

ПОДТАЛКИВАНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ЛИБЕРТАРИАНСКОГО ПАТЕРНАЛИЗМА

Т. Л. Майборода¹

¹ Белорусский государственный экономический университет
Республика Беларусь, г. Минск, пр. Партизанский, 26.
Mtv_1@tut.by

В статье предложена классификация различных подходов по влиянию на поведение экономических субъектов и их инструментов. На основе выбранного для анализа подхода либертарианского патернализма рассмотрены мета-исследования подталкиваний и их сравнительной эффективности. Выделены предложения по внедрению опций по умолчанию как наиболее эффективных подталкиваний.

Ключевые слова: поведенческая экономика, либертарианский патернализм, подталкивания, опции по умолчанию, архитектура выбора

NUDES AS A TOOL OF LIBERTARIAN PATERNALISM

T. L. Maibarada¹

¹ Belarussian State Economic University
Republic of Belarus, Minsk, av. Partizansky, 26.
mtv_1@tut.by

The article proposes a classification of various approaches and their instruments based on their influence on the behavior of economic agents. Using the approach of libertarian paternalism meta-studies of nudges and their comparative effectiveness are considered. Suggestions for introducing default options are highlighted as the most effective nudges.

Keywords: behavioral economics, libertarian paternalism, nudges, default options, choice architecture

Экономическое развитие любой страны в современных условиях требует поиска все новых схем взаимодействия между субъектами для повышения эффективности их деятельности. Развитие эмпирических исследований в рамках поведенческой экономики позволяет нам лучше понимать реальную механику принятия решений экономическими агентами, их ограничения, проблемы, типичные ошибки.

В рамках поведенческой экономики мы предполагаем, что экономические субъекты принимают решения в условиях ограниченной информации, внимания, времени и сильно подвержены влиянию контекста. По этой причине агенты склонны использовать эвристики, упрощающие схемы для экономии когнитивных усилий, что необходимо учитывать при анализе любой общественной проблемы и возможных подходов к ее решению.

Когда в целях дальнейшего экономического развития мы приступаем к решению некой задачи, связанной с изменением поведения экономических субъектов, можно выделить несколько подходов, как показано в таблице 1.

Таблица 1 – Основные типы влияния на поведение экономических субъектов

Подход	Особенности	Инструменты
Либертарианство	Субъекты сами принимают решения	Информирование
Либертарианский патернализм	Обеспечиваем свободу выбора через опцию выхода, но помогаем в принятии решения	Подталкивания
Патернализм	Решаем за субъектов, какой вариант оптимален	Правила и законы, налоги и субсидии
Общественное регулирование	Влияем на субъектов, отклоняющихся от социально одобряемых вариантов, вовлекаем и обучаем	Нормы, осуждение и поощрение
Рыночное регулирование	Рыночный механизм влияет на выгоды и издержки определенных вариантов	Реклама, доступность товара, цены и скидки

Примечание – Источник: собственная разработка

В данной работе мы анализируем подход либертарианского патернализма, который может быть применен организациями как государственного, так и частного сектора. Особое внимание следует уделять архитектуре выбора — как она организована, как представлены варианты выбора, как они преподнесены субъекту.

Появляется все больше метаисследований, в которых обобщаются результаты прошлых исследований, чтобы сделать выводы о том, какие типы подталкивания более эффективны в изменении поведения потребителей. Для целей оценки эффективности подталкиваний можно применять различные классификации, однако большинство из них связаны либо с обращением к «быстрому» мышлению Системы 1 или «медленному» мышлению Системы 2. Представим ряд выводов из этих исследований в таблице 2.

Таблица 2 – Типы подталкиваний и их эффективность

Авторы	Классификации	Эффективность
П. Хансен, А. Есперсен	Тип 1 (автоматическое поведение); Тип 2 (рефлексивный выбор). Каждый из типов может быть транспарентным и нетранспарентным (манипулятивным)	Необходима этическая оценка подталкиваний, особенно нетранспарентных.
Дж. Беширс, Г. Косовский	Тип 1 (активизация Системы 1, вызывая эмоции, упрощая процесс); Тип 2 (активизация Системы 2, побуждающая к размышлению, планированию); Тип 3 (автоматизация некоторых аспектов принятия решений, опции по умолчанию).	Тип 3 в среднем более эффективен для изменения поведения.
Д. Хаммель, А. Маедче	Классификация К. Санстейна, где выделено 10 типов подталкиваний.	Опции по умолчанию наиболее эффективны, тогда как стратегии предварительного принятия обязательств наименее эффективны.
Ю. Луо, А. Ли, Д. Соман, Я. Чжао	По шести когнитивным процессам: внимание, восприятие, память, усилия, внутренняя мотивация и внешняя мотивация.	Подталкивания, направленные на сокращение усилий при принятии решений, наиболее эффективны.
С. Мертенс, М. Херберс, У. Ханнелль, Т. Брош	Три типа интервенций: информация для принятия решения; структура принятия решения; помощь в принятии решения.	Подталкивания по структуре принятия решения эффективнее остальных, например, опции по умолчанию.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [1–6]

На основе рассматриваемых исследований мы можем заключить, что наиболее эффективными подталкиваниями обычно являются те, которые делают желаемое поведение простым или автоматическим, особенно большую отдачу дают опции по умолчанию.

Как разработать успешную опцию по умолчанию? Дж. Яхимович и др. обнаружили, что варианты по умолчанию с большей вероятностью будут эффективны для изменения поведения, когда вариант одобрен доверенным архитектором выбора (например, государством) или отражает статус-кво; отказаться от этой опции по умолчанию не так просто; предыдущие предпочтения являются гибкими [7]. В условиях цифровизации экономики все проще осуществлять персонализацию подталкиваний, что увеличивает их эффективность.

Несомненно, перед внедрением любой инновации в виде подталкивания необходимо не только изучение исследований и опыта других стран, но и проведение своих лабораторных и полевых исследований, так как целевая группа данной страны может иметь сильные культурные, социально-демографические отличия. Нужно обеспечить измерение долгосрочных последствий подталкиваний, отслеживание косвенных внешних эффектов и изучение специфики взаимодействия между подталкиваниями и другими типами интервенций.

Список использованных источников

1. Хансен, П. Подталкивание и манипуляция выбором: рамки ответственного использования подталкиваний для изменения поведения в политике общественного сектора / П. Хансен, А. Есперсен // Европейский журнал о регулировании рисков. – 2013. – № 1. – С. 3–28.

2. Беширс, Дж. Подталкивания: прогресс к сегодняшнему дню и будущие направления развития / Дж. Беширс, Г. Косовский // Поведение в организациях и процессы принятия решений. – 2020. – № 161. – С. 3–19.

3. Хаммель, Д. Как эффективны подталкивания? Количественный обзор размеров эффектов и пределов исследований подталкиваний на практике / Д. Хаммель, А. Маедче // Журнал поведенческой и экспериментальной экономики. – 2019. – № 80. – 37 с.

4. Санстейн, К. Подталкивания: очень краткий путеводитель / К. Санстейн // Журнал потребительской политики. – 2014. – № 37 (4). С. 583–588.

5. Луо, Ю. Метаналитические когнитивные рамки анализа подталкиваний и затруднений [Электронный ресурс] / Ю. Луо, Д. Соман, Я. Чжао. – Режим доступа: <https://europepmc.org/article/ppr/ppr349091>. – Дата доступа: 12.10.2023.

6. Мертенс, С. Эффективность подталкиваний: мета-анализ интервью по архитектуре выбора в разных сферах применения / С. Мертенс [и др.] : труды Нац. Академии Наук. – Минск, 2022. – 10 с.

7. Яхимович, Дж. Когда и почему опции по умолчанию влияют на решения: мета-анализ опций по умолчанию / Дж. Яхимович [и др.] // Поведенческая политика общественного сектора. – 2019. – № 3. – С. 159–86.

References

1. Hansen, P. Podtalkivanie i manipulyaciya vyborom: ramki otvetstvenogo ispol'zovaniya podtalkivaniy dlya izmeneniya povedeniya v politike obshchestvennogo sektora / P. Hansen, A. Espersen // Evropejskij zhurnal o regulirovanii riskov. – 2013. – № 1. – S. 3–28.

2. Beshirs, Dzh. Podtalkivaniya: progress k segodnyashnemu dnyu i budushchie napravleniya razvitiya / Dzh. Beshirs, G. Kosovskij // Povedenie v organizacijah i processy prinyatiya reshenij. – 2020. – № 161. – S. 3–19.

3. Hammel', D. Kak effektivny podtalkivaniya? Kolichestvennyj obzor razmerov effektivov i predelov issledovanij podtalkivaniy na praktike / D. Hammel', A. Maedche // Zhurnal povedencheskoj i eksperimental'noj ekonomiki. – 2019. – № 80. – 37 s.

4. Sanstejn, K. Podtalkivaniya: ochen' kratkij putevoditel' / K. Sanstejn // Zhurnal potrebitel'skoj politiki. – 2014. – № 37 (4). S. 583–588.

5. Luo, YU. Metanalicheskie kogntitivnye ramki analiza podtalkivaniy i zatrudnenij [Elektronnyj resurs] / Yu. Luo, D. Soman, Ya. Chzhao. – Rezhim dostupa: <https://europepmc.org/article/ppr/ppr349091>. – Data dostupa: 12.10.2023.

6. Mertens, S. Effektivnost' podtalkivaniy: meta-analiz intervenij po arhitekture vybora v raznyh sferah primeneniya / S. Mertens [i dr.] : trudy Nac. Akademii Nauk. – Minsk, 2022. – 10 s.

7. Yahimovich, Dzh. Kogda i pochemu opii po umolchaniyu vliyayut na resheniya: meta-analiz opij po umolchaniyu / Dzh. Yahimovich [i dr.] // Povedencheskaya politika obshchestvennogo sek-tora. – 2019. – № 3. – S. 159–86.

© Maibarada T.L., 2023

УДК 371.132 (043.3)

КРЕАТИВНОСТЬ КАК КАТЕГОРИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

Л. Н. Маркусенко

Белорусский государственный экономический университет
Республика Беларусь, г. Минск, пр. Партизанский, 26
Lmarkusenko@gmail.com

Анализируется эволюция взглядов на категорию творчества. Раскрывается современное понимание креативности в экономике и анализируется роль креативной экономики в современном развитии стран и их объединений.

Ключевые слова: инновации, креативная экономика, государственная поддержка креативной экономики.

CREATIVITY AS A CATEGORY OF INNOVATION ECONOMY

L. N. Markusenko

Belarusian State Economic University
Republic of Belarus, Minsk, Partizansky Ave., 26
Lmarkusenko@gmail.com

The evolution of views on the category of creativity is analyzed. The modern understanding of creativity in economics is revealed and the role of the creative economy in the modern development of countries and their associations is analyzed.

Key words: innovation, creativity, creative economy, government support for the creative economy.

Инновационное развитие, проявляющееся во всем своем многообразии (создание нового товара, нового метода производства, открытие нового рынка, нового источника факторов производства и т. д), является доминирующей характеристикой современной экономики. В этой связи представляет интерес исследование «креативности» как категории инновационной экономики.

В исторической ретроспективе термин встречается уже в XII–XIX веках, его можно встретить в исследованиях З. Фрейда, но наиболее близкое к современному общепринятому пониманию термина определение представлено в 1922 году в работе Д. Симпсона, в которой креативность понималась как навыки человека отказываться от стереотипных и исторически сложившихся способов мышления. [1]. Термину «креативность» (от лат. *creatio* – сотворение, создание) большое внимание в своих исследованиях в середине XX века уделял американский