

# Incentiver til besvær

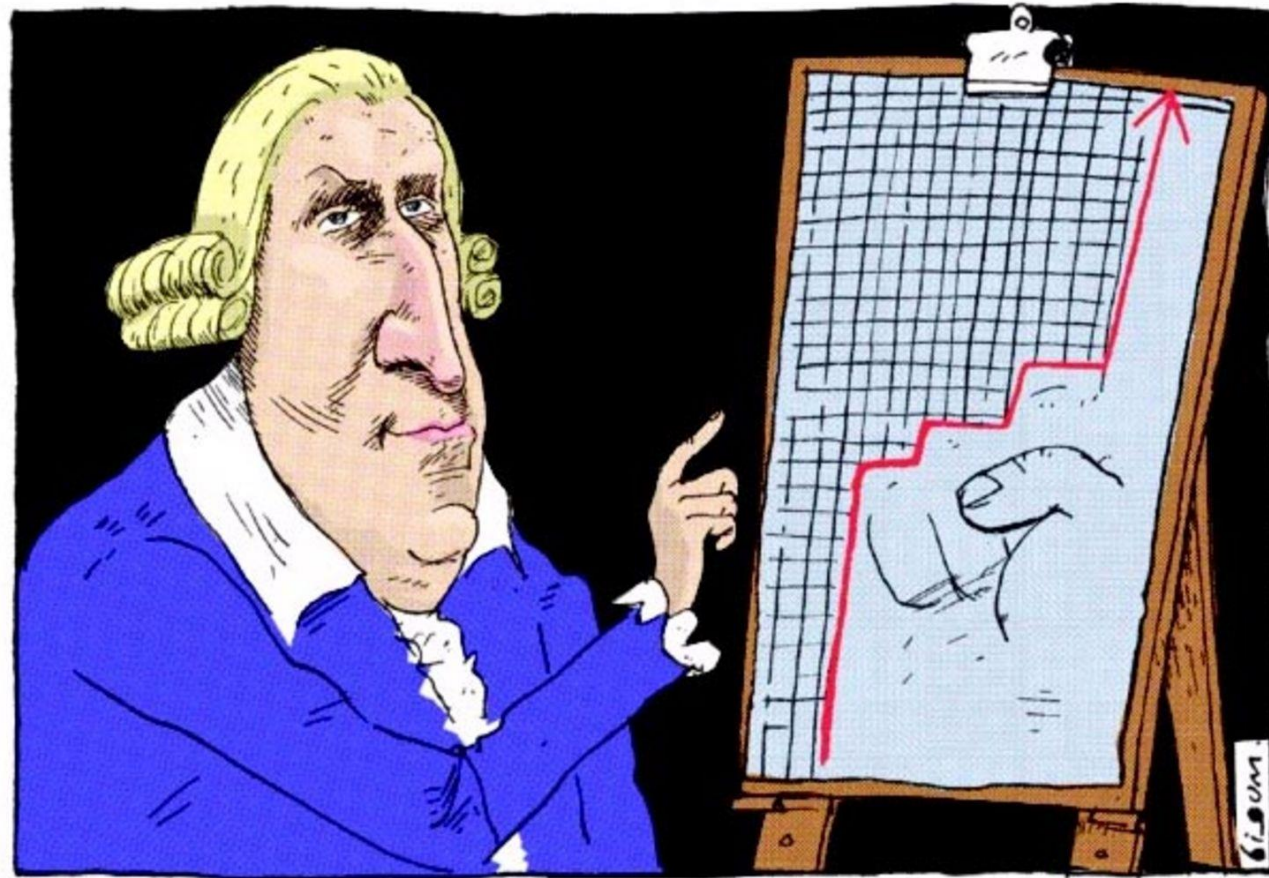
Hvordan påvirke adferd når markedsmekanismene ikke fungerer?

Ola Kvaløy

Universitetet i Stavanger

FHF Workshop 3 oktober 2017

Perfekte markeder har perfekte incentiver



# I imperfekte markeder må incentiver designes

- Incentivkontrakter mellom foretak
  - Kostnadsincentiver versus kvalitetsincentiver
- Prestasjonslønn internt i bedrifter
  - Individuell vs. teambasert vs. relativ prestasjonslønn
  - Subjektive versus objektive mål
  - Fastlønn når demping av incentiver er ønskelig

# Incentivutfordringer

- Gir eksponering for risiko
- Vanskelig / kostbart å måle prestasjoner
- Vanskelig å balansere incentiver på ulike oppgaver
  - F. eks kvalitet vs. kvantitet
- Kan fortrenge tillitsbaserte relasjoner
- Kan gi suboptimalisering og «rent seeking»

# Adferdsøkonomi:

- Utfordrer klassiske antakelser om økonomisk adferd.
- Er vi rasjonelle?
- Er vi kun opptatt av å sikre egne interesser?
  
- Kan vi bruke andre virkemidler enn økonomiske incentiver?

## 1. Tenk deg valget mellom:

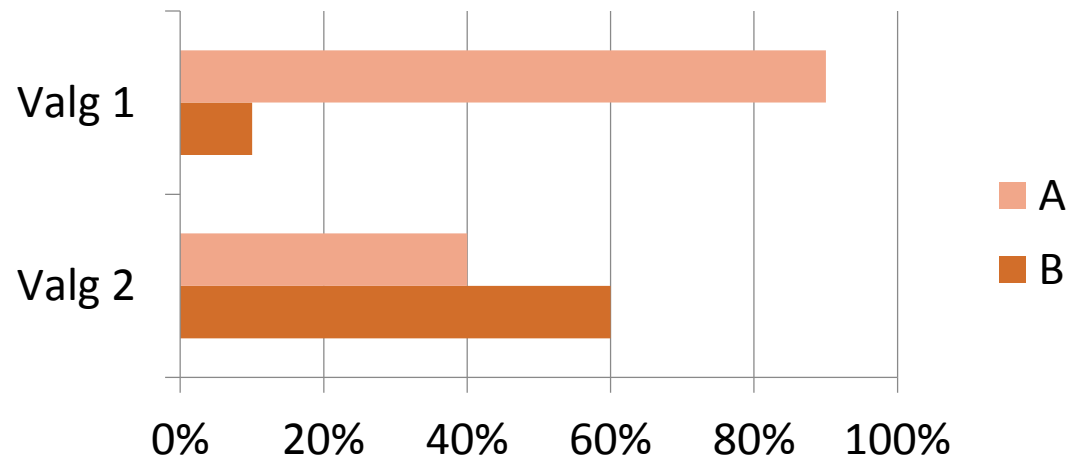
A: En sikker gevinst på 10.000 kroner.

B: 50/50 sjanse for å tjene 20.000 eller 0 kroner.

## 2. Tenk deg valget mellom:

A: Et sikkert tap på 10.000 kroner.

B: 50/50 sjanse for å tape 20.000 eller 0 kroner.



Thinking,  
fast  
and slow



DANIEL  
KAHNEMAN

NOBEL LAUREATE IN ECONOMICS

'Certainly the most important  
psychologist alive today'  
STEVEN PINKER

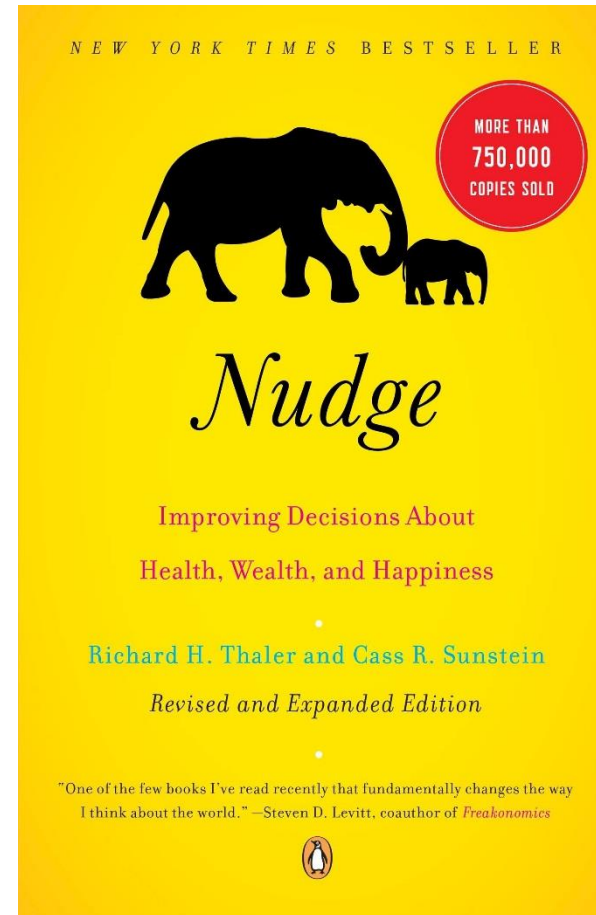
# Referanseavhengighet og tapsaversjon

...gir opphav til:

- *Endowment effect*: Smerten ved å gi fra seg noe er større enn gleden ved å få noe.
- *Status quo bias*: Potensielle negative sider ved endring veies sterke enn potensielle positive sider.
- *Framing-effekter*: Måten man presenterer et valg/problem på er ikke irrelevant.

# Dulting

- Ved å strukturere folks valg (*choice architecture*) kan politikere/ledere/bedrifter gi folk muligheten til **å ta valg som folk selv evaluerer som bedre.**
- Små dult («nudges») kan hjelpe folk til å ta bedre valg for dem selv.





# Dultemetodene

- **Sett riktig default:** I en hver valgsituasjon er det som regel mulig å ikke gjøre noe. Mange velger dette alternativet. Standardinnstillingen bør derfor settes med omhu.

# Dultemetodene

- **Sett riktig default:** I en hver valgsituasjon er det som regel mulig å ikke gjøre noe. Mange velger dette alternativet. Standardinnstillingen bør derfor settes med omhu.
- **Fortell hva andre gjør:** Vi kan ha feilaktige og stereotype oppfatninger av hva som er «vanlig» adferd, og feilaktig tro at vi følger en norm. Ved å informere om *faktisk* gjennomsnittlig adferd, kan en endre folks adferd betydelig.

- «9/10 betaler skatten i tide».
- «Du tilhører nå et lite mindretall som ikke betaler skatten i tide»
- «Du brukte mer strøm enn gjennomsnittet i ditt nabolag»
- «Du brukte mindre strøm enn gjennomsnittet i ditt nabolag... 😊

# Dultemetodene

- **Sett riktig default:** I en hver valgsituasjon er det som regel mulig å ikke gjøre noe. Mange velger dette alternativet. Standardinnstillingen bør derfor settes med omhu.
- **Fortell hva andre gjør:** Vi kan ha feilaktige og stereotype oppfatninger av hva som er «vanlig» adferd, og feilaktig tro at vi følger en norm. Ved å informere om *faktisk* gjennomsnittlig adferd, kan en endre folks adferd betydelig.
- **Sammenlign:** Rangeringer motiverer til forbedringer.

# Alt er relativt

- “rank among our equals, is, perhaps, the strongest of all our desires” Adam Smith (1759).
- Experimentene viser at vi blir motivert av konkurranser og *relative performance feedback* selv når det ikke følger belønning med.

Remaining time [sec] of this break: 59

In stage 1 you have solved 3 tasks.  
In stage 1 your team has solved 15 tasks in total.  
In stage 1 your team has earned 15.0 NOK. Your share of this is 5.00 NOK (one third of the total).

○ = Your team

How is your team doing relative to other teams?  
Your team rank relative to two other teams (in stage 1):

Rank	Number of solved tasks
1	15
2	7
3	0

The next stage starts when the countdown in the upper right corner is over. Prepare for the next stage.

# Dultemetodene

- **Sett riktig default:** I en hver valgsituasjon er det som regel mulig å ikke gjøre noe. Mange velger dette alternativet. Standardinnstillingen bør derfor settes med omhu.
- **Fortell hva andre gjør:** Vi kan ha feilaktige og stereotype oppfatninger av hva som er «vanlig» adferd, og feilaktig tro at vi følger en norm. Ved å informere om *faktisk* gjennomsnittlig adferd, kan en endre folks adferd betydelig.
- **Sammenlign:** Rangeringer motiverer til forbedringer
- **Priming:** Små inntrykk fra ord, bilder eller handlinger styrer fokus for oppmerksomheten og påvirker adferd.

- Planlegger du å stemme ved valget?
- Planlegger du å kjøpe bil de neste 6 månedene?
- Planlegger du å spise mat med høyt fettinnhold den neste uka?
- Ved å måle intensjoner kan man endre adferd

# Dultemetodene

- **Sett riktig default:** I en hver valgsituasjon er det som regel mulig å ikke gjøre noe. Mange velger dette alternativet. Standardinnstillingen bør derfor settes med omhu.
- **Fortell hva andre gjør:** Vi kan ha feilaktige og stereotype oppfatninger av hva som er «vanlig» adferd, og feilaktig tro at vi følger en norm. Ved å informere om *faktisk* gjennomsnittlig adferd, kan en endre folks adferd betydelig.
- **Sammenlign:** Rangeringer motiverer til forbedringer
- **Priming:** Små inntrykk fra ord, bilder eller handlinger styrer fokus for oppmerksomheten og påvirker adferd.
- **Synliggjør** langsiktige ulemper ved uønsket adferd og langsiktige gevinster ved ønsket adferd.



# Hva kan gjøres....?

- Må dempe kostnadsincentivene og/eller forsterke kvalitetsincentivene.
- Hva er til hinder for riktige incentivkontrakter?
  - Kan man tilby en meny av kontrakter der kontraktsvalg signaliserer kvalitet?
  - F. eks utstedelse av kvalitetsgarantier.
- Kan man innføre kvalitetsnormer hvor avvik fra norm gir redusert inntekt?
- Kan kvalitet fra den enkelte fisker offentliggjøres?
- Kan fiskerne rangeres på basis av kvalitet?
- Kan man kjøre kontrollerte eksperimenter for å teste ut nye tiltak?

Takk for oppmerksomheten!