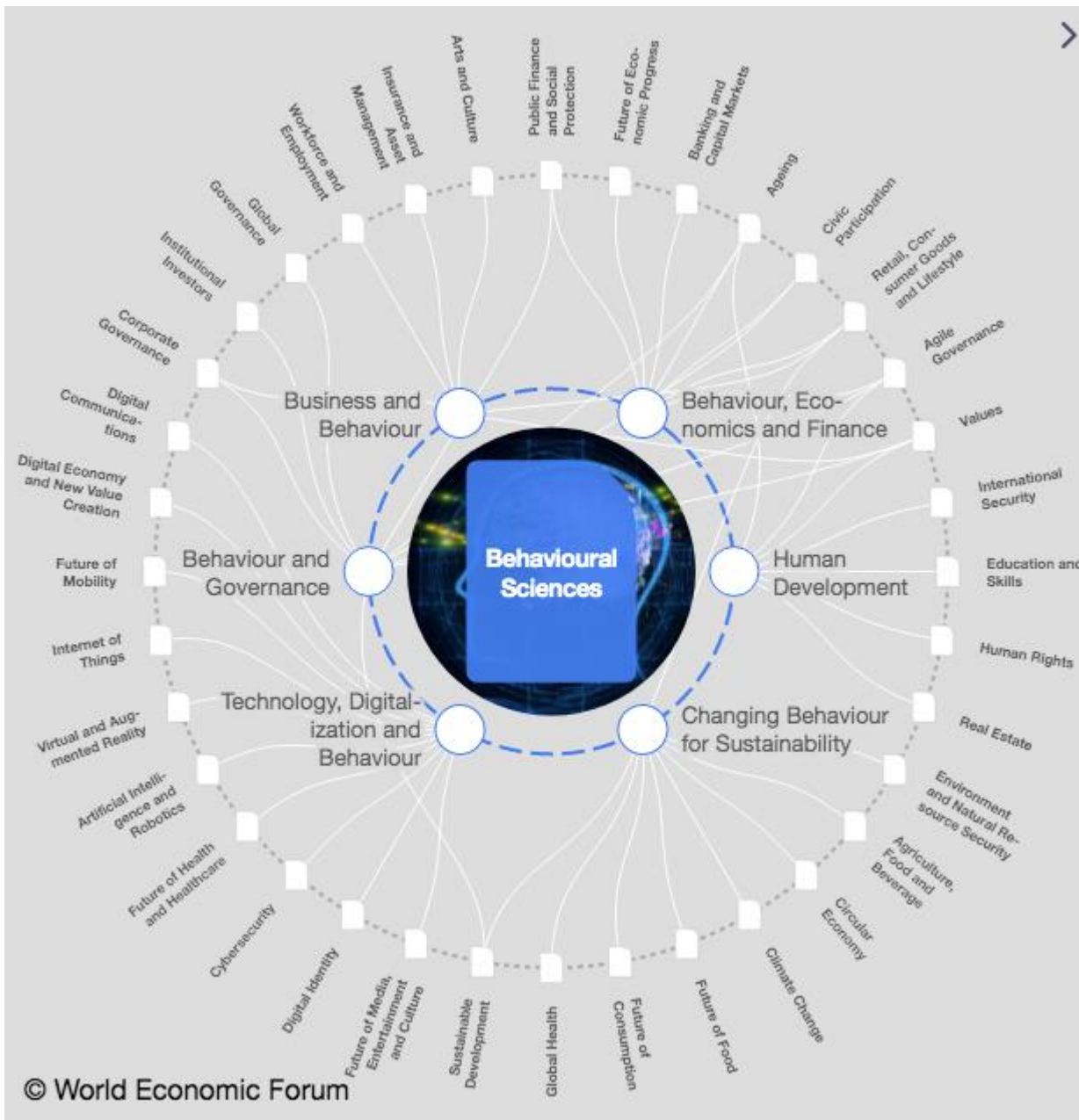


Behaviorálne vedy

Vedecké behaviorálne vedy sú mocným nástrojom, ktorý možno využiť na vyvolanie zodpovedného rozhodovania a zlepšenie kvality života.

Či už pomáhajú ľuďom zlepšovať svoje stravovacie návyky alebo zvyšujú svoje dôchodkové úspory, pomáhajú spoločnosti zapojiť sa do lepšieho tímového ducha alebo pomáhajú vládam pri povzbudzovaní k plateniu daní,

vedecké behaviorálne vedy zohrávajú významnú úlohu pri vyrovnávaní spoločenskej cesty pri dramatických zmenách sprevádzajúcich Štvrtú priemyselnú revolúciu.



Správanie, ekonomika a financie

Informácie o správaní začínajú mať vplyv na to, ako ľudia šetria peniaze, na súvahy spoločností a na národné rozpočty.

Kľúčom k faktu, ako ľudia robia následné finančné rozhodnutia, nie sú vždy racionálne.

Typickým príkladom je takzvaný „**kotviaci účinok**“ počas rokovaní, ktorý má tendenciu byť silne ovplyvnený vyhodnotením prvého čísla. Ak kupujúci dostane svoju ponuku ako prvý a je relatívne malý, môže to konečnú cenu pritiahnúť smerom k spodnému koncu spektra.

Jeden z významných zásahov „**Save More Tomorrow™**“, ktorý vyvinuli behaviorálni ekonómovia, využíva „**hyperbolické diskontovanie**“, aby pomohol ľuďom zvýšiť dôchodkové úspory. Hyperbolické diskontovanie má dve zložky:

ľudia sa chcú vyhnúť nákladom, ktoré musia vynaložiť skôr, ***ako náklady, ktoré môžu oneskoriť*** (hoci sa časom stávajú menej výrazné). Preto sú zamestnanci ochotnejší obetovať zlomok svojich súčasných platov, aby zvýšili svoje dôchodkové úspory, ak sa obeta oneskorí.

V rámci „**Save More Tomorrow™**“ sa zamestnanec čo najskôr osloví finančným konzultantom pred zvýšením platu v budúcnosti a požiada ho, či chce zvýšiť svoj príspevok do dôchodkového fondu s prvou kontrolou mzdy po raste. Príspevky sa potom zvyšujú s každým zvýšením až na vopred stanovené maximum, pokiaľ si zamestnanec neželá odhlásiť sa čo môže kedykoľvek. ***Tento program pomohol miliónom ľudí zvýšiť svoje dôchodkové úspory.***

Správanie, ekonomika a financie

Vlády môžu tiež profitovať z poznatkov o správaní.

Ľudia môžu byť motivovaní platiť svoje dane, ak vlády uznajú a odmeňujú dobré správanie a preukážu dobré nakladanie s verejným použitím daňových peňazí.

V pracovnom dokumente z roku 2017, ktorý uverejnila *Medziamerická rozvojová banka*, sa citovala štúdia, v ktorej 400 jednotlivcov z argentínskej obce bolo náhodne vybraných zo skupiny 72 000 ľudí, ktorí zaplatili dane z majetku. Vybraní daňovníci boli verejne uznaní veľmi viditeľným spôsobom, keď vláda postavila pred ich domy nové chodníky.

*Podľa štúdie mali tí, ktorí dostali nové chodníky, o **7% vyššiu pravdepodobnosť**, že v nasledujúcich troch rokoch zaplatia dane z nehnuteľností. Okrem toho susedia z tých, ktorí dostali nové chodníky, v budúcnosti pravdepodobne budú platiť svoje dane.*

Ľudský rozvoj

Informácie o správaní môžu potenciálne zlepšiť kvalitu života pre všetkých

Hrubý domáci produkt na obyvateľa môže byť dobrým spôsobom, ako naznačiť blaho národa, ale materiálne podmienky nie sú všetko.

Ako uznala *Organizácia pre hospodársku spoluprácu a rozvoj*, skutočná miera blahobytu by mala zahŕňať **aspekty kvality života**, ako je zmysel pre osobnú bezpečnosť, sociálne súvislosti, šťastie, zručnosti a vzdelanie.

Behaviorálne vedy nám môžu pomôcť študovať, ako čo najlepšie sledovať tieto výsledky. Malé vstupy a zmeny v rozprávaní môžu byť účinné pri určovaní toho, ako ľudia reagujú na nepriazeň situácie a či to považujú za výzvu, ktorú môžu prekonať.

Behaviorálni vedci objasnili podmienky, za ktorých môžu študenti na školách a univerzitách lepšie prosperovať. Tím spoločnosti *Behavioral Insights*, spoločnosť so sídlom vo Veľkej Británii, zistila, že na univerzitu sa vzťahuje menej študentov so znevýhodneným sociálno-ekonomickým zázemím ako študenti z rodín s vyššími príjmami, a to aj v prípade, že títo študenti majú rovnaké známky a schopnosti, ak však títo študenti z rodín s nízkym príjmom dostali povzbudzujúce listy od študentov s rovnakým sociálno-ekonomickým pôvodom, ich *aplikačné dávky sa zvýšili o 3%*.

Štúdia vedcov z Stanfordskej univerzity uverejnená vo vede v roku 2011 ukázala, že jednoducho učia študentov, že všetci nováčikovia sa obávajú zapadnutia, ale časom sa všetci cítia viac doma, znižujú medzeru v rasových úspechoch a zlepšujú zdravie afrických Amerických študenti.

Ľudský rozvoj

Zásahy, ktoré sú založené na behaviouralite, tiež účinne zlepšili výsledky pre deti v rozvojovom svete.

Jeden príklad: zásahy do vývoja v ranom detstve, ktoré zvyšujú *psychosociálnu stimuláciu u detí* z veľmi chudobných rodín.

správa o intervencii v ranom detstve, ktorá sa uskutočnila v rokoch ^{1986 a 1987} v štvrtiach s nízkymi príjmami v *Kingstane na Jamajke*, ukázala, že o dvadsať rokov neskôr zakrpatené deti, ktoré **dostali psychosociálnu stimuláciu**, zarobili v priemere o **25% viac ako zakrpatené deti**, ktoré sa zúčastnili a *nedostali stimuláciu*. Iný výskum skúmal hranice, ktoré bránia deťom pravidelne navštevovať školu v odľahlých alebo konfliktom postihnutých oblastiach sveta.

Jedným z faktorov, ktorý má výrazný vplyv na dochádzku, je *cestovný čas študenta do školy*. Ukázalo sa, že inštalácia vidieckych škôl vo vzdialených oblastiach Afganistanu zvyšuje mieru zápisu do školy z 27% na 68%. Účinok bol výraznejší aj pre dievčatá, čím sa znížil rodový rozdiel v zápise do školy. Ľudský rozvoj čelí nespočetným ďalším výzvam. Ako si napríklad môžu starnúce spoločnosti v Európe, USA a Japonsku udržať *inkluzívnosť pre staršie osoby*?

V tomto ohľade je nevyhnutné identifikovať a odstrániť prekážky, ktoré bránia starším dospelým v aktívnom zapojení.

Je potrebné vybudovať obytné oblasti, ktoré starším dospelým umožnia zostať byť sociálne a mobilne aktívnych napriek obmedzenému pohybu pridaním ľahšie prístupných verejných priestranstiev s dostatočným počtom miest na sedenie.

Zmena správania pre udržateľnosť

Vedy o správaní môžu ľuďom a spoločnostiam pomôcť správať sa environmentálne udržateľnejším spôsobom

Klimatická kríza vyvolala potrebu trvalo *udržateľnejšieho* využívania prírodných zdrojov a ***dlhodobejšej globálnejšej perspektívy***.

Ľudstvo sa často snaží konať vo svojom vlastnom budúcom najlepšom záujme.

Ľudia sa môžu snažiť *spotrebovať menej, šetriť viac energie a vody a kupovať udržateľnejšie výrobky*, avšak často sa opierajú o *zlé návyky a preferencie*.

Tradičné prístupy k riešeniu tejto „***medzery v úmysle a správaní***“ často zlyhávajú. Samotné informovanie ľudí o dôležitosti trvalej udržateľnosti často nestačí na to, aby ovplyvnilo ich správanie, pretože pri rozhodovaní sa často riadia efemérnejšie vplyvy, ako je *nálada, krátkodobá túžba alebo zvyk*. Ľudia sú často leniví v tom zmysle, že pri rozhodovaní nezohľadňujú všetky dostupné informácie, alebo uprednostňujú vhodné a dostupné možnosti pred racionálnymi.

*Aby sa tomu zabránilo, vedci v oblasti správania skúmajú nielen to, ako môže byť presvedčanie efektívnejšie, ale aj to, ako jemné zmeny prostredia alebo tzv. „**Nudges**“ môžu ľuďom uľahčiť konanie v súlade s ich ašpiráciami.*

Zmena správania pre udržateľnosť

Takéto zmeny by mali vždy umožňovať zachovanie slobody výberu spotrebiteľa.

Flámska vláda v Belgicku dokázala ***zvýšiť predaj miestnych regionálnych a sezónnych potravín až o 30% jednoduchým umiestnením na úroveň očí pre nakupujúcich.***

*Predvolené hodnoty môžu fungovať aj ako silné stránky, štúdia z roku ²⁰⁰⁸ vedcov z Inštitútu Maxa Plancka pre ľudský rozvoj a Massachusettsovho technologického inštitútu uverejneného v časopise *Journal of Environmental Psychology* ukázala, že pomer ľudí, ktorí si vyberú ekologický, udržateľný zdroj energie za lacnejší a menej udržateľný zdroj, ako je uhlie, môže jednoducho zvýšiť ekologickú možnosť ako predvolenú v registračnom formulári.*

Ľudia nemajú radi odchýlenie sa od toho, čo sa zobrazuje ako predvolené pravdepodobne preto, ***lebo si myslia, že to naznačuje odporúčanie alebo prevládajúcu normu.***

Informácie o zavedených normách sú tiež účinné pri nútení ľudí správať sa udržateľnejšie. Štúdia z roku 2008 uverejnená v časopise *Journal of Consumer Research* popisuje hostí v hoteli v USA, ktorí opakovane používajú uteráky, ak ich znamenie informovalo, že väčšina hostí v tej istej miestnosti znovu použila uteráky.

Štúdia z roku ²⁰¹¹ uverejnená v *Journal of Public Economics* ukázala, že keď občania USA poskytujú mesačné správy o svojej spotrebe energie, *porovnávajú sa so spotrebou svojich susedov*, znížila sa ich spotreba energie približne o 2% v porovnaní so základnou hodnotou.

Aj malé, behaviorálne informované zmeny prostredia, v ktorom robíme naše rozhodnutia, ktoré používame na pochopenie sveta okolo nás, nám môžu pomôcť lepšie konať v súlade s najlepšimi záujmami planéty.

Technológia, digitalizácia a správanie

Interakcia človeka môže byť obohatená o behaviorálne poznatky o technológiách

Technológia a digitalizácia zmenili naše životy, často ich zefektívnila a spríjemnila.

Technológia je tiež dôležitou silou umožňujúcou zmeny v správaní **najmä pokiaľ ide o zvýšenie produktivity a podporu aktívneho životného štýlu.**

Fitness sledovače môžu motivovať ľudí k cvičeniu, najmä ak sú spárované s platformami sociálnych médií. Medzitým pestrofarebné grafiky a hmatové rozhrania umožňujú prehĺbenie výziev, ktoré by inak mohli byť ťažšie prekonať.

Jeden príklad: náhla popularita „**Pokémon go**“ pred niekoľkými rokmi, ktorá dokázala dostať milióny ľudí z gauča von, aj keď len na chvíľu.

S cieľom dosiahnuť maximálny úžitok z týchto technológií musí ich dizajn podporovať plynulú interakciu, takzvané „**záhadné údolie**“ ľudských reprezentácií, ktoré sú menej ako **100% presvedčivé**, môže spôsobiť pocity odporu.

Vedecké behaviorálne vedy môžu informovať o dizajne technológií ako sú mobilné aplikácie, avatary a autá bez vodiča na základe poznatkov o tom, ako používatelia myslia a rozhodujú. *Ktoré dizajny sú príťažlivé? Čo môžu intuitívne pochopiť?*

Poskytnutím odpovedí na tieto otázky môže vzájomné pôsobenie ľudí a strojov priniesť maximálny úžitok.

Technológia, digitalizácia a správanie

Okrem toho môžu vedci v oblasti správania pomôcť pri poskytovaní odpovedí na naliehavé otázky o rizikách zvyšujúcej sa digitalizácie.

Aké sú náklady na monitorovanie a kvantifikáciu každého aspektu nášho osobného života, ako to ovplyvní naše blaho, budeme sa cítiť ako autonómne bytosti dlhšie, ak technológia prevezme toľko našich každodenných úloh a aké sú dôsledky digitálnych stôp, ktoré zanechávame. *A samozrejme: budeme sa cítiť viac odpojení, keď sa ľudské interakcie čoraz viac presúvajú z fyzického na virtuálny.*

Podľa akademickej práce z roku 2013 ***„Súkromné črty a atribúty sa dajú predvídať z digitálnych záznamov ľudského správania“***, umelá inteligencia dokáže s vysokou mierou presnosti predvídať súkromné črty, ako je sexuálna orientácia alebo politické a náboženské názory, iba od niekoľkých používateľov Facebooku, To je potenciálne alarmujúce, v neposlednom rade preto, že v niektorých častiach sveta môžu byť ľudia stíhaní za svoju homosexualitu alebo politické názory.

Dokument z roku 2017 na fakulte *University of Nottingham* naznačil, že umelá inteligencia by mohla robiť lepšiu prácu ako zavedené algoritmy na predpovedanie pravdepodobnosti infarktu na základe lekárskeho záznamu čo by potenciálne uľahčilo vzdelávanie v riziku populácie o preventívnych opatreniach.

Potenciál umelej inteligencie byť kľatbou alebo liečbou do veľkej miery závisí od toho, či tvorcovia politik dokážu primerane definovať hranice svojho použitia.

Správanie a správa

Informácie o správaní informujú politikov a podporujú občiansku účasť

Pri navrhovaní zdravotníckych, bezpečnostných, finančných a vzdelávacích verejných systémov a služieb môže byť prospešné, ak sa vezmú do úvahy psychologické črty ľudí, ktoré z nich majú úžitok.

Predchádzajúce prístupy k tvorbe politiky sa často príliš spoliehali na jednoduché finančné odmeny a tresty.

Teraz sa súbor nástrojov pre behaviorálne vedy výrazne rozšíril

Zahrňa sociálne stimuly, ako sú „**nudges**“ alebo jemné zmeny v prostredí, ktoré jemne nútia ľudí robiť lepšie rozhodnutia a zároveň si zachovávajú slobodu výberu.

Tieto nástroje správania berú do úvahy skutočnosť, že rozhodnutia nie sú vždy výsledkom čisto racionálneho zváženia pomeru nákladov a výnosov, ale sú často ovplyvňované zjednodušenými úvahami, intuíciou a sociálnymi motívmi.

Dizajn správania je často účinnejší a menej nákladný ako tradičné prístupy, ktoré sa spoliehajú na finančné stimuly alebo presviedčanie.

Milióny ľudí v Spojenom kráľovstve a USA zvýšili svoje dôchodkové úspory v reakcii na jednoduchú zmenu spôsobu, akým sa im predkladajú určité dôchodkové plány. Tieto nové plány „Save More Tomorrow™“ prinútili ľudí zaviazat' sa, že budúci nárast platov pridelia na dôchodkové sporenie. Bodnutie týchto znížení výplaty je otupené skutočnosťou, že sa naštartujú až po zvýšení, takže ľudia sú oveľa ochotnejší s nimi súhlasiť.

Správanie a správa

Behaviorálna veda môže tiež pomôcť zvýšiť občiansku účasť tým, že motivuje ľudí k dobrovoľnej činnosti, darovaniu, podpisovaniu petícií, účasti na zhromaždeniach, interakcii so zástupcami vlády a hlasovaní.

Využitie pocitu identity ľudí môže zvýšiť účasť voličov.

V štúdiu uverejnenej v *Zborníku Národnej akadémie vied* v roku 2011 vedci preukázali, že keď boli položky v predvolebnom prieskume sformulované, aby vyvolali totožnosť respondenta (položením otázky: „Aké dôležité pre vás je byť voličom v nadchádzajúce voľby?“, na rozdiel od „Aké dôležité pre vás je, aby ste hlasovali v nadchádzajúcich voľbách?“), respondenti v skutočnosti častejšie volili.

Ďalšia štúdia o zvyšovaní účasti na voľbách, uverejnená v roku 2010 v *Psychologickej vede*, bola založená na prezidentských voľbách v USA v roku 2008. Ukázalo sa, že ak sa volania potenciálnym voličom nielen povzbudia, aby hlasovali, ale tiež ich vyzvali, aby vypracovali konkrétny plán na obsadenie svojho hlasovacieho práva, účasť medzi domácimi, ktorí majú nárok na volebné právo, vzrástla o **9%**.

Medzi ďalšie spôsoby, ako môžu vedy o správaní informovať o dizajne lepšie fungujúcich spoločností, patrí *motivácia ľudí*, aby platili dane, zabránenie ľuďom vypadnúť z vysokej školy, zvýšenie miery očkovania a podpora recyklácie a konzumácie zdravších potravín.

Ďalšia spolupráca medzi výskumníkmi v oblasti správania, vládami a inštitúciami občianskej spoločnosti by nakoniec mohla viesť k úspešnejšej ceste cez štvrtú priemyselnú revolúciu.

Podnikanie a správanie

Informácie o správaní môžu hrať úlohu pri podpore produktivity a spravodlivosti

Výstupom každej organizácie je nakoniec súčet jednotlivcov, ktorí spolupracujú - a informácie o správaní môžu pomôcť objasniť, ako najlepšie zlepšiť spoluprácu, zvýšiť motiváciu a produktivitu a podnietiť tímového ducha.

Najmä podniky by sa mali vždy zameriavať *na kultúru, pracovné prostredie, štruktúry finančných stimulov, štýly vedenia, riadenia a komunikácie.*

Behaviorálna veda môže rozšíriť čestné postupy pri prijímaní zamestnancov do zamestnania a pomôcť uľahčiť nezaujaté povýšenie a zamestnanie zamestnancov.

Niektoré organizácie prijali slepé hodnotiace postupy, aby im pomohli vyhnúť sa diskriminácii pri prijímaní do zamestnania.

Podnikanie a správanie

Ďalšia štúdiá uverejnená v Manažmente vedy v roku 2014 ukázala, že „hodnotiace štiknutie“ by mohlo pomôcť prekonať rodovú zaujatosť pri nábore vedci porovnávali hodnotenia náborových komisií vykonané samostatne a spoločne a podľa očakávania spoločné hodnotenie pomohlo uľahčiť prijímanie odporúčaní založených skôr na individuálnom výkone ako na pohlaví.

Na rozdiel od toho, hodnotenia vykonané osobitne viedli k pravdepodobnejšiemu výberu mužov na pracovné miesta *vyžadujúce matematiku* a žien na pracovné miesta *vyžadujúce slovné zručnosti* bez ohľadu na predchádzajúcu výkonnosťnú úroveň týchto kandidátov v oboch oblastiach.

Informácie o správaní môžu presahovať vnútorné fungovanie organizácií a podnikov. Majú implikácie pre marketingové a predajné stratégie na zistenie, ako *efektívne ovplyvňuje reklama postoj k značke*, alebo na *určenie faktorov, ktoré zodpovedajú popularite produktu*.

Aj keď klasické ekonomické modely naznačujú, že spotrebiteľia by mali mať úžitok z mnohých možností, ukázalo sa, že za určitých podmienok môže mať príliš veľa možností znížiť motiváciu spotrebiteľa ku kúpe produktu - a následnú spokojnosť s ním.

Popri súkromných podnikoch by mali tvorcovia politik zväziť informácie o správaní, ako sú pri poskytovaní možnosti dôchodkového zabezpečenia alebo zdravotného poistenia ľuďom.

Zdroje

Táto inštruktáž je založená na názoroch širokej škály odborníkov zo siete expertov Svetového ekonomického fóra a je kurátorom v spolupráci s prof. Marie Henneckou na University of Siegen