

Snabba cash eller god pension? Att integrera ekonomi och psykologi

Den amerikanske ekonomen Richard H. Thaler är en banbrytare för forskningsfältet beteendekonomi, där insikter från psykologisk forskning tillämpas på ekonomiskt beslutsfattande. Analysen av hur vi människor tänker och handlar när vi fattar ekonomiska beslut blir mer realistisk med ett beteendeperspektiv. Den ger då också nya möjligheter att utforma handlingsalternativ och institutioner som ökar välfärden i samhället.

Ekonomi handlar mycket om att förstå mänskligt beteende i ekonomiska beslutssituationer och på marknader. Vi människor är komplicerade varelser, och för att kunna bygga användbara modeller måste vi göra förenklingar. I traditionell ekonomisk teori antas att vi människor har god tillgång till information och full kapacitet att bearbeta den. Det förutsätts också att vi alltid kan förverkliga våra intentioner, och att vi bara bryr oss om vår egen välfärd. Denna förenklade modell av mänskligt beteende har hjälpt ekonomer att formulera teorier som bidragit med lösningar på viktiga och komplicerade ekonomiska problem. Men ibland visar det sig att avvikelserna mellan teori och verklighet blir både systematiska och stora. Richard Thaler har bidragit till att utvidga och förfina den ekonomiska analysen genom att ta hänsyn till framför allt tre psykologiska faktorer som påverkar ekonomiska beslut på ett systematiskt sätt – begränsad rationalitet, föreställningar om vad som är rimligt och rättvist och bristande självkontroll.

Begränsad rationalitet

Det är inte realistiskt att anta att människor inför varje ekonomiskt beslut överväger alla möjligheter och deras långsiktiga konsekvenser. Det är helt enkelt en övermänsklig uppgift att utvärdera alla tänkbara alternativ, så beslut fattas ofta med ett snävt fokus. Den tidigare ekonomipristagaren Herbert Simon myntade begreppet *begränsad rationalitet* som ett samlingsnamn på människors och organisationers kognitiva begränsningar och förenklade beslutsregler. Ett exempel på sådana begränsningar är Richard Thalers teori om *mental bokföring*, som beskriver hur människor organiserar, formulerar och utvärderar finansiella beslut. Vi människor tenderar att förenkla sådana beslut genom att skapa separata konton i våra medvetanden, där vi fattar enskilda beslut på basis av effekterna inom vart och ett av dessa konton snarare än effekterna på våra samlade tillgångar. Ett konkret exempel är hur många delar in sin hushållsbudget i ett konto för hushållsutgifter, ett annat för nöjen och så vidare, och har regler som förhindrar att man använder pengar på ett konto för utgifter på ett annat. Detta beteende leder ibland till extra kostnader, till exempel när man inte vill använda pengar för långsiktigt sparande till kortsiktiga utgifter, utan i stället tar dyra konsumentlån. Samtidigt kan det hjälpa oss att planera vår ekonomi och skydda det långsiktiga sparandet.

Ett annat inslag i den mentala bokföringen är att vi använder referenspunkter som hjälp i beslutsfattandet. De skiljer sig från situation till situation. En referenspunkt kan vara det pris som vi köpte en vara för, eller det lägsta priset som man hittar vid en sökning på nätet, och vi använder referenspunkten för att bedöma om vi gjort en ”bra affär”. I sin forskning har Thaler gett många exempel på hur mental bokföring med skilda referenspunkter kan leda till beslut som ter sig märkliga ur ett traditionellt ekonomiskt perspektiv.



För att hantera vardagslivets många ekonomiska beslut sorterar vi dem ofta under separata konton i vårt medvetande. Teorin om mental bokföring visar vilka problem som det kan leda till.

Ett exempel är en konsument som får veta att den klocka hon står i begrepp att köpa finns till 100 kronor lägre pris i en annan affär och väljer att ta turen till den andra affären om klockan kostar 1 000 kronor, men knappast om den kostar 10 000 kronor, trots att besparingen i kronor är lika stor. Förklaringen är att hon baserar sitt beslut på den procentuella snarare än den faktiska besparingen i relation till referenspunkten. Ett annat exempel (taget från en välkänd studie av Thaler och ett antal medförfattare) är en taxichaufför som måste väga av sin arbetstid mot fritid och familjeliv. Chauffören löser detta genom att sätta ett mål för intäkterna per dag, och tar ledigt för dagen när målet är nått. En sådan regel innebär dock att chauffören slutar att arbeta tidigt när det är många kunder och inkomsten per timme är hög, och får arbeta mer de dagar när efterfrågan är låg. Med samma tidsinsats och en annan beslutsregel skulle inkomsterna ha kunnat bli högre och staden ha fått fler taxibilar de dagar när många behöver dem.

Andra faktorer som styr vårt beslutsfattande är tidigare upplevelser och vår syn på själva ägandet. Vi kräver normalt mer betalt när vi säljer något som vi äger än vi är beredda att betala för att köpa exakt samma vara – ett fenomen som Thaler benämnt *ägandeeffekten*. Ett av många dokumenterade exempel är ett känt experiment från 1990 som Thaler gjorde tillsammans med den tidigare pris-tagaren Daniel Kahneman och Jack Knetsch. I experimentet delades ett antal dekorativa muggar ut till en grupp slumpvis utvalda försökspersoner, som sedan fick besluta om de ville sälja muggarna till någon i en andra grupp som inte fått någon mugg. Eftersom de två grupperna var slumpmässigt utvalda borde de genomsnittligt värdera muggarna lika högt, och ungefär hälften av muggarna borde ha blivit sålda. Det visade sig dock att de som hade råkat få en mugg i genomsnitt värderade den högre än personer i en kontrollgrupp som inte hade fått en mugg, och långt färre än hälften av muggarna bytte ägare.

Ägandeeffekten kan ha långtgående konsekvenser, som att handeln med varor och tjänster blir mindre än den annars skulle varit, och att juridiska tvister blir svårare att lösa. Thalers förklaring till ägandeeffekten bygger på att människor tenderar att uppleva den negativa känslan av en förlust betydligt starkare än den positiva känslan av en lika stor vinst (så kallad förlustaversion). Att ge upp något vi redan äger upplevs som en förlust, medan att förvärva samma ting upplevs som en vinst.

Mer generellt beror vad vi definierar som en vinst eller förlust på var vi lägger referenspunkten, och det blir därför viktigt för besluten. Realisationer får exempelvis konsumenterna att lägga referenspriset högre än de skulle göra annars, och de uppfattar därmed ett köp som en bättre affär än om varan sålts till samma pris utan att det kallats för en realisation. Ett annat exempel är att en aktieinvestor inte definierar en affär som en vinst eller förlust förrän aktien faktiskt är såld. Detta leder till att aktieägare i genomsnitt håller fast vid förlustaktier under en lång tid i hoppet om att "det vänder", och säljer vinnaraktier tidigt "för att hämta hem vinsten", trots att det ofta vore bättre att göra tvärtom (till exempel av skattemässiga skäl).

Våra egna upplevelser påverkar också vilka risker vi är villiga att ta. Den som nyligen har gjort vinster på kasinot eller på börsen tenderar att ta större risker än den som nyligen gjort förluster. Det svider mindre att förlora så länge vi fortfarande "ligger på plus" i vårt mentala konto, även om förutsättningarna i övrigt är desamma (något Thaler kallar *the house money effect*).

Sociala preferenser: Vad är rimligt och rättvist?

Människor ser inte bara till sin egen nytta när de fattar beslut. De har uppfattningar om vad som är rimligt, och de kan ta hänsyn till andras välfärd i både positivt avseende – genom samarbetsvilja eller solidaritet – och negativt – till exempel som avund eller illvilja. I omfattande experiment som Richard Thaler och andra beteendekonomen har genomfört visar sig också föreställningar om vad som är rimligt och rättvist spela stor roll för beslutsfattandet. Människor är beredda att avstå materiella fördelar för att upprätthålla vad de uppfattar som en rättvis fördelning. De är också beredda att ta en kostnad för att straffa andra som bryter mot grundläggande rättvisekrav, inte bara när de själva har drabbats utan också när de ser någon annan drabbas av orättvisor.

En ofta framförd invändning är att resultat från laboratorieexperiment inte kan överföras till verkliga livet, men det är lätt att hitta exempel där rimlighetsöverväganden spelar roll också i vardagen. Ett oväntat regn kan skapa oväntat hög efterfrågan på paraplyer, men om handlaren höjer priset för att parera den höjda efterfrågan reagerar många konsumenter negativt och anser att handlaren betar sig girigt. Företag som bryter mot rättvisenormen kan straffas genom att konsumenterna slutar handla där, vilket kan få dem att behålla sina priser när de annars skulle höjt dem.



Ett oväntat regn ökar efterfrågan på paraplyer, men den försäljare som utnyttjar situationen blir inte populär.

Även i fråga om löner finns starka föreställningar om vad som är rimligt och rättvist, vilket påverkar lönebildningen på arbetsmarknaden genom jämförelser mellan olika löntagargrupper. Det är svårt att få acceptans för nominella lönesänkningar – den lönenivå man har i dag är den givna referenspunkt som man inte vill gå under – medan man har lättare att acceptera en nominallöneökning som är lägre än inflationen, trots att detta innebär en lönesänkning i reala termer.

Odysseus och sirenerna

I Odysseus tolfte sång varnas Odysseus av Kirke för sirenerna, som lockar till sig sjöfarare med underskön sång. Odysseus, som liksom besättningen vill komma hem till Ithaka, löser problemet genom att täppa till öronen på besättningsmännen med vax och därefter binda sig vid masten, med strikta order till besättningen att inte bry sig om vad han säger förrän de har passerat faran. Odysseus problem är sinnebilderna för dilemman på alla nivåer i våra liv, när vi lockas av frestelser i nuet som hotar välfärden på längre sikt. Det kan handla om mat och dryck, rökning, konsumtion kontra sparande mot långsiktiga mål eller förberedelser för tiden efter pensioneringen. Den som väljer en längre utbildning har lägre inkomster under utbildningstiden, men kan i gengäld se fram emot bättre villkor längre fram.

Upplevelser som ligger nära i tiden tar större plats i medvetandet än sådana som ligger längre bort. Tusen kronor om ett år uppfattas som mindre värda än tusen kronor i dag, oavsett om det är en inkomst eller en utgift. I traditionell ekonomisk teori beskrivs detta med hjälp av diskontering – man antar att både inkomster och utgifter minskar med en konstant faktor för varje månad eller år som går. Med ett sådant antagande blir rangordningen mellan två framtida alternativ alltid densamma. Men som Odysseus dilemma visar kan man ändra sig i valet mellan två alternativ. Förklaringen är att upplevelser som ligger nära i tiden tar en ännu större plats i medvetandet – vi diskonterar snabbare i början.



Berättelsen om Odysseus och sirenerna handlar om spänningen mellan det långsiktiga planerande jaget och det kortsiktiga njutningsinriktade.

Richard Thaler har tillsammans med Hersh Shefrin skapat en alternativ modell för att beskriva dilemmat som bygger på en inre spänning mellan ett planerande och ett handlande jag (*planner-doer*). Det planerande jaget tänker och fattar beslut med den långsiktiga lyckan i sikte, medan det handlande jaget styrs mer kortsiktigt. Uppdelningen används inom modern psykologi och har också stöd i senare hjärnforskning. Som Odysseus exempel visar handlar lösningen på dilemmat ofta om att på något sätt hjälpa det planerande jaget genom att ta bort några kortsiktiga handlingsmöjligheter. Detta avviker från traditionell ekonomisk teori, där fler handlingsalternativ alltid är bättre än färre. I vissa fall klarar människor av att behärska sig på egen hand – den mentala bokföringen kan exempelvis vara ett sätt att undvika kortsiktigt slösande. I andra fall kan samhället behöva hjälpa det planerande jaget på traven genom att utforma regler och institutioner så att de uppmuntrar till mer långsiktigt beteende.

Beteendekonomi i praktiken

Beteendekonomin har på ett djupgående sätt ifrågasatt det rationella uppträdandet också när det gäller större beslut på områden som finansmarknaden. Richard Thaler har tillsammans med tidigare pristagaren Robert Shiller etablerat forskningsområdet *beteendefnans*, där forskare bland annat dokumenterat till synes omotiverade börsvariationer som ter sig svårförenliga med teorin om effektiva marknader. Thaler har också funnit vad som i realiteten är negativa börsvärden på aktier – en orimlighet, eftersom man alltid kan kasta en aktie utan värde. Experiment med försökspersoner som får välja mellan olika placeringar visar att personerna är känsliga för valet av tidshorisont. Investerarna tenderar att välja värdepapper med låg risk över korta tidshorisonter, men när man presenterar de tänkbara utfallen av olika placeringar över en längre tidshorisont, väljer de i högre utsträckning mer riskfyllda värdepapper, som aktier.

Inom marknadsföring används ofta metoder som utnyttjar konsumenternas begränsade rationalitet. Röda prislappar eller uppmaningar av typen ”köp tre, betala för två” ger konsumenten en känsla av att ha gjort en vinst och flyttar referenspunkten för bedömningen av priset. Lotterier och vadslagning marknadsförs genom överexponering av sällsynta vinnare och mörkande av de mångdubbelt fler förlorarna. Många konsumenter lockas att ta lån på ofördelaktiga villkor för möjligheten att köpa en vara som de egentligen inte har råd med. Thaler är flitigt citerad i den företagsekonomiska litteraturen. Insikterna från honom och andra beteendekonominer kan hjälpa oss att se igenom marknadsföringstricken och undvika ofördelaktiga ekonomiska beslut.

I många situationer behöver det planerande jaget hjälp att hantera frestelser. Det är sådana överväganden som ligger bakom till exempel restriktioner på alkohol och droger i många länder. Men i andra sammanhang upplevs sådana restriktioner som alltför långtgående. Beteendekonomisk forskning kan utnyttjas också av politiker och andra beslutsfattare för att utforma handlingsalternativ som gynnar hela samhället. Richard Thaler har tillsammans med Cass Sunstein argumenterat för att både offentliga och privata institutioner på fler områden aktivt (men med bibehållen valfrihet) bör försöka ”puffa” individer i rätt riktning – den engelska termen är *nudging*. Detta har bland annat lett till införandet av så kallade *nudge units* i både Storbritannien och USA, med syfte att reformera offentlig förvaltning med hjälp av beteendekonomiska insikter. Det handlar ofta om så enkla saker som hur man definierar förvalsalternativet – det som blir utfallet om man inte aktivt väljer något annat. Tillämpningar finns inom områden som pensionssparande, organdonation och miljöpolitik. Det kan upplevas som svårt för någon att spara mer i dag, eftersom det direkt minskar hur mycket man kan konsumera, medan det ofta är lättare att lova spara i framtiden, särskilt om man förväntar sig att ens lön kommer att öka. Denna insikt har använts i programmet ”Save More Tomorrow,” som utformats av Thaler och Shlomo Benartzi för att öka individens tjänstepensionssparande.

I detta program binder sig en individ till att avstå en del av framtida löneökningar till sparande, vilket med framgång har använts i ett antal företag i USA. Denna typ av program har på vissa håll kritiserats som uttryck för förmyndarmentalitet, men det är väsentligt att anslutningen till programmet är helt frivillig och att deltagarna är fria att när som helst lämna det.

Richard Thalers samlade bidrag har byggt en bro mellan ekonomiska och psykologiska analyser av beslutsfattande. Hans empiriska resultat och teoretiska insikter har varit avgörande för att skapa det nya och snabbväxande forskningsfältet beteendekonomi, som haft ett djupgående inflytande på många områden av ekonomisk forskning och politik.

LÄNKAR OCH LÄSTIPS

Mer information om årets priser, bland annat en vetenskaplig bakgrundsartikel på engelska, finns på Kungl. Vetenskapsakademiens webbplats, www.kva.se, och <http://nobelprize.org>. Där kan man också titta på presskonferenser, Nobelföreläsningar och annat videomaterial. Mer information om utställningar och aktiviteter kring Nobelpriset och Ekonomipriset finns på www.nobelmuseum.se.

Böcker

Thaler, R. H. (2015), *Misbehaving. The making of behavioral economics*. New York: W.W. Norton & Company. Svensk översättning: *Beslut och beteenden. Att förutsäga det oförutsägbara*. Stockholm: Volante (2016).

Thaler, R. H., Sunstein, C.R. (2008), *Nudge: improving decisions about health, wealth, and happiness*. New Haven: Yale University Press.

Ramsberg, F (2016): *När det rätta blir det lätta – en ESO-rapport om "nudging"*. Rapport 2016:7, Expertgruppen för studier i offentlig ekonomi. Stockholm: Finansdepartementet.

Populärvetenskapliga artiklar

Thaler, R. H. (2015) Unless You Are Spock, Irrelevant Things Matter in Economic Behavior, *The New York Times* www.nytimes.com/2015/05/10/upshot/unless-you-are-spock-irrelevant-things-matter-in-economic-behavior.html

Video

Föreläsning av Thaler, R. H. (2016) Richard Thaler on Behavioral Economics: *Past, Present and Future*, Dietrich College of Humanities and Social Sciences www.youtube.com/watch?v=TJrpN5INvcs

Kungl. Vetenskapsakademien har beslutat utdela Sveriges Riksbanks pris i ekonomisk vetenskap till Alfred Nobels minne 2017 till

RICHARD H. THALER

Född 1945 (72 år) i East Orange, NJ, USA. Fil.dr 1974 vid University of Rochester, NY, USA. Charles R. Walgreen Distinguished Service Professor of Behavioral Science and Economics vid The University of Chicago Booth School of Business, IL, USA.

www.chicagobooth.edu/faculty/directory/t/richard-h-thaler

”för hans bidrag till beteendekonomi”

Vetenskapsredaktörer: Peter Gärdenfors, Magnus Johannesson och Per Strömberg, Kommittén för priset i ekonomisk vetenskap till Alfred Nobels minne
Text: Per Molander
Illustrationer: ©Johan Jarnestad/Kungl. Vetenskapsakademien
Redaktör: Carl-Victor Heindold
©Kungl. Vetenskapsakademien