionalne. Prema Polšek i Bovan (2014.), bihevioralna ekonomija naziv je za disciplinu koja se bavi procesima odlučivanja stvarnih ljudi. Ti procesi sadržavaju ljudska ograničenja poput manjkavosti u znanju, vremenu ili kognitivnim sposobnostima za donošenje idealne odluke.

3.1. *Homo oeconomicus*

Izraz *homo oeconomicus*² označava pogled na pojedince u društvenim znanostima, posebice u ekonomiji, kao na subjekte koji u vlastitom interesu traže optimalne ishode koji povećavaju korisnost (<https://www.behavioraleconomics.com/resources/mini-encyclopedia-of-be/homo-economicus/>). Model *homo oeconomicus* pretpostavlja da su pojedinci svjesni donošenja odluka na temelju vlastitog interesa i da imaju relevantne i potpune informacije kako bi mogli napraviti racionalan izračun koji bi maksimizirao korisnost, što je i primarni cilj (<https://www.awesomefintech.com/term/homoeconomicus/>). U neoklasičnim ekonomskim teorijama ljudi su prikazani kao idealni donositelji odluka s potpunom racionalnošću, savršenim pristupom informacijama i dosljednim ciljevima.

Međutim, bihevioralni ekonomisti i većina psihologa, sociologa i antropologa kritični su prema takvom konceptu. Naime, ljudi nisu uvijek racionalni ni zabrinuti za maksimiziranje koristi i minimiziranje troškova. Mogu donositi odluke u neizvjesnosti, s nedovoljno znanja, povratnih informacija i mogućnosti obrade informacija, ponekad nedostaje samokontrole i, naposljetku, preferencije se mijenjaju često kao odgovor na promjene u kontekstu odlučivanja (<https://www.behavioraleconomics.com/resources/mini-encyclopedia-of-be/homo-economicus/>). No isto tako, nije potrebno odbaciti teorije koje se temelje na pretpostavci da se svi ponašamo kao ekoni. One i dalje mogu poslužiti kao korisna polazišna točka na kojoj će se temeljiti razvoj realističnijih modela (Polšek, Bovan, 2014.). Mnogi ljudi vjeruju u pojam *homo oeconomicus* prema kojem nitko ne griješi u vlastitim promišljanjima i odlukama, stoga sasvim odgovara slici ljudskog bića kakvu nam predstavljaju ekonomisti (Thaler, Sunstein, 2009.).

3.2. Sustav 1 i Sustav 2

Mnogi psiholozi i neuroznanstvenici rade na opisivanju funkcioniranja mozga. Njihov pristup sastoji se u razlikovanju dvaju tipova razmišljanja – intuitivnog (automatskog) te reflektivnog (iracionalnog) (Thaler, Sunstein, 2009.). Keith Stanovich i Richard West predložili su termine Sustav 1 za automatski sustav i Sustav 2 za reflektivni sustav (Kahneman, 2013.). Može se reći da je Sustav 1 intuicija, a Sustav 2 svjesna misao (Thaler, Sunstein, 2009.). Glavne značajke automatskog i reflektivnog sustava prikazane su u tablici 1.

² Izraz *homo oeconomicus* sinonim je za izraz „ekoni“

Tablica 1. Glavne značajke sustava

Automatski sustav	Refleksivni sustav
Nekontroliran	Kontroliran
Bez uloženog napora	S uloženim naporom
Asocijativan – temelji se na heuristikama i intuiciji	Deduktivan – temelji se na zaključivanju
Brz	Spor
Nesvjestan	Svjesno usmjeren
Vješt	Proceduralan

Izvor: vlastita izrada autorice prema Thaler, R. H., Sunstein, C. R. (2009.): Poticaj, Zagreb, str. 30.

Sustav 1 radi automatski i brzo, bez uloženog napora i njime se ne može upravljati voljom. Na primjer, osoba se automatski sagne kada prema njoj netko baci loptu ili se nasmije kada ugleda osobu koja joj je draga.

Sustav 2 ili refleksivni sustav promišljeniji je i svjesniji. Usmjerava pozornost na naporne mentalne aktivnosti. Na primjer, osoba se njime koristi kada mora nešto izračunati ili kada mora donijeti odluku kojom će cestom krenuti.

Sustav 1 dio je uma koji bez napora proizvodi dojmove i osjećaje koji su glavni izvor eksplicitnih vjerovanja i promišljenih izbora Sustava 2 (Kahneman, 2013.). U nastavku je navedeno nekoliko primjera prema Kahnemanu (2013.) koji se pripisuju Sustavu 1:

- razlikovanje udaljenosti predmeta
- orijentacija prema izvoru iznenadnog zvuka
- dovršavanje fraza
- pravljenje izraza lica
- otkrivanje neprijateljstva u glasu
- odgovaranje na naučene odgovore npr. Koliko je 2+2?
- shvaćanje kratkih rečenica
- čitanje riječi na velikim plakatima itd.

„Sustav 2 može promijeniti način rada Sustava 1 programiranjem inače automatskih funkcija usmjeravanja pozornosti i pamćenja. Na primjer, dok čekate rođaka na kolodvoru na kojem se kreće veliki broj ljudi, potragu možete namjerno usmjeriti prema ženi bijele kose ili čovjeku s bradom i na taj način povećati vjerojatnost prepoznavanja rođaka s veće udaljenosti... U svim tim slučajevima od vas se tražilo da napravite nešto što ne dolazi samo od sebe pa ćete otkriti kako stalno održavanje pozornosti zahtijeva stalno naprezanje ili bar neki napor“ (Kahneman,

2013.). Sustav 1 stalno proizvodi prijedloge (dojmove, intuicije, namjere, osjećaje) za Sustav 2. Kada ih Sustav 2 potvrdi, uz modifikacije ili bez njih, dojmovi i intuicije pretvaraju se u vjerovanja, a namjere u djelovanja.

3.3. Heuristika

Heuristika ili heuristike odnosi se na iskustvene tehnike rješavanja problema, učenja i otkrivanja (Polšek, Bovan, 2014.). Smatra se još i postupkom koji vodi prema otkriću ili ga potiče (<https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=25317>). Važnost heuristika potvrđena je eksperimentalnim istraživanjima u kognitivnoj psihologiji. Kahneman, Slovic i Tversky su 1982. godine pokazali da u određenim segmentima zaključivanja većina ispitanika sustavno čini iste pogreške koje se ne mogu pripisati na primjer umoru ili nedostatku pozornosti (<https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=25317>).

Heurističke metode upotrebljavaju se kako bi se ubrzao proces pronalaženja rješenja, a te metode uključuju i „pravilo palca“, koje je usmjereno na nagađanje, intuitivni sud i zdrav razum (Polšek, Bovan, 2014.). Također, Gigerenzer (1991., navedeno u Polšek, Bovan, 2014.) smatra da su heuristike jednostavna i učinkovita pravila koja su u umu „upisali“ evolucijski procesi (proces učenja), a njima se pokušava objasniti kako ljudi donose odluke, kako dolaze do svojih prosudbi i kako rješavaju probleme kada ne posjeduju potpune informacije.

Doprinosi Kahnemana i Tverskyja mogu se podijeliti u tri područja: heuristika i pristranosti, efekti uokvirivanja i prospektna teorija. Razmatrajući važnost heuristike i pristranosti u donošenju odluka pod neizvjesnošću, otkrili su da su prečaci u rasuđivanju, upotrebljavajući reprezentativnost, dostupnost i sidrenje, kao i sustavno pogrešne prosudbe, bili rašireni. (https://www.academia.edu/25915702/Behavioral_Economics_How_Psychology_Made_Its_Limited_Way_Back_Into_Economics).

Kahneman i Tversky u svojem su radu iz 1974. naveli tri heuristike i pristranosti, a to su sidrenje, dostupnost i podudarnost. Njihov istraživački program značio je nov pristup proučavanju ljudskog prosuđivanja i postao je poznat kao „heuristike i pristranosti“. U novije vrijeme psiholozi su došli do zaključka da te heuristike i pristranosti proizlaze iz interakcije automatskog i reflektivnog sustava (Sustav 1 i Sustav 2).

3.3.1. Sidrenje

Sidrenje ili kako se još naziva – heuristika pomaka s uporišta jedan je od načina na koji ljudi donose odluke u nedostatku informacija i/ili vremena, a podrazumijeva korištenje standarda usporedbe kako bi se došlo do željene procjene (Bokulić, Polšek, 2010.). U različitim situacijama ljudi daju procjene tako da se oslone na određenu početnu vrijednost, koju zatim povisuju ili snižavaju kako bi dobili konačni odgovor (Polšek, Bovan, 2014.). Sidrenje se događa kada ljudi pretpostave određenu vrijednost njima nepoznate veličine prije nego što iznesu procjenu za tu određenu veličinu. Procjene se uvijek kreću oko broja koji su uzeli u obzir, a različite početne točke vode do različitih procjena (Polšek, Bovan, 2014.). Ponekad se i irelevantne polazne točke znaju uvući u proces odlučivanja i mogu utjecati na mišljenje o životu. U jednom eksperimentu, koji su proveli Daniel Kahneman i Amos Tversky, studenti su morali odgovoriti na dva postavljena pitanja sljedećim redoslijedom: „Jeste li sretni?“; „Koliko često idete na spoj?“. Korelacija između njih bila je 11 %. Sljedećoj skupini ispitanika pitanja su postavljena obrnutim redoslijedom „Koliko često idete na spoj?“; „Jeste li sretni?“. Kada su se pitanja zamijenila, korelacija je porasla na 62 % (Thaler, Sunstein, 2009.).

3.3.2. Dostupnost

Heuristikom dostupnosti naziva se pojava kojom procjenjujemo vjerojatnost neke opasnosti na temelju prisjećanja određenog primjera. Ako se ljudi lako mogu sjetiti relevantnog primjera, veća je vjerojatnost da će se bojati i biti zabrinuti nego ako se ne mogu sjetiti relevantnog primjera (Thaler, Sunstein, 2009.). Dostupnost je povezana s raspoloživošću i istaknutošću te su jednako važne. Na primjer, ako je pojedinac doživio potres ili drugu elementarnu nepogodu, veća je vjerojatnost da će vjerovati u njezinu vjerojatnost nego ako je o tome čitao na mrežnim stranicama ili u novinama. Isto tako, lako zamislivi uzroci smrti (zbog potresa, tornada, zrakoplovne nesreće) preuveličavaju se, dok se s druge strane oni manje upečatljivi uzroci (napadaj astme, moždani udar, srčani udar) umanjuju, iako je njihova učestalost mnogo veća u svakodnevnom životu. Noviji događaji jače utječu na ljude, njihovo ponašanje i strahove nego oni stariji. Primjer su potresi i elementarne nepogode koje su pogodile građane Republike Hrvatske. Neposredno nakon potresa kupnja osiguranja od potresa i ostalih elementarnih nepogoda porasla je, no kako sjećanje na događaj blijedi, počela je padati. S druge strane, veća je vjerojatnost da će se ljudi osigurati na primjer od poplave ako poznaju nekog tko je doživio poplavu, neovisno o tome postoji li stvarna opasnost (Thaler, Sunstein, 2009.). Heuristika dostupnosti pomaže objasniti mnoga rizična ponašanja uključujući i odluke javnog i privatnog

sektora vezane za mjere opreza, odluke se mogu poboljšati ako se prosuđivanje usmjeri prema stvarnim izglednostima (Thaler, Sunstein, 2009.).

Postoje situacije u kojima ljudi lako procijene vjerojatnost nekog događaja zbog prisjećanja na njega. Dostupnost je koristan ključ za procjenu frekvencije i vjerojatnosti jer za instancijama veće klase obično možemo brže i lakše posegnuti nego za onima manje frekventne klase (Polšek, Bovan, 2014.).

3.3.3. Podudarnost

Treća heuristika naziva se heuristikom podudarnosti. Riječ je o procjeni vjerojatnosti, na primjer na pitanje kolika je vjerojatnost da A pripada kategoriji B ljudi odgovaraju tako da se pitaju koliko je A slično njihovoj predodžbi ili stereotipu o B (Thaler, Sunstein, 2009.).

Heuristika podudarnosti smatra se i mentalnim prečacem kojim se koristimo kada procjenjujemo vjerojatnosti. Budući da se pojedinac oslanja na reprezentativnost, često u obzir ne uzima druge vrste informacija, zbog čega se događa pogreška (<https://thedeclarationlab.com/biases/heuristics>).

Najpoznatiji eksperiment koji su proveli Kahneman i Tversky bio je o imaginarnoj ženi Lindi. Stvorili su problem kako bi došli do uvjerljivog dokaza o ulozi heuristike u mišljenju i o njezinoj neuskладivosti s logikom (Kahneman, 2013.). „Linda ima 31 godinu, neudana je, otvorena i vrlo pametna. Studirala je filozofiju. Kao studentica ozbiljno se bavila pitanjima diskriminacije i društvene pravde i sudjelovala je u protunuklearnim prosvjedima.“ Ispitanici, u njihovu slučaju studenti, morali su odabrati jednu od ovih opcija: „Linda je učiteljica u osnovnoj školi.“; „Linda radi u knjižari i ide na jogu.“; „Linda je aktivna u feminističkom pokretu.“; „Linda je psihijatrica i socijalna radnica.“; „Linda je članica Lige žena glasača.“; „Linda radi na šalteru u banci.“; „Linda prodaje osiguranje.“; „Linda radi na šalteru u banci i aktivna je u feminističkom pokretu.“. Nakon što su ispitanici rangirali odgovore, preostali su sljedeći: „Linda radi na šalteru u banci.“ i „Linda radi na šalteru u banci i aktivna je u feminističkom pokretu.“.

Kahneman i Tversky bili su uvjereni da će ispitanici uočiti odnos između tih dvaju ishoda i da će rang koji će im dodijeliti biti u skladu s logikom. No ipak, rezultati su bili drukčiji. Kahneman je nakon eksperimenta izjavio kako su suprotstavili logiku reprezentativnosti i reprezentativnost je pobijedila te da su ispitanici prekršili logiku vjerojatnosti. Naime, većina ispitanika rekla je kako je manja vjerojatnost da će Linda postati bankovna blagajnica nego bankovna blagajnica i aktivistica feminističkog pokreta i u tome je logička pogreška.

„Vjerojatnije je da će Linda postati bankovna blagajnica nego blagajnica feministica zato što su sve bankovne blagajnice feministice zapravo bankovne blagajnice. Pogreška proizlazi iz primjene heuristike podudarnosti: Lindin opis daleko bolje pristaje uz bankovnu blagajnicu aktivnu u feminističkom pokretu nego samo uz bankovnu blagajnicu“ (Thaler, Sunstein, 2009.).

4. ELEMENTI PSIHLOGIJE U BIHEVIORALNOJ EKONOMIJI

Temelje bihevioralne ekonomije postavio je psiholog Daniel Kahneman uključivanjem psihologijskih istraživanja u ekonomsku znanost. Pri donošenju odluka o akciji pojedinaca zaslužni su mnogi čimbenici, uz ostalo emocije, motivacija, percepcija, mišljenje, stres i kognitivna konsonanta i disonanca.

4.1. Emocije

Jedan od osobnih čimbenika koji utječe na proces donošenja odluke su emocije. One se mogu definirati kao reakcija koju pojedinac doživljava kao odgovor na događaj (<https://www.verywellmind.com/what-are-emotions-2795178>). Emocije imaju snažan utjecaj na svakodnevni život. Na primjer, donosimo odluke na temelju toga jesmo li sretni, ljuti, tužni, frustrirani. Tijekom razvoja emocije su popraćene vanjskim i unutarnjim promjenama. Vanjski su pokazatelji izraz lica i promjena glasa, a unutarnji se očituju promjenom rada unutarnjih organa, npr. dišnog i probavnog sustava.

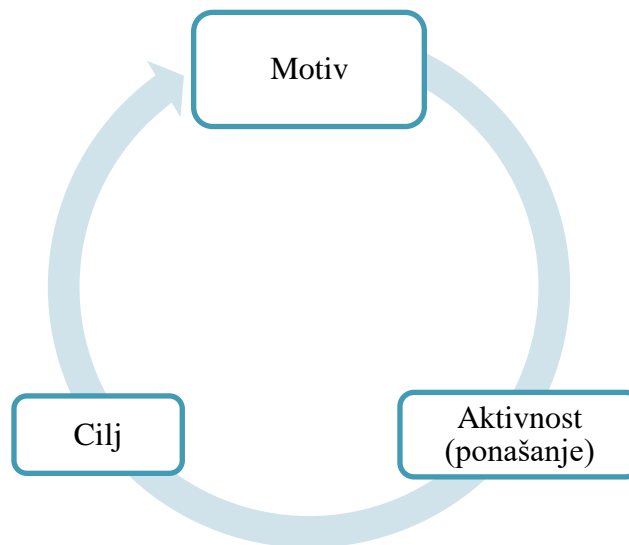
Ključni elementi emocija mogu se podijeliti u tri kategorije: subjektivno iskustvo/doživljaj, fiziološki odgovor i bihevioralni odgovor. Emocije variraju od pojedinca do pojedinca, a subjektivni doživljaj kod različitih ljudi izaziva različite emocije. Osnovne emocije izražavaju se bez obzira na odgoj ili kulturu, no iskustva koja ih pokreću mogu biti vrlo subjektivna. Takva subjektivna emocionalna iskustva mogu varirati od blagih do intenzivnih. Kada doživimo emociju, istodobno doživljavamo i fiziološku reakciju koja je drugi element emocija. Mnoge fizičke reakcije koje se doživljavaju tijekom emocija, poput znojnih dlanova i ubrzanog rada srca, regulira živčani sustav (<https://www.verywellmind.com/what-are-emotions-2795178>). Smatra se da je upravo fiziološki odgovor, odnosno reakcije, pomogao ljudima da se razviju i prežive tijekom povijesti. Zadnji element uključuje bihevioralni odgovor. U toj fazi dolazi do stvarnog izražavanja emocija. Smijeh, mrštenje, plakanje, sve su to odgovori na određenu situaciju. Točna reakcija na podražaje razlikuje se od osobe do osobe, od kulture do kulture. Reakcije u ponašanju važne su jer signaliziraju drugima kako se netko osjeća. Sposobnost

razumijevanja emocija, odnosno izraza vezanih za emocije, naziva se emocionalnom inteligencijom, a ti izrazi imaju veliku ulogu u donošenju odluka i ponašanju pojedinaca.

4.2. Motivacija

Motivacija kao pojam više se ne spominje samo u kontekstu psihologije kao znanosti, nego se razmatra i u ekonomiji. Može se definirati kao psihički proces koji potiče mentalne ili tjelesne aktivnosti i djeluje na ponašanje pojedinca (<https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=42115>). Motivacijsko ponašanje može se promatrati kroz ciklički proces prikazan na slici 2.

Slika 2. Motivacijski ciklus

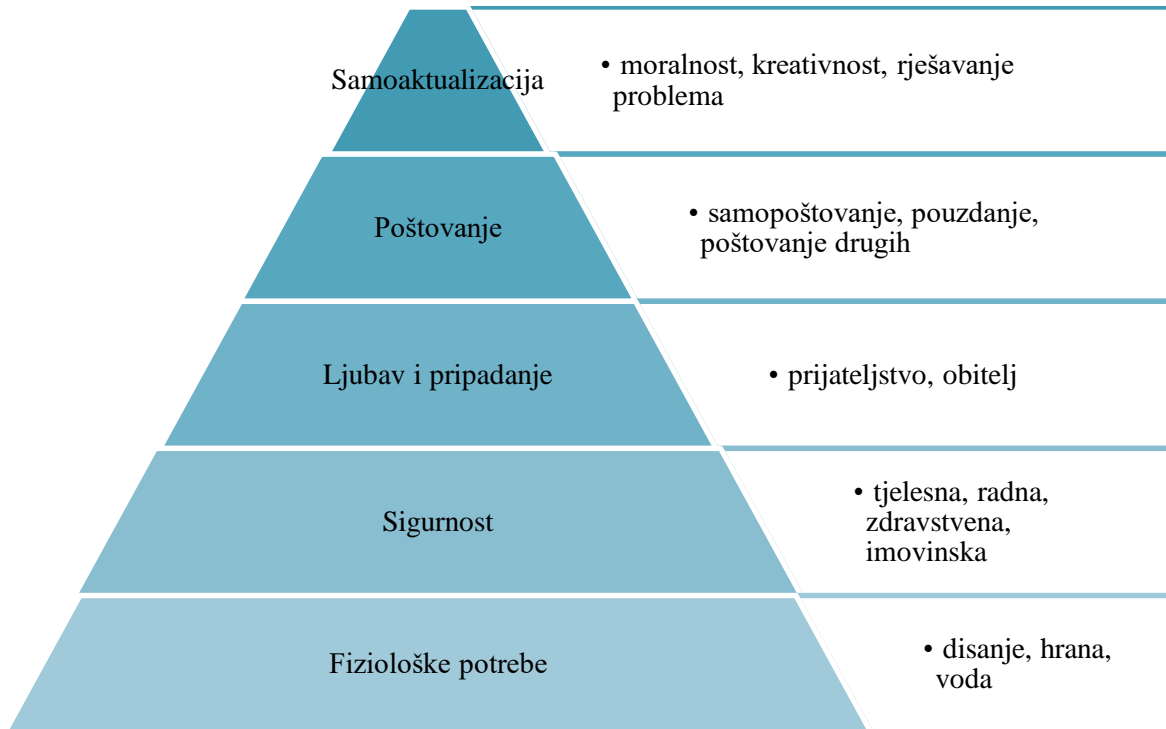


Izvor: vlastita izrada autorice

Motivacijski ciklus počinje javljanjem motiva ili potrebom za ostvarenjem željenog cilja, nakon toga slijedi aktivnost, odnosno ponašanje koje će dovesti do željenog cilja. Ako se uspije ostvariti, razvija se potreba za novim, višim ciljem i motivacijski se ciklus neprestano ponavlja. Motivacijom se može dati odgovor na pitanje zašto je pojedinac obavio određenu akciju, na primjer kupnju proizvoda ili usluge, te što ga je potaknulo na takvo ekonomsko ponašanje. Motivacija je stanje u kojem se javlja unutarnja pobuda za nekim potrebama, porivima, željama, težnjama ili motivima, a usmjerena je postizanju određenog cilja, koji izvana djeluje kao poticaj na ponašanje (Petz i sur., 2005.). „Sve što čovjek svjesno radi, radi zato što je motiviran da tako radi“ (Petz i sur., 2005.).

Za pojam motivacije u literaturi se često veže i hijerarhijska teorija motivacije prema Abrahamu Maslowu prikazana na slici 3.

Slika 3. Maslowljeva hijerarhija potreba



Izvor: vlastita izrada autorice prema <https://krenizdravo.dnevnik.hr/zivotni-stil/put-ka-sreci/samoaktualizacija-sto-je-i-kako-je-postici>

Maslowljeva teorija motivacije objašnjava zašto se ljudi povode za određenim potrebama u nekim trenucima. Prema njoj su potrebe poredane u hijerarhiju, od najnužnijih do najmanje nužnih. Na najnižoj su razini fiziološke potrebe poput disanja, hrane, vode i spavanja, nakon toga slijedi potreba za sigurnošću koja može biti tjelesna, radna, zdravstvena i imovinska. U ljubav i pripadanje ubrajamo prijateljstva, obitelj i seksualnu intimnost, nakon toga slijedi poštovanje, a na zadnjem piramidalnom mjestu jest samoaktualizacija pod koju spadaju moralnost, kreativnost, spontanost i rješavanje problema. Prema Petz i sur. (2005.), važno je istaknuti da se svaka viša skupina motiva može pojaviti tek ako je prošla, niža skupina potreba barem donekle zadovoljena. Prema toj teoriji, treba očekivati da će se s povećanjem životnog standarda promijeniti i želje ljudi.

4.3. Percepcija

Percepcija, prema Petz i sur. (2005.), psihički je proces kojim se zahvaća i upoznaje objektivna realnost, a nastaje djelovanjem različitih fizikalnih procesa iz okoline na osjetne organe. Svi ljudi doživljavaju podražaj putem osjetila (vid, sluh, njuh, opip, okus), a svaka osoba može percipirati jedan objekt na drukčije načine zbog triju perceptivnih procesa: selektivne pažnje, selektivne iskrivljenosti i selektivnog pamćenja.

Selektivna pažnja odnosi se na čovjekove mogućnosti primanja informacija, najčešće se usredotočuje na jednu između više informacija koje prima (Petz i sur., 2005.).

Kod selektivne iskrivljenosti pojedinac iskrivljuje primljene informacije. Ta se situacija javlja kada osoba prima neku informaciju koja nije u skladu s njezinim stajalištem ili vjerovanjem.

Selektivno pamćenje može se objasniti kao pojava mnogo bržeg i uspješnijeg pamćenja onog materijala za koji postoji veće zanimanje (Petz i sur., 2005.).

4.4. Mišljenje

Mišljenje uključuje namjerno ili nenamjerno služenje kognitivnim procesima (obrada ideja, predodžbi, slika, simbola, pojmova), što sve zajedno čini ono što se naziva svijesću o sebi i zbivanjima oko sebe (<https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=41232>). Kao psihička funkcija, usmjereno je na sagledavanje realnog odnosa između bića, predmeta i pojava, otkriva odnose između predmeta i pojava te se koristi pojmovima, sudovima i zaključcima (<https://psihijatrija.blogspot.com/2011/11/misljenje.html>). Mišljenje je najsloženiji aspekt čovjekove psihičke aktivnosti te se on prema njemu najviše razlikuje od ostalih živih bića (Petz i sur., 2005.).

4.5. Stres

Stres označava različite okolne agense koji djeluju na strukturu ili funkciju organizma. Kako navode Petz i sur. (2005.), različiti „pritisci“ izazivaju i različite reakcije organizma te je nužno razlikovati sljedeće: fiziološki stres kao reakciju organizma na štetne podražaje, zatim sociološki stres kao reakciju neke društvene organizacije izložene djelovanju stresora (svaki vanjski ili unutarnji podražaj koji od organizma traži udovoljavanje određenim zahtjevima) te psihološki stres koji se najčešće definira kao štetna transakcija između pojedinca i određenog svojstva okoline. Nastanak psihološkog stresa ovisi o pojedincu, hoće li mu određena situacija ili podražaj djelovati kao stresor ili ne. Znakovi postojanja stresa mogu biti fiziološki (promjena

krvnog tlaka, povišena razina određenih hormona), zatim doživljajni (strah, osjećaj bespomoćnosti) ili se očituju u ponašanju i promjeni emocija (Petz i sur., 2005.).

4.6. Kognitivna konsonanca i disonanca

Neki od važnih pojmova koji se vežu za bihevioralnu ekonomiju jesu i kognitivna konsonanca i disonanca. Kognitivna konsonanca stanje je ili doživljaj usklađenosti između različitih elemenata npr. misli, ideja, predodžbi, znanja i drugog (Petz i sur., 2005.).

Kognitivna disonanca podrazumijeva stanje u kojem je pojedinac kada ima dvije informacije ili misli, dva stajališta i sl. koji nisu u skladu s osobnim stajalištem te se razrješava promjenom (Petz i sur., 2005.). Kognitivna disonanca može se stvoriti ako od nekoga tražimo da učini nešto što se ne slaže s njegovim stajalištima (Petz i sur., 2005.).

5. JAVNE POLITIKE

Pojam javne politike uključuje odlučivanje o zajedničkim interesima, odnosno javne politike utječu na rješavanje problema koje zajednica dijeli i koji se mogu kolektivno riješiti (https://www.civilnodrustvo-istra.hr/images/uploads/files/Javne_politike_brosura_web.pdf).

Izraz javne politike označuje sadržajnu dimenziju političkog života i način postupanja političke sfere u rješavanju problema neovisno o tome je li riječ o pisanom ili nepisanom planu. U osnovi izraz je racionalan i zasnovan na izboru između alternativa (Petak, 2009.). Kao takve one mijenjaju i djeluju na društvo i ekonomiju.

U hrvatskom jeziku ne postoje zasebne riječi kao što su to na primjer u engleskom jeziku *politics* i *policy*, nego obje riječi pokrivaju izraz *politika*. Sama riječ *politika* na općenitoj razini označava borbu za moć, no ipak razlika se očituje kada se politika spominje u kontekstu javnih politika, odnosno kada dobije pridjeve poput socijalne, obrazovne, kulturne, ona označava racionalne aktivnosti rješavanja problema (Petek, Petković, 2014.). Izraz *javna politika* stoga se odnosi na onaj aspekt politike kojemu je u središtu rješavanje problema, a ne borba za moć te u konačnici racionalan, a ne iracionalan pogled na politički život (Kuka, 2018.).

5.1. Ciljevi i instrumenti javnih politika

Javne politike različite su intervencije države za postizanje javno definiranih ciljeva na određene načine. Stoga su dva temeljna elementa javnih politika ciljevi i instrumenti – što vlast treba ostvariti i kako to ostvaruje.

Ciljevi javnih politika mogu se definirati kao formalna očitovanja o poželjnoj budućnosti (Petek, Petković, 2014.). U formiranju ciljeva javnih politika ključna je analiza trenutnog stanja zajednice, oblikovanje i analiza problema te jasno definiranje poželjnog budućeg stanja.

Ciljevi se sadržajno mogu razlikovati od politike do politike. Neovisno o tome, potrebno ih je donekle sistematizirati i podijeliti u dvije osnovne skupine s obzirom na to kome donose korist (Miošić i sur. 2014.). S jedne strane javna politika može utjecati na široke slojeve stanovništva, na primjer ciljevi Nacionalnog programa zaštite i promicanja ljudskih prava. S druge strane koristi javne politike mogu biti usko koncentrirane na određenu skupinu u društvu, na primjer ciljevi Nacionalnog programa za mlade.

Instrumenti javnih politika označavaju oruđa politike koja su nužna za ostvarivanje ciljeva javnih politika (Petak, 2009.). Mogu se definirati i kao različiti oblici djelovanja koji vlasti stoje

na raspolaganju za provedbu javnih politika kao što su javne financije, pravne ovlasti organizacija i informacije (https://www.civilnodrustvo-istra.hr/images/uploads/files/Javne_politike_brosura_web.pdf). Kuka (2018., prema Hill 2010.) navodi da postoje dvije vrste instrumenata javnih politika: sadržajni i procesni instrumenti, koji su prikazani u tablici 2.

Tablica 2. Instrumenti javnih politika

	Osnovni resurs instrumenta			
	Informacije	Pravne ovlasti	Javne financije	Organizacija
Sadržajni instrumenti	<ul style="list-style-type: none"> – Savjetovanje – Treninzi – Izvještaji – Edukacija – Oglašavanje – Istraživanje 	<ul style="list-style-type: none"> – Licenciranje – Prodaja vlasničkih prava – Regulativa – Samoregulacija – Vaučeri – Kvote 	<ul style="list-style-type: none"> – Subvencije – Donacije – Zajmovi – Porezni izdaci – Financiranje programa 	<ul style="list-style-type: none"> – Državna uprava – Javna poduzeća – Javne službe
Procesni instrumenti	<ul style="list-style-type: none"> a) Cenzura (spritječavanje kolanja informacija) b) Osiguranje pristupa informacijama 	<ul style="list-style-type: none"> a) Stvaranje savjetničkih skupina b) Zabrana stranaka ili interesnih skupina c) Uskraćivanje pristupa 	<ul style="list-style-type: none"> a) Financiranje interesnih skupina b) Financiranje kampanja c) Uskraćivanje financiranja 	<ul style="list-style-type: none"> a) Administrativno reorganiziranje b) Administrativno kažnjenje i onemogućavanje

Izvor: vlastita izrada autorice prema Kuka, E. (2018.): Javne politike, Sarajevo, str. 51.

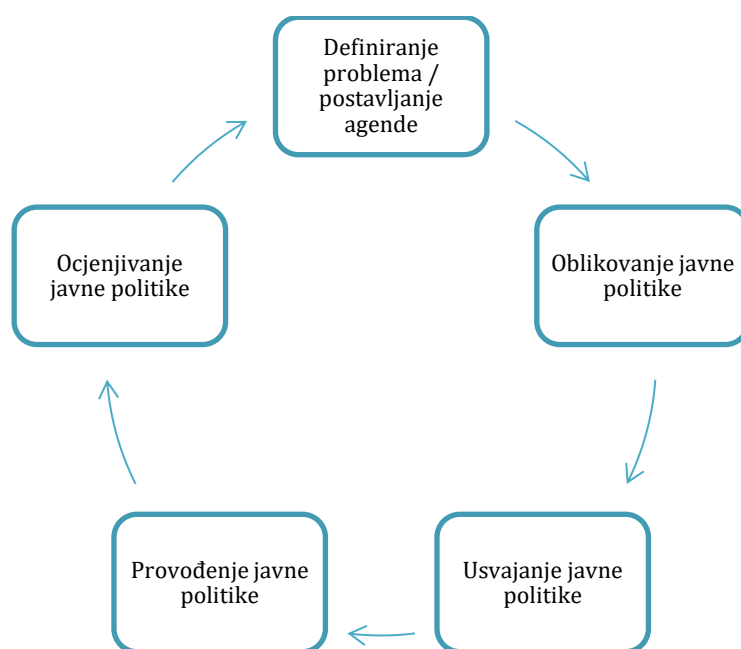
Pri uspješnoj implementaciji javnih politika najčešće se upotrebljava kombinacija instrumenata. Svaki instrument javne politike na specifičan način pridonosi ostvarenju kolektivnog cilja i rješavanju društvenog problema. U određenim situacijama odabiru se različiti instrumenti prema preferencijama pa tako postoje generalni i posebni instrumenti koji se kao takvi oblikuju prema trenutačnim društvenim problemima. Jedan od važnijih segmenata dizajniranja takvih instrumenata jest osiguravanje logičke koherentnosti i konzistentnosti između instrumenata i ciljeva (Miošić i sur., 2014.).

5.2. Proces implementacije javnih politika

Javne politike mogu se smatrati politikom za zajednicu, kolektivnim djelovanjem koje ostvarenjem konkretnih ciljeva smjera rješavanju postojećih ekonomskih, socijalnih, demografskih, ekoloških i ostalih problema s kojima se suočava neka politička zajednica (Petek, Petković, 2014.). Na proces stvaranja javnih politika utječu institucije u kojima se taj proces događa te interesi i ideje kojima se vode akteri (Petek, Petković, 2014.).

Proces stvaranja javnih politika može se promatrati kroz takozvani fazni model prikazan na slici 4.

Slika 4. Fazni model procesa stvaranja javnih politika



Izvor: vlastita izrada autorice prema Kustec Lipicer, S. (2012.): Vrednovanje javnih politika, Zagreb, str. 51.

Fazni model promatra se u pet koraka. Prvi korak jest definiranje problema, nepoželjnog društvenog stanja koje je potrebno promijeniti te se postavlja dnevni red ili cilj, to jest poželjno buduće stanje. U drugom koraku razmatraju se različita rješenja društvenog problema, procjenjuje se njihov učinak i odabire se najbolje ponuđeno rješenje. Treći korak sastoji se od odlučivanja te se odabire najbolje rješenje kako bi postalo politički legitimno. Sljedeći korak obuhvaća provođenje donesene javne politike, a zadnji korak sastoji se od evaluacije te se vrednuju rezultati primjene politike i oblikuju prijedlozi za daljnje djelovanje ili okončanje.

5.3. Akteri javnih politika

Prema Petak (2009.), javne politike smatraju se politikom za zajednicu koje s pomoću konkretnih ciljeva rješavaju postojeće ekonomske, socijalne, demografske, ekološke i ostale probleme. Glavni su akteri u kreiranju javnih politika vlade, a zatim slijede i svi ostali društveni akteri na koje određena javna politika može imati izravan ili neizravan utjecaj (nevladine organizacije, skupine, pojedinci) (Kuka, 2018.).

Tablica 3. prikazuje skupinu donositelja odluka. Formalnim akterima nazivaju se legitimni politički predstavnici, odnosno državni dužnosnici i visokopozicionirani službenici. Za formalne aktere najčešće se veže pojam okomite dimenzije javnih politika. Okomita dimenzija obuhvaća oblikovanje i provedbu javnih politika prema *top-down*, što znači da formalni akteri prenose odluke podređenima koji ih moraju provesti. Prema Petak (2009.), takav način naziva se još i matricom zapovijedaj i nadziri gdje se kao akteri ne pojavljuju nacionalne vlade, nego i međunarodne organizacije kao što su Svjetske banke ili Međunarodni monetarni fond.

S druge strane, u neformalne aktere spadaju građani, političke stranke, mediji, različite organizacije i tvrtke, pa se može govoriti o vodoravnoj dimenziji javnih politika. Njome su obuhvaćeni svi zainteresirani nedržavni akteri te su javne politike ishod pregovaranja i surađivanja. Petak (2009.) ističe da su u vodoravnoj dimenziji javnih politika dionici vođeni matricom pregovarač i surađuj.

Tablica 3. Vrste aktera javnih politika

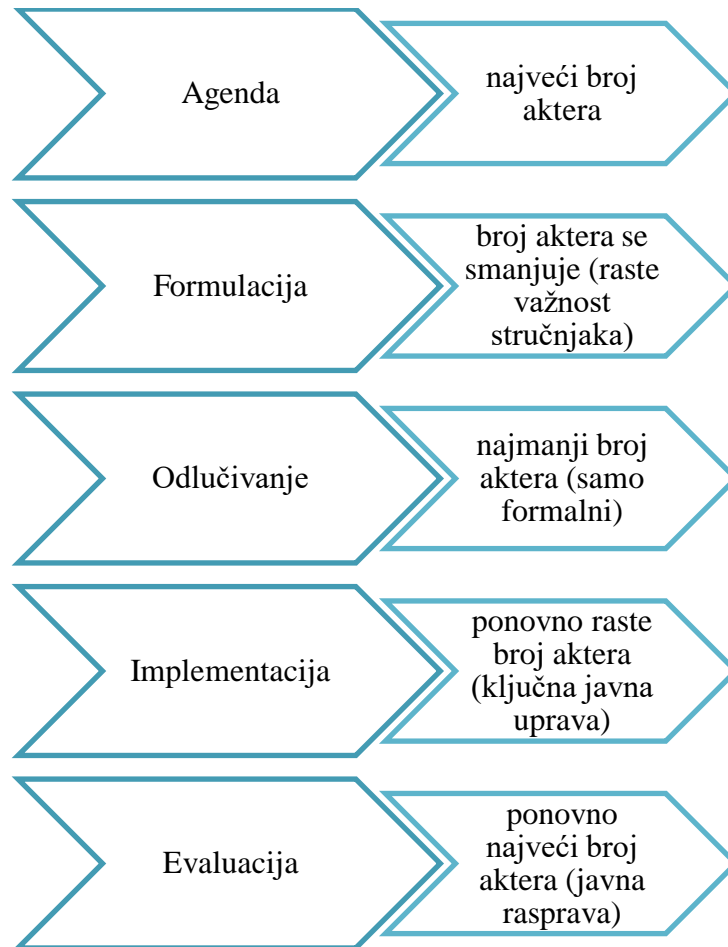
Formalni akteri		Neformalni akteri
Zakonodavna vlast	Izabrani dužnosnici 1) Zakonodavna vlast 2) Izvršna vlast	Pojedinci / građani / birači
		Političke stranke
Izvršna vlast 1) Predsjednik 2) Vlada 3) Uprava		Masovni mediji
		Istraživačke organizacije
		Ekonomski akteri
		Akteri civilnog društva
Sudovi	Imenovani službenici	

Izvor: vlastita izrada autorice prema Petek, A., Petković, K. (2014.): Pojmovnik javnih politika, Zagreb, str. 24.

Na slici 5. prikazana je raspodjela aktera prema fazama procesa stvaranja javnih politika. Takav proces često se uspoređuje i prikazuje kao pješčani sat. U prvoj fazi, definiranju problema i postavljanju dnevnog reda, postoji najveći i najraznovrsniji broj aktera, posebice masovnih

medija. U fazi formulacije, odnosno oblikovanja javne politike, broj aktera se smanjuje, dok ih je u sljedećoj fazi odlučivanja najmanje jer u donošenju odluka mogu sudjelovati samo formalni akteri koji imaju posebne nadležnosti. U fazi implementacije važna su tijela javne uprave koja su ujedno i glavni provoditelji politika. U zadnjoj fazi ocjenjivanja ili evaluacije sudjeluje veći broj aktera jer je u većini slučajeva rasprava namijenjena širokoj publici.

Slika 5. Faze i akteri javne politike



Izvor: vlastita izrada autorice prema Petek, A., Petković, K. (2014.): Pojmovnik javnih politika, Zagreb, str. 135.

6. PRIMJERI PRIMJENE BIHEVIORNALNE EKONOMIJE U FORMIRANJU JAVNIH POLITIKA

Pri shvaćanju da čovjek nije „ekon“, društveno biće koje sve svoje odluke donosi racionalno, pojavljuju se novi trendovi primjene biheviornalne ekonomije i psihologije u implementaciji javnih politika. Sve više vlada oslanja se na biheviornalnu ekonomiju i psihologiju kako bi se potaknula društveno poželjna ponašanja i razvile politike prilagođene potrebama i navikama ljudi. Razumijevanje procesa donošenja odluka omogućuje stvaranje efektivne, zadovoljavajuće politike koja donosi koristi uz niže troškove.

U posljednje vrijeme vlade diljem svijeta sve više uključuju pristup biheviornalne ekonomije u kreiranje politike te osnivaju posebne timove specijalizirane za primjenu biheviornalne ekonomije u stvaranju javnih politika. Primjer takvih timova su *Behavioural Insights Team* (BIT) u Velikoj Britaniji i Tim za društvene i biheviornalne znanosti u SAD. Obje organizacije imaju cilj poticati (eng. *nudge*)³ pojedince na akciju ili radnju. Administracija B. Obame izdala je izvršnu naredbu kojom potiče federalne agencije da uključe uvide iz biheviornalnih i društvenih znanosti kako bi bolje služile američkom narodu (Matijasko i sur., 2016.). Također, Australija i Danska poznate su po timovima biheviornalne ekonomije, odnosno po jedinicama poticanja.

Biheviornalnim tehnikama politike mogu utjecati na donošenje pozitivnih odluka pojedinaca poput društveno poželjnih ponašanja kao što su volontiranje, recikliranje, kupnja ekološki prihvatljivih proizvoda, pravodobno uplaćivanje poreznih dugovanja. Uz to, poželjna ponašanja očituju se u životnom stilu poput odvikavanja od pušenja, uporabe pojasa u automobilu itd. Može se reći da se pojedince različitim biheviornalnim tehnikama potiče da krenu u određenom, željenom potrošačkom ili političkom smjeru ili da djeluju u različitim segmentima poput zdravlja, ekologije, obrazovanja i porezne politike. Uključivanje biheviornalne ekonomije u kreiranje javnih politika znatan je napredak u kvaliteti političkih odluka. Biheviornalna ekonomija može biti instrument socijalne politike kako bi se ublažila anksioznost, depresija, alkoholizam, kako bi se smanjio problem nezaposlenosti i siromaštva. Sve su to područja u kojima djeluje biheviornalna ekonomija, s obzirom na to da omogućuje spoznaju o različitim utjecajima na ekonomska ponašanja pojedinaca kombinirajući ekonomiju s realističnijim psihološkim postavkama, koristeći se socijalnim, kognitivnim i emocionalnim

³ Pojam koji je definirao Richard H. Thaler u istoimenoj knjizi *Nudge*, „...bilo koji aspekt arhitekture izbora koji mijenja ponašanje ljudi na predvidljiv način bez zabrane bilo koje opcije ili znatne promjene njihovih ekonomskih poticaja“.

faktorima u razumijevanju odluka pojedinaca i institucija (Polšek, Bovan, 2014. prema Camerer, Loewenstein, 2004.).

6.1. Libertarijanski paternalizam i arhitektura izbora

Richard H. Thaler istaknuo se i zbog nove paradigme u dizajnu efektivnih ekonomskih politika nazvane „libertarijanski paternalizam“. S pomoću njega iskorištava se iracionalnost pojedinaca kako bi ih se potaknulo da donesu bolje ekonomske, financijske i zdravstvene odluke.

Libertarijanski aspekt strategija leži u otvorenom inzistiranju da ljudi, u pravilu, imaju slobodu činiti što žele (Polšek, Bovan, 2014.). S druge strane, paternalistički aspekt jest pojam koji zapravo objašnjava kako je opravdano nastojanje arhitekture izbora da utječe na ljudsko ponašanje jer želi ljudima omogućiti dulji, bolji i zdraviji život (Polšek, Bovan, 2014.). Institucije privatnog sektora i država svjesno djeluju na ponašanje ljudi radi poboljšanja kvalitete života. Prema Thaler i Sunstein (2009.), politika je paternalistička ako pokušava utjecati na nečiju odluku, ali tako da osoba prema vlastitoj prosudbi od te odluke ima više koristi. Thaler i Sunstein (2009.) došli su do zaključka da u mnogim slučajevima pojedinci donose poprilično loše odluke koje ne bi donijeli da su bili usredotočeni i da su raspolagali potpunim informacijama, neograničenim kognitivnim sposobnostima te potpunom samokontrolom.

Richard Thaler objašnjava poticaj (eng. *nudge*) kao bilo koji aspekt arhitekture izbora koji mijenja ljudsko ponašanje na predvidljiv način, a da se pri tome ne zabranjuju druge opcije ni bitno mijenjaju subjektive ekonomske inicijative. Odluke se donose pod utjecajem arhitekture izbora nesvjesno. Primjer arhitekture izbora može se pronaći u školskoj kantini. Ako se želi da se djeca hrane zdravije, na početak kantine postaviti će se voće i povrće. Uz to, raspored u trgovini, dostupni filmovi i serije, *newsfeed* na Facebooku ili Instagram aplikaciji, sve je to dio arhitekture izbora, odnosno organizacije konteksta u kojem ljudi donose odluke (Thaler, Sunstein, 2009.). Kako bi ljudi donosili bolje odluke, iskonstruirat će se arhitektura izbora koja će davati optimalne rezultate.

6.2. *Behavioural Insights Team*

Bihevioralni ekonomisti i općenito bihevioralni znanstvenici sudjelovali su i u donošenju preporuka za zakone. Prva takva vlada bila je vlada Ujedinjenog Kraljevstva koja je 2010. godine formirala „*Behavioural Insights Team*“⁴ te se poslije sve više država povodilo tim primjerom i osnivalo posebne vlastite timove koji su morali uključiti nalaze i ostalih društvenih znanosti u formulacije javne politike (Thaler, 2020.). BIT jest prva svjetska vladina institucija koja je posvećena primjeni bihevioralne znanosti u politici kako bi se poboljšale javne politike i usluge oslanjajući se na ideje iz bihevioralne znanosti (<https://www.bi.team/about-us-2/who-we-are/>).

BIT, poznat kao i *The Nudge Unit*, osnovan je kako bi se poboljšali životi ljudi i zajednice. Njihovi su partneri nacionalne, regionalne i lokalne vlasti, poduzeća, zaklade i dobrotvorne organizacije koje zajedno rješavaju glavne političke probleme (<https://www.bi.team/about-us-2/who-we-are/>). Misija BIT-a jest generiranje i primjena uvida ponašanja pojedinaca kako bi informirali politiku, poboljšali javne usluge i ostvarili rezultate za građane i društvo (<https://www.bi.team/about-us-2/who-we-are/>).

⁴ U daljnjem tekstu BIT.

6.3. Primjena bihevioralne ekonomije u zdravstvenoj politici

Uključivanje instrumenata bihevioralne ekonomije u zdravstvenu politiku ima potencijal za poboljšanje zdravlja sveukupnog stanovništva, no integracija u vladine programe i politike zahtijeva pažljivo osmišljavanje i stalnu evaluaciju takvih intervencija (Matijasko i sur., 2016.). Bihevioralna ekonomija otkrila je da je okvir rizika i vjerojatnosti važan, što je usko povezano i s temom zdravlja. Ljudi mogu drukčije reagirati na pozitivne okvire (kao što je mogućnost života) nego na negativne (kao što je mogućnost umiranja). U jednoj studiji, koja je uključivala hipotetski scenarij koji je bio vezan za rak, pacijenti, studenti i liječnici vjerojatno bi izabrali operaciju umjesto zračenja ako su posljedice postavljene u smislu vjerojatnosti života, a ne vjerojatnosti umiranja (Matijasko i sur., 2016.).

Britanski BIT temeljito opisuje neke od ključnih elemenata njihova pristupa akronimom MINDSPACE, što u nastavku prikazuje tablica 4.

Tablica 4. MINDSPACE, ključni elementi

M	<i>Messenger</i> (poruka)	Na pojedince utječe tko prenosi informacije.
I	<i>Incentives</i> (poticaji)	Ljudi reagiraju na poticaje, a posebno pokazuju averziju prema gubitku.
N	<i>Norms</i> (norme)	Na ljude utječe njihova percepcija onoga što drugi rade.
D	<i>Defaults</i> (zadane postavke)	Ljudi su pod velikim utjecajem zadanih opcija.
S	<i>Salience</i> (istaknutost)	Na ljude posebno utječu poticaji koji su vidljivi i novi.
P	<i>Priming</i> (primer)	Na ljude mogu utjecati podsvjesni znakovi.
A	<i>Affect</i> (utjecati)	Emocije oblikuju odluke.
C	<i>Commitment</i> (predanost)	Ljudi s vremenski nedosljednim preferencijama mogu tražiti uređaje prije obveze.
E	<i>Ego</i> (ego)	Ljudi se radije ponašaju na način da se osjećaju bolje.

Izvor: vlastita izrada autorice prema Matijasko, J. L.; Cawley J.H.; Baker-Goering, M. M; Yokum, D. V. (2016.). Applying Behavioral Economics to Public Health Policy: Illustrative Examples and Promising Directions. American Journal of Preventive Medicine, 50 (5), str. 13–19.

Od početka je zdravlje prepoznato kao područje za primjenu poticaja (eng. *nudge*). Podnaslov knjige Richarda H. Thaler i Cass R. Sunteina glasi „Moguće je donositi bolje odluke o zdravlju, sreći i bogatstvu“. U svojoj knjizi Thaler i Sunstein predlažu nove poticaje u zdravlju kao što je pojednostavnjenje donošenja odluka o zdravlju.

Javne politike mogu imati ulogu ne samo poticanja na zdravo ponašanje, nego i sprječavanja tvrtki da potiču potrošače na nezdravo ponašanje (Cotterill i sur., 2013.). Tvrtke u velikoj mjeri kontroliraju arhitekturu izbora na prodajnim mjestima, na primjer slatkiši u trgovinama smješteni su blizu blagajne kako bi potaknuli impulzivnu kupnju, iskorištava se impulzivnost potrošača nakon što im je snaga volje iscrpljena putovanjem u trgovinu. Restorani postavljaju „zadane postavke“ (eng. *defaults*) kao što su veličine porcija, uključeni prilozi koje potrošači mogu prihvatiti zbog „statusa quo“. Oglasi mogu utjecati na percepciju potrošača o društvenim normama. Propisi koji se odnose na dosljedno objavljivanje uvjeta i standardizaciju proizvoda mogu biti prikladni na tržištima kao što je ono za zdravstveno osiguranje na kojem su izbori mnogobrojni, složeni i teško ih je usporediti i na kojem pogreške mogu prouzročiti znatan gubitak ili štetu potrošačima (Coterill i sur. 2013.).

6.3.1. Biheviornalni pristup doniranju organa – pretpostavljeni pristanak

Prema Thaler i Sunstein (2009.), pretpostavljen pristanak poštuje slobodu izbora, no razlikuje se od izričitog pristanka po tome što mijenja zadano pravilo. Gledajući s aspekta te politike, pretpostavka je da su svi ljudi dobrovoljni darivatelji uz to što bi postojala mogućnost da se jednostavno izrazi i registrira nesprennost da se donira vlastiti organ (Thaler, Sunstein, 2009.).

BIT tvrdi da jednostavne političke intervencije koje se temelje na tim načelima imaju potencijal za postizanje znatnog učinka uz niske troškove (Matijasko i sur. 2016.).

Prema eksperimentu koji su 2003. proveli E. Johnson i D. Goldstein, uočena je važnost izbora zadane vrijednosti. Naime, putem ankete provedene na mrežnim stranicama, istraživači su na različite načine ljude pitali žele li biti donori. Povijesno gledano, niske stope pristanka tumačene su kao nesprennost pojedinaca da služe kao donori, ali biheviornalni znanstvenici uočili su da bi to mogao biti rezultat utjecaja zadane pretpostavke da ljudi ne žele biti donori.

U jednoj verziji s izričitim pristankom, ispitanicima je rečeno da je u državi u koju su se preselili zadana opcija nedoniranje organa te im je pružena mogućnost da potvrde ili promijene status. U drugoj verziji, pretpostavljenog pristanka, bila je zadana opcija doniranja organa. U trećoj verziji, takozvanoj neutralnoj, nije bilo zadane opcije, nego su ispitanici morali sami odlučiti. U sve tri situacije odgovor se davao jednom potvrdom, odnosno klikom. Zadana vrijednost u tom eksperimentu imala je važnu ulogu. Kada je zadana opcija bila nedoniranje organa, 42 % ispitanika odlučilo se za doniranje. Kada je zadana opcija bila doniranje organa, 82 % ispitanika odlučilo se za doniranje. U neutralnoj situaciji 79 % ispitanika odlučilo je biti donor.

Promatrajući situacije u državama na temelju prije spomenutog eksperimenta, gotovo sve američke savezne države primjenjuju verziju izričitog pristanka, a mnoge europske države prihvatile su zakone o pretpostavljenom pristanku (Thaler, Sunstein, 2009.). Uspoređujući Austriju i Njemačku, u Njemačkoj, u kojoj je zadana opcija nedoniranja, 12 % građana pristalo je na doniranje, dok je u Austriji pristalo 99 % stanovništva (Thaler, Sunstein, 2009.).

6.3.2. Bihevioralni pristup cijepljenju

Nekoliko je studija otkrilo da jednostavno poticanje pojedinca na izradu plana povećava vjerojatnost da će se subjekt na kraju uključiti u potaknuto zdravstveno ponašanje, npr. imunizaciju, zdravu prehranu, pregled prevencije raka itd. (Matijasko i sur., 2016.).

Istraživanje koje su 2010. godine proveli Chapman i suradnici, potaknuti pandemijom H1N1, počelo je s pretpostavkom da, iako cijepljenje protiv gripe može pomoći u sprječavanju smrtnosti od sezonske ili druge pandemije, mnogi ljudi odbijaju primiti godišnje cjepivo protiv gripe čak i kada je dostupno besplatno ili na radnome mjestu. Cilj istraživanja bio je procijeniti može li izmjena zadane opcije utjecati na cijepljenje protiv sezonske gripe. Ispitanici u anketi bili su nastavnici i osoblje Sveučilišta Rutgers podijeljeni u dvije kategorije. Jedna kategorija bila je *opt-out*⁵ segment, što znači da su ispitanici primili elektroničku poštu u kojoj je bilo navedeno da imaju dogovoreno cijepljenje u određeno vrijeme i na određenom mjestu. Sudionicima je bilo omogućeno da promijene ili otkazu ugovoreni termin. Ispitanici u *opt-in*⁶ segmentu primili su poštu u kojoj je objašnjeno da je cjepivo protiv gripe besplatno i mogli su sami izabrati mjesto i vrijeme cijepljenja.

Rezultati istraživanja prikazali su da je u *opt-out* uvjetu 108 od 239 sudionika bilo cijepljeno, u usporedbi s 80 od 239 sudionika u *opt-in* uvjetu. Slanje informacija o vremenu i mjestu cijepljenja protiv gripe poštom povećalo je stope cijepljenja za 36 %. I *opt-out* i *opt-in* uvjeti dopuštaju donositeljima odluku da odaberu opciju koju žele, ali *opt-out* uvjet povećao je vjerojatnost cijepljenja protiv gripe. Zaključak istraživanja jest da bi automatsko dogovaranje termina za cijepljenje protiv gripe moglo biti učinkovit način povećanja stope cijepljenosti te dokazuje da ljudi i u tom slučaju odgovaraju na poticaje.

⁵ *Opt-out* je postupak u kojem se korisnik može lakše prijaviti i ima mogućnost jednostavne odjave. Ta je opcija obično povezana s izravnim marketinškim kampanjama kao što su marketing putem e-pošte ili izravna pošta.

⁶ *Opt-in* je izraz koji se upotrebljava kada se nekoga prvotno ne doda na popis za slanje e-pošte, ali mu se daje mogućnost da se pridruži popisu.

6.3.3. Bihevioralni pristup smanjenju pušenja

BIT je 2011. godine proveo istraživanje vezano za smanjenje i prestanak pušenja ljudi u Velikoj Britaniji. Unutar istraživanja postoji dokaz da ljudi mogu odgovoriti na poticaje koji iniciraju prestanak pušenja. Pojedinci će snažnije reagirati na gubitak nečega što cijene nego na nagradu koju su primili te su takvi poticaji učinkovitiji u stvaranju trajnih navika (Cabinet Office Behavioural Insights Team, 2010.). Još jedan pristup poticanja pozitivnog ponašanja jest „instrument predanosti“. Ljudi će vjerojatno odgovoriti pozitivno kada su u određenoj skupini, odnosno kada su ušli u neku vrstu predanosti pojedincu ili skupini te u tom slučaju veliku ulogu dobiva povjerenje.

BIT je ispitivao niz načina na koje bi se pojedince potaknulo da prestanu pušiti korištenjem averzije gubitka i uloga predanosti. Pojedinci koji se obvežu na prestanak pušenja, a znaju da mogu izgubiti nešto i nisu često nagrađivani imaju veće mogućnosti postići cilj, odnosno prestati pušiti (Cabinet Office Behavioural Insights Team, 2010.).

U Republici Hrvatskoj na snazi je Zakon o ograničavanju uporabe duhanskih i srodnih proizvoda. Njime se utvrđuju mjere za smanjenje i ograničavanje uporabe duhanskih i srodnih proizvoda, njihovih štetnih sastojaka te obvezne oznake na pakiranjima duhanskih i srodnih proizvoda, preventivne mjere protiv pušenja te nadzor nad provedbom Zakona, a radi zaštite zdravlja ljudi, posebice mladih, te ispunjavanja obveza prema Okvirnoj konvenciji Svjetske zdravstvene organizacije o nadzoru nad duhanom (Zakon o ograničavanju uporabe duhanskih i srodnih proizvoda, NN 45/17, 114/18). U Zakonu su navedena tekstualna upozorenja koja moraju sadržavati pakiranja duhana, na primjer „Pušenje uzrokuje rak usta i grla“, „Pušenje uzrokuje srčane udare“, „Pušenje začepljuje vaše arterije“ itd. Uz to, Zakon sadržava četrdeset i dvije fotografije koje prikazuju teške posljedice pušenja jer je dokazano da ljudi prije reagiraju na sliku nego na tekst. Na taj način želi se upozoriti na negativno djelovanje duhana na zdravlje pojedinca i potaknuti ga na pozitivno djelovanje, odnosno prestanak pušenja i očuvanje zdravlja.

6.4. Primjena bihevioralne ekonomije na tržištu rada

Tržište rada, odnosno zapošljavanje, jedna je od najvažnijih politika kojima vlade upravljaju (Briscese, Tan, 2018.). Često ovisi o gospodarskim potrebama zemlje ili regije, pa je potrebno neprestano pratiti moguće promjene kako bi se osiguralo potrebno rješenje. Bihevioralni pristup tržištu rada daje kreatorima javnih politika polazište za promjene.

Glavni akteri na tržištu rada podijeljeni su u tri kategorije:

- tražitelji posla
- poslodavci
- posrednici.

Ministarstvo rada, mirovinskog sustava, obitelji i socijalne politike i Hrvatski zavod za zapošljavanje već mnogo godina provode mjere aktivne politike zapošljavanja radi poticanja zapošljavanja, dodatnih edukacija i očuvanja radnih mjesta. Hrvatski zavod za zapošljavanje provodi sveukupno sedam mjera aktivne politike zapošljavanja:

- Potpore za zapošljavanje
- Potpore za usavršavanje
- Potpore za samozapošljavanje
- Obrazovanje i osposobljavanje
- Javni rad
- Potpore za očuvanje radnih mjesta
- Stalni sezonac (<https://mjere.hr/>).

Djelovanje na području tržišta rada od velike je važnosti: pomaže se pojedincima da se vrate na posao, njihove su koristi financijske i mentalne, a smanjuju se i državni troškovi socijalne skrbi te pomaže poslodavcima (Briscese, Tan, 2018.).

6.5. Primjena bihevioralne ekonomije u poreznoj politici

Porezna politika može utjecati na odluke o zapošljavanju, razine ulaganja i spremnost poduzetnika na širenje poslovanja što izaziva veći rast gospodarstva (https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/file_import/european-semester_thematic-factsheet_taxation_hr_0.pdf).

Politike oporezivanja mjere se s obzirom na četiri prioriteta:

- poticanje ulaganja
- pružanje potpore zapošljavanju
- smanjenje nejednakosti
- osiguravanje porezne discipline.

Veća porezna disciplina i osiguravanje poreznih prihoda za javne politike (financiranje obrazovanja, zdravstvene skrbi, infrastrukture, obrane itd.) ključni su za izgradnju pravednog društva (https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/file_import/european-semester_thematic-factsheet_taxation_hr_0.pdf). Porezi se smatraju najvažnijim izvorom prihoda državnog proračuna, no unatoč povećanju porezne discipline, koju provodi Ministarstvo financija i porezna tijela, utaja poreza postoji u svakoj državi pa tako i u Republici Hrvatskoj (Müller, 2021.).

Porezne uprave sve se više koriste tehnikama svojstvenima ekonomskoj psihologiji kako bi analizirale ponašanje građana i poboljšale poreznu usklađenost (<https://news.bloombergtax.com/daily-tax-report-international/using-behavioral-insights-in-tax-administration>). Bihevioralna ekonomija omogućuje korištenje alata za smanjenje psiholoških predrasuda koje mogu rezultirati neispunjavanjem poreznih obveza, a također može se koristiti informacijama za promjenu stajališta poreznih obveznika i tako potaknuti dobrovoljno ispunjavanje poreznih obveza. Među tim su alatima tehnike poticanja (eng. *nudge*) koje su usmjerene na poticanje ispravnog poreznog ponašanja, a temelje se na pristupu boljeg razumijevanja ponašanja poreznih obveznika. Mali pozitivni pomaci u ovakvom ponašanju mogu izazvati znatne dodatne prihode (<https://news.bloombergtax.com/daily-tax-report-international/using-behavioral-insights-in-tax-administration>).

Ljudsko ponašanje temelj je mnogih izazova unutar poreznih uprava, od poboljšanja usklađenosti poreznih obveznika do osiguravanja pozitivne interakcije poreznih obveznika (OECD, 2021.). Veće elektroničko prikupljanje podataka omogućuje poreznim upravama analizu ponašanja, razumijevanje trendova i prepoznavanje anomalija u trenutku i tijekom vremena. Uvidi u ponašanje proizašli iz digitalizacije mogu prepoznati jedinstvene potrebe za različite skupine poreznih obveznika, omogućujući prilagođene intervencije u uslugama ili provedbi (OECD 2021.). Tehnologija može dodatno pomoći u isporuci intervencija, uključujući omogućavanje intervencija uzvodno i pravodobnu dostavu informacija. Komunikacija s poreznim obveznicima pruža priliku za poticanje na djelovanje. Pisma i drugi načini komunikacije obično se generiraju kako bi se potaknulo na određeno ponašanje, kao što je prijava za digitalnu komunikaciju ili plaćanje. Eksperimentalno testiranje s uvidima u ponašanje pokazalo je da nekoliko čimbenika može utjecati na to hoće li kupci reagirati i kako:

- tko dostavlja poruku (porezna uprava, povezana osoba, grupa zajednice itd.)
- koja se vrsta poruke šalje (pismo, SMS, e-pošta, telefonski poziv itd.)
- kada je poruka poslana
- kako su predstavljene radnje
- kako je prikazan kontekst (zašto primete ovu komunikaciju, posljedice nepoduzimanja radnje itd.) (OECD 2021.).

Thaler i Sunstein (2009.) u kontekstu prijavljivanja poreza spominju eksperiment koji su proveli službenici u Minnesoti. Naime, skupine poreznih obveznika dobile su četiri vrste informacija. Jednoj je skupini rečeno da će porez koji uplati biti potrošen u dobrotvorne svrhe. Drugoj se skupini prijetilo kažnjavanjem za neplaćanje poreza. Trećoj se ponudila pomoć ako ne zna ispuniti poreznu prijavu, dok je četvrtoj skupini rečeno kako je više od 90 % stanovnika Minnesote potpuno ispunilo porezne obveze predviđene zakonom. Upravo je zadnja intervencija, odnosno informacija, najviše utjecala na prijavu poreza. Porezni obveznici skloni su kršiti zakon zbog pogrešne predodžbe, od medija koji izvještavaju da je malo poreznih obveznika koji uredno prijavljuju porez do priča drugih ljudi koji varaju. Iz spomenutog eksperimenta može se zaključiti da se poželjno i nepoželjno ponašanje može do određene mjere povećati privlačenjem pozornosti javnosti na ono što drugi ljudi rade (Thaler, Sunstein, 2009.).

7. ZAKLJUČAK

Saznanja o pojedincu, njegovim odlukama i ponašanju na tržištu dovela su do razvoja pojma bihevioralne ekonomije. Vjerovalo se da pojedinac donosi odluke sam, racionalno kako bi maksimizirao svoju korist. No ipak, on je pod utjecajem različitih čimbenika iz okoline, na njegove odluke utječu unutarnji i vanjski čimbenici. Tijekom 20. stoljeća potvrdila se hipoteza da pojedinac odgovara na poticaje te da je gubitak, bio on malen ili velik, teže prihvaćen od dobitka. Poticaji mogu biti učinkoviti u različitim segmentima na tržištu, pojedinci su pod utjecajem podražaja koji su vidljivi i novijeg vijeka, stoga poticaji i male promjene mogu izazvati promjenu ponašanja. Takav modela promatranja ljudskog ponašanja i razvijanje teorije bihevioralne ekonomije utjecao je i na područje javnih politika. Bihevioralna ekonomija postala je temelj za razmatranje i postavljanje ciljeva u javnim politikama. Povezanost bihevioralne ekonomije i javnih politika prepoznali su političari, odnosno vlade, koji među suradnicima osnivaju specijalizirane timove za primjenu bihevioralne ekonomije, takozvane *nudge teams*. Javne politike usmjerene su na postizanje zajedničkih ciljeva, odnosno ciljeva za dobrobit zajednice, gdje vlast pokušava donijeti najbolje rješenje, to jest odluku za ostvarenje ciljeva i određenih potreba. Proces implementacije javnih politika ima pet koraka: definiranje problema, razmatranje različitih rješenja, zatim odluku o najboljem rješenju i na kraju provođenje donesene javne politike i evaluacija. Primjeri povezanosti i primjene bihevioralne ekonomije u javnim politikama postoje u raznim područjima, a na temelju rada zaključuje se da bihevioralna ekonomija utječe na zdravlje zajednice donošenjem različitih odredbi i zakona. Na pojedince utječe tko prenosi poruku odnosno informaciju te oni reagiraju na poticaje, ponajviše one koji su vidljivi i noviji, pa je veća vjerojatnost da će se pojedinac uključiti u potaknuto zdravstveno ponašanje kao što je uvođenje zdrave prehrane, smanjenje pušenja, cijepljenje, sistematske preglede i ostalo. Također, bihevioralna ekonomija povezana je s tržištem rada i poreznom politikom. Na tržištu rada intervencije su od obostrane važnosti, pomaže se pojedincima pri zaposlenju što za njih znači financijsku, ali i mentalnu stabilnost, a državi se smanjuju troškovi socijalne skrbi te pruža pomoć poslodavcima. U Republici Hrvatskoj već dulje vrijeme provode se mjere aktivne politike zapošljavanja radi poticanja zapošljavanja, dodatnih edukacija i očuvanja radnih mjesta. U kontekstu porezne politike, porezne uprave sve se više koriste tehnikama ekonomske psihologije radi analize ponašanja pojedinaca, poboljšanja porezne usklađenosti i smanjenja poreznih utaja. Zahvaljujući istraživanjima provedenim tijekom godina zaključeno je da pojedinci odgovaraju pozitivno na poticaje i, iako imaju slobodu izbora, u većini slučajeva izabrat će ono što je društveno prihvatljivo te će se oslanjati na mišljenje

veće skupine ljudi. Iz toga se zaključuje da poticaji i promjene povezane s njima tijekom godina mogu modificirati ponašanje pojedinca i izazvati pozitivnu promjenu u svakodnevnom životu.

LITERATURA

1. Behavioral Economics: How Psychology Made Its (Limited) Way Back Into Economics.
https://www.academia.edu/25915702/Behavioral_Economics_How_Psychology_Made_Its_Limited_Way_Back_Into_Economics (28.06.2022.)
2. Bejaković, P. (2015). Prikaz knjige: Darko Polšek i Kosta Bovan (ur.): Uvod u bihevioralnu ekonomiju. Političke analize: tromjesečnik za hrvatsku i međunarodnu politiku, 6 (21), str. 55-57
3. Bloomberg Tax. <https://news.bloombergtax.com/daily-tax-report-international/using-behavioral-insights-in-tax-administration> (3.08.2022.)
4. Bokulić, M.; Polšek, D. (2010). Heuristika sidrenja. Prolegomena: Časopis za filozofiju, 9 (1), str. 71-95
5. Briscese, G.; Tan, C. (2018) Applying Behavioural Insights to Labour Markets: How behavioural insights can improve employment policies and programmes. London: The Behavioural Insights Team
6. Cabinet Office Behavioural Insights Team (2010). Applying behavioural insight to health. London: The Behavioural Insights Team
7. Chapman, G. B.; Li, M.; Colby, H.; Yoon, H. (2010). Opting in vs opting out of influenza vaccination. *Jama*, 304 (1), str. 43-44.
8. Cotterill, J. P.; Richardson, S.; Moseley, L.; Smith, A.; Stoker, G.; Nomura, H. (2013). *Nudge, nudge, think, think: Experimenting with ways to change civic behaviour*. A&C Black.
9. Emotions and Types of Emotional Responses. <https://www.verywellmind.com/what-are-emotions-2795178> (24.06.2022.)
10. Enciklopedija. <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=42115> (24.06.2022.)
11. Enciklopedija. <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=41232> (24.06.2022.)
12. Enciklopedija. <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=29785> (20.06.2022.)
13. Historical context of behavioral economics.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1822801116300297> (20.06.2022.)
14. Herbert A. Simon.
<https://www.ubs.com/microsites/nobelperspectives/en/laureates/herbert-simon.html> (20.06.2022.)

15. Homo economicus. <https://www.behavioraleconomics.com/resources/mini-encyclopedia-of-be/homo-economicus/> (27.06.2022.)
16. Homo economicus <https://www.awesomefintech.com/term/homoeconomicus/> (27.06.2022.)
17. Heuristika <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=25317> (27.06.2022.)
18. Kahneman, D. (2013). Misliti, brzo i sporo. Zagreb, Mozaik knjiga.
19. Kreni zdravo. <https://krenizdravo.dnevnik.hr/zivotni-stil/put-ka-sreci/samoaktualizacija-sto-je-i-kako-je-postici> (5.09.2022.)
20. Kuka, E. (2018). Javne politike. Sarajevo, Štamparija Fojnica d.o.o. Fojnica
21. Kustec Lipicer, S. (2012). Vrednovanje javnih politika. Zagreb, Disput d.o.o.
22. Matijasko, J. L.; Cawley J .H.; Baker-Goering, M. M; Yokum, D. V. (2016). Applying Behavioral Economics to Public Health Policy: Illustrative Examples and Promising Directions. American Journal of Preventive Medicine, 50 (5), str. 13-19
23. Miošić, N. i sur. (2014). Analiza i zagovaranje javnih politika. Zagreb: EDU centar GONG-a/Centar za cjeloživotno obrazovanje Fakulteta političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu
24. Mjere za sve. <https://mjere.hr/> (3.08.2022.)
25. Müller, M. (2021). Pregled kako su bihevioralna saznanja primijenjena na poreznu politiku i eksperimente u Europskoj uniji, Ekonomski pregled, 72(6), str. 799-825.
26. OECD (2021) Behavioural Insights for Better Tax Administration: A Brief Guide. Paris: OECD
27. Petak, Z. (2009). „Pojmovnik“, *Hrvatska i komparativna javna uprava*. Zagreb, str. 283-295
28. Petek, A.; Petković, K. (2014). Pojmovnik javnih politika. Zagreb, Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu
29. Petz i sur. , B. i sur. (2005). Psihologijski rječnik. Zagreb, Naklada Slap.
30. Pošek, D.; Bovan, K. (2014). Uvod u bihevioralnu ekonomiju. Zagreb, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.
31. Psihologija i psihijatrija. <https://psihijatrija.blogspot.com/2011/11/misljenje.html> (24.06.2022.)
32. Tematski informativni članak o europskom semestru oporezivanje. https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/file_import/european-semester-thematic-factsheet-taxation-hr-0.pdf (3.08.2022.)

33. Teorija perspektiva Daniela Kahnemana. <https://hr.sainte-anastasio.org/articles/psicologa/la-teora-de-las-perspectivas-de-daniel-kahneman.html> (27.06.2022.)
34. Thaler, R. H. (2020). Nerazumno ponašanje. Zagreb, Školska knjiga.
35. Thaler, R. H.; Sunstein, C. R. (2009). Poticaj. Zagreb, Biblioteka Planetopija.
36. Zaklada za poticanje partnerstva i razvoja civilnog društva. Javne politike. https://www.civilnodrustvo-istra.hr/images/uploads/files/Javne_politike_brosura_web.pdf (14.06.2022.)
37. Zakon o ograničavanju uporabe duhanskih i srodnih proizvoda, NN 45/17, 114/18
38. Why do we take mental shortcuts. <https://thedeisionlab.com/biases/heuristics> (28.06.2022.)

POPIS TABLICA

Tablica 1. Glavne značajke sustava.....	9
Tablica 2. Instrumenti javnih politika	19
Tablica 3. Vrste aktera javnih politika	21
Tablica 4. MINDSPACE, ključni elementi	26

POPIS ILUSTRACIJA

Slika 1. Funkcija vrijednosti.....	6
Slika 2. Motivacijski ciklus	14
Slika 3. Maslowljeva hijerarhija potreba.....	15
Slika 4. Fazni model procesa stvaranja javnih politika	20
Slika 5. Faze i akteri javne politike	22