

**Univerzita Pardubice**  
**Fakulta ekonomicko-správní**

**Teória a prax behaviorálnej ekonómie**

**Ing. Nikoleta Jakuš Muthová, PhD.**

**Habilitačná práca**

**2025**

## **Prehlásenie**

Prácu s názvom Teória a prax behaviorálnej ekonómie som vypracovala samostatne. Všetky literárne pramene a informácie, ktoré som v práci použila, sú uvedené v zozname bibliografických odkazov.

Bola som oboznámená s tým, že sa na moju prácu vzťahujú práva a povinnosti vyplývajúce zo zákona č. 121/2000 Sb., o autorskom zákone, o právach súvisiacich s autorským zákonom a o zmene niektorých zákonov (autorský zákon), v znení neskorších predpisov, najmä so skutočnosťou, že Univerzita Pardubice má právo na uzatvorenie licenčnej zmluvy o použití tejto práce ako školského diela podľa § 60 odst. 1 autorského zákona a s tým, že ak dôjde k použitiu práce mnou alebo bude poskytnutá licencia o využití inému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávnená od mňa požadovať primeraný príspevok na úhradu nákladov, ktoré na vytvorenie diela vynaložila, a to podľa okolností až do ich skutočnej výšky.

Beriem na vedomie, že v súlade s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o zmene a doplnení ďalších zákonov (zákon o vysokých školách), v znení neskorších predpisov a smernicou Univerzity Pardubice č. 7/2019 Pravidla pro odevzdávání, zveřejňování a formální úpravu závěrečných prací, v znení neskorších dodatkov, bude práca zverejnená prostredníctvom Digitálnej knižnice Univerzity Pardubice.

V Banskej Bystrici dňa 25. 3. 2025

Ing. Nikoleta Jakuš Muthová, PhD

## **Pod'akovanie**

Týmto by som sa chcela veľmi pekne poďakovať prof. Ing. Janovi Stejskalovi, PhD. za odborné rady a konštruktívnu kritiku pri zdokonalení obsahu tejto práce. Vďaka patrí aj kolegom z mojej domovskej univerzity, najmä prof. Ing. Beáte Mikušovej Meričkovej, PhD. za jej rady, odborné vedenie a konzultácie počas môjho odborného napredovania.

Poďakovať by som sa chcela aj spoluautorom odborných článkov, ktorých nápady a odborné znalosti viedli k môjmu napredovaniu v odbore.

Taktiež by som sa chcela poďakovať Fakulte ekonomicko-správnej Univerzity Pardubice za možnosť predložiť habilitačnú prácu.

Banská Bystrica, 13. marec 2025

.....

*Nikoleta Jakuš Muthová*

## **Anotácia**

Koncept racionality správania sa jednotlivca presadzovaný klasickou ekonómiou stráca všeobecnú platnosť v konfrontácii s realitou ľudského konania. Riešenie otázky predikcie a ovplyvňovania konania jednotlivcov v modernej verejnej ekonomike vychádza z rozšíreného konceptu neoklasickej ekonómie o psychologický rozmer v snahe adekvátnejšie reagovať na verejné potreby, zvýšiť účinnosť poskytovania verejných služieb. Behaviorálna ekonómia našla uplatnenie v mnohých oblastiach verejného sektora. Súčasný stav poznania behaviorálnych intervencií všeobecne je rámcom pre formulovanie hlavného cieľa práce. Cieľom habilitačnej práce je rozšírenie štandardného pohľadu na rozhodovanie a konanie jednotlivca ako objektu štátnych intervencií daného optikou neoklasickej mikroekonómie o rozmer libertariánsko-paternalistickej etiky v behaviorálnej ekonómii skúmaním možností behaviorálnych intervencií v reálnych podmienkach. Štúdie behaviorálnych intervencií vo vybraných oblastiach verejného sektora sú východiskom pre tvorbu vlastnej originálnej metodiky výskumu a realizácie behaviorálnych intervencií v reálnych podmienkach na Slovensku. V závere možno konštatovať, že metodologický rámec behaviorálnej ekonómie vo verejnej ekonómii je možné využiť pri definovaní problému, zlyhania trhu, resp. predmetu intervencie, alebo pri návrhu jeho riešenia, resp. samotnej intervencie. To sa premieta do teoretických a praktických prínosov práce, kde pri definovaní problému, predmetu štátnej intervencie práca rozširuje mainstreamový pohľad neoklasickej ekonómie o behaviorálne aspekty (teoretické prínosy) a pri návrhu realizácie štátnej intervencie práca pracuje so psychologickými faktormi konania jednotlivca ako objektu štátnej intervencie (praktické prínosy).

### **Kľúčové slová:**

Behaviorálne intervencie. Libertariánsko-paternalistická etika. Postrčenie. Želateľné správanie. Manažment kontrahovania. Zdravotníctvo. Znečistenie verejných priestranstiev.

## **Annotation**

The concept of individual rational behavior promoted by classical economics loses its universal validity when confronted with the reality of human action. Addressing the issue of predicting and influencing individual behavior in modern public economics is based on an expanded concept of neoclassical economics, incorporating a psychological dimension in an effort to respond more adequately to public needs and to increase the effectiveness of public service delivery. Behavioural economics has found application in many areas of the public sector. The current state of knowledge regarding behavioural interventions in general provides a framework for formulating the main objective of this work. The aim of the habilitation thesis is to expand the standard view of individual decision-making and behavior—as an object of state intervention according to the lens of neoclassical microeconomics—by incorporating the dimension of libertarian-paternalistic ethics within behavioural economics through the exploration of possibilities for behavioural interventions under real-world conditions.

Studies of behavioural interventions in selected areas of the public sector serve as a foundation for the development of an original research methodology and the implementation of behavioural interventions in real conditions in Slovakia. In conclusion, it can be stated that the methodological framework of behavioural economics in public economics can be used to define the problem, market failure, or subject of intervention, as well as in the design of its solution or the intervention itself. This is reflected in the theoretical and practical contributions of the thesis—expanding the mainstream neoclassical economic perspective with behavioural aspects when defining the problem and subject of intervention (theoretical contributions), and addressing psychological factors of individual behavior as the object of state intervention when designing its implementation (practical contributions).

### **Keywords:**

Behavioural interventions. Libertarian-paternalistic ethics. Nudging. Desirable behavior. Contracting management. Healthcare. Public space pollution.

# OBSAH

|                                                                                                            |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| OBSAH .....                                                                                                | 5   |
| ZOZNAM OBRÁZKOV A TABULIEK.....                                                                            | 7   |
| 1. ÚVOD DO PROBLEMATIKY .....                                                                              | 9   |
| 2. SÚČASNÝ STAV RIEŠENEJ PROBLEMATIKY DOMA A V ZAHRANIČÍ .....                                             | 12  |
| 2.1. Konanie jednotlivca z pohľadu behaviorálnej ekonómie.....                                             | 14  |
| 2.2. Vplyv libertariánskeho-paternalizmu na rozhodovanie a konanie jednotlivca.....                        | 27  |
| 2.3. Psychologické faktory pôsobiace na konanie jednotlivcov .....                                         | 30  |
| 2.4. Zhrnutie.....                                                                                         | 49  |
| 3. CIEĽ, MATERIÁL A METODIKA SKÚMANIA.....                                                                 | 53  |
| 3.1. Cieľ, materiál a metódy skúmania .....                                                                | 53  |
| 4. VÝSKUM BEHAVIORÁLNYCH ASPEKTOV KONTRAHOVANIA SLUŽIEB VO VEREJNOM SEKTORE.....                           | 57  |
| 4.1. Teoretické východiská .....                                                                           | 57  |
| 4.2. Materiál a metódy skúmania .....                                                                      | 60  |
| 4.3. Výsledky a diskusia .....                                                                             | 64  |
| 5. EXPERIMENTÁLNY PRIESKUM V REALIZÁCII BEHAVIORÁLNYCH INTERVENCIÍ V ZDRAVOTNÍCTVE .....                   | 73  |
| 5.1. Nový pohľad na behaviorálne aspekty problému korupcie v zdravotníctve.....                            | 73  |
| 5.1.1. Teoretické východiská.....                                                                          | 73  |
| 5.1.2. Materiál a metódy skúmania .....                                                                    | 78  |
| 5.1.3. Výsledky a diskusia.....                                                                            | 81  |
| 5.2. Nový nástroj riešenia externalít spojených so spotrebou zdravotníckych služieb – spotreba liekov..... | 88  |
| 5.2.1. Teoretické východiská.....                                                                          | 88  |
| 5.2.2. Materiál a metódy skúmania .....                                                                    | 91  |
| 5.2.3. Výsledky a diskusia.....                                                                            | 94  |
| 6. POĽNÝ EXPERIMENT V RIEŠENÍ ZNEČISŤOVANIA VEREJNÝCH PRIESTRANSTIEV .....                                 | 105 |
| 6.1. Teoretické východiská .....                                                                           | 105 |
| 6.2. Materiál a metódy skúmania - Riešenie žuvačiek na miestnych komunikáciách .....                       | 108 |
| 6.3. Výsledky a diskusia - Riešenie žuvačiek na miestnych komunikáciách .....                              | 112 |
| 6.4. Materiál a metódy skúmania - Riešenie znečistenia v podobe cigaretových ohorkov .....                 | 115 |

|        |                                                         |     |
|--------|---------------------------------------------------------|-----|
| 6.5.   | Výsledky a diskusia .....                               | 117 |
| 7.     | TEORETICKÉ A PRAKTICKÉ PRÍNOSY HABILITAČNEJ PRÁCE ..... | 121 |
| 7.1.   | Teoretické prínosy habilitačnej práce .....             | 121 |
| 7.2.   | Praktické prínosy habilitačnej práce .....              | 126 |
| 7.2.1. | Postup zavádzania behaviorálnej intervencie .....       | 134 |
|        | ZÁVER.....                                              | 144 |
|        | CONCLUSION .....                                        | 148 |
|        | ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY .....                        | 152 |
|        | PRÍLOHY.....                                            | 179 |

## ZOZNAM OBRÁZKOV A TABULIEK

|                                                                                                                                            |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Obrázok 1 Fotografia ženy .....                                                                                                            | 15  |
| Obrázok 2 Mesto Banská Bystrica – zastávky na Námestí Slobody.....                                                                         | 111 |
| Obrázok 3 Realizácia postrčenia – farebné zvýraznenie žuvačiek september 2021 .....                                                        | 112 |
| Obrázok 4 Mapový výstup Námestie Slobody - vyznačovanie žuvačiek .....                                                                     | 113 |
| Obrázok 5 Mesto Banská Bystrica MHD zastávka Tajovského školy.....                                                                         | 116 |
| Obrázok 6 Mesto Banská Bystrica – osadenie špakovníka na MHD zastávke Tajovského školy .....                                               | 117 |
| Obrázok 7 Mapový výstup 1 Tajovského školy, osadenie špakovníka.....                                                                       | 118 |
| Obrázok 8 Osadenie špakovníka v danej lokalite .....                                                                                       | 118 |
| Obrázok 9 Mesto Banská Bystrica MHD zastávka Tajovského školy – meranie z mesiaca november 2021 .....                                      | 120 |
| Obrázok 10 Farebné zvýraznenie žuvačiek v okolí odpadkového koša.....                                                                      | 132 |
| Obrázok 11 Proces BASIC.....                                                                                                               | 135 |
| Obrázok 12 Definovanie problému v behaviorálnych podmienkach.....                                                                          | 136 |
| Obrázok 13 Príklad behaviorálnej redukcie .....                                                                                            | 137 |
| Obrázok 14 Príklad SMART cieľa pre behaviorálnu intervenciu.....                                                                           | 138 |
|                                                                                                                                            |     |
| Tabuľka 1 Koncept MINDSPACE.....                                                                                                           | 33  |
| Tabuľka 2 Faktory výsledného efektu kontrahovania služieb vo verejnom sektore vo vzťahu k behaviorálnym faktorom .....                     | 61  |
| Tabuľka 3 Kvantifikácia faktorov výsledného efektu kontrahovania služieb vo verejnom sektore vo vzťahu k behaviorálnym faktorom .....      | 62  |
| Tabuľka 4 Hodnotenie kvality kontrakt manažmentu miestnych služieb v % v roku 2021 ....                                                    | 64  |
| Tabuľka 5 Hodnotenie kvality kontrakt manažmentu miestnych služieb v % v roku 2021 ....                                                    | 65  |
| Tabuľka 6 Hodnotenie kvality kontrakt manažmentu pomocných služieb v % v roku 2021 ..                                                      | 66  |
| Tabuľka 7 Hodnotenie kvality kontrakt manažmentu pomocných služieb v % v roku 2021 ..                                                      | 67  |
| Tabuľka 8 Psychologické faktory kvality kontrakt manažmentu ako nezávislé premenné (X) .....                                               | 68  |
| Tabuľka 9 Štatisticky významné faktory a ich miera vzájomnej závislosti podľa Spearmanovho korelačného koeficientu – miestne služby .....  | 69  |
| Tabuľka 10 Štatisticky významné faktory a ich miera vzájomnej závislosti podľa Spearmanovho korelačného koeficientu – pomocné služby ..... | 70  |
| Tabuľka 11 Štruktúra výberového súboru n =121 .....                                                                                        | 81  |
| Tabuľka 12 Hypotetické situácie neformálnych platieb vo verejných nemocniciach .....                                                       | 82  |
| Tabuľka 13 NORMS (normy) neformálne platby v zdravotníctve ako súčasť sociálnej normy v spoločnosti.....                                   | 83  |
| Tabuľka 14 INCENTIVES (stimuly) a EGO vplyv neformálnych platieb v zdravotníctve na kvalitu zdravotnej starostlivosti?.....                | 84  |
| Tabuľka 15 NORMS (normy), COMMITMENTS (záväzky), EGO skúsenosti s neformálnymi platbami v zdravotníctve .....                              | 86  |
| Tabuľka 16 NORMS (normy) vplyv sociálneho tlaku na neformálne platby v zdravotníctve                                                       | 87  |

|                                                                                                                                                        |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabuľka 17 Štruktúra respondentov podľa vybraných socio-demografických znakov .....                                                                    | 92  |
| Tabuľka 18 Percentuálny podiel odpovedí respondentov na vybrané otázky zamerané na disciplinovanosť .....                                              | 94  |
| Tabuľka 19 Spearmanov korelačný koeficient- Závislosť medzi vybranými otázkami a odpoveďami Vzorka 1 .....                                             | 97  |
| Tabuľka 20 Spearmanov korelačný koeficient- závislosť medzi vybranými otázkami a odpoveďami Vzorka 2 .....                                             | 98  |
| Tabuľka 21 Porovnanie odpovedí medzi nezávislými skupinami respondentov - interpretácia Mann-Whitneyho U testu pre vnímanie miery informovanosti ..... | 100 |
| Tabuľka 22 Čo NEPATRÍ do zbernej nádoby na lieky. ....                                                                                                 | 101 |
| Tabuľka 23 Porovnanie odpovedí medzi nezávislými skupinami - interpretácia Mann-Whitneyho U testu ohľadom správnej identifikácie .....                 | 101 |
| Tabuľka 24 Porovnanie odpovedí medzi nezávislými skupinami - interpretácia Mann-Whitneyho U testu pre dôvody vrátenia liekov do lekárne .....          | 103 |
| Tabuľka 25 Prehľad intervencií a ich účinnosti .....                                                                                                   | 108 |
| Tabuľka 26 Meranie účinnosti intervencie – farebného zvýraznenia žuvačiek vo vybranej lokalite .....                                                   | 114 |
| Tabuľka 27 Meranie účinnosti postrčenia vo vybranej lokalite .....                                                                                     | 119 |
| Tabuľka 28 Typológia postrčení pomocou modelu LISA Q .....                                                                                             | 129 |
| Tabuľka 29 Príklady otázok v dotazníku .....                                                                                                           | 137 |
| Tabuľka 30 ABCD rámec .....                                                                                                                            | 140 |

## 1. ÚVOD DO PROBLEMATIKY

Od čoho závisí, ako sa rozhodujeme? Kto vplýva na naše rozhodnutie? Je to rodina, priatelia, známi, učitelia, politici alebo niekto iný? Koľko by sme si vypýtali za roznos letákov? Koľko sme ochotní zaplatiť za šálku kávy? Odpoveď na tieto otázky netrvá dlho. Povedzme, že za šálku kávy sme ochotní zaplatiť maximálne 1 €. Je pravdepodobné, že väčšina ľudí odpovie zhruba rovnako. Znamená to, že všetci máme rovnako radi kávu? Máme všetci rovnaký disponibilný príjem? Zvažujeme všetci rovnaké alternatívy? Akým procesom teda prechádzame pri rozhodovaní, keď zhruba všetci sme ochotní dať za šálku kávy 1 € (Ariely, Kreisler, 2018).

Ukazuje sa, že rozhodnutie jednotlivca je do veľkej miery závislé od toho, čo jednotlivec pociťuje pri rozhodovaní (strach, radosť, dobrý pocit, viera v spravodlivosť a pod.), aký je kontextový efekt (čo môže rozhodnutie jednotlivca zvrátiť, čomu jeho rozhodnutie prispeje, charakter situácie a pod.), ako jednotlivec vníma sám seba (ego jednotlivca), aké sú spoločenské pravidlá, ale taktiež aj vplyv rodiny, priateľov, blízkych a susedov (Ariely, Kreisler, 2018; Dolan et al., 2009; Thaler, Sunstein, 2010). Vzhľadom na rôzne skreslenia vplývajúce na rozhodovanie jednotlivcov, ktoré si jednotlivec vo väčšine prípadov neuvedomuje, sa nedá spoliehať len na jeho vlastnú geniálnosť. Prehnaná dôvera v jeho vlastné schopnosti vedie často k neefektívnym rozhodnutiam, ktoré sú značne skreslené prvým dojmom.

Na rozhodovanie jednotlivca vplýva množstvo psychologických faktorov, ktoré sú predmetom záujmu behaviorálnej ekonómie. Behaviorálna ekonómia, kombinujúca prvky ekonómie a psychológie, sa snaží pochopiť, ako a prečo sa jednotlivci v reálnom svete rozhodujú a správajú. Na rozdiel od neoklasickej ekonómie hlavného prúdu, založenej na racionalite jednotlivca „homo oeconomicus“, ktorá predpokladá, že väčšina ľudí má dobre definované preferencie a na základe týchto preferencií prijíma dobre informované rozhodnutia založené na vlastnom záujme, behaviorálna ekonómia rozširuje racionalitu jednotlivca o psychologické motívy rozhodovania (Diamond a Vartiainen, 2007).

Jedným z nástrojov využívajúcich behaviorálnou ekonómiou sú behaviorálne intervencie, tzv. postrčenia (nudging) využívané súkromným, ako aj verejným sektorom, usmerňujúcim ľudí ku konkrétnemu správaniu so zachovaním slobody rozhodovania (Thaler, Sunstein, 2008; Thaler, 2015). Postrčenie je v istom zmysle slova varovanie, napr. GPS zariadenia využívajú postrčenia nasmerujúc jednotlivca správnu cestou do cieľa, prednastavené pravidlá, akými je napr. automatické zaradenie do zoznamu darcov orgánov alebo iných dôchodkových sporení, sú taktiež postrčeniami (Ebeling, Lotz, 2015).

Na druhej strane postrčeniami nie sú tzv. paternalistické riešenia ako je platenie daní, poplatkov, pobyt vo väzení, resp. tie, ktoré jednotlivca oberajú o možnosť voľby. V prípade GPS navigácie má jednotlivec možnosť voľby, či už nesprávne odbočiť, alebo vybrať si inú cestu a taktiež v prípade automatických programov má možnosť z nich vystúpiť.

Ako uvádza John et al. (2015), ani riešenia, ktoré sú „drahé“, nie sú postrčeniami. Vymáhanie daňových nedoplatkov exekútormi, alebo nákladné čistenie verejných priestranstiev a udeľovanie pokút, i keď sú oprávnené, nie je postrčením. Naopak, pravým zmyslom postrčení je, že sú lacné a dosahujú vysokú účinnosť, či už v znížení nežiadúceho správania, vytvorení nového návyku, alebo akceptovaním predvolenej možnosti.

Identifikovaním faktorov ovplyvňujúcich preferencie a rozhodnutia jednotlivcov je následne možné realizovať účinné behaviorálne intervencie, ktoré nebudú na jednotlivcov vplývať len krátkodobo, ale naopak dosiahnu aj dlhodobý účinok.

Je pravda, že zatiaľ čo niektoré postrčenia pôsobia proti predsudkom, existujú aj postrčenia, ktoré fungujú práve kvôli predsudkom. Mnohí jednotlivci trpia zaujatosťou, prikladaním relatívne malej váhy dlhodobému horizontu, mnohí z nás trpia nerealistickým optimizmom, čo znamená, že máme tendenciu myslieť si, že veci pre nás skončia lepšie, ako naznačuje štatistická realita. Niektoré postrčenia sa tak snažia pôsobiť proti tejto zaujatosti a optimizmu tým, že zdôrazňujú dlhodobé riziká spojené s fajčením, pitím alebo zdôrazňovaním dôležitosti plánovania odchodu do dôchodku. Naopak, na danom princípe fungujú postrčenia využívajúce prednastavené možnosti, ktoré fungujú čiastočne kvôli zotrvačnosti jednotlivcov nemeniť svoje návyky.

Na druhej strane, existujú aj názory, ktoré nesúhlasia s využívaním postrčení, či už z dôvodu ich krátkodobej účinnosti, etických aspektov a manipulatívneho správania, alebo z dôvodu nesprávneho predpokladu, že jednotlivci sú čisto iracionálni. Napr. jednotlivci nemusia preferovať súčasné sporenie na dôchodok, nie z dôvodu, že sú bezhraniční optimisti, ale z toho dôvodu, že potrebujú peniaze teraz.

Behaviorálne ekonómia, nevníma jednotlivca ako iracionálneho, ale vníma ho ako jednotlivca s obmedzenou racionalitou, či už z dôvodu pôsobenia heuristík, zotrvačnosti a schopnosti zachovávať status quo, alebo jeho obmedzenej pozornosti. Postrčenia využívajúce pripomienky fungujú práve kvôli obmedzenej pozornosti jednotlivcov. Informácie poskytnuté jednotlivcovi ovplyvnia správanie s väčšou pravdepodobnosťou, ak budú prezentované spôsobom, ktorý berie ohľad na nedokonalé kapacity jednotlivcov spracovať informácie.

To je napokon aj predmetom skúmania práce, kde pri definovaní problému, predmetu intervencie rozširujeme mainstreamový pohľad neoklasickej ekonómie o behaviorálne aspekty (teoretické prínosy) a pri návrhu realizácie intervencie pracujeme so psychologickými faktormi konania jednotlivca ako objektu intervencie (praktické prínosy).

Cieľom habilitačnej práce je rozšírenie štandardného pohľadu na rozhodovanie a konanie jednotlivca ako objektu štátnych intervencií daného optikou neoklasickej mikroekonómie o rozmer libertariánsko-paternalistickej etiky v behaviorálnej ekonómii skúmaním možností behaviorálnych intervencií v reálnych podmienkach.

V habilitačnej práci sa najprv sústreďíme na súčasný stav poznania skúmaného problému v medzinárodnom kontexte, ktorý je pre nás dôležitý z pohľadu formulácie cieľa (požiadavka vedeckosti cieľa predpokladá posun v poznaní problému) a následne zostavenie vlastnej metodiky (teoretické východiská riešenia problému a publikované práce v danej oblasti budú východiskom pre zostavenie metodiky). Metodologický rámec behaviorálnej ekonómie je možné využiť pri definovaní problému, zlyhania trhu, resp. predmetu intervencie, alebo pri návrhu jeho riešenia, samotnej intervencie.

V práci využívame dotazníkový prieskum zameraný na behaviorálne aspekty v manažmente kontrahovania miestnych verejných služieb (identifikácia behaviorálnych aspektov vzťahu medzi obstarávateľom a dodávateľom prekračujúca neoklasický pohľad teórie principal agent – zapojenie 54 samospráv), experimentálny prieskum formou informačných kampaní v zdravotníctve (identifikácia behaviorálnych aspektov problému korupcie v zdravotníctve prekračujúca neoklasický pohľad teórie principal-agent a postrčenie - nudging ako nový nástroj riešenia externalít spojených so spotrebou služieb zdravotnej starostlivosti – celkovo zapojených 777 respondentov) a poľný experiment pri riešení znečistenia verejných priestranstiev (nudging ako nový nástroj riešenia negatívnej externality – zapojenie obyvateľov a návštevníkov mesta Banská Bystrica).

Záveru výskumu prinášajú nielen určitý teoretický posun v poznaní problematiky psychologických faktorov ovplyvňujúcich konanie a rozhodovanie jednotlivcov, ale zároveň prinášajú posun aj v otázke zavádzania behaviorálnych intervencií do rôznych oblastí verejného sektora, pričom poukazujú na isté úskalia vybraných metód a možné odporúčania v daných oblastiach. Táto kombinácia metód (skúmanie faktorov ovplyvňujúcich konanie a rozhodovanie jednotlivcov a zavádzanie behaviorálnych intervencií vo vybraných oblastiach) neboli v podmienkach Slovenskej republiky doteraz spoločne aplikované. Prínosy teoretického charakteru sú doplnené o prínosy aplikačného charakteru vo vzťahu k pomenovaniu hlavných problémov týkajúcich sa aplikácie behaviorálnych intervencií do verejného sektora.

## 2. SÚČASNÝ STAV RIEŠENEJ PROBLEMATIKY DOMA A V ZAHRANIČÍ

Klasická a neoklasická ekonomická teória vychádza, resp. vychádzala z predpokladu, že jednotlivci (ľudia) sú prísne racionálni, pri rozhodovaní berú do úvahy všetky okolnosti a konajú tak, aby dosiahli svoj maximálny úžitok. Reálni ľudia avšak do poučiek ekonomickej teórie stopercentne nezapadajú. Podľa Thaler (2017) sú pre ľudí chyby prirodzené, sú ovplyvnení predsudkami, spoločenským prostredím a ich rozhodnutia majú na rozdiel od toho, čo predpokladá klasická a neoklasická ekonomická teória, ďaleko k nájdeniu ideálneho riešenia. Hlavnou príčinou rozdielu je najmä nemožnosť zachytiť všetky potenciálne vplyvy a aspekty rozhodovania jednotlivcov (Downs, 1957). Oproti klasickému a neoklasickému poňatiu racionálneho jednotlivca stojí predpoklad jednotlivca s obmedzenou racionalitou, ktorého správanie nie je náhodné a podlieha iracionálnym vplyvom okolia, resp. kontextovému efektu, ako sú emócie a pocity z krátkozrakého plánovania a mnohých ďalších zdrojov (Ariely, 2008). Výsledkom sú chyby, ktoré sa dajú predvídať a sú stále rovnaké (koncept systematických predsudkov – Tversky, Kahneman, 1976).

Podľa ekonomickej teórie (Kagel, Roth, 1995) je jednotlivec racionálny tzv. homo oeconomicus, buď v zmysle čistej racionality, resp. iracionality zohľadňujúcej teóriu očakávaného úžitku, prípadne s obmedzenou racionalitou (Simon, 1957). V zmysle maximalizácie svojho vlastného úžitku, ekonomická teória predpokladá, že sa jednotlivec správa „racionálne“. Pojem racionálny jednotlivec nevyjadruje vševediaceho jednotlivca, ktorý dokáže bez ďalších nákladov presne určiť náklady a úžitky akéhokoľvek navrhovaného kolektívneho rozhodnutia (alternatívy), či už pre seba alebo pre ostatných členov spoločnosti (Mises, 2006). Zaistenie dokonalých informácií (Musgrave, Musgrave, 1994) potrebných pre predpovedanie účinkov navrhovaných alternatív je nákladný proces i v stabilnom prostredí, a z tohto dôvodu je nutné uznať fakt, že jednotlivec je racionálny, keď maximalizuje svoj vlastný úžitok na základe nedokonalých informácií (Camerer, 2003; Downs, 1957; Fehr a Fischbacher, 2003; Gintis et al, 2003; Mueller, 2003; Tullock, 1967). Ako uvádza Buchanan (1998,) správanie založené na racionálnej neznalosti, nie je neracionálne. Jednotlivec ovplyvnený

fiškálnymi inštitúciami<sup>1</sup> môže podliehať fiškálnej ilúzii. Fiškálne opatrenia (napr. spôsob zdanenia) môžu ovplyvniť investície do informácií, mieru istoty určitého konečného rozhodnutia, motiváciu jednotlivca pre účasť v kolektívnej voľbe a ďalšie prvky správania jednotlivca vyžadujúce jeho voľbu. Pokiaľ jednotlivec nedisponuje dostatočným množstvom informácií, je jeho rozhodovanie nedokonalé, akonáhle však disponuje nesprávnymi informáciami, resp. je ovplyvňovaný ilúziou, sú jeho rozhodnutia chybné (falošné). Neznamená to ale, že jednotlivci sú chladnými počítačmi využívajúcimi dokonalé informácie a uskutočňujúcimi kalkulácie s neomylnou presnosťou. Znamená to, že pri rozhodovaní jednotlivci v snahe dosiahnuť svoje ciele, uskutočňujú určité kalkulácie, pričom do týchto kalkulácií vstupuje množstvo faktorov – ľudské, sociálne a emocionálne faktory spojené s nepresnosťou pri predvídaní výsledku konania (Camerer, 2003; Fehr a Fischbacher, 2003; Gintis et al, 2003; Kahneman, Tversky, 1979).

Psychológovia predpokladajú existenciu tzv. psychologického jednotlivca (Kagel, Roth, 1995), ktorý je charakteristický tým, že nemá preferencie, ale má len mentálne procesy. Rôzny kontext danej situácie a rôzne formy rozhodovania v jeho prípade vyúsťujú v rôzne rozhodnutia (Špalek, 2011, s. 100). Ďalší koncept predstavuje neurobiologického jedinca, ktorý nemá ani preferencie, ani mentálne procesy, ktoré by určovali jeho konanie, ale toto konanie je výsledkom chemických a biologických procesov, ktoré prebiehajú v jeho tele (napr. na základe hladiny lítia v tele). Práca Kahnemana a Tverskyho (1979) a nimi navrhnutá hodnotová funkcia spochybnila validitu teórie očakávaného úžitku (von Neumann, Morgenstern, 1944) pri rozhodovaní v podmienkach neistoty. Existuje množstvo príkladov, kedy sa ľudia častejšie (v súlade s predpokladom obmedzenej racionality) rozhodujú „od oka“ ako na základe striktné racionálnych predpokladov (Kahneman, Tversky, 1979). Podľa ekonomickej teórie by každému ekonomickému rozhodnutiu mala predchádzať dôkladná analýza všetkých alternatív, porovnávanie ich prínosov a nákladov, a práve preto je vyhodnocovanie ich výhodnosti časovo náročné. Pre väčšinu situácií platí, že príliš premýšľať je neefektívne (Thaler, 2017). Opakovanie danej situácie a skúsenosť jednotlivca, by však nakoniec malo viesť k tomu, že jednotlivec sa bude skutočne rozhodovať ako homo oeconomicus. Podľa Kahnemana a Tverskyho (1979) avšak tento predpoklad neplatí, pretože i pri špecifickom usporiadaní

---

<sup>1</sup> Fiškálne inštitúcie podľa Buchanana (1998, 1999) vplyvajú na rozhodovanie jednotlivca v pozícií občana-voliča-poplatníka-beneficianta.

problémov (liečebné postupy) môžu riešenia viesť k nekonzistentným odporúčaniam (liečebným kúram). Jednotlivci teda v situácii, ktorú podstupujú opakovane, môžu ťažiť zo skúsenosti, ale zároveň sa môžu rozhodovať „od oka“ (Kahneman, Tversky, 1979).

Okrem súkromnej voľby je potrebné vnímať aj verejnú voľbu, ktorá obmedzuje existujúce zdroje. Štáty majú kapacity na produkciu a poskytovanie rôznych druhov tovarov a služieb, avšak obmedzenosť zdrojov ich núti robiť náročné rozhodnutia ohľadom financovania a uskutočniteľnosti konkrétnych projektov na jednotlivých úrovniach štátnej správy a samosprávy. Napríklad, ak sa mesto rozhodne vybudovať ponuku rekreačných služieb (tenisové kurty, parky, detské ihriská), robí tak na úkor sociálnych služieb, vzdelávacích služieb, v dôsledku obmedzených verejných zdrojov (Apgar, Brown, 1987, s. 85).

Do budúca je nutné obmedziť, aby štáty svoje rozhodnutia stavali len na ekonomickej teórii vychádzajúcej z predpokladu objektívneho jednotlivca, ktorý sa rozhoduje na základe racionálnych očakávaní a v rámci svojich obmedzených zdrojov si vždy vyberie tú najlepšiu alternatívu (podmienená optimalizácia – Thaler, 2017, s. 19). Potrebné je, aby štáty prehodnotili svoje rozhodovanie na základe predpokladu, že tieto modely nie sú presným popisom ľudského správania tak, ako predpokladá ekonomická teória. I napriek odporúčaniam nie všetci jednotlivci budú na dôchodok sporiť presne toľko, koľko je nutné, ako by to urobili všetci ekonómovia. Mohli by sme preto dôjsť k mylnému záveru, že „nie je dôvod pomáhať ľuďom sporiť, pretože už vedia ako na to“ (jednoduché postrčenie v podobe napríklad zriadenia programu dôchodkového sporenia sa preto nezrealizuje), čím by sme stratili príležitosť, aby sa viac ľudí malo lepšie (Thaler, 2017, s. 22). Cieľom by malo byť obmedziť tieto politické rozhodnutia postavené na mylných predpokladoch a sústrediť sa, ako uvádza Thaler (2017), na zdanlivo irelevantné faktory.

Takéto poňatie jednotlivca reprezentuje behaviorálna ekonómia (Ariely, 2008; Bernheim, Rangel, 2005; Crawford, 2006; Kahneman, Tversky, 1979; Myagkov, Plott, 1997; Thaler, Sunstein, 2010; Thaler, 2017), ktorá sa pokúša vysvetliť ľudské rozhodnutia na základe psychologických motívov. Podobne aj politickí ekonómovia si uvedomujú existenciu osobných motivácií odlišných od sebeckých záujmov spojených s koncepciou „homo oeconomicus“ (Johnson, 1997, s. 29). Príkladom môže byť vysvetlenie altruistického správania na základe ekonomickej analýzy (Apgar, Brown, 1987).

## **2.1. Konanie jednotlivca z pohľadu behaviorálnej ekonómie**

Jedným z prvých ekonómov, ktorí spochybňovali úplnú racionalitu jednotlivca bol Herbert A. Simon (1957, 1982). Simon argumentoval, že na skúmanie procesu rozhodovania

jednotlivca potrebujeme brať do úvahy kognitívne a nonkognitívne obmedzenia. Napríklad ľudská myseľ podmienená vedomosťami a skúsenosťami jednotlivca by sa pri rozhodovaní mala považovať za kognitívne hranice. Za nonkognitívne (mimopoznávacie) obmedzenia považujeme napríklad emócie.

Pokiaľ chcete sledovať, ako automaticky funguje myseľ človeka, zamerajte sa na nasledujúci obrázok (Obrázok 1).



Obrázok 1 Fotografia ženy  
Zdroj: Kahneman, 2012

Čo ste si na fotografii všimli? To, že má žena tmavé vlasy ste si ihneď všimli, ale súčasne ste zaznamenali aj emóciu v podobe hnevu, ktorý žena má.

Pokiaľ by ste sa s ňou rozprávali osobne, pravdepodobne by ste si mysleli, že vám chce povedať niečo nepríjemné, silným a možno aj prenikavým hlasom. Je možné očakávať, že tušenie toho, čo žena ďalej, urobí vám prišlo na myseľ automaticky, rýchlo. Nejde pritom o to, že ste chceli hodnotiť jej náladu alebo čo by mohla urobiť, ale prišlo vám to na myseľ rýchlo bez toho, aby ste niečo robili.

Ako uvádza Kahneman (2012) to čo sa deje automaticky v mysli jednotlivca pri pozorovaní ženy na fotografii je nazývané pozorovanie a intuitívne myslenie. Vo výsledku tak pozorovanie jednej fotografie dokáže u jednotlivca vzbudiť emócie „rýchlo“ bez toho, aby to pôvodne zamýšľal. Ide teda o „rýchle“ myslenie.

Opačným prípadom, kedy dochádza naopak k „pomalému“ mysleniu, je napr. matematický príklad:

$$18 \times 35$$

Vaša myseľ automaticky vyhodnotila, že ide o násobenie, ale čo sa týka výsledku, tým by ste si až taký istý neboli i napriek tomu, že by ste mali určitú predstavu o možných výsledkoch. Pravdepodobne relatívne rýchlo by ste boli schopní povedať, že výsledkom nebude číslo 12 305, avšak u odpovedi 590 by ste si už taký istý neboli. K presnému výsledku by ste dospeli práve zapojením „pomalšieho“ myslenia, kedy by ste si najprv z pamäti vyvolali kognitívny program na násobenie, ktorý ste sa naučili v škole, a potom by ste ho použili na vypočítanie príkladu.

Vypočítanie príkladu vás stálo, resp. vás bude stáť určité úsilie, kedy ste cítili, že vaša pamäť zadržiava určité informácie a museli ste sledovať, k čomu ste priebežne dospeli a akým spôsobom budete pokračovať ďalej, aby ste sa dopracovali k výsledku<sup>2</sup>. Ako uvádza Kahneman (2012) v tomto prípade nejde už len o zapojenie mysle, ale celého tela, ktoré reagovalo napätými svalmi a rozšírenými zrenicami.

Psychológovia sa už niekoľko desaťročí zaujímajú o dva zmienené systémy myslenia, t. j. rýchly a pomalý systém, resp. ako ich pôvodne nazvali Stanovich a West (1998), ide o Systém 1 a Systém 2. Kahneman (2012), Thaler, Sunstein (2010) uvádzajú, že zatiaľ čo Systém 1 pracuje automaticky, rýchlo, s malým alebo žiadnym úsilím (spomeňte si na Obrázok 1), Systém 2 pracuje pomalšie a prideluje pozornosť vedomým duševným činnostiam vyžadujúcim jeho pozornosť. Súčasne činnosť Systému 2 býva častokrát spájaná so subjektívnym prežívaním, konaním, voľbou a sústredením. Kahneman (2012) dodáva, že zatiaľ čo Systém 1 generuje prekvapivo zložité modely myšlienok, je to Systém 2, ktorý dokáže konštruovať tieto myšlienky v usporiadanej sérii krokov. Úlohou Systému 2 je priebežné monitorovanie vlastného správania, ktorým je kontrola, vďaka ktorej si vieme udržať zdvorilosť, aj keď sa hneváme, alebo ostražitosť pri šoférovaní v noci (Kahnemana, 2012).

## **Intuícia**

V Systéme 1 sa človek rozhoduje na základe skúseností, je rýchly a inštinktívny, riadi sa vrozenými zručnosťami, pričom inštinktívne pocity bývajú celkom presné, ale často robíme chyby, pretože sa príliš spoliehame na svoj automatický systém“ (Thaler, Sunstein, 2010, s. 32). Predstavte si príklad s pálkou a loptičkou. Cena pátky a loptičky je 1,10 €. Pálka stojí o 1 € viac ako loptička. Koľko € stojí loptička?

---

<sup>2</sup> Výsledok je 630

Ak ste odpovedali, že stojí 0,10 €, odpovedali ste rovnako ako 50 % študentov Harvardu a MIT, avšak odpovedali ste nesprávne. V prípade menej známych univerzít dokonca takto odpovedalo až 80 % študentov. Správna odpoveď v tomto prípade je 0,05 €, pretože cena loptičky je 0,05 € a páłka je o 1 € drahšia ( $0,05 \text{ €} + 1 \text{ €} = 1,05 \text{ €}$ ), t. j.  $0,05 \text{ €} + 1,05 \text{ €} = 1,10 \text{ €}$  (Thaler, Sunstein, 2010).

Problémom v tomto prípade bola vaša intuícia, ktorá vám poskytla nesprávnu odpoveď. Čo si však predstaviť pod zmienenou intuíciou. Je to niečo známe, nejaký pocit, ktorý nevieme, odkiaľ pochádza, ale vieme ho vyjadriť slovami ako „cítim to v kostiach“ alebo „ja som to vedel“. Z pohľadu psychológie je intuícia popísaná ako nenáročný, rýchly a automatický proces (napr. vyjdete von a už po pár sekundách sa rozhodnete vrátiť po dáždnik). Ide pritom o proces, o ktorom sme sa už zmienili, že prebieha nevedome, pretože nevíete odkiaľ prichádza ten pocit, to „tušenie“, ale viete, že ak je leto a začal sa napríklad dvíhať vietor po celom dni jasnej oblohy a vyskytli sa na nej mračná, je možné očakávať búrku. Toto nevedomé spracovanie informácií v prejave tušenia vás bude nabádať k tomu, aby ste si nakoniec išli zobrať dáždnik (Thaler, Sunstein, 2010).

V prípade príkladu s dáždnikom je najhoršie, čo sa vám môže stať, že zmoknete. Existujú však aj prípady, kedy je rýchle rozhodnutie nevyhnutné a sú od neho závislé ľudské životy. Správne rozhodnutie je v tomto prípade závislé od množstva skúseností, ktoré títo jednotlivci majú, a na základe ktorých vedia vyhodnotiť situáciu. Je to práve dôsledok praxe, vďaka ktorej sa určité duševné aktivity stávajú rýchlymi a automatickými (Kahneman, 2012).

Klein (1970) vytvoril model intuitívneho rozhodovania na báze aktivácie poznania (z ang. recognition-primed decision – RPD), v ktorom je do procesu rozhodovania zapojený aj Systém 1 aj Systém 2. V prvej fáze si človek vytvorí predbežný plán, t. j. výsledok automatického Systému 1 a v druhej fáze prebieha zámerný proces, pri ktorom sa plán v mysli simuluje s cieľom zistiť, či a ako bude fungovať, t. j. zapája sa Systém 2. Model intuitívneho rozhodovania je založený na myšlienke Simona (in Myers, 2002, s. 56), kedy „situácia poskytla návod a tento návod dal expertovi prístup k informáciám uloženým v pamäti a tieto informácie mu následne poskytli odpoveď. Intuícia nie je nič viac a nič menej ako rozpoznanie niečoho“. Klein (1970) skúmal rozhodnutia veliteľov hasičov a to, akým spôsobom mohli uskutočniť správne rozhodnutia bez priestoru na porovnanie možných alternatív. Jeho pôvodná hypotéza sa obmedzovala len na bleskovú analýzu dvoch alternatív, avšak ako zistil ďalej, ukázalo sa, že nie je správna. V skutočnosti velitelia obvykle vygenerovali len jednu alternatívu, t. j. všetko čo v danom okamihu potrebovali. Vďaka získanej praxi si mohli vyberať zo širokej ponuky modelov a postupov, ktoré získali nielen v teréne, ale aj z virtuálnych skúseností. Na základe

toho dokázali identifikovať prijateľnú alternatívu, v duchu uskutočnili simuláciu a pokiaľ by takýto postup vyzeral vhodný, uskutočnili ho. Pokiaľ mal nedostatky, upravili ho. V prípade, že sa nemohol jednoducho modifikovať, prešli k ďalšej prijateľnej alternatíve a celú procedúru zopakovali, kým nedospeli k funkčnému riešeniu.

Kahneman a Klein (2009) uviedli niekoľko kritérií, ktoré nám pomôžu určiť, kedy dôverovať svojej intuícii. Odpoveďou je splnenie dvoch podmienok a to, prostredie, ktoré má v sebe pravidelnosť, aby ho bolo možné predvídať, a príležitosť naučiť sa tieto pravidelnosti v priebehu dlhšej praxe, tzv. tréning robí majstra. Splnením podmienok tak pôjde pravdepodobne o expertnú intuíciu. Ako však upozorňuje Kahneman (2012) je veľký rozdiel medzi expertom, akým je hasič, lekár, zdravotné sestry, športovci, ktorí čelia zložitým, ale v zásade usporiadaným situáciám a expertom, akým je napr. burzový maklér a politológ, ktorí formulujú dlhodobé predpovede, avšak na rozdiel od prvých expertov fungujú v prostredí s nulovou validitou. Ich neúspechy podľa Kahnemana (2012) odrážajú elementárnu nepredvídateľnosť udalostí, ktoré sa snažia predvídať. Dôležité je v tomto prípade si uvedomiť, že môže ísť častokrát o sebaklam i napriek tomu, ak profesionál o sebe tvrdí, že má správnu intuíciu v nepredvídateľnej situácii. Pokiaľ neexistujú platné metódy, intuitívne, mylne vnímané ako presné zásahy, tak môžu byť len výsledkom šťastia alebo klamstva. Intuícii tak nie je možné veriť, pokiaľ prostredie nevykazuje stabilnú pravidelnosť (Kahneman, Klein, 2009; Kahneman, 2012).

Nesmierne dôležitá je ale aj spätná väzba. Opakovaním tých istých chýb sa nikdy nezlepšíme. Thomas (1977) uvádza príklad, kedy lekárovi z počiatku 20. storočia intuícia často nahovárala, že pacient bude mať týfus. Bohužiaľ svoju predtuchu testoval tak, že pacientovi prehmatával jazyk bez toho, aby si pred tým umyl ruky, čo nakoniec naozaj skončilo tým, že pacient ochorel na týfus. I napriek tomu, že jeho predpovede boli skutočne presné, nebolo to práve v dôsledku toho, že by preukázal expertnú intuíciu.

Opakovaním tých istých chýb sa tak vo výsledku nezlepšíme. Spätná väzba má slúžiť práve na to, aby sme sa dozvedeli, kde robíme chyby, čím sa zdokonalíme omnoho rýchlejšie a vytvoríme si tak správnu intuíciu. Podľa Kahnemana (2012) je nutné zvážiť koľko skúseností s danou situáciou máme a či sú dostatočné na to, aby viedli k správne rozhodnutiu. Príkladom sú anesteziológovia, ktorí vedú v zásade okamžite, aké sú účinky ich postupu, nakoľko sú okamžite viditeľné. Iná situácia je ale v prípade rádiológov, ktorí získavajú málo informácií o presnosti diagnózy, ktorú stanovili alebo naopak o patologických javoch, ktoré nezaznamenali. Je teda pravdepodobnejšie, že si anesteziológovia vybudujú užitočné intuitívne

schopnosti a pri vyhlásení počas prebiehajúcej operácii „Mám pocit, že niečo nie je v poriadku“ by sa mal každý na operačnej sále pripraviť na stav núdze.

Vo výsledku avšak ani kvantá skúseností nepomôžu v danej situácii alebo v danom prostredí, ak neexistujú stabilné súvislosti medzi príčinami a následkami. Kahneman, Klein (2009) dospeli k záveru, že práve stabilné súvislosti sa dajú lepšie predvídať a my si do pamäte môžeme uložiť spoľahlivejšie vzorce. V prostredí „spoľahlivejších“ vzorcov pracujú napríklad spomínaní velitelia hasičských jednotiek, kedy im prostredie poskytuje veľa signálov a vzorcov v podobe zvukov a pachov, podľa ktorých vedia vyhodnotiť situáciu. Na druhej strane, v chaotickej situácii, bez stabilných súvislostí nám zrejme intuícia nepomôže a ani si ju tam nevybudujeme. Nestabilnou situáciou môže byť, napr. piata prehra v rade na hracích automatoch, kedy si myslíme, že „už nie je možné“, aby sme prehrali aj šiestykrát.

## Heuristiky

Predstavte si situáciu, že výskyt rakoviny na Slovensku je nižší v okresoch, ktoré sú riedko osídlené a v ktorých občania volia prevažne ľavicovo orientované politické strany. Čo si o tom myslíte? Predpokladáme, že v priebehu niekoľkých sekúnd, ako ste si to prečítali u vás začal pracovať Systém 2, váš tep sa zrýchlil a zornice sa rozšírili a cielene ste hľadali v pamäti a formulovali hypotézy. Súčasne ani Systém 1 nebol bez odozvy, nakoľko práca Systému 2 je závislá na faktoch a návrhoch získaných z asociatívnej pamäte. Možno ste dospeli k záveru, že ľavicovo orientované strany budú mať pravdepodobne nízky vplyv na výskyt rakoviny, avšak v prípade nižšieho výskytu rakoviny pri riedko osídlených oblastiach si už taký istý byť nemôžete. V štúdiu realizovanej Wainerom a Zwerlingom (2002) vo všetkých okresoch Spojených štátov amerických (celkom 3 141 okresov) vyplynulo, že početnosť prípadov rakoviny bola nižšia u prevažne vidieckych, riedko osídlených oblastiach tradične republikánsky orientovaných na stredozápade, juhu a západe USA. Vyvodit' teda záver, že nízky výskyt rakoviny v týchto okresoch súvisiaci priamo s čistým životným prostredím a zdravým životným štýlom, t. j. žiadne znečistenie vzduchu, vody, prístup k čerstvým potravinám bez pridaných aditív, dáva dokonalý zmysel. Na druhej strane však najvyšší výskyt rakoviny bol taktiež vo vidieckych, riedko osídlených okresoch, ktoré sú prevažne republikánsky orientované na stredozápade, juhu a západe USA. V tomto prípade, by vyvodenie miery rakoviny mohlo byť dôsledkom chudoby, nezdravého životného štýlu, kde nie je prístup ku kvalitnej zdravotnej starostlivosti, strava má vysoký obsah tukov, ľudia konzumujú príliš mnoho alkoholu a tabaku. Vo výsledku tak nedáva zmysel, aby vidiecky štýl života vysvetľoval aj nízku aj vysokú mieru rakoviny. Kľúčovým, ako uvádzajú Wainer,

Zwerling (2002) je to, že vidiecke okresy majú prevažne malý počet obyvateľov a hlavným ponaučením, ktoré by sme si mali z toho príkladu vziať je, že i keď Systém 1 je skúsený v jednej forme uvažovania, ktorou je automaticky a bez úsilia identifikovať príčinné spojenie medzi udalosťami, neznamená to, že vždy sú tieto spojenia správne. Problémom Systému 1 ako identifikoval Kahneman (2012) je, že nedokáže dobre pracovať s čisto štatistickými faktami, ktoré môžu zmeniť pravdepodobnosť výsledku, ale nemusia byť nevyhnutne jeho príčinou. Nízky alebo vyšší výskyt rakoviny bol práve dôsledkom toho, že malý počet obyvateľov v okrese, ktorý ani nespôsobuje rakovinu, ale ani jej nezabraňuje, len umožňuje, aby bol výskyt rakoviny omnoho väčší alebo menší, ako je tomu u väčšej populácie. Problémom je práve to, že malé vzorky poskytujú extrémne výsledky častejšie ako veľké vzorky.

Podľa Tverskyho a Kahnemana (1974) sa ľudia pri rozhodovaní riadia približnými pravidlami. Svoj postreh formulovali na tri heuristiky: 1) heuristika ukotvenia, 2) heuristika dostupnosti a 3) heuristika reprezentatívnosti. Vznik týchto heuristík je podmienený práve vzájomným pôsobením Systému 1 a Systému 2.

Predstavte si, že sa vás niekto spýta „Kedy si myslíš, že zomrieš? Predpokladáme, že sa vám v mysli vynorilo nejaké číslo. Teraz si predstavte, že by sa vás niekto spýtal na otázku „Koľko rokov sa dožiješ?“. Zmenila sa vaša odpoveď? Cítili ste, že sa zmenil kontext?

Tversky a Kahneman (1974) urobili experiment, v ktorom použili koleso šťastia. Koleso šťastia bolo upravené a namiesto hodnôt od 0 do 100 malo zastaviť len na hodnotách 10 a 65. Jeden z autorov sa postavil pred účastníkov experimentu, ktorí dostali pokyn, aby si zapísali na papier to číslo, na ktorom sa koleso šťastia zastaví (samozrejme buď to bolo 10 alebo 65). Následne účastníci mali odpovedať na dve otázky: „Aké percento afrických štátov, ktoré sú členmi OSN je väčších alebo menších ako to číslo, ktoré ste si práve zapísali?“ a „Aké je podľa vás percento afrických štátov v OSN?

Určite súhlasíte, že roztočenie kolesa šťastia, dokonca ani zmanipulované, nemôže priniesť užitočné informácie o čomkoľvek, a preto ho mali účastníci ignorovať. Avšak ako potvrdil experiment Tverskyho a Kahnemana (1974) priemerný odhad pri čísle 10 bol 25 % a priemerný odhad pri čísle 65 bol 45 %. Jav, ktorý sa v tomto prípade prejavil sa nazýva „efekt ukotvenia“ a vzniká v prípade, keď odhady zostávajú ovplyvnené číslom (tzv. kotvou), ktoré ľudia dostali ako možné riešenie (Quattrone et al., 1981; Epley, Keysar, Van Boven a Gilovich, 2004; Epley, Gilovich, 2006; Kahneman, 2012). „Ak by sa vás niekto opýtal, či mal Gándhí viac ako 114 rokov, keď zomrel, uvediete oveľa vyšší odhad veku úmrtia, ako by ste povedali, keby „kotviaca“ otázka uvádzala úmrtie v 35 rokoch“ (Kahneman, 2012, s. 131).

Tversky a Kahneman (1974) dospeli k záveru, že efekt ukotvenia je produktom dvoch rôznych mechanizmov, resp. systémov. Jedna forma ukotvenia sa deje v dôsledku pôsobenia zámerného procesu prispôsobenia (pôsobenie Systému 2) a druhá forma je výsledkom pôsobenia efektu „primingu“<sup>3</sup> (predprípravy - pôsobenie Systému 1).

Príklad Systému 2 je napr. experiment realizovaný Epleyom a Gilovich (2006), ktorí našli dôkaz, že prispôsobenie je zámerným pokusom nájsť dôvody na oddialenie sa od kotvy. Jedna skupina mala vždy, keď bude počuť kotvu, zakrútiť hlavou, ako keby ju odmietali, a teda vo výsledku sa vzdialili od kotvy viac a druhá skupina mala vždy, keď bude počuť kotvu súhlasne prikývnuť, t. j. vo výsledku sa držali bližšie pri kotve. Naopak, menšie prispôsobenie dosiahli účastníci, ktorí mali vyčerpané duševné zdroje v dôsledku toho, že mali pamäť zaťažujú číslami alebo kvôli tomu, že boli mierne pod vplyvom alkoholu, t. j. Systém 2 bol oslabený (alebo lenivý).

Pre pochopenie efektu primingu, tzv. predprípravy, je možné využiť experiment realizovaný Mussweiler, Strack (2000b), v ktorom účastníkom experimentu položili kotviace otázky „Je stredná ročná teplota v Nemecku vyššia alebo menšia ako 20 °C? alebo „Je stredná ročná teplota v Nemecku vyššia alebo nižšia ako 5 °C?“ Následne sa účastníkom zobrazovali slová, ktoré mali rozpoznávať. Mussweiler, Strack (2000b) zistili, že po otázke s 20 °C účastníci skôr rozoznávali „letné“ slová, ako pláž, slnko a po otázke s 5 °C rozpoznávali lepšie „zimné“ slová, ako mráz alebo lyže. Ukotvenie tak v tomto prípade vysvetľuje selektívnu aktiváciu spomienok, kedy vysoké alebo nízke údaje aktivujú v pamäti rôzne sady myšlienok.

Skúste sa na chvíľu zamyslieť a vybaviť si, ktoré povolanie je podľa vás nebezpečnejšie. Je to policajt alebo drevorubač? Predpokladám, že väčšina z vás určila za nebezpečnejšie povolanie policajta, pretože ste si v mysli dokázali jednoduchšie vybaviť nekonečný rad akčných filmov, ktoré policajtov zachytávajú v prestrelkách a bojoch o život.

Štatistické údaje však hovoria jasne. Podľa zoznamu „26 najnebezpečnejších povolaní na svete“ (Mukherjee, 2023) patrí k najnebezpečnejším povolanie drevorubač. Priemerne je pri tomto povolaní miera úmrtia 111 ku 100 000 ročne, zatiaľ čo pri povolaní policajt je to 14 ku 100 000 (U.S. Bureau of labor statistics, 2024). Tento príklad nám ilustruje jednu z najpoužívanejších heuristik a to heuristiku dostupnosti (Kahneman, 2012).

---

<sup>3</sup> Prechádzajúca skúsenosť ovplyvňuje neskoršie správanie, pričom prebieha automaticky bez hlbšieho premýšľania

Skúste odhadnúť, aké je podľa vás percento ľudí, ktorí zomreli po útoku žraloka alebo koľko ľudí zomrelo pri páde lietadla. Napadlo vám v mysli nejaké číslo? Dokázali ste si ľahko vybaviť príklad z danej kategórie? Podobne aj v tomto príklade sa ukazuje pôsobenie heuristiky dostupnosti. Podľa Kahnemana (1973), Tversky, Kahneman (1973) pokiaľ ste si dokázali relatívne rýchlo vybaviť v mysli takýto príklad, je pravdepodobné, že budete danú kategóriu prípadov posudzovať ako veľkú. I keď opak je pravdou. Omnoho viac ľudí zomrie každý deň, resp. ročne v dôsledku autonehody ako v dôsledku pádu lietadla. Avšak pád lietadla vyvoláva mediálny „ošiaľ“, a preto si naň skôr spomeniete. Podobne ako pri heuristike ukotvenia aj tu fungujú, resp. pôsobia obidva zmienené systémy. Heuristika dostupnosti, hovorí o jednoduchosti priradenia rôznych príkladov, ktoré sú danej situácii podobné a ich frekvencii výskytu (Mussweiler, Strack, 1999a, 1999b, 2000a, 2000b, 2001; Strack, Mussweiler, 1997, Kahneman, 2012). Osobné príklady, obrazy a živé príklady v pamäti sú dostupnejšie ako veci, ktoré sa stali niekomu inému. Pokiaľ by ste sa stali účastníkom dopravnej nehody alebo obeťou justičného systému, pravdepodobne by to vo vás vyvolalo strach pri cestovaní autom alebo by to podkopalo vašu vieru v spravodlivosť viac, ako keby ste o tom len čítali v novinách.

Heuristika dostupnosti však nie je nič, čo sa dá skúmať len v „laboratórnych“ podmienkach, avšak naplno sa môže prejaviť aj v reálnom živote. Predstavte si situáciu, v ktorej vás niekto požiada o finančný príspevok na nejakú zbierku, napr. „Boli by ste ochotný zaplatiť 3 € na ...“. V tomto prípade vám bola hneď poskytnutá kotva a až následne by ste sa mali priamou otázkou rozhodnúť, koľko by ste boli ochotný prispieť. Pokiaľ by priamej otázke nepredchádzala kotva, bola by odpoveď pravdepodobne rozdielna. V predchádzajúcom výskume (Muthová, 2019) sme respondentom položili otázku, v ktorej sa mali rozhodnúť „Koľko ste ochotný prispieť na tento projekt? Súčasťou otázky bol aj popis, v ktorom bola uvedená kotva „Jedná sa o sumu, ktorú by ste pravidelne (vo vami stanovenom intervale) posielali nadácii na projekt. Napr. ak by ste sa rozhodli pre mesačný interval a pre sumu 10 €, každý mesiac by ste nadácii posielali 10 €. Počas roka by ste tak nadácii poslali 120 €“. Priemerná výška príspevku bola pri tejto otázke 4 €, zatiaľ čo pri otázke bez kotvy, 36 €. V prípade otázky „Akou najvyššou sumou ste ochotný prispieť na „projekt komunitného rozvoja“, v prípade, že by vám to štát nariadil cez zvýšenie daňového zaťaženia? Sumu uvádzajte v €“, bola priemerná výška príspevku cca 42 €. K podobným výsledkom dospeli Jacowitz a Kahneman (1995), kde pri použití kotvy bola suma dobrovoľného príspevku 6 € a bez použitia kotvy boli jednotlivci ochotní darovať v priemere 64 €.

Ako však upozorňuje Kahneman (2012), heuristiky je možné vo veľa prípadoch zneužiť vo svoj prospech, pokiaľ vieme ako funguje ľudská myseľ a konanie. Kahneman (2012) uvádza

príklad, kedy zákazníci jedného supermarketu narazili pri nákupe jedného z produktov, plechoviek polievok na istú akciu, kedy bola cena polievok dočasne znížená asi o 10 %. Niektoré dni sa v regáli objavil nápis „Maximálne 12 polievok na osobu“ a iné dni nápis uvádzal „počet kusov na osobu je neobmedzený“. V prípade nastavenia kotvy v podobe obmedzenia na 12 kusov, zákazníci v priemere kupovali 7 kusov polievok. Okrem efektu ukotvenia, v tomto prípade pôsobila na správanie sa jednotlivcov aj vysoká pravdepodobnosť, že ak je niečo obmedzené, rýchlo to zmizne z regálov. Bez kotvy nakupovali ľudia v priemere 3,3 plechoviek polievok na osobu (Kahneman, 2012). Galinsky a Mussweiler (2001) zašli pri spôsobe ako odolať efektu ukotvenia ešte ďalej, kedy jednotlivcom dali pokyn, aby v pamäti vyhľadali argumenty odporujúce stanovenej kotve. Zapojenie Systému 2 dokázalo eliminovať, resp. znížiť účinok efektu ukotvenia, keď vyjednávajúci, ktorý bol v poradí ako druhý, sústredil svoju pozornosť na niečo iné. Pozícia vcítiť sa do pozície toho druhého poskytuje dobrú obranu proti účinku ukotvenia, pretože neguje skreslené myšlienky, ktoré tento efekt vyvolali (napr. v situácii, keď sa vás niekto spýta, koľko ste ochotný zaplatiť za daný produkt).

Rotliman a Schwarz (1998) realizovali experiment, v ktorom účastníkom dali dve úlohy: 1) najskôr napíšte šesť príkladov situácií, kedy ste boli asertívni a 2) potom ohodnoťte, ako ste asertívni. Pokiaľ však účastníci boli požiadaní o uvedenie dvanástich príkladov asertívneho správania, dospeli k podstatne menej asertívnemu správaniu ako v prípade šiestich príkladov. Dôvodom je, že pri šiestich si možno tri až štyri príklady asertívneho správania dokázali vybaviť relatívne ľahko, avšak pri dvanástich príkladoch je omnoho náročnejšie vybaviť si ich z pamäti. Iný experiment zrealizovali Bolkan a Andersen (2009), v ktorom žiadali okoloidúcich o pomoc pri vyplňaní dotazníka. Pri prvom pokuse sa im podarilo získať odpovede len od 29 % dotazovaných respondentov. Následne sa pokúsili zvýšiť svoje šance na úspech tým, že sa dotazovaných pýtali „Myslíte si o sebe, že ste ústretový človek?“. Prakticky všetci po krátkom zamyslení odpovedali kladne. Po tom ako respondenti sami sebe a aj pýtajúcim sa potvrdili, že sú ústretoví, požiadali Bolkan a Anderson (2009) o vyplnenie dotazníka. V tomto prípade získali odpovede od 77,3 % dotazovaných respondentov. Rýchlosť, s akou si jednotlivci spomenuli na potvrdenie ich ústretového správania, sa podpísala aj pri ochote následne vyplniť dotazník. Pravdepodobne by sa ochota menila, keby autori zašli ešte ďalej a od účastníkov požadovali aj uvedenie konkrétného príkladu ústretového správania.

Ďalším z príkladov, kedy myseľ nefunguje, resp. môže dôjsť k určitému omylu, je spojený s heuristikou reprezentatívnosti. Kahneman (2012) uvádza príklad Toma. W., ktorý študuje na univerzite. Úlohou je zoradiť nasledujúce študijné odbory podľa pravdepodobnosti, s ktorou by ich mohol Tom W. študovať: 1) ekonómia, 2) počítačové vedy, 3) strojárstvo, 4) humanitné

vedy a pedagogika, 5) právo, 6) medicína, 7) knihovníctvo, 8) prírodné vedy, 9) sociálne vedy a sociálna práca. Pri zoradení by ste sa pravdepodobne riadili relatívnym počtom študentov na jednotlivých odboroch. Je možné očakávať, že skôr bude študovať humanitné vedy a pedagogiku ako IT, vzhľadom na to, že počet študentov v odboroch s humanitným zameraním je väčší ako počet študentov na IT odboroch (tzv. základný pomer). Kahneman (2012) však dopĺňa k Tomovi W. popis, ktorý napísal psychológ z jeho strednej školy na základe psychologických testov s nejasnou validitou: Tom W. je veľmi inteligentný, ale chýba mu kreativita. Má potrebu udržiavať vo veciach poriadok a prehľadnosť, vedie si jasné a usporiadané systémy, kde každý detail zapadá na svoje miesto. Jeho štýl písania je jednotvárný, mechanický, občas je oživený intelektuálnym slovným obratom alebo zábleskom sci-fi predstavivosti. Snaží sa byť kompetentný. Zdá sa, že má slabé cítenie a sympatie pre druhých ľudí a je skôr introvertnej povahy. Je síce skôr zahľadený do seba, ale má vysoký zmysel pre morálku (Kahneman, 2012).

Následne by ste mali na základe opisu Toma W. zoradiť vyššie menované študijné programy tak, aby najviac sedeli na uvedený opis. Z výsledku experimentu Tverskyho a Kahnemana s opisom Toma W. skončilo poradie nasledovne: 1) počítačové vedy, 2) strojárstvo, 3) ekonomika, 4) prírodovedné vedy, 5) knihovníctvo, 6) právo, 7) medicína, 8) humanitné vedy a pedagogika, 9) sociálne vedy a sociálna práca. Predpokladáme, že mnohí z vás vybrali práve počítačové vedy ako jeden z najpravdepodobnejších študijných programov, ktoré by mohol študovať Tom. W. Zoradenie študijných odborov podľa profesijnej charakteristiky vyžaduje práve zapojenie Systému 2. Avšak určité „nápovede“ (intelektuálne slovné obraty), ako ich označil Kahneman (2012) mali za cieľ aktivovať asociácie s určitými stereotypmi a teda zapojiť Systém 1.

V tretej úlohe, určenej pre vysokoškolských študentov psychológie mali študenti zoradiť študijné odbory podľa pravdepodobnosti, s ktorou Tom W. študuje daný odbor. Študenti poznali relevantné štatistické fakty, poznali základné pomery jednotlivých študijných programov a vedeli, že popis Toma W. nie je veľmi dôveryhodný. Očakávania boli, že študenti sa budú skôr radiť stereotypom, t. j. reprezentatívnosťou ako pomermi počtu študentov na jednotlivých študijných odboroch (základný pomer) a súčasne budú ignorovať pochyby ohľadom správnosti popisu. Ako môžete očakávať, študenti (celkovo 114 na troch univerzitách) sa dopustili práve tej chyby, že ignorovali nesprávne údaje (chýbajúcu validitu popisu a základný pomer) a ich zoradenie študijných odborov vychádzalo práve zo stereotypu jednotlivca.

Ako teda dospieť k výsledku, bez toho, aby sme skĺzli k stereotypom? Ako uvádza Kahneman (2012) dôležité je zostať pri svojich prvých úvahách, kedy informácie o Tomovi neboli k dispozícii a len ľahko zredukovať pôvodnú vysokú pravdepodobnosť humanitných vied a pedagogických, sociálnych vied a sociálnej práce a ľahko zvýšiť nízku pravdepodobnosť „malých“ odborov ako je knihovníctvo a počítačové vedy. I napriek tomu, že výsledok nebude presne zodpovedať stavu, kedy ste o Tomovi W. nevedeli nič a ďalšie informácie, ktoré máte nie sú dôveryhodné, mali by vo vašom odhade dominovať základné pomery.

Na druhej strane stojí názor Gigerenzera (1996), ktorý uvádza na rozdiel od Kahnemana a Tverského (1996) pozitívny pohľad na heuristiky. Zatiaľ čo Kahneman a Tversky (1996) považujú heuristiku za dôvod, prečo sa v niektorých situáciách správa jednotlivec neracionálne, Gigerenzer et al. (1999) sa pokúsili zistiť, prečo sú stratégie realizované jednotlivcom vo veľkej časti prípadov úspešné. Ich efektívnosť nehodnotili iba na základe správnosti riešenia, ku ktorému heuristika viedla, ale aj z hľadiska ich ekonomickosti a rýchlosti, t. j. ako uvádza Payne (1993) ak je rozhodnutie rýchle a dosiahnuté s minimálnou námahou. Simon (1957, 1982) hovorí o princípe uspokojenia, kedy namiesto vyhodnocovania všetkých vlastností pri hľadaní napr. partnera a toho, či spĺňa naše kritéria, sa uspokojíme s výberom partnera, ktorý spĺňa našu ašpiračnú úroveň. Ako dopĺňa Simon (in Todd et al. 1999) naše mysle sa vyvíjali v organizovanom a predikovitom prostredí, na ktoré sa dokázali adaptovať, a preto je pre správne porozumenie potrebné skúmať kognitívne schopnosti vo vzťahu s prostredím, v ktorom vznikali.

Podľa Gigerenzera et al. (1996) majú heuristiky tri funkcie, ktorou je vyhľadávanie, zastavenie a voľba. Heuristika vyhľadávania je spojená s vyhľadávaním informácií, aby nedošlo k preťaženiu, existuje heuristika zastavenia a napokon, to čo riadi proces výberu jednej z alternatív, je heuristika voľby. V praxi je ju možné zapísať to do formy výroku „Ak (podmienka 1, podmienka 2,..., n) , potom TAK (akcia 1, akcia 2,..., n).

Heuristika rekognície znamená uskutočnenie rozhodnutia na základe známosti objektu, kedy sa riadi pravidlom, ak existujú dve alternatívy, z ktorých jednu poznáš a druhú nie, vyber si radšej tú, ktorú poznáš.

Heuristika minimalistu je spojená s minimálnym množstvom informácií, ktoré máme počas rozhodovania k dispozícii. Pri vyhľadávaní si z alternatív náhodne vyberie jedného ukazovateľa, s ktorým porovná dve alternatívy. Následne vyhľadávanie zastaví a dospeje k ukazovateľovi, v ktorom sa alternatívy odlišujú a vyberie tú, ktorá mala v danom ukazovateli lepšiu hodnotu. Predstavte si to ako nákup mobilného telefónu. Pokiaľ ste si stanovili, že váš nový mobilný telefón musí mať minimálne 50Mpx fotoaparát a jeden z produktov by mal

fotoaparát až 108 Mpx, pravdepodobne by ste si vybrali ten s vyšším Mpx. Samozrejme v tomto prípade abstrahujeme od kvality fotoaparátu, resp. jeho výrobcu.

Heuristika „ber to najlepšie“ má podobný postup ako heuristika minimalistu. Rozdiel je v tom, že disponuje informáciou, ktorý ukazovateľ je najsilnejší. Pokiaľ by sme mali určiť, ktoré z dvoch miest má väčšiu populáciu, budeme využívať naše vedomosti o posudzovaných mestách a porovnávať ich na základe známych ukazovateľov ako je napr. je v meste univerzita? Hrá miestny futbalový tím v celoštátnej lige? Ako uvádza Gigerenzer (1996) podstatné je najprv určiť váhu ukazovateľa, ktorý považujeme za najsilnejší. Váhu ukazovateľa určuje jeho ekologická validita a diferenciálna schopnosť. Ekologická validita znamená, že úspešnosť heuristik pramení z korelácie medzi posudzovaným stavom sveta a vnímaným ukazovateľom, na základe ktorého sa rozhodujeme (Brunswik, 1955 in Gilovich et al., 2005). Podľa Gigerenzera (1996) sa určovať validitu ukazovateľa v prirodzenom prostredí implicitne učíme, pričom ju môžeme vypočítať ako podiel počtu všetkých prípadov, keď rozhodnutie na základe tohto ukazovateľa vedie k správnej inferencii a počtu všetkých inferencií (t. j. správnych aj nesprávnych) (Gigerenzer, 1996). Pokiaľ používame heuristiku ber to najlepšie, vyberáme si ukazovatele, o ktorých predpokladáme, že majú najvyššiu validitu a diskriminačnú schopnosť. Vyhľadávanie zastavíme, keď nájdeme ukazovateľa, spoľahlivo odlišujúceho jednotlivé alternatívy. Následne sa rozhodneme pre alternatívu s vyšším skóre v danom ukazovateli. Ak nezistíme rozdiel v žiadnom z posudzovaných ukazovateľov, rozhodneme sa náhodne.

Tversky a Kahneman (1974) predstavenými heuristikami poukázali na to, že človek sa vo svojom živote často spáva neracionálne, resp. s obmedzenou racionalitou, má zničujúce sklony, ktoré nastanú, keď prestáva sledovať svoj vlastný záujem (napr. fajčí, používa návykové látky, porušuje pravidlá cestnej premávky a nezúčastňuje sa pravidelných preventívnych prehliadok). Bežní ľudia tak na rozdiel od homo oeconomicus ako uvádza Thaler, Sunstein (2010)<sup>4</sup>, Kahneman (2012), potrebujú pomoc, pričom existujú informované a nevtieravé spôsoby, ako im túto pomoc poskytnúť. Je nutné si uvedomiť, že aj keď heuristiky pomáhajú v množstve situácií, existujú aj také, v ktorých sú neefektívne, resp. až neetické a manipulatívne.

---

<sup>4</sup> Thaler a Sunstein (2010) používajú pojem ekoni (econs). Podľa nich (Thaler, Sunstein, 2010) ide o človeka, „ktorý dokáže myslieť ako Albert Einstein, má kapacitu pamäti ako IBM Big Blue a silu vôle ako Mahátma Ghándhí“ (Thaler, Sunstein, 2010, s. 16).

## 2.2. Vplyv libertariánskeho-paternalizmu na rozhodovanie a konanie jednotlivca

Na jednej strane sa stretneme s pojmom „štátny paternalizmus“, ktorý má opodstatnenie v korekcii správania sa/spotreby jednotlivcov, ktorou nesledujú svoj úžitok z dôvodu nedokonalých informácií, či kognitívnych predsudkov (Stiglitz, 1997). Podľa Stiglitz (1997) ľudia môžu i pri dokonalých informáciách robiť „chyby“ avšak zastávať názor, že štát by mal intervenovať do ekonomiky len kvôli tomu, že „vraj“ pozná potreby jednotlivcov lepšie (paternalizmus) ako oni sami, je neoprávnený. Dôvodom je, že akonáhle by štát prijal svoju paternalistickú úlohu, rôzne nátlakové skupiny by sa to snažili zneužiť vo svoj prospech a vnútili by štátu svoje predstavy o tom, ako by sa ľudia mali správať a čo by mali spotrebovať. I keď je možné realizáciou štátnych intervencií priblížiť sa paretovmu optimu, neznamená to automaticky, že sú tieto štátne intervencie aj žiadúce.

Stiglitz (1997) definuje dôležitú vlastnosť paretovskej efektívnosti, ktorou je jej individualizmus. V prvom rade pareto efektívnosť berie do úvahy len blahobyt jednotlivca bez ohľadu na vzájomné postavenie jednotlivcov, t. j. neprikladá explicitný význam nerovnosti v spoločnosti. Zmena, ktorá by zvýšila úžitok jednotlivca bez zníženia úžitku iného jednotlivca je pareto efektívnou bez ohľadu na to, či tým prehĺbime dôchodkovú nerovnosť úžitku v prípade, ak budeme zvyšovať úžitok toho bohatšieho. Prehľbovanie rozdielov medzi najchudobnejšími a najbohatšími je škodlivé a vedie len k sociálnemu napätiu v spoločnosti.

Podľa Stiglitz (1997), druhým dôvodom individualistického charakteru je ohodnotenie vlastného blahobytu jednotlivca (suverenita spotrebiteľa). Koncept suverénneho spotrebiteľa tvrdí, že „jednotlivec je najlepším posudzovateľom svojich potrieb a prianí, a preto vie sám najlepšie posúdiť, čo mu prospieva“ (Stiglitz, 1997, s. 127). Existujú však aj výnimky, napr. väčšina rodičov verí, že ich deti nie sú schopné uvedomiť si plne dôsledky svojho správania, správajú sa často krátkozrako a dávajú prednosť krátkodobým záujmom pred dlhodobými. Deti pôjdu radšej do kina alebo budú čas tráviť hraním videohier, ako by sa mali pripravovať na dôležitú skúšku, prípadne odídu zo školy, ak sa im naskytne možnosť zarobiť veľkú sumu peňazí, čím ohrozujú svoje príjmy v budúcnosti. I keď štát nemôže urobiť veľa v prvom prípade (t. j. zregulovať spôsob trávenia voľného času), môže sa pokúsiť o obmedzenie v druhom prípade, napr. zavedením povinnej školskej dochádzky. Argument pre zásahy štátu do ekonomiky v pareto efektívnej situácii je, že ľudia sa v niektorých situáciách nesprávajú tak, aby to bolo v ich najväčšom záujme.

Podľa Thaler a Sunsteina (2010) by však ľudia mali mať možnosť slobodne (liberálne) sa rozhodovať o tom, čo chcú alebo nechcú, tzv. liberálne hľadisko. Vezmime si za príklad riaditeľku školskej jedálne Carolyn, ktorá denne vydá obedy pre približne 1 000 detí. Carolyn

získala magisterský titul v oblasti výživy a zaujímalo ju, či dokáže ovplyvniť deti vo výbere jedál zmenou ich vystavenia a usporiadania. Umiestnenie jedál sa líšilo v každej škole, v jednej boli v úrovni očí hranolky a v druhej napríklad šalát. Zmenou usporiadania dokázala Carolyn zvýšiť alebo znížiť spotrebu množstva druhov jedál až o dvadsať percent. Carolyn zistila, že malými zmenami, ako je vystavenie a usporiadanie (tzv. vytvorila architektúru výberu) dokáže deti ovplyvniť tak, aby si vybrali zdravú stravu namiesto nezdravej (Thaler, Sunstein, 2010).

„Paternalistické hľadisko tejto stratégie spočíva v tom, že architekti výberu majú právo snažiť sa ovplyvniť správanie ľudí tak, aby ich životy boli dlhšie, zdravšie a lepšie“ (Thaler, Sunstein, 2010, s. 15). Carolyn, v príklade predstavenom Thalerom a Sunsteinom (2010) považujeme za architektku výberu, pretože je zodpovedná za usporiadanie súvislostí a kontextu, v ktorom sa deti rozhodujú. V prípade libertariánskeho paternalizmu majú jednotlivci zachovanú možnosť slobodne sa rozhodnúť, čo chcú urobiť a čo robiť nechcú. Libertariánski paternalisti, akým je napr. riaditeľka školskej jedálne, chcú zachovať, aby možnosť voľby pre jednotlivca bola jednoduchá, ale súčasne aby bola v jeho najlepšom záujme.

Na druhej strane, ako uvádza Thaler a Sunstein (2010) určitý spôsob postrčenia (nudge) môže pomôcť ľuďom dosiahnuť ich vlastné ciele.

Uplatnením libertariánskeho paternalizmu, resp. realizáciou postrčení „architektmi výberu“, môžeme jednotlivcom, ako už bolo zmienené, pomôcť dosiahnuť svoj cieľ, avšak s tým rozdielom, že jednotlivec má možnosť slobodne sa rozhodnúť, či dané riešenie akceptuje alebo nie. Pokiaľ sa vás niekto opýta na cestu a vy ho navediete (správate sa ako paternalista), je len na ňom, či sa po tej ceste vydá alebo nie (správa sa slobodne) (Thaler, Sunstein, 2010).

Podľa Kahnemana (2012), ak existuje predpoklad, že ekonomickí aktéri sú racionálni, je to intelektuálnym základom pre libertariánsky prístup k verejnej politike, t. j. nezasahovať do práva jednotlivca na slobodnú voľbu, pokiaľ jeho voľba neškodí, resp. neobmedzuje iných. Vo svete, kde by sa všetci ľudia správali ako homo oeconomicus (ekoni), by vláda a inštitúcie nemali do slobodnej voľby jednotlivcov zasahovať. Pokiaľ by samozrejme neubližovali iným, mohli by si robiť, čo chcú (Thaler, Sunstein, 2010).

Abstrahovaním od ekonov a akceptovaním jednotlivcov s obmedzenou racionalitou, je ďalším dôvodom, prečo by štát nemal trvať na svojom paternalistickom riešení, že v prípade spoločnosti, kde je niekoľko stoviek prípadne až niekoľko miliónov ľudí, sa štát nemôže rozhodnúť správne. Dôvod je zrejmý, štát nepozná hodnotu statku, resp. nepozná úžitky tých občanov, ktorí statok spotrebovali a nepozná ani stratu (náklady) tých občanov, ktorí svojimi daňami na statok prispievajú, ale nespotrebojú ho (Hayek, 1994). Štát získava svoje zdroje donútením a uvalením daní, zatiaľ čo slobodný trh poskytuje mechanizmus alokácie zdrojov

pre súčasnú aj budúcu spotrebu, pričom zdroje alokuje do najproduktívnejších oblastí. Podnikateľovi tak poskytuje prostriedok k optimálnej alokácii zdrojov, k oceňovaniu statkov a služieb (Rothbard, 2001). Súkromné podniky získavajú svoje zdroje vždy od investorov a spotrebiteľov. Inými slovami to znamená, že podnik získa zdroje len od jednotlivcov, ktorí si cenia jeho služby, kupujú ich a od investorov, ktorí sú ochotní riskovať svoje uspokojenie prostriedky v prospech očakávaného zisku. Platby a služby sú na trhu tak opäť spojené (Rothbard, 2001).

Štát avšak takýto vnútorný mechanizmus kontroly nemá, t. j. nemá žiadnu požiadavku splniť test ziskovosti pri poskytovaní svojich služieb spotrebiteľom, na základe ktorého by mohol rozhodovať o výške potrebných prostriedkov na danú službu. Ako uvádza Rothbard (2001, s. 292), ak neexistuje mechanizmus, ktorý by štát držal pri poskytovaní služieb na „uzde“, neexistuje ani možnosť, aby štát alokoval zdroje racionálne. Ako môže štát vedieť, či postaviť cestu A alebo cestu B, či investovať do cesty alebo do materskej školy, a v konečnom dôsledku koľko má za všetky svoje aktivity zaplatiť? Neexistuje preto žiadny racionálny spôsob ako prostriedky alokovať, či dokonca rozhodnúť, koľko ich vybrať (Rothbard, 2001).

Výhodou libertariánskeho paternalizmu v porovnaní so štátnym paternalizmom je, že ide o slabý druh paternalizmu, pretože výber nie je obmedzený, ani nijako významne zaťažovaný. Ak chcú ľudia naďalej fajčiť cigarety, nechodiť na pravidelné preventívne prehliadky alebo jesť nezdravé jedlo, z pohľadu libertariánskeho hľadiska ich nebude nikto nútiť, aby robili niečo, čo nechcú a ani im nikto nebude situáciu sťažovať (Thaler, Sunstein, 2010).

Libertariánski paternalisti sa snažia len ľudí postrčiť smerom, ktorý by im zlepšil život. Postrčenia, ako uvádza Thaler, Sunstein (2010) dokážu ovplyvniť bežných ľudí, nie však ekonov, ktorí sa na rozdiel od bežných ľudí nemýlia, pretože predvídateľne a systematicky myslia.

Sunstein (2016) uvádza, že fungovanie postrčení je ovplyvnené informáciami, ktoré poskytujú ľuďom, iné z toho dôvodu, že im uľahčujú rozhodnutia, tak ako poukázali vyššie zmienené heuristiky, keďže ľudia si častejšie zvolia „jednoduchšiu“ cestu. V iných prípadoch je dôvodom zotrvačnosť (napríklad ak ide o predvolený výber ako je nastavenie zvonenia mobilného telefónu alebo predvolená možnosť prispievať na charitatívnu zbierku), prípadne kvôli sociálnym vplyvom okolia. Predvolený výber nevyžaduje množstvo úsilia, je jednoduchý a ľahký, a preto si ho vyberá množstvo ľudí, resp. nemá záujem ho zmeniť. Tento výber je nastavený tak, že bude platiť aj keď človek nič neurobí a pravdepodobne skončí pri tejto možnosti, či už je to výhodné alebo nie. Samozrejme nemáme na mysli len veci, ktoré priamym spôsobom vplyvajú na blahobyt jednotlivca (ako je napr. predvolená výška príspevku na

dôchodkové sporenie), ale môže ísť aj o veci, ktoré jeho blahobyť ovplyvňujú nepriamo, resp. vôbec (napr. zmena nastavení spracovania osobných údajov na sociálnych sieťach). Thaler a Sunstein (2010, s. 102) dodávajú, že „behaviorálne sklony k nečinnosti ešte zosilnejú, ak bude predvolený výber obsahovať skrytý alebo otvorený náznak toho, že predstavuje normálny alebo odporúčaný priebeh vecí“.

Behaviorálna ekonómia sa zameriava na psychologické faktory, ktoré môžu mať za následok, že niekomu jednotlivec povie „áno“ (napr. uprednostní predvolený výber), zatiaľ čo v inom prípade môže na rovnakú požiadavku odpovedať „nie“ (zmení predvolený výber) (Cialdini, 2012). Pozitívum behaviorálnej ekonómie je, že rozširuje štandardnú ekonomickú teóriu o nové prístupy zohľadňujúce psychologické motívy konania jednotlivcov (Diamonda a Vartiainena, 2007). Zohľadnením psychologických motívov pôsobiacich na rozhodovanie jednotlivcov získame presnejšie predikcie ohľadom očakávaného správania sa jednotlivcov v danej situácii. Štát, by mal využiť tieto faktory, resp. podnety ovplyvňujúce konanie jednotlivcov vo svoj prospech, napr. zistením, ako jednotlivci reagujú na podnety a ktoré z týchto podnetov (faktorov) sú pre jednotlivca významné (Dolan et al., 2009).

Behaviorálne intervencie zavádzané do tvorby verejných politík, či na národnej, regionálnej alebo miestnej úrovni, sú v súčasnosti veľmi rozšírené. Behaviorálne postrčenia a iné formy intervencií sa ukázali ako účinný a efektívny spôsob ovplyvnenia účinnosti verejnej politiky v rôznych oblastiach. V nasledujúcej časti si vymedzíme psychologické faktory, ktoré ovplyvňujú konanie jednotlivcov v rôznych situáciách a následne si uvedieme príklady realizované v praxi.

### **2.3. Psychologické faktory pôsobiace na konanie jednotlivcov**

Ekonómia sa v snahe lepšieho porozumenia ľudského konania snaží spolupracovať s inými vednými odbormi, ako sú napríklad psychológia, sociológia či antropológia (behaviorálna ekonómia). Odhaľovanie faktorov ovplyvňujúcich konanie jednotlivcov je možné využitím aparátu experimentálnej ekonómie..

Pri definovaní a vymedzení faktorov budeme vychádzať z konceptu MINDSPACE, v ktorom Dolan et al. (2009) zadefinovali deväť najvýznamnejších faktorov ovplyvňujúcich konanie jednotlivcov. Ide pritom o faktory, ktoré je možné nájsť v prácach aj iných autorov (Andreoni, 2006; Andreoni, 2011; Andreoni, Croson, 1998; Andreoni et al., 2016; 2017; Ariely, 2009; Bochet et al, 2006; Cialdini, 2009; Cox et al., 2015a, 2015b; Duquette, 2016; Einolf, 2011; Chetty et al., 2009; Kahneman, 2012; Kamas et al., 2008; Kocher et al., 2011; Nosenzo et al., 2015; Orbell et al., 1988; Thaler, Sunstein, 2010; Schechter; 2007; Simon, 1997; Snipes,

Oswald, 2017; Willer et al., 2013), avšak daný dokument považujeme za akýsi sumár faktorov pôsobiacich na jednotlivcov, ktoré sa v individuálnej podobe objavujú aj u iných autorov. Ako uvádzajú v úvode svojej práce (Dolan et al., 2009) ovplyvňovanie jednotlivcov nie je pre vládu, resp. štát nič nové, pretože štát sa tvorbou právnych predpisov, regulácií a daní snaží „ovplyvniť“ správanie sa ľudí a dosiahnuť požadované politické výsledky (t. j. realizácia štátneho paternalizmu). V mnohých prípadoch však štát do istej miery zlyháva a v situácii, akou je napr. zníženie počtu ľudí s chronickými zdravotnými ťažkosťami, sa tieto problémy riešia neskoro, resp. vôbec. Pritom aplikácia postrčení, či už v zmysle fyzického zlepšenia zdravotného stavu alebo včasnou identifikáciou zdravotných problémov, môže v nemalej miere ovplyvniť aj výšku verejných výdavkov a v konečnom dôsledku aj samotnú výšku výdavkov na zdravotníctvo. Ovplyníť konanie jednotlivca je v mnohých prípadoch preto vnímané ako atraktívne, pretože v niektorých prípadoch môže dospieť k podobným alebo dokonca lepším výsledkom pri nižších nákladoch.

Základom akéhokoľvek rozhodnutia jednotlivca je, či už ide o ekona, alebo nie, že jednotlivec sa pri rozhodovaní riadi a analyzuje informácie v podobe podnetov, ktorými disponuje (napr. informácie od štátu, samospráv, trhu), pričom predpokladá, že výsledné rozhodnutie bude pre neho najlepšou voľbou (DellaVigna, 2009, Dolan et al., 2009). Podstatným je preto mať informácie, ktoré budú spoľahlivé a budú skutočne vychádzať z toho, ako sa ľudia správajú, t. j. identifikovať psychologické faktory ovplyvňujúce konanie jednotlivcov.

Existujú však aj dôkazy, ktoré potvrdzujú, že nákladovo efektívnejšia môže byť len zmena kontextu a nie myslenia ľudí. Müller–Riemenschneider a Willich (2009) zistili realizovaním štúdie hodnotiacej nákladovú efektívnosť fyzickej aktivity, že intervencia, ktorá zmenila kontext, mala potenciál byť efektívnejšia, ako len opatrenia založené na informáciách (napr. telefonické konzultácie, printové materiály, konzultácie s pracovníkom pre rozvoj pohybovej aktivity, poradenstvo. Vo výsledku nákladovo efektívnejšia bola intervencia, ktorá zaviedla cyklistické a pešie chodníky na podporu zdravého správania sa.

Iná intervencia (Wang et al., 2004) sa snažila vyprovokovať vodičov k zníženiu jazdy tým, že na ceste bola namaľovaná séria bielych pruhov, ktoré sa zdali spočiatku rozmiestnené rovnomerne, avšak pri priblížení k nebezpečnej zákrute pruhy vyzerali, že sa k sebe približujú. Zvolený dizajn zameraný na zmenu rýchlosti jazdy (i keď rýchlosť sa v skutočnosti nezmenila) mal vyprovokovať vodiča k prirodzenému inštinktu spomaliť. Náklady na zrealizovanie takejto intervencie sú takmer nulové, ale jej účinnosť je veľmi významná (Thaler, Sunstein, 2010.)

Z pohľadu nákladovej efektívnosti pri realizovaní postrčení je najsilnejším argumentom v ich prospech to, že pri realizácii štátneho paternalizmu v jeho klasickej podobe cez príkazy a zákazy, jednoducho neexistuje neutrálna možnosť. Štát direktívne ovplyvňuje správanie človeka bez ohľadu na jeho blahobyť, resp. v tom v zmysle, že štát vie, čo je pre jednotlivca najlepšie. Realizovaním postrčení v zmysle libertariánskeho paternalizmu však môže zvoliť možnosť, kedy ponechá rozhodnutie na jednotlivca, a čo môže byť prospešné nielen pre štát, ale aj pre neho samotného. Výhoda tohto uvažovania je práve to, že pri rozhodovaní pracujeme s obmedzenými zdrojmi (Halpern et al., 2007).

Na druhej strane jedným z problémov, ktorým čelí behaviorálna ekonómia je, že existujú rôzne názory ohľadom účinkov postrčení a ich vplyvu na jednotlivcov. Zároveň sú niektoré tieto deklarované účinky a vplyvy určitých faktorov pôsobiacich na jednotlivca založené len na jednej alebo dvoch štúdiách, pričom nemusia nevyhnutne „pasovať“ danej cieľovej skupine, vzhľadom na rozdielnu mieru vplyvu u jednotlivých cieľových skupín. Príkladom je ochota darovať krv a spôsoby oslovovania potenciálnych darcov, kedy mladší darcovia preferujú využívanie marketingových nástrojov a sociálnych sietí, kým na ochotu starších jednotlivcov darovať krv, marketingové nástroje a sociálne siete majú minimálny, resp. žiadny vplyv (Dolan et al., 2009; Ferguson et al., 2008; France et al., 2007a, 2007b; Godin et al., 2005; Misje et al., 2005; Masser et al., 2009).

V nasledujúcej časti kapitoly sa zameriame na psychologické faktory (MINDSPACE), ktorých platnosť bola overená viacerými štúdiami a mali opakovane silný vplyv na jednotlivcov (Andreoni, 1989; 2006; 2011; Andreoni, Croson, 1998; Andreoni et al., 2016; 2017; Ariely, 2009; Bekkers, Wiepking, 2010; Bochet et al, 2006; Carpenter, Myers, 2010; Cialdini, 2009; Cinyabuguma et al, 2005; Cox et al., 2015a, 2015b; Dolan et al., 2009; Duquette, 2016; Einolf, 2011; Chetty et al., 2009; Kahneman, 2012; Kamas et al., 2008; Kocher et al., 2011; Marx, Carter, 2014; Nosenzo et al., 2015; Orbell et al., 1988; Thaler, Sunstein, 2010; Schechter, 2007; Simon, 1997; Snipes, Oswald, 2017; Wiepking, Bekkers, 2012; Willer et al., 2013). Názov konceptu MINDSPACE je akronymom 9 slov, kde hlavnú charakteristiku uvádzame v nasledujúcej tabuľke (Tabuľka 1).

Tabuľka 1 Koncept MINDSPACE

| Názov faktora                     | Popis                                                                                                               |
|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Messenger (posol)                 | Jednotlivec je ovplyvnený tým, kto mu danú informáciu poskytol                                                      |
| Incentives (stimuly)              | Reakcie jednotlivca na stimuly sú formované predvídateľnými mentálnymi skratkami, so silnou snahou vyhnúť sa strate |
| Norms (normy)                     | Jednotlivec je ovplyvnený tým, čo robia ostatní                                                                     |
| Defaults (prednastavené možnosti) | Jednotlivec „ide s prúdom“ vo vopred prednastavených možnostiach                                                    |
| Salience (pútavosť)               | Pozornosť jednotlivca je upútaná niečím novým, pre neho relevantným                                                 |
| Priming (predpríprava)            | Konanie jednotlivca je ovplyvnené podvedomými podnetmi                                                              |
| Affect (pocity)                   | Pocity jednotlivca môžu výrazne ovplyvniť jeho konanie                                                              |
| Commitments (záväzky)             | Jednotlivec koná v súlade s jeho sľubmi, na základe princípu reciprocity                                            |
| Ego (ego)                         | Jednotlivec koná tak, aby mal zo seba čo najlepší pocit                                                             |

Zdroj: Spracované podľa Dolan et al. (2009)

Niektoré z týchto faktorov je možné priradiť pôsobeniu Systému 1 (normy, prednastavené možnosti, pútavosť, upriamenie pozornosti a pocity), zatiaľ čo zvyšné sú skôr výsledkom pôsobenia Systému 2 a opierajú sa o reflexívne spracovanie (posol, stimuly, záväzky, ego) (Vlaev, Dolan, 2009). Vlaev a Dolan (2009) uvádzajú, že i napriek existencii tradičných teórií zmeny správania sú založené na poznaní a rozhodnutiach Systému 2, je pre pochopenie ako napr. fungujú stimuly, kľúčové zohľadniť automatické účinky averzie voči strate spolu s viac uvažujúcim zvažovaním nákladov a prínosov,

Prvým faktorom je faktor M „messenger“ (posol), súvisí s osobou nositeľa informácie, ktorá má determinovať konanie jednotlivca. Jednotlivci sa skôr rozhodnú reagovať na správu v prípade, že im informáciu poskytol expert, resp. autorita<sup>5</sup> (napr. výživový poradca, výskumný asistent, vyškolený učiteľ) ako len „laik“ z danej oblasti (napr. autor článku v časopise) (Webb, Sheeran, 2006). Podľa Durantini et al. (2006) v prípade, že existuje medzi expertom a respondentom určitá demografická a charakterová podobnosť, dochádza k zvýšeniu efektívnosti danej intervencie, ktorej výsledkom je želané správanie sa respondentov. Podobnú situáciu možno pozorovať nielen pri expertoch z danej oblasti, ale aj v prípade, že informáciu sprostredkováva atraktívny, charizmatiký vodca (jednotlivec), resp. v situácii, keď

---

<sup>5</sup> Cialdini (2012, 2016) definuje autoritu ako niekoho kto môže druhých presvedčiť k súhlasu na základe svojej všeobecne rešpektovanej odbornosti.

respondenti dostanú za úlohu predstaviť si takéhoto človeka (Landry et al., 2006; Grabo, Vugt, 2014). V prípade, že im informáciu sprostredkováva niekto nesympatický, resp. niekto koho nemajú „radi“, môže sa stať, že jednotlivci i napriek užitočnosti informácie, danú informáciu pri rozhodovaní nevezmú do úvahy, resp. už len z princípu ju zavrhnú (Cialdini, 2009).

I napriek tomu, že odbornosť jednotlivca je dôležitá, v niektorých prípadoch je dôležitý aj vplyv kolegov, resp. rovesníkov. V programe „Health Buddy“ bolo snahou naučiť žiakov zdravšiemu životnému štýlu. Starší žiaci sa učili od učiteľov a následne pôsobili ako rovesnícki učitelia pre mladších žiakov. V porovnaní s kontrolnou skupinou došlo zapojením starších žiakov vo vzťahu k mladším k zvýšeniu vedomostí o zdravom životnom štýle a dokonca aj k úbytku hmotnosti (Stock et al., 2007). Samozrejme rovesnícke skupiny môžu mať aj negatívny vplyv, kedy v štúdií realizovanej Duncanom a Portesom (1968) zistili, že je omnoho vyššia pravdepodobnosť, že dieťa začne fajčiť, ak fajčí niektorý z jeho kamarátov, v porovnaní s tým, ak fajčí jeden jeho rodič.

V súvislosti s faktorom „Messenger“ (posol) dôležitú úlohu zohrávajú pozitívne emócie, ktoré u druhých vzbudíme. Pozitívne emócie je možné vzbudiť jednak zalichotením a jednak poukázaním na to, v čom sme si s dotýčným podobní. Tieto dve metódy sú kľúčové z toho dôvodu, že zvyšujú sympatie jednotlivca u protistrany a z toho dôvodu aj šancu na úspech (Cialdini, 2016, s. 170). Predchádzajúce výskumy venované vodcovstvu ukázali, že nasledovníci, resp. jednotlivci, sú silne ovplyvnení fyzickými predpokladmi vodcu (napr. výška vodcu – Blaker, et al., 2013), fyzickou atraktivnosťou budúceho vodcu (Goktepe, Schneier, 1989, Little et al., 2007). V čase vojny jednotlivci volia skôr mužského vodcu a v čase mieru ženského vodcu (Spisak et al., 2012), starší vodcovia sú napríklad preferovaní v čase stability, zatiaľ čo v čase zmien sú preferovaní mladší vodcovia (Spisak et al., 2014).

Faktor I „incentives“ (stimuly) sa používa ako mechanizmus motivácie k zmene správania (Dolan et al., 2009), s informáciou o strate alebo o zisku niečoho. Platí, že existuje tzv. The Willingness to Pay - Willingness to Accept Gap, teda že ľudia omnoho citlivejšie vnímajú stratu niečoho, čo majú (strata v prípade nerealizácie intervencie), ako získanie niečoho nového (zisk v prípade realizácie intervencie) (Kahneman, Tversky, 1979; Ebhohimhen a Avenell, 2008; Volpp et al., 2008). Vplyv stimulov jednoznačne závisí od faktorov, ako je typ, rozsah a načasovanie stimulu. Behaviorálna ekonómia naznačuje, že na to, ako jednotlivci reagujú na stimuly, môžu vplývať aj ďalšie faktory, ktoré nám môžu umožniť navrhnúť účinnejšie systémy. Dolan et al. (2009) zadefinovali päť „dôvodov“, ktoré v prípade faktora „incentives“ zohrávajú určitú rolu: 1) strata je väčšia ako zisk, 2) referenčný bod, 3) veľkú váhu prikladáme

malej pravdepodobnosti, 4) peniaze rozdeľujeme do určitých balíkov, 5) žijeme pre dnešok na úkor zajtrajška.

Kahneman a Tversky (1979) odporúčajú, že ak chceme porozumieť tvorbe rozhodnutí, musíme študovať kognitívne procesy, ktoré týmto rozhodnutiam predchádzajú. Je nutné zistiť, ako jednotlivci daný problém prezentujú, aký komplexný obraz si vytvárajú a aké duševné modely využívajú pri tvorbe rozhodnutí (Špalek, 2011, s. 5). Napríklad, ak je situácia prezentovaná ako strata, jednotlivci môžu konať ako riziko akceptujúci jednotlivci (risk takers), zatiaľ čo v situácii prezentovanej ako výhra sa u jednotlivcov prejavuje a) averzia k riziku (Kahneman, Tversky, 1979). V štúdií realizovanej Ebhohimhen a Avenell (2008) zistili, že pri liečbe obezity ponúknutie odmeny za stratu váhy neprinieslo žiadne výsledky, t. j. nezistili žiadny významný vplyv na dlhodobé zníženie alebo udržanie hmotnosti. Na druhej strane Volpp et al. (2008) navrhli, aby účastníci zapojení do programu na chudnutie najprv vložili svoje peniaze na účet a v prípade splnenia cieľov pre zníženie hmotnosti im bola táto vložená suma vrátená spolu s príplatkom. Po siedmich mesiacoch došlo pri tejto skupine k výraznému zníženiu hmotnosti v porovnaní so vstupnou hmotnosťou, pričom u kontrolnej skupiny sa hmotnosť nezmenila. Zapôsobil tak zmienený strach zo straty, kedy pravdepodobne strach zo straty vložených peňazí vytvoril u jednotlivcov silnú motiváciu schudnúť. Odporúčaním pre tvorcov politiky je podľa Dolana et al. (2009) klásť dôraz skôr na peniaze, o ktoré ľudia prídu, ak neprijmú opatrenia, než na sumu, ktorú by mohli ušetriť.

Dolan et al. (2009) ďalej odporúčajú stanoviť určitý referenčný bod, ktorý bude znázorňovať, aká veľká (malá) zmena nastala. Predstavte si, že chcete prediť auto, pričom nemáte žiadne informácie o tom, aká je cena na trhu alebo aké iné autá sa predávajú v danej cenovej kategórii. Pokiaľ by neexistovali možnosti, kde by ste si mohli overiť cenu svojho auta, pravdepodobne by ste ju nastavili buď veľmi nízku alebo naopak veľmi vysokú. Referenčný bod slúži na to, aby rovnako ako sa predmety zdajú byť tým väčšie, čím sú bližšie, tak aj dôkazy naznačujú, že hodnota niečoho závisí od toho, ako sa na to pozeráme, resp. ako veľká alebo malá sa zmena z tohto referenčného bodu javí (Thornton, 2008). Podľa Thornton (2008) ak sa užitočnosť peňazí posudzuje vo vzťahu k veľmi lokálne a úzko určeným referenčným bodom, malý stimul môže mať v konečnom dôsledku veľký účinok. Thornton (2008) zrealizovala u obyvateľov Malawi experiment, v ktorom poskytla obyvateľom bezplatné testovanie na HIV vírus. Respondenti si mali zaplatiť jedine náklady vynaložené na cestu do zdravotného strediska. Cieľom malo byť zistenie, či prínos z testovania (tento malý podnet), i napriek vynaloženým nákladom obyvateľov (cestovné náklady), vyvolal u obyvateľov určitú zmenu v správaní, resp. či sa obyvatelia prišli do zdravotného strediska bezplatne otestovať.

V súvislosti s týmto faktorom (stimuly) sa prejavil aj ďalší efekt zmienený Kahnemanom, Tverskym (1984) a Dolan et al. (2009). Podľa ekonomickej teórie jednotlivci vnímajú zmenu z 5 % na 10 % rovnako ako zmenu z 50 % na 55 % (Dolan et al., 2009), resp. sú ochotní prejsť kilometer, aby ušetrili 0,50 centov na cene masla za 1,9 €, ale neprejdú kilometer v prípade ušetrenia 5 € na cene nového mobilného telefónu. Kahneman a Tversky (1984) uvádzajú, že jednotlivci kladú väčší dôraz na malé zmeny, napr. sú motivovaní zapojiť sa do lotérie i napriek malej šanci vyhrať. V prípade, že tento predpoklad využijú štáty, môže to v konečnom dôsledku viesť k nastaveniu väčšieho súladu v stanovovaní výšky dane, ako predpovedá ekonomický model, a tým aj k eliminovaniu problému čierneho pasažierstva (Dolan et al., 2009).

Thaler (1985, 1999) uvádza, že pre jednotlivcov je typické, že o peniazoch rozmýšľajú ako by sa nachádzali v rôznych „mentálnych účtoch“. Thaler a Sunstein (2010) popisujú mentálne účtovníctvo na základe dialógu Dustina Hoffmana a Gene Hackmana z bonusov na jednom DVD. V rozhovore herci popisujú ako na začiatku ich kariéry jedného dňa prišiel Hackman k Hoffmanovi na návštevu a ten ho požiadal o malú pôžičku. Hackman mu vyhovel, avšak potom prišli do Hoffmanovej kuchyne a tam boli na linke poháre s peniazmi, na ktorých bolo napísané „nájom“, „pomôcky“ atď. Hackman sa teda spýtal Hoffmana, prečo potrebuje požiť peniaze, keď má toľko pohárov plných peňazí. Hoffman ukázal na pohár s označením „jedlo“, ktorý bol prázdny.

Ekonomická teória, ale aj jednoduchá logika hovoria o tom, že peniaze sú zameniteľné a na bankový účet nám neprichádzajú s popisom na čo sú určené, avšak domácnosti a jednotlivci si osvojili mentálne účtovníctvo, aby zabránili akémusi prečerpaniu výdavkov na niektorú z položiek (Thaler, Sunstein, 2010). Podľa Dolan et al. (2009) je možné mentálne účtovníctvo politikmi využiť na to, aby povzbudzovali jednotlivcov k sporeniu, resp. míňaniu peňazí tým, že im výslovne dané účty „označia“. V tomto prípade nedochádza k strate kontroly jednotlivca nad tým, ako presne budú peniaze využité a konkrétne výdavky sa prejavia podľa toho, ako budú priradené k jednotlivým mentálnym účtom.

Jednotlivci zvyčajne uprednostňujú menší zisk teraz pred väčším ziskom v budúcnosti. Keby ste sa mali rozhodnúť, či chcete 100 € dnes alebo 150 € o týždeň, aké by bolo vaše rozhodnutie? Pokiaľ by však bola možnosť získania 150 € za osem dní, zatiaľ čo 100 € za sedem dní, pravdepodobne by ste uprednostnili získanie 150 € za osem dní. Znamená to, ako uvádza Dolan et al. (2009), že jednotlivci majú veľmi vysokú diskontnú sadzbu pre teraz v porovnaní s neskôr, ale nižšiu diskontnú sadzbu pre neskôr v porovnaní s ešte neskôr. Hardisty a Weber (2009) tento jav označili ako „hyperbolické diskontovanie“ čo vedie k tomu, že jednotlivci veľmi silno diskontujú budúcnosť, keď sa vyžaduje obeta v prítomnosti, akým je napríklad

zabezpečenie lepších environmentálnych výsledkov v budúcnosti. Lussier et al. (2006) dokonca potvrdili, že odmena poskytnutá na začiatku môže mať vplyv na úspešnosť programov na liečbu porúch spôsobených zneužívaním návykových látok. Na druhej strane, ako sme sa už zmienili vyššie, vo výskume realizovanom Ebhohimhen a Avenell (2008) ponúknutie odmeny nemalo vplyv na stratu váhy a riešenie obezity. Podľa Dolan et al. (2009) správnym pochopením hyperbolického diskontovania je možné, aby tvorcovia politik navrhovali motivačné programy efektívnejšie s ohľadom na ich veľkosť a na načasovanie ponúkaných odmien. Jedným z takýchto príkladov môže byť aj očkovacia lotéria spustená v súvislosti s pandémiou COVID-19, nielen na Slovensku, ale aj v zahraničí. Výsledky štúdie Dave et al. (2021) poukázali na to, že očkovacia lotéria v 19 štátoch USA mala len veľmi slabý, resp. žiadny vplyv na zvýšenie počtu ľudí zaočkovaných vakcínou. Podľa Dave et al. (2021) môže byť dôvodom to, že v prípade lotérie neexistuje stopercentná istota získania finančnej odmeny a rovnako v mnohých prípadoch by boli účinnejšie kompletnejšie informácie o očkovaní, nakoľko mnohí z tých, ktorí váhali, mohli byť ovplyvnení dezinformáciami o očkovaní (Dave et al., 2021).

V súvislosti s týmito stimulmi možno ešte spomenúť efekt vytlačania (crowding out). V prípade, že štát dotuje určitú produkciu, prípadne mimovládnu organizáciu (napr. daňovým zvýhodnením) alebo rieši určitú negatívnu externalitu (zákaz fajčenia na verejných priestranstvách) môže v konečnom dôsledku vytlačať súkromné príspevky jednotlivcov, a preto je nevyhnutné porozumieť týmto stimulom a ich vplyvom (pozitívnym a negatívnym) na konanie jednotlivcov (Adena, Huck; 2017; Davis, 2014; Dolan et al., 2009; Duquette, 2016; Meier, 2007). V niektorých prípadoch dokonca finančná kompenzácia môže viesť k tomu, že i keď si jednotlivec uvedomuje významnosť určitej činnosti (napr. riešenie obezity, zníženie množstva vyprodukovaného odpadu) a disponuje vnútornou motiváciou, táto motivácia môže byť u neho „vytlačená“ alebo čiastočne vytlačená práve zavedením externého stimulu vo forme finančnej kompenzácie. Pokiaľ takáto odmena nebude v budúcnosti poskytnutá, je pravdepodobné, že jednotlivci budú menej ochotní zúčastňovať sa takejto činnosti aj v budúcnosti, bez ďalších stimulov (Deci et al., 1999). Na Slovensku bol napríklad v apríli 2024 zrušený na základe rozhodnutia Ministerstva zdravotníctva SR a Ministerstva financií SR zubný benefit, ktorý umožňoval jednotlivcov na základe podania žiadosti čiastočne preplácať výkony u zubného lekára zdravotnou poisťovňou. Dôvodom je, že podľa Ministerstva zdravotníctva SR (2024) sa edukačný potenciál zvyšovania preventívnych prehliadok poskytovaním zubného benefitu vyčerpal, a preto je potrebné ho prehodnotiť a nájsť nové verzie benefitov, ktoré budú zacielené na prevenciu. Je preto otázne, aký vplyv bude mať zrušenie zubného benefitu na správanie jednotlivcov.

Ako uvádza Dolan et al. (2009) pokiaľ poskytneme jednotlivcom stimul, aby prestali fajčiť, neznamená to, že sa automaticky vzdajú aj iných škodlivých činností (napr. pitie alkoholu), bez zavedenia podobnej odmeny. Stimuly tak môžu v konečnom dôsledku vytlačiť žiaduce správanie.

V spojitosti s prvým (faktor posol) a druhým (faktor stimuly) faktorom je dôležité vybudovať si u jednotlivca, ktorého žiadame o „pomoc“, dôveru. V prípade, že chceme u dotyčného rýchlejšie vybudovať dôveru, je vhodné ho najprv informovať o negatívach danej ponuky a následne poukázať na jej pozitíva. Výhodou tejto postupnosti je fakt, že poslucháči s väčšou pravdepodobnosťou príjmu danú informáciu za svoju (Cialdini, 2016). Napokon dozvedeli sa to od dôveryhodného zdroja, o ktorého poctivosti sa uistili vtedy, keď od neho počuli aj negatíva danej ponuky (Cialdini, 2016). Dolan et al. (2009) v súvislosti s vnímaním rizika naznačujú, že je dôležité, aby jednotlivci mali prehľad, resp. vedeli, na čo sa ich peniaze použili, prípadne kedy sa tieto peniaze použijú (Hardisty, Weber, 2009; Hardisty et al., 2013; Lussier et al., 2006).

Tretím z faktorov pôsobiacich na jednotlivca sú N „norms“ (normy). Sociálne normy akými sú etnická príslušnosť (Andreoni et al., 2016; Luttmer, 2001; Poterba 1998), veľkosť skupiny (Andreoni, Brownback, 2017; Carpenter, 2007; Haaq, Lagunoff, 2005; Issac, Williams, 1994; Nosenzo et al., 2015;), príslušnosť k skupine (Alesina a La Ferrara, 2000; Fehr, Hoff, 2011; Shayo, 2009), rôzne typy sociálnych skupín (Chakravarty, Fonseca, 2014) a kultúrne normy, napr. vierovyznanie (Andreoni et al., 2016) podanie ruky a iné, majú významný vplyv na správanie sa jednotlivca, či už v pozitívnom alebo negatívnom zmysle. Okrem sociálnych a kultúrnych noriem, ktorých výsledkom je očakávané správanie sa, alebo správanie sa v súlade so stanovenými pravidlami, t. j. stav kedy sú normy vyjadrené implicitne (vyššie zmienené podanie ruky), môžu mať normy aj explicitnú podobu v podobe nápisov ako je „Zákaz fajčenia na verejných priestranstvách“.

Podľa Dolan et al. (2009) niektoré sociálne normy majú významný automatický vplyv na správanie sa jednotlivca (napr. dodržiavanie ticha v knižnici), pričom ich sila vychádza zo sociálnych sankcií za ich nedodržiavanie alebo zo sociálnych výhod, ktoré vyplývajú z ich dodržiavania. Využívanie týchto „sociálnych“ intervencií zameraných na zmenu správania jednotlivca našlo uplatnenie v množstve prípadov. Dolan et al. (2009) uvádzajú päť ponaučení pre verejnú politiku pri používaní noriem: 1) ak je norma žiadúca, informujte o nej, 2) normu priblížte čo najviac svojej cieľovej skupine, 3) využite sociálne siete, 4) posilňujte silu noriem a 5) ak je norma nežiadúca, pri práci s ňou buďte opatrní.

Spôsob, akým môže štát, prípadne organizácie zasiahnuť a ovplyvniť (zmeniť) správanie jednotlivca, je podľa Dolana et al. (2009) v prezentovaní, koľko jednotlivcov to robí požadovaným spôsobom (zvýšenie informovanosti o určitej norme). Pokiaľ chcete, aby jednotlivci rešpektovali určité pravidlo, je vhodnou stratégiou informovať ich o tom, samozrejme ak je to pravda, že toto pravidlo rešpektuje väčšina ľudí (Cialdini, 2009). Napríklad mediálna kampaň zameraná na zvýšenie používania bezpečnostných pásov „Most of Us Wear Seatbelts Campaign“ (Linkenbach, Perkins, 2003) pomohla zvýšiť využívanie bezpečnostných pásov, na základe toho, že prezentovala výsledky prieskumu. Podobne aj experimenty zamerané na zníženie počtu neplatičov dane využívajú podobný princíp, kedy informujú neplatičov o tom, koľko občanov daň už zaplatilo (Hallsworth et al., 2017; Larkin et al., 2018). V dôsledku toho pomohlo informovanie občanov o tom, že 96 % občanov platí dane včas, k 20 % nárastu platby daní u neplatičov (Larkin et al., 2018).

Ďalším príkladom je opakované použitie hotelových uterákov (priblíženie normy cieľovej skupine), kedy hotel informoval hostí o správaní sa ostatných návštevníkov hotela a o ich „recyklovaní“, resp. opakovanom použití uterákov (Cialdini, 2003; Goldstein et al., 2008).

Na jednotlivcov taktiež pôsobí opakovanie a vhodnosť danej informácie (Allcott, 2011; Golman, 2016), ďalej spôsob a formy šírenia informácie, napr. využívanie sociálnych sietí (Christakis, Fowler, 2007, 2008). Ukazuje sa, že využívanie sociálnych sietí medzi dospelými vedie k „nákazlivému správaniu“. Marino et al. (2020) zistili, že používanie sociálnych médií medzi priateľmi vedie k istej podobnosti. Znamená to, že čím častejšie priatelia jednotlivca využívajú sociálne médiá, tým skôr ich bude aj on frekventovanejšie využívať. Mazur a Richards (2011) uvádzajú, že pri využívaní sociálnych médií existuje medzi dospelými silná podobnosť v správaní sa v oblasti sociálnych médií (napr. ak sa dospelí zapájajú do komunikácie s blízkymi priateľmi s cieľom komunikovať – Lenhart, 2015). Podobne vplyv sociálnych sietí zdôrazňuje aj Christakis, Fowler (2007), ktorí diskutujú o neustálom konflikte v situácii, že je pravdepodobnejšie, že budeme tučnejší, ak budú tuční napríklad naši priatelia a súčasne, že budeme šťastnejší, ak budú tuční oni. Vo výskume realizovanom Leahey et al. (2015) zistili, že účastníci, ktorí uvádzali viac „náhodných“ priateľov s nadváhou, a tí účastníci, ktorí boli súčasťou sociálnej siete s väčšou sociálnou akceptáciou nezdravého stravovania, mali počas liečby horší úbytok hmotnosti. Údaje Leahey et al. (2015) naznačili, že emocionálne blízke sociálne väzby (partneri, najlepší priatelia, deti, príbuzní) majú väčšiu súvislosť so stavom obezity na začiatku ako sociálne kontakty s pravdepodobne menšou emocionálnou valenciou (napr. náhodní priatelia, kolegovia). Podľa Dolan et al. (2009) by sa sociálne normy a siete, v kombinácii s vhodným poslom (a tiež ďalšími

prvkami MINDSPACE) mohli použiť na dosiahnutie zmeny správania, ktorá prechádza skupinami a komunitami. Podľa Bahr et al. (2009) je možné pri riešení obezity zamerať sa na efektívne využitie sociálnych sietí (tzv. bandwagon effect v slov. preklade efekt stáda)<sup>6</sup> na podporu chudnutia u jednotlivcov s menším počtom náhodných priateľov, ktorí majú nadváhu, a teda nie sú súčasťou sociálnej siete so zakorenenými sociálnymi normami pre obezitu.

Problémom, ktorým čelí využívanie behaviorálnych intervencií, resp. postrčení je ich účinnosť. Množstvo postrčení je limitovaných práve tým, že účinnosť je len krátkodobá a pokiaľ sa nepremietne do trvalej zmeny správania sa, postrčenie nemusí byť natoľko efektívne. Bližšie o limitoch si povieme neskôr. Ako však uvádza Allcott (2009) v programe na úsporu energie, v ktorom rozposielali listy 80 000 domácnostiam uvádzajúcim sociálne porovnanie spotreby energie v domácnosti a susedných domácnostiach (ako aj jednoduché informácie o spotrebe energie), zistili, že zavedenie programu viedlo k zníženiu energie o 2 % v porovnaní s východiskovým stavom. V priebehu mesiacov medzi jednotlivými listami sa však účinky intervencie znižovali, avšak po prijatí ďalšieho listu sa opätovne zvýšilo šetrenie energie. Odporúčaním podľa Dolan et al. (2009) je, že ak norma nie je pre ľudí okamžite zjavná, môže byť potrebné dané úsilie opakovať, aby sa jej účinky stali samoudržateľnými.

Na druhej strane, ako uvádza Schultz et al. (2007) môže sa prejaviť aj bumerangový efekt, kedy síce domácnostiam poskytneme informáciu o spotrebe energie ostatných, môže to viesť aj k nárastu u tých, ktorí mali nižšiu spotrebu energie ako bol priemer. Dodaním veselej alebo smutnej tváre k účtu za energiu, vyjadrujúcej sociálne schválenie, sa tento bumerangový efekt následne eliminoval (Schultz et al., 2007). Podobné výsledky o zvýšení zaznamenal aj Cialdini (2003). V národnom parku boli využité dve tabule, kde jedna tabuľa vyzývala návštevníkov, aby nebrali drevo, a zobrazovala scénu, na ktorej boli traja zloději kradnúci drevo, zatiaľ čo druhá tabuľa zobrazovala jediného zlodēja, čo naznačovalo, že krádež rozhodne nie je sociálnou/spoločenskou normou. Prvý odkaz, nenápadne vyjadrujúci normu, zvýšil množstvo ukradnutého dreva o 7,92 %, zatiaľ čo druhý nápis ho zvýšil o 1,67 %. Tvorcovia politik preto môžu v skutočnosti potvrdiť a povzbudiť škodlivé konanie tým, že sa bude javiť ako norma a nie ako výnimka.

---

<sup>6</sup> Podľa Mutz (1998) je „bandwagon efekt“ výsledkom prejavu tzv. „nepriameho vplyvu“ (impersonal influence), teda vplyvov na postoje, presvedčenia alebo správanie jednotlivcov, ktoré vychádzajú z ich predstáv o postojoch, presvedčeníach či správaní sa veľkých anonymných kolektívov mimo ich osobného okruhu.

Štvrtým faktorom vplývajúcim na správanie jednotlivcov sú D (defaults – prednastavené možnosti). Podľa Dolan et al. (2009) jednotlivci akceptujú všetky prednastavené možnosti bez ohľadu na ich následky (raciálna neznalosť - Buchanan, 1998).

Jednotlivci majú silné sklony držať sa statusu quo (daného stavu), resp. prednastavenej možnosti (Thaler, Sunstein, 2010). Ako sme uviedli, jednotlivec denne čelí obrovskému množstvu rozhodnutí od zobudenia sa a postavenia sa z postele, výberu menu na raňajky, spôsobu cestovania do práce, výberu cesty do práce, až po následné ľahnutie si do postele. Mnohé z týchto rozhodnutí, ktoré robíme každý deň, ale majú prednastavenú možnosť, bez ohľadu na to, či si to uvedomujeme alebo nie. Prednastavené možnosti sú pre jednotlivca vopred dané, ak sa nerozhodne inak. Súčasne platí, že mnohí jednotlivci akceptujú prednastavené možnosti, pričom v mnohých prípadoch si neuvedomujú ich samotný význam.

V situácii, kedy dostanete nový mobilný telefón, máte možnosť zrealizovať množstvo rozhodnutí. Samozrejme, čím lepší telefón, tým viac rozhodnutí môžete urobiť, od nastavenia pozadia, cez melódiu vyzváňania až po systémové nastavenia mobilného telefónu. Prieskumy avšak ukazujú, že i keď sú východiskové možnosti akékoľvek, väčšina ľudí pri nich zostane (Thaler, Sunstein, 2010). Podľa štandardnej ekonomickej teórie je voľba prednastavenej možnosti vnímaná ako bláznivá, avšak podľa poznatkov behaviorálnej ekonómie ide o správanie, kedy sa jednotlivec správa lenivo a uprednostní len pôsobenie Systému 1.

Situácia, kde sa môžeme stretnúť s pôsobením tohto faktora, je v prípade manažmentu kontrahovania pri výbere zmluvného partnera zabezpečujúceho danú službu. Pokiaľ pri uzatváraní nového kontraktu miestna samospráva vychádza z predchádzajúcich skúseností, resp. z dovtedy poskytovanej služby, či už z hľadiska kvality alebo rozsahu, môže sa stať, že nového partnera nebude motivovať ku skvalitneniu poskytovaných služieb. Podľa Thaler a Sunstaina (2010) sila statusu quo, resp. zotrvačnosti jednotlivcov zostať pri prednastavenej možnosti môže mať nesmierny vplyv na výsledok. V prípade, že súkromné, neziskové alebo verejné organizácie pri nastavovaní prednastavených možností vezmú do úvahy silu statusu quo (zotrvačnosti) môžu do veľkej miery ovplyvniť výšku úspor, zlepšenie zdravotnej starostlivosti, počet darcov orgánov a pod. (Thaler, Sunstein, 2010).

Ďalším faktorom pôsobiacim na jednotlivca je S (salience - pútavosť). Pozornosť jednotlivca je „bombardovaná“ množstvom informácií, kedy pre zvládnutie náporu množstva informácií jednotlivec využíva v určitej podobe stratégiu zvládania stresu. V dôsledku toho sú dané informácie filtrované a jednotlivcovi sa dostanú len tie pre neho podstatné, resp. v jednoduchšej podobe, ako je napr. jednoduchý „chytľavý“ slogan, blikajúca správa na billboardoch a svetelných tabuliach, dostupné veci vo výpredaji pri pokladni, reklamné bannery

na internetových stránkach. Jednoduchosť je v tomto prípade podstatná, pretože takto sa pozornosť jednotlivca upriami presne na to, čomu rozumie a vie ľahko „zakódovať“. Predstavte si, že denne sa stáva niekoľko dopravných nehôd, avšak v médiách im nie je venovaná až taká pozornosť, avšak stane sa letecká havária a spadne lietadlo. Z médií ste následne bombardovaný množstvom správ venovaných práve pádom lietadiel. Na základe toho, že vaša pozornosť bola upútaná práve danou leteckou haváriou, mohli by ste si následne myslieť, že letecká doprava je menej bezpečná ako jazda autom. Štatistické údaje však takémuto upútaniu pozornosti odolávajú a podľa Eurostatu (2023) v roku 2022 zomrelo pri leteckej havárii na území Európskej únie 147 ľudí, zatiaľ čo pri dopravných nehodách zomrelo 20 653 ľudí.

Dolan et al. (2009) taktiež uvádza, že jednotliviec dokáže lepšie porozumieť veľkosti verejných výdavkov, keď sú predstavované ako výška verejných výdavkov na hlavu, ako v absolútnej veľkosti, pretože sa skôr týka jeho osobných skúseností, než v prípade prezentovania abstraktnejším a všeobecnejším spôsobom. Viete si predstaviť, čo by ste si nakúpili za 4 mld. €? Pravdepodobne nie. Je to však suma za približne 215 mil. vakcín od spoločnosti Pfizer a BioNTech, ktoré sa v Európskej únii „vyhodili do koša“ v dôsledku toho, že neboli použité na zaočkovanie počas pandémie COVID-19 (Martuscelli, Cokelaere, 2023). Cena jednej vakcíny tak bola približne 19 € na osobu. V tomto prípade už viete, čo by ste si dokázali kúpiť za 19 €. No a teraz si predstavte, že by ste týchto 19 € mali minúť 215 mil. krát. Len pre porovnanie celkové verejné výdavky na vzdelávanie na Slovensku boli v roku 2022 približne 4,9 mld. € (Eurostat, 2024).

Spôsob označovania dane z pridanej hodnoty alebo vybraných spotrebných daní na tovaroch a službách môže mať taktiež výrazný vplyv na zmenu správania sa jednotlivcov (Chetty et al., 2009). Podobný vplyv na správanie jednotlivca má aj porovnanie ceny za tovar s dodacími nákladmi tovaru (Brown, Hossain, Morgan, 2008; DellaVigna, 2009; Hossain, Morgan, 2006).

Faktor salience (pútavosť) je možné v praxi využiť aj pri recyklovaní odpadu vo farebnom rozlíšení smetných košov. Duffy a Verges (2009) na základe experimentu zistili, že farebné rozlíšenie košov prispelo k zvýšeniu recyklácie o 34 %. Cialdini (2016) uvádza, že faktor, ktorý v konečnom dôsledku upúta pozornosť jednotlivca, resp. s najväčšou pravdepodobnosťou určí voľbu jednotlivca je ten, na ktorý je v okamihu rozhodovania upriamená pozornosť. Podľa Cialdiniho (2016) nie je podstatou meniť názory, postoje alebo skúsenosti jednotlivca. Dôležité je to, čomu pri položení otázky, resp. rozhodovaní venuje jednotliviec svoju pozornosť. Dôležité je uvedomiť si, že nie každá pozornosť je vedomá (Fang, Singh, Ahluwalia, 2007; Mandel, Johnson, 2002;) a častokrát dokážu jednotlivci pri rozhodovaní upútať podnety ako je symbol

peňaží alebo pohodlia (Mandel, Johnson, 2002), reklamný banner (Fagh, Singh, Ahluwalia, 2007) a pod. Jedným zo spôsobov, ako docieľiť „správne nasmerovanú pozornosť“, je eliminácia rozptýlenia. V praxi to znamená napr. vyplnenie dotazníka hodnotenia spokojnosti zákazníka s konkrétnym produktom, pričom sa daný produkt neporovnáva s konkurenciou. Pokiaľ sa jednotliviec dobrovoľne zúčastní prieskumu, môže samotný prieskum v pozitívnom zmysle ovplyvniť samotné hodnotenie značky (Cialdini, 2016).

Šiestym z faktorov pôsobiacich na jednotlivca je P (priming - predpríprava) súvisí s ovplyvňovaním rozhodovania jednotlivca podvedomými podnetmi (Dolan et al., 2009; Aarts, Dijksterhuis, 2003; Greitemeyer, 2009). Prostredie, obrazy, vône, zvuky môžu podvedome ovplyvniť konanie jednotlivca. Podľa Dolana et al. (2009), to či je v konečnom dôsledku jednotliviec ovplyvnený určitou správou, závisí od prostredia (Aarts, Dijksterhuis, 2003; Greitemeyer, 2009), v ktorom sa jednotliviec nachádza, od toho čo jednotliviec vidí, počuje alebo cíti pri šírení správy, resp. v tom zmysle, že jednotliviec napodobňuje, resp. prispôsobuje sa tomu, čo vidí alebo počuje (Dijksterhuis, Bargh, 2001).

Dijksterhuis, Bargh (2001) poukazujú na to, že ak účastníci experimentu pozerali video s kričiacim jednotlivcom, sami začali počas pozerania videa kričať. Prípadne keď vidíte niekoho zívajú, koľkokrát sa vám už stalo, že ste začali zívajú spolu s ním. Jednotlivci teda napodobňujú správanie, s ktorým sú v danej chvíli konfrontovaní.

Podobný vplyv slov na správanie mal aj experiment Wryobeck a Chen (2003), kedy vytvorením vety zo slov ako je atletický, štíhly, fit sa následne prejavilo na tom, že namiesto výťahom išli jednotlivci po schodoch.

Winkleman et al. (2005) zaznamenali, že jednotlivci, ktorí sa počas pitia alkoholu pozerali na usmievavú tvár, boli povzbudení k tomu, aby pokračovali v pití aj naďalej. Naopak jednotlivci, ktorí boli vystavení počas pitia alkoholu zamračenej tvári, prestali piť skôr. Pokiaľ je jednotliviec vystavený vôni čistiaceho prostriedku vedie ho to podľa Holland et al. (2005) k tomu, aby sám udržiaval čistotu.

Dôvod tohto správania, imitovania, vyplýva z toho, že jednotliviec má „potrebu niekam patriť“ (Baumeister, Leary, 2000; Caporael et al., 1989; Leary, Baumeister, 2000), t. j. nechce zostať sám, chce byť spoločnosťou akceptovaný. Výhodou je, že takto nastavené správanie vedie k spolupráci bez zbytočných konfliktov. Rovnako experiment realizovaný Dreuveleis et al. (2015) potvrdil, že takto nastavené prostredie, resp. situácia môže viesť k vyššej miere dobrovoľného prispievania na kolektívne statky. V dôsledku toho, že jednotliviec je oboznámený so správaním ostatných jednotlivcov „mnoho z našich zákazníkov sa rozhodne vo

svojej poslednej vôli prispieť neziskovej organizácii“, v konečnom dôsledku svoje správanie prispôsobí ostatným jednotlivcom (Sanders, Smith, 2015).

Podobný výsledok zaznamenali aj programy hodnotiace ekologické opatrenia podnikov v danom priemyselnom odvetví, ktorých výsledky sú následne zverejňované tak, aby všetky podniky v odvetví videli, ako sú na tom v porovnaní s konkurenciou. Tieto programy viedli k dramatickému zníženiu znečisťovania u najväčších znečisťovateľov, ktorí mali možnosť porovnať sa v znečisťovaní s tými najlepšimi (Powers et al., 2011; Vidovic, Khanna, 2007).

Siedmym z faktorov sú A (affect) pocity, resp. emocionálne asociácie môžu ovplyvňovať konanie jednotlivca. Emocionálne reakcie (neverbálne reakcie – mimika, gestá a pod.) na slová, obrazy a udalosti, ktoré jednotlivec vníma, sú podstatne rýchlejšie, ako si jednotlivec v skutočnosti uvedomuje a častokrát môžu byť v rozpore so samotnou logikou správania sa jednotlivca. Ľudia s „dobrou“ náladou robia častokrát nerealisticky optimistické rozhodnutia, zatiaľ čo ľudia so „zlou“ náladou robia nerealisticky pesimistické rozhodnutia (Dolan et al., 2009). Cialdini (2016) ďalej uvádza možnosť prepojiť metaforické, slovné prirovnanie s neverbálnymi symbolmi. V praxi to znamená, že ľudia držiaci v rukách teplý nápoj budú cítiť väčšiu vzájomnú dôveru voči druhým, ako tí, ktorí držia v rukách studený nápoj. Ľudia držiaci teplý nápoj budú v nasledujúcich sociálnych interakciách prejavovať väčšiu štedrosť a ústretovosť (Cialdini, 2016).

Výskumy (Bargh et al., 2001; Cialdini, 2016) dokonca potvrdzujú, že vhodne zvolené slová orientované na dosiahnutie úspechu alebo vyššieho výkonu ako sú zvíťaziť, uspieť, prekonať, vytrvať, zvládnuť, dosiahnuť cieľ, vzdialime sa od konkurencie, vedú v konečnom dôsledku pri plnení úloh k lepším výsledkom ako v prípade, že sú použité „agresívne“ slová ako poraziť konkurenciu, dosiahnuť cieľ (Bargh et al., 2001; Cialdini, 2016). V súvislosti s tým možno spomenúť silu negatívnych a pozitívnych asociácií. Slová ako cena alebo náklad možno nahradiť slovami ako získanie alebo investícia, čím vzbudíme u jednotlivca záujem a vďaka tomu ho dokážeme získať na našu stranu. Podobný vplyv ako vhodne zvolené slová majú aj vhodne zvolené metaforicky (Thibodeau, Boroditsky, 2010).

Thibodeau a Boroditsky (2010) zrealizovali experiment, v ktorom dali respondentom za úlohu prečítať si reportáž o náraste kriminality v posledných troch rokoch. Jednej skupine respondentov bol zločin popísaný ako divoké zviera, zatiaľ čo druhej skupine bol popísaný ako vírus. Respondenti sa mali rozhodnúť, akému riešeniu kriminality dajú prednosť. Respondenti, ktorým bol zločin predstavený ako zviera, odporučili zločincov pochytať a pozatvárať, zatiaľ čo druhá skupina sa zamerala skôr na odstránenie príčiny vzniku zločinu.

Každé vnímanie obsahuje nejakú emóciu, t. j. nevidíme len dom, ale vidíme pekný dom alebo škaredý dom, alebo okázalý dom (Zajonc, 1980), pričom toto vnímanie sa premieta do rozhodnutí jednotlivca. To, či jednotlivec kúpi alebo nekúpi dom, nezávisí od jeho lokality a rozlohy, ale od toho, ako dom na jednotlivca pôsobí, ako sa v ňom cíti. Správne zameraný sociálny marketing zameraný na zmenu a zlepšenie blahobytu jednotlivca a spoločnosti, využívajúci komerčné marketingové techniky (Andreasen, 2002), môže ovplyvniť správanie jednotlivca, resp. spoločnosti, napr. zvýši sa využívanie bezpečnostných pásov, zvýši sa počet darcov krvi a narastie miera dobrovoľníctva.

V experimente realizovanom v Ghane (Curtis et al., 2007) zistili, že pokiaľ v reklame na mydlo propagovali len výhody mydla, nárast používania mydla vzrástol len o 3 %. Výskumníci však zistili, že Ghančania si ruky mydlom umývajú vtedy, keď majú pocit, že majú špinavé ruky (napr. po varení alebo cestovaní), t. j. umytie rúk bolo vyvolané pocitom znechutenia. Intervenčná kampaň sa tak zmenila z popisovania výhod mydla na vyvolanie znechutenia. Počas 55 sekundovej reklamy bolo umývanie rúk zobrazené len počas 4 sekúnd, avšak nieslo jasné posolstvo, že použitie toalety vyvoláva obavy z kontaminácie, znechutenie, a preto si vyžaduje použitie mydla. Dôsledkom takto zameranej reklamy bol nárast používania mydla o 13 % po použití toalety a 41 % nárastu použitia mydla pred jedením (Curtis et al., 2007).

Ďalším z faktorov vplývajúcich na správanie jednotlivca je C (commitments) – záväzok, jednotlivec sa snaží konať v súlade s jeho záväzkami (sľubmi) a na oplátku požaduje rovnaké konanie. Jednotlivci často odkladajú rozhodnutia, ktoré môžu byť z dlhodobého hľadiska pre nich prínosom (prestáť nadmerne utracať, prejsť sa, fajčiť a pod.). Ukazuje sa, že napĺňanie záväzkov sa stáva efektívnejším, ak jednotlivcovi jeho porušením vzniknú náklady, pričom nemusí nevyhnutne ísť len o finančné náklady (napr. poškodenie reputácie) (Dolan et al., 2009). Jedným z aspektov záväzkov je reciprocita, resp. recipročný efekt alebo pravidlo reciprocity (Cialdini, 2012, 2016), ak totiž jednotlivec dostane niečo od niekoho „darom“ (napríklad v pozitívnom zmysle reklamné predmety, vianočný pozdrav, ale taktiež aj v negatívnom zmysle súperenie „gangov“) má potrebu to dotyčnej osobe oplatiť (Cialdini, 2009; Falk, 2007; Gneezy and List, 2006). Cialdini (2012) upozorňuje ešte na druhý spôsob využitia recipročného efektu v podobe podvolenia sa niekoho žiadosti. Základné pravidlo ako uvádza Cialdini (2012, s. 52) znie „jednotlivec, ktorý sa k nám správa určitým spôsobom, môže právom očakávať obdobné

správanie od nás. V prípade, že nám niekto vo svojej žiadosti ustúpi<sup>7</sup>, oplátíme mu tento ústupok rovnako ústupkom“. V prípade, že jednotlivec chce využiť recipročný efekt vo svoj prospech, musí pred samotnou žiadosťou prejsť voči druhému ústretovosť, t. j. musí zariskovať v zmysle poskytnutia služby, výhody, venovania daru alebo ústupu bez formálnej záruky kompenzácie. Pravidlo „niečo za niečo“ ako uvádza Cialdini (2016) je v jednotlivcoch tak hlboko zakorenené, že táto metóda funguje lepšie ako v prípade klasickej transakcie, kedy dopytujúca strana poskytne kompenzáciu až po spísaní dohody, dokončení nákupu alebo realizácii zákazky (Grant, 2014). Napr. Goldstein et al. (2011) realizovali experiment, kedy hoteloví hostia našli v izbách kartu s informáciou, aby neodkladali jedenkrát použité uteráky do koša na bielizeň. Karta ďalej obsahovala informáciu s tým, že hotel na oplátku už prispel na ochranu životného prostredia, resp. obsahovala sľub, že tak urobí. Prvá metóda, t. j. prejsť ústretovosť ako prvý, bola o 47 % úspešnejšia ako druhá (Goldstein, 2011). Dolan et al. (2009) odporúčajú, aby pri riešení alebo predchádzaní nežiadúceho správania štáty vzali do úvahy silu, ktorú prezentuje záväzok jednotlivca. Existuje však riziko, že jednotlivec, ktorého chceme o niečo požiadať a prejavíme mu ústretovosť na naše správanie nezareaguje, resp. zareaguje v menšej miere ako sme očakávali. Druhá strana môže namietat', že sa nás o nič neprosila, resp. náš dar alebo služba jej nepriniesla žiadny úžitok, prípadne sa môže jednať o „čierneho pasažiera“, ktorý síce náš dar alebo službu využil, ale necíti sa byť viazaný recipročným efektom. Podstatné je, aby druhá strana zhodnotila, ako uvádza Cialdini (2016) náš prejav ústretovosti ako zmysluplný, nečakaný a osobný, t. j. v danej chvíli zodpovedajúci potrebám druhej strany.

Posledným faktorom, podľa Dolan et al. (2009) pôsobiacim na jednotlivca je E (Ego) – ego, jednotlivec koná tak, aby mal zo seba čo najlepší pocit. Pokiaľ sa jednotlivcovi alebo skupine, v ktorej sa jednotlivec nachádza, darí, svoj úspech pripisuje svojej šikovnosti, ak sa však jednotlivcovi alebo skupine, v ktorej sa jednotlivec nachádza nedarí, svoje chyby, resp. nedostatky považuje za chyby ostatných, prípadne za chyby iných faktorov determinujúcich konkrétnu situáciu (Hewston et al., 2002; Miller, Ross, 1975; Ross, 1977). Tu ide o spôsob, akým jednotlivci vnímajú svet (Hewston et al., 2002). Jednotlivec častokrát nadhodnocuje svoje výsledky, svoj výkon, svoj vzhl'ad, čo automaticky vyžaduje, aby štáty regulovali niektoré

---

<sup>7</sup> Napr. ak bude chcieť jednotlivcovi niekto predat' vstupenku na predstavenie za 5 € a v prípade odmietnutia mu predávajúci ponúkne ústupok vo forme kúpenia si čokolády za 1 €.

aktivity (Tesser, 1986 in Dolan et al., 2011) (napr. počet odpracovaných hodín lekárom, organizácia pracovného času a doba odpočinku vodiča nákladnej dopravy nad 3,5 t.). Faktor ego, má v prípade ľudského správania jeden z najvýraznejších vplyvov. Akonáhle niekto odkáže na „našu maličkosť“ (Cialdini, 2016) dokáže nielen upútať našu pozornosť, ale dokáže zaistiť udržanie pozornosti u entity, ktorú väčšina z nás zahŕňa tými najpozitívnejšími asociáciami. Jednotlivci s rovnakým menom, dátumom narodenia, miestom narodenia a pod. sú voči sebe ústretovejší a skôr spolupracujú ako jednotlivci, ktorí tieto podobnosti nemajú (implicitný egoizmus)<sup>8</sup>. Vplyv implicitného egoizmu je možné vzťahovať nielen na jednotlivca, ale taktiež na celú skupinu, do ktorej jednotlivec patrí. Dolan et al. (2009) odporúčajú, aby štáty, resp. organizácie využili toto vnímanie jednotlivca pri vytváraní nových tovarov a služieb. Požiadanie jednotlivcov najprv o niečo „malé a ľahké“ napr. vyplnenie krátkeho dotazníka, môže vyústiť v niečo „veľké“ (napr. nákup nového tovaru alebo služby). Tým, že jednotlivec vyplnil dotazník, t. j. vyjadril svoje preferencie, pociťuje potrebu si daný tovar, službu kúpiť (Bem, 1967 in Dolan et al., 2009; Festinger, 1957). Keď je totiž voľba, pred ktorou jednotlivec stojí náročná a stresujúca (napr. veľký počet možností), snaží sa jej vyhnúť (Iyengar, Lepper, 2000).

Pri týchto faktoroch štáty nepotrebujú využiť možnosť donútenia jednotlivca a tým dosiahnutie želaného výsledku. Hardin (1968) uvádza, že možnosť donútenia vedie dokonca k potlačeniu vlastných záujmov jednotlivca na úkor spoločenských záujmov, resp. v prospech spoločnosti ako takej. Podobné myšlienky viedli k skúmaniu a hľadaniu faktorov (biologických a sociálnych), ktoré by viedli k nastoleniu spolupráce jednotlivcov (Edney, Harper, 1978; Fehr, Gächter, 2000; Lynn, Oldenquist, 1986; Ostrom et al., 1992; Sigmund, 2007; Yamagishi, 1986). Výsledkom je zistenie, že správne nastavenie faktorov vedúcich k spolupráci, potláča vlastný záujem jednotlivca a vedie k spoločenskému blahobytu (Gächter, et al., 2008; Rand et al., 2009)

Masclet et al. (2003) upozorňuje, že využívanie donútenia napr. vo forme sankcií je výhodné len v prípade, že miera spolupráce, resp. výška príspevkov jednotlivcov je nízka. Podobne aj v experimentoch realizovaných Falkom a Schmidtom (1999) a Falkom a Fischbacherom (2006) došli autori k záveru, že v experimentoch bez možnosti trestania bude

---

<sup>8</sup> Jednotlivec nevedome uprednostňuje veci, ktoré sa s ním nejakým spôsobom spájajú. Napríklad uprednostňovanie komerčných výrobkov, ktorých obchodné názvy obsahujú rovnaké písmená ako naše meno. Jedná sa napríklad o kampaň v roku 2013 realizovanú britskou divíziou Coca-Coly kedy bola tradičná značka nahradená 150 najčastejšími menami v Spojenom kráľovstve (Cialdini, 2016, s. 121). Podobnú kampaň realizoval aj výrobca žuvačiek Airwaves.

jednotlivec spolupracovať len v prípade, ak budú spolupracovať ostatní jednotlivci. V opačnom prípade je výhodnejšie využiť nefinančné, informačné sankcie (Alpízar, Gsottbauer; 2015) ako je sociálne vylúčenie jednotlivca (Akerlof, 1980; Hollander, 1990, Lindebeck et al., 1999), „ohováranie“, „zazeranie“ (Barron, Pauson-Gjerde, 1997; Kendal, Lazaer, 1992), penalizujúce nežiadúce správanie (Homans, 1961), ktoré v konečnom dôsledku vedú k vyššej miere kooperácie (Blau, 1964), a teda k vyššej miere dobrovoľného prispievania (Krieg, Samek, 2017; Masclet et al., 2003; Noussair a Tucker, 2005). Sociálny tlak je tak hlavným faktorom ovplyvňujúcim konanie jednotlivca, ktorého výsledkom je prejavenie jeho skutočných preferencií, i keď nie nevyhnutne v plnej miere (DellaVigna, 2009; DellaVigna et al., 2009; Knack, 1992; Uhlaner, 1989).

Myslíme si, že všetko však treba využívať s mierou. Akonáhle začne organizácia nadmerne využívať voči jednotlivcovi techniky „libertariánskeho“ presadzovania je možné, že po určitom čase sa jednotlivec voči nim stane imúnny, resp. začne narážať na jeho odpor. Dôvod je veľmi jednoduchý. Všetkého veľa škodí. I keď sa na prvý pohľad môže zdať, že štát alebo organizácia koná v prospech jednotlivca, pokiaľ jednotlivec pocíti, že jeho správanie nie je intuitívne alebo jemu vlastné, ale je diktované iným subjektom, jeho ochota dobrovoľne spolupracovať bude v konečnom dôsledku klesať.

Uplatnenie behaviorálnej ekonómie našlo využitie v rôznych oblastiach, či už ide o jednoduché postrčenia v podobe stôp na miestnych komunikáciách, reduktujúce nežiadúce správanie sa, ako je znečisťovanie verejných priestranstiev, efektívnejší daňový výber, v implementácii výdavkových programov vlády, v dôchodkovom sporení alebo v zdravotnej starostlivosti.

Prvý tím, ktorý sa zaoberal uplatnením behaviorálnej ekonómie vo verejnej politike je BIT (z ang. Behavioural insight team), ktorý vznikol vo Veľkej Británii v roku 2011. Jeho cieľom bolo zvýšiť účinnosť hospodársko-politických opatrení na základe malých zmien v ich dizajne. I napriek počiatočnému skepticizmu, prax ukázala, že činnosť BIT a jeho vplyvy sa považujú za veľmi úspešné. Význam a využitie behaviorálnej ekonómie vo verejnom, ale aj súkromnom sektore deklaruje aj vznik OECD Behavioural Insights Knowledge Hub (OECD, 2024). Ide o voľne dostupnú databázu s otvoreným zdrojovým kódom, v ktorom sa nachádza mapa jednotiek BI, repozitár projektov a portál predbežnej registrácie. Databáza slúži na cezhraničnú výmenu poznatkov a ako zdroj informácií pre tvorcov politík, ktorí prejavia záujem o aplikáciu behaviorálnej ekonómie, resp. jej poznatkov do verejnej politiky. K augustu 2024 sa v databáze nachádzalo 334 behaviorálnych jednotiek, resp. tímov a 169 projektov.

## 2.4. Zhrnutie

Ľudské správanie spočíva v použití prostriedkov za účelom dosiahnutia preferovaných cieľov (Mises, 2006). Konanie jednotlivca predstavuje voľbu medzi rôznymi alternatívami, ktorými chce dosiahnuť svoje ciele. Preto, aby tieto ciele dosiahol, resp. uspokojil svoje prania a preferencie, využíva zdroje, ktoré má k dispozícii (Rothbard, 2001). Každé konanie nutne predstavuje voľbu a každá voľba predstavuje jednoznačnú preferenciu. Ak je jednotlivec medzi dvoma alternatívami skutočne indiferentný, potom si medzi nimi nie je schopný vybrať a ani si nevyberie, napr. človek indiferentný medzi 250 a 251 gramami masla v dôsledku prílišnej presnosti meranej jednotky nebude mať žiadny dôvod na základe týchto alternatív konať. Bude využívať maslo vo väčších jednotkách, kedy rôzne udané množstvá pre neho indiferentné nie sú (Rothbard, 2001, s. 35).

Hodnota statkov je subjektívna a neexistuje objektívny spôsob, ako prideliť statkom univerzálnu hodnotu. Z tohto pohľadu má vnímanie hodnoty statku, resp. užitku statku pre spotrebiteľa ordinalistický základ (spotrebiteľ je schopný zaradiť statok podľa užitku, ktorý mu v spotrebe prináša - Mikušová Meričková, Stejskal, 2014, s. 217). Okrem vnímania subjektívneho charakteru alebo užitkovej vlastnosti je pri analýze statkov potrebné vnímať ju v hraničných hodnotách (Teória hraničného užitku, Teória hodnoty – Menger, 1994).

Vzhľadom na to, že zdroje a dôchodok sú obmedzené, jednotlivci si musia vybrať, čo zo širokej palety tovarov a služieb spotrebujú, resp. akú alternatívu zvolia. Každý jednotlivec má rozdielne preferencie a to v spotrebe súkromných ako i kolektívnych statkov.

Ekonomovia spravidla predpokladajú, že jednotlivci pri výbere alternatív konajú racionálne (Johnson, 1997), tzv. „homo oeconomicus“ (Mises, 2006, s. 879). Výsledkom je vytvorenie duševného poradia preferencií jednotlivca a snaha dosiahnuť čo najvyšší hmotný, nehmotný alebo peňažný zisk. Na základe svojich preferencií a s vopred danými obmedzeniami následne vykonávajú svoje rozhodnutia, inak označované aj ako racionálne kalkulácie (Downs, 1957, s. 5 - 6). Ale to neznamená, že jednotlivci sú chladnými počítačmi využívajúcimi dokonalé informácie a uskutočňujúcimi kalkulácie s neomylnou presnosťou. Znamená to, že pri rozhodovaní jednotlivci v snahe dosiahnuť svoje ciele uskutočňujú určité kalkulácie. Informácie, ktorými disponujú, resp. ciele, ktoré sledujú, sa môžu líšiť od tých našich, tieto rozdiely však nemožno vysvetľovať ako základ iracionality (Johnson, 1997).

Ľudia sa však v reálnom živote správajú diametrálne odlišne od toho, ako predpokladá ekonomický model. Hlavnou príčinou rozdielu je najmä nemožnosť zachytiť všetky potenciálne vplyvy a aspekty rozhodovania jednotlivcov (Downs, 1957). Oproti klasickému a neoklasickému poňatiu racionálneho jednotlivca stojí predpoklad iracionálneho jednotlivca,

ktorého správanie nie je náhodné a podlieha iracionálnym vplyvom okolia, resp. kontextovému efektu, ako sú emócie a pocity z krátkozrakého plánovania a mnohých ďalších zdrojov (Ariely, 2009). Množstvo rozhodnutí je založené na výsledkoch neistých udalostí, akými sú výsledky volieb, počet samovrážd strelnou zbraňou, verzus počet vražd strelnou zbraňou, hodnota eura a pod. (Tversky, Kahneman, 1976). Výsledkom sú chyby, ktoré sa dajú predvídať a sú stále rovnaké (koncept systematických predsudkov – Tversky, Kahneman, 1976).

Rozhodovanie človeka je ovplyvnené dvoma systémami myslenia, podľa ktorých hodnotí situácie, v ktorých sa ocitne. V psychológii sú pomenované ako Systém 1 a Systém 2. Thaler a Sunstein (2010) týmto systémom priradili ich kľúčové vlastnosti. Systém 1 je systémom rýchleho myslenia - automatickým systémom. Človek sa rozhoduje na základe skúseností, je rýchly a inštinktívny, riadi sa vrozenými zručnosťami. „Inštinktívne pocity bývajú celkom presné, ale často robíme chyby, pretože sa priveľmi spoliehame na svoj automatický systém“ (Thaler, Sunstein, 2010, s. 32). Druhý systém je reflexívny, je pomalší ako automatický a opiera sa o pravidlá. Jeho úlohou je prekonať impulzy Systému 1. „Úlohou Systému 2 je aj priebežné monitorovanie vlastného správania – kontrola, vďaka ktorej si vieme udržať zdvorilosť, aj keď sa hneváme, alebo ostražitosť pri šoférovaní v noci“ (Kahneman, 2019, s. 33).

Tversky a Kahneman (1974) postrehli, že ľudia sa pri rozhodovaní riadia približnými pravidlami. Formulovali svoj postreh na tri heuristiky, heuristika ukotvenia, heuristika dostupnosti a heuristika reprezentatívnosti. Postupom času psychológovia pochopili, že tieto heuristiky vznikajú vzájomným pôsobením Systému 1 a Systému 2.

Výraz ukotvenie vzniká v prípade, keď odhady zostávajú ovplyvnené číslom, ktoré ľudia dostali ako možné riešenie (Kahneman, 2019). „Ak by sa vás niekto opýtal, či mal Gándhí viac ako 114 rokov, keď zomrel, uvediete oveľa vyšší odhad veku úmrtia, ako by ste povedali, keby ukotvujúca otázka uvádzala úmrtie v 35 rokoch“ (Kahneman, 2019, s. 129).

Heuristika dostupnosti hovorí o jednoduchosti priradenia rôznych príkladov, ktoré sú danej situácii podobné, ich frekvencii výskytu. Napríklad po teroristickom útoku v roku 2001 sa bude javiť riziko nebezpečenstva terorizmu vážnejšie oproti nebezpečenstvu opaľovania, ktoré tak známe nie je (Thaler, Sunstein, 2010). Chybné posúdenia situácií môžu ovplyvniť to, ako zareagujeme.

Heuristika reprezentatívnosti súvisí s tzv. kognitívnym skreslením, kedy jednotlivci častokrát podliehajú mylným záverom z dôvodu nedostatočnej citlivosti a stereotypného pohľadu na spoločnosť. V tomto prípade je v rozpore intuícia (reprezentatívnosť) a logika (pravdepodobnosť), napr. mladí muži budú šoférovať agresívnejšie s väčšou pravdepodobnosťou než staršie ženy (Kahneman, 2012).

Ako vyplýva z heuristik predstavených Tverskym a Kahnemanom (1974), človek sa vo svojom živote častokrát správa neracionálne, má zničujúce sklony, ktoré nastávajú, keď zlyhá v sledovaní svojho vlastného záujmu, napríklad keď fajčí, požíva návykové látky, porušuje pravidlá cestnej premávky, nenavštevuje lekára a mnoho iných, o ktorých negatívnych dôsledkoch vie. „Na rozdiel od ekonov (homo oeconomicus), na to aby bežní ľudia spravili dobré rozhodnutia potrebujú pomoc a existujú informované a nevtieravé spôsoby, ako im túto pomoc poskytnúť“ (Kahneman, 2019, s. 433).

Podľa Thaler a Sunsteina (2010) je všeobecne platné, že ľudia by mali mať možnosť slobodne sa rozhodovať o tom, čo chcú alebo nechcú. Nazvali to liberálnym hľadiskom. Napríklad si predstavme riaditeľku stravovacích služieb Carolyn, ktorá len usporiadaním, miernym postrčením, dokázala zvýšiť alebo znížiť spotrebu množstva druhov jedál až o dvadsať percent. Zistila, že malými zmenami v súvislostiach, dokáže deti ovplyvniť tak, aby si vybrali zdravú stravu namiesto nezdravej.

Podľa Sunsteina (2016), niektoré postrčenia fungujú preto, že poskytujú ľuďom informácie, iné preto, že uľahčujú určité rozhodnutia, keďže ľudia si častejšie zvolia ľahšiu cestu. Niektoré fungujú z dôvodu zotrvačnosti (napríklad ak ide o predvolený výber) alebo aj kvôli sociálnym vplyvom okolia. Predvolený výber si vyberá množstvo ľudí na základe toho, že nevyžaduje veľa úsilia. Tento výber je nastavený tak, že bude platiť aj keď človek nič neurobí a pravdepodobne skončí pri tejto možnosti, či už je to výhodné alebo nie. Thaler a Sunstein (2010, s. 102) zdôraznili, že „behaviorálne sklony k nečinnosti ešte zosilnejú, ak bude predvolený výber obsahovať skrytý alebo otvorený náznak toho, že predstavuje normálny alebo odporúčaný priebeh vecí“.

Thaler a Sunstein (2010) uvádzajú, že postrčenia môžu pomôcť ľuďom dosiahnuť ich vlastné ciele. Berú do úvahy jednotlivca, ktorý sa nespráva ako homo oeconomicus, ale ako jednotlivca, na ktorého vplyvajú psychologické faktory konania, na ktoré sa sústreďuje behaviorálna ekonómia.

Je nesporné, že využitie prístupov a poznatkov behaviorálnej ekonómie vo verejnom sektore, ale aj súkromnom sektore má význam. Dokazuje to množstvo príkladov uplatnenia v zahraničí, ale aj vznik samotného BEET (Behaviorálny a experimentálny ekonomický tím MZ SR). Názor ohľadom vhodnosti použitia behaviorálnej ekonómie je na jednej strane zastávaný tými, ktorí vykresľujú uplatňovanie behaviorálnej ekonómie ako radikálnu „tretiu cestu“ medzi libertariánskym a paternalistickým prístupom k vládnutiu. Na druhej strane sú tí, ktorí jej uplatňovanie odmietajú z dôvodu, že odvádza pozornosť od „normálneho“ uplatňovania ekonómie v politike.

Podobne ako Dolan et al. (2009) zastávame názor, že existujú situácie, kedy je nevyhnuté ísť cestou „normálneho“, štátneho paternalizmu, v podobe uplatňovania reštriktívnych opatrení, cenových signálov, lepších informácií a obmedzenia slobody jednotlivca (napr. daň z tabakových výrobkov a alkoholu, povinná školská dochádza). Súhlasíme však aj s tým, že existujú situácie, ktoré si nevyhnutne okrem reštriktívnych obmedzení vyžadujú aj liberálnejšiu formu, akou sú postrčenia alebo zmena architektúry výberu. Samozrejme stále platí, že i napriek odporúčaniu behaviorálnych programov zameraných na zvýšenie napr. jedenia ovocia a zeleniny na päť porcií denne, bude vzhľadom na obmedzenosť zdrojov nutné riešiť aj praktické otázky, ako je napríklad nedostatok ponuky čerstvých potravín v chudobnejších lokalitách.

Pre politikov, profesionálov a komunity predstavuje skúmanie faktorov (motívov), ovplyvňujúcich ochotu jednotlivcov spolupracovať, potenciálne nový spôsob, akým možno meniť správanie sa jednotlivcov. Zmyslom by nemalo byť presadzovanie „tvrdého“ štátneho paternalizmu, ale liberálneho paternalizmu, ktorý postrčí jednotlivca „želateľným, resp. správnym“ smerom (Thaler, Sunstein, 2010).

Ako sme naznačili v tejto kapitole, nielen štát, ale aj rôzne organizácie môžu a zároveň aj využívajú malé stimuly, ktoré vplývajú na správanie sa jednotlivca. Pokiaľ chceme od jednotlivca niečo získať, možno ho jedinou vetou „Ste ústretový človek?“ presvedčiť, aby zmenil svoj postoj k našej ponuke.

Do akej miery je však vhodné ovplyvňovať správanie sa jednotlivca zatlačením na jeho správne miesta (emócie, pocity, ego, a pod.)? Kde končí „postrkovanie“ a začína psychický nátlak? Odpoveď na túto otázku necháme na vás. Myslíme si však, že úlohou štátu by malo byť, minimálne vybaviť jednotlivcov informáciou, ohľadom existencie faktorov, ktoré môžu výrazným spôsobom poznačiť ich rozhodovanie a konanie.

### **3. CIEĽ, MATERIÁL A METODIKA SKÚMANIA**

V tejto kapitole vymedzíme hlavný cieľ habilitačnej práce podporený čiastkovými cieľmi na dosiahnutie cieľa, výskumné otázky, predmet a objekt skúmania. Materiál a metodika zodpovedá stanovenému cieľu.

Súčasný stav poznania behaviorálnych intervencií je všeobecne rámcom pre formulovanie hlavného cieľa práce. Štúdie behaviorálnych intervencií vo vybraných oblastiach verejného sektora sú východiskom pre tvorbu vlastnej originálnej metodiky výskumu a realizácie behaviorálnych intervencií v reálnych podmienkach na Slovensku.

#### **3.1. Cieľ, materiál a metódy skúmania**

Cieľom habilitačnej práce je rozšírenie štandardného pohľadu na rozhodovanie a konanie jednotlivca ako objektu štátnych intervencií daného optikou neoklasickej mikroekónómie o rozmer libertariánsko-paternalistickej etiky v behaviorálnej ekonómii skúmaním možností behaviorálnych intervencií v reálnych podmienkach.

Za účelom naplnenia hlavného cieľa sme si stanovili čiastkové ciele:

- 1) Sumarizovať teoretické východiská rozhodovania a konania jednotlivca z pohľadu neoklasickej mikroekónómie rozšírenej o rozmer libertariánsko-paternalistickej etiky v behaviorálnej ekonómii.
- 2) Identifikácia psychologických faktorov ovplyvňujúcich rozhodovanie a konanie jednotlivca podľa konceptu MINDSPACE a možných oblastí využitia behaviorálnych intervencií v reálnych podmienkach.
- 3) Vytvorenie vlastnej originálnej metodiky výskumu a realizácie behaviorálnych intervencií v reálnych podmienkach.
- 4) Výskum a realizácia behaviorálnych intervencií v reálnych podmienkach na Slovensku formou dotazníkového prieskumu, experimentálneho prieskumu a poľného experimentu.

Pre naplnenie cieľa sme si stanovili výskumné otázky, ktoré zodpovieme využitím matematicko-štatistických metód.

Behaviorálna ekonómia našla uplatnenie v mnohých oblastiach verejného sektora. Jej metodologický rámec možno využiť pri definovaní problému, zlyhania trhu, resp. predmetu intervencie alebo pri návrhu jeho riešenia, resp. samotnej intervencie. To je napokon aj predmetom skúmania práce, kde pri definovaní problému, predmetu intervencie rozširujeme mainstreamový pohľad neoklasickej ekonómie o behaviorálne aspekty (teoretické prínosy) a pri návrhu realizácie intervencie pracujeme so psychologickými faktormi konania jednotlivca

ako objektu intervencie (praktické prínosy). V práci využívame dotazníkový prieskum zameraný na behaviorálne aspekty v manažmente kontrahovania miestnych verejných služieb (identifikácia behaviorálnych aspektov vzťahu medzi obstarávateľom a dodávateľom prekračujúcim neoklasický pohľad teórie principal-agent), experimentálny prieskum formou zavádzania behaviorálnych intervencií v zdravotníctve (identifikácia behaviorálnych aspektov problému korupcie v zdravotníctve prekračujúca neoklasický pohľad teórie principal agent a postrčenie - nudging ako nový nástroj riešenia externalít spojených so spotrebou služieb zdravotnej starostlivosti) a poľný experiment pri riešení znečistenia verejných priestranstiev (nudging ako nový nástroj riešenia negatívnej externality).

Objektom skúmania sú vybrané oblasti využitia behaviorálnych intervencií, konkrétne manažment kontrahovania verejných služieb, behaviorálne intervencie v zdravotníctve ovplyvňujúce správanie jednotlivcov a riešenie znečisťovania verejných priestranstiev. Pre každú z navrhovaných oblastí sme využili iný spôsob zberu dát. V prípade identifikovania faktorov ovplyvňujúcich konanie jednotlivcov sme v manažmente kontrahovania verejných služieb využili na zber dát dotazníkový prieskum, pre identifikáciu faktorov ovplyvňujúcich správanie jednotlivcov pri spotrebe zdravotníckych služieb sme využili experimentálny prieskum a pre riešenie znečistenia verejných priestranstiev sme využili na zber dát poľný experiment.

Metodologický postup práce môžeme zhrnúť nasledovne:

1) Súčasný stav poznania: Zhromaždenie sekundárnych zdrojov v oblasti skúmanej problematiky, ich štúdium, spracovanie získaných teoretických poznatkov, názorov a prístupov z domácich a zahraničných zdrojov a následná obsahovo-kauzálna analýza. Sekundárne zdroje habilitačnej práce predstavujú informácie z oblasti behaviorálnej ekonómie a realizovaných behaviorálnych intervencií. Súčasťou sekundárnych zdrojov budú dostupné informácie z domácej a zahraničnej literatúry, odborných a vedeckých časopisov, databáz a z internetu. Pre spracovanie teoretickej časti habilitačnej práce sme využili odborné publikácie, zborníky, monografie ako aj výsledky doteraz realizovaných výskumov zaoberajúcich sa využitím behaviorálnych intervencií v reálnych podmienkach. Pri spracovávaní teoretických poznatkov sme využili obsahovo-kauzálnu metódu, umožňujúcu skúmať problematiku z hľadiska príčiny a dôsledku ako aj historicko-logickú metódu. Pri definovaní súčasného stavu skúmanej problematiky sme použili predovšetkým metódu komparácie (porovnanie názorov rôznych autorov) a vedeckej abstrakcie (abstrahovanie od názorov menej známych autorov a nepodstatných vecí). Zdrojom výskumných otázok sú teoretické východiská rozhodovania a konania jednotlivcov z pohľadu neoklasickej mikroekonómie rozšírenej o rozmer

libertariánsko-paternalistickej etiky v behaviorálnej ekonómii a parciálne výsledky ekonomických experimentov vo vybraných oblastiach. V nasledujúcej časti sa bližšie zameriame na vybrané oblasti. V každej podkapitole si stanovíme hlavnú výskumnú otázku, na ktorú budú nadväzovať čiastkové výskumné otázky a určíme si konkrétne materiály a metódy spracovania.

Výskumné otázky stanovujeme na základe využitia induktívno-deduktívnych metód. Syntézu, indukciu a dedukciu ako aj zovšeobecňovanie uplatníme pri logickom overení výsledkov, ich zhrnutí a prezentácii výstupov práce. V práci sme si stanovili hlavnú výskumnú otázku: Jednotlivci sú pri rozhodovaní a konaní ovplyvnení psychologickými faktormi pôsobiacimi na nich počas ich rozhodovania. Pre každú oblasť skúmania sme si stanovili výskumné otázky, ktoré sú prezentované v jednotlivých podkapitolách.

2) Skúmanie a realizácia behaviorálnych intervencií vo vybraných oblastiach verejného sektora vo forme dotazníkového prieskumu, experimentálneho prieskumu a experimentu realizovaných v reálnych podmienkach v Slovenskej republike. Pre jednotlivé oblasti skúmania boli zvolené rozdielne metódy získania primárnych zdrojov od relatívne najmenej náročných (dotazníkový prieskum) až po náročné v podobe zostavenia poľného experimentu. Pri každom spôsobe zberu dát sme využívali psychologické faktory ovplyvňujúce konanie a rozhodovanie jednotlivcov. V časti zameranej na manažment kontrahovania verejných služieb sme využili dotazníkový prieskum, ktorý umožňuje osloviť v krátkom čase veľkú skupinu respondentov a identifikovať psychologické faktory ovplyvňujúce vzťah medzi principalom (obstarávateľ)-agentom (dodávateľ). Metóda bola vybraná s ohľadom na rozsah základného súboru, v ktorom sú v tomto prípade všetky miestne samosprávy na Slovensku (2927 vrátane 17 mestských častí Bratislavy a 22 mestských častí Košíc). V prípade zdravotníctva sme využili experimentálny prieskum, ako kombinácia dotazníka a experimentu. Otázky boli zostavované v nadväznosti na psychologické faktory ovplyvňujúce konanie jednotlivca. V jednotlivých skúmaných oblastiach boli navrhnuté možné postrčenia ovplyvňujúce správanie sa jednotlivcov. Pri znečisťovaní verejných priestranstiev sme realizovali poľný experiment ako behaviorálnu intervenciu v podobe nudgingu.

3) Výsledky a diskusia: Spracovanie výstupov výskumu pomocou relevantných matematicko-štatistických metód a následné vyhodnotenie výsledkov. V tejto fáze vyhodnotíme výsledky dotazníkového prieskumu, experimentálneho prieskumu a experimentu a nami zistené výsledky diskutujeme s výsledkami štúdií zameraných na rovnaký, resp. podobný predmet skúmania, či doteraz realizovanými ekonomickými experimentmi v rovnakej oblasti.

4) Syntézu záverov pri definovaní problému, predmetu intervencie rozšírením mainstreamového pohľadu neoklasickej ekonómie o behaviorálne aspekty (teoretické prínosy) a pri návrhu realizácie intervencie pracujeme so psychologickými faktormi konania jednotlivca ako objektu intervencie (praktické prínosy).

Na vyhodnotenie využívame štatistický softvér IBM SPSS Statistics 26, pri testovaní uvažujeme na hladine významnosti 0,05. Zo štatistických metód využívame chí-kvadrát test, deskriptívnu štatistiku, Spearmanov korelačný koeficient, Cramerovo V, Multiple response analýzu, Friedmanov a Wilcoxonov test, Binomický test a Mann-whitney test.

5) Zodpovedanie výskumných otázok, zhrnutie výstupov práce, generalizácia a interpretácia výsledkov. V úvode sa zameriame na popísanie teoretických východísk, stanovanie a operacionalizáciu výskumných otázok, materiálov a metodiky skúmania vybraných oblastí, v ktorých budeme sledovať možné spôsoby využitia behaviorálnych intervencií.

V nasledujúcej časti sú predstavené výsledky vlastného skúmania (od návrhu dizajnu až po samotnú realizáciu a vyhodnocovanie výsledkov) týkajúceho sa uplatnenia behaviorálnej ekonómie vo verejnom sektore. Konkrétne pôjde o oblasť uplatnenia a zadefinovanie teoretických postulátov teórie principal-agent vo vzťahu ku kontrahovaniu služieb a riešenie korupcie, možnosti využitia behaviorálnych intervencií pri riešení externalít vyplývajúcich z produkcie/spotreby zdravotníckych služieb a znečisťovanie verejných priestranstiev. Výberom jednotlivých oblastí sme chceli poukázať na širokú aplikovateľnosť metód behaviorálnej ekonómie a možností ovplyvňovať konanie a rozhodovanie jednotlivcov. Pre každú oblasť skúmania boli navrhnuté špecifické metódy skúmania od jednoduchej, v podobe dotazníkového prieskumu až po náročnú, zostavenie poľného experimentu. Avšak každá z navrhnutých metód vychádza z psychologických faktorov konania jednotlivcov tzv. koncept MINDSPACE (Dolan et al., 2009).

## **4. VÝSKUM BEHAVIORÁLNYCH ASPEKTOV KONTRAHOVANIA SLUŽIEB VO VEREJNOM SEKTORE**

Nasledujúca podkapitola sa zameriava na aplikáciu behaviorálnych aspektov do manažmentu kontrahovania verejných služieb smerujúcich k zmene vzťahu medzi obstarávateľom a dodávateľom. Pre danú oblasť sme si stanovili nasledovnú výskumnú otázku: Využitie poznatkov behaviorálnej ekonómie v manažmente kontrahovania má pozitívny vplyv na charakter vzťahu medzi dodávateľom a odberateľom. Pre overenie hlavnej výskumnej otázky sme si stanovili nasledovné čiastkové výskumné otázky.

Výskumná otázka č. 1: Aký je vzťah medzi dodávateľom a obstarávateľom verejných služieb?

Výskumná otázka č. 2: Aké faktory ovplyvňujú dodávateľa a obstarávateľa pri uzatváraní zmlúv a samotnej realizácii kontraktu?

### **4.1. Teoretické východiská**

Konvenčné vnímanie problému kontrahovania činností spojených s výkonom funkcií štátu v ekonomike, je ovplyvnené teóriou principal - agent, ktorá vidí kontrakt ako určitú dohodu medzi dvoma subjektmi s rozdielnymi záujmami – princípálom a agentom (Arrow, 1985).

Principál (v našom ponímaní zložka verejnej správy, ktorá má legislatívne vymedzenú povinnosť danú službu zabezpečiť - poskytovateľ služby, ktorý nesie politickú zodpovednosť za rozhodnutie – z akých zdrojov bude služba financovaná a aká forma produkcie služby bude zvolená a agent (konkrétny producent služby) sledujú svoje vlastné ciele, ktoré nemusia (a väčšinou ani nie sú) v súlade (DeHoog, 1990, Macneil, 1974, 1978; Sclar, 2000). Nesúlad cieľov princípála (poskytovateľa/obstarávateľa služby) a agenta (producenta/dodávateľa služby) je príčinou dvoch základných problémov spojených s kontrahovaním verejných služieb - 1) morálneho hazardu alebo problému skrytej činnosti a 2) nesprávneho výberu alebo problému skrytých informácií (Arrow, 1985; Kettl, 1993; More, 1984; Pratt, Zeckhauser, 1986).

Morálny hazard vzniká, ak činnosť dodávateľa nie je dostatočne monitorovaná a kontrolovaná, čo sa prejavuje v rozsahu a kvalite zabezpečovanej služby alebo iným správaním externého dodávateľa, ktoré je v rozpore s verejným záujmom. Tento problém by malo vyriešiť explicitné nastavenie podmienok v zmluve v procese verejného obstarávania a priebežná kontrola produkcie služby (zmluvného dodávateľa) zo strany verejnej inštitúcie (obstarávateľa) po obstaraní služby.

Problém nesprávneho výberu alebo skrytých informácií sa označuje ako informačná asymetria (Stiglitz, 2000). Špecializovaný dodávateľ služby disponuje informáciami (väčšinou odborného charakteru), ktoré nemá verejná inštitúcia k dispozícii a ich využitím ju môže ovplyvniť v jej rozhodovaní o výbere dodávateľa. Napríklad verejná inštitúcia má záujem vybrať z potenciálnych dodávateľov toho, ktorý najviac vyhovuje požiadavkám kladeným na efektívnosť a kvalitu produkcie služby, nemá ale potrebné informácie, aby uchádzača dokázala hodnotiť ex-ante. Tento problém uvádza Bailey (1999, s. 290 – 292) ako jedno z rizík spojených s kontrahovaním verejných služieb: externí producenti služby, ktorí sa uchádzajú o verejnú zákazku v podobe poskytovania služby, môžu zámerne podhodnotiť pri kalkulácii ceny za službu, reálne náklady jej produkcie, čo v prípade získania zákazky vedie k problémom so zabezpečením služby v potrebnom rozsahu a kvalite.

Definovaním faktorov efektívnosti kontrahovania, ovplyvnenej kvalitou riadenia procesu kontrahovania sa zaoberajú viacerí autori. Faktory vyplývajúce z kvality kontrakt manažmentu sa viažu k rizikám kontrahovania, ktoré ovplyvňujú riziko netransparentnosti - miera konkurencie pri získaní verejnej zákazky (Savas, 1987; Kettl, 1993; Greene, 2002; Hodge, 2000), riziko skrytých informácií: ex-ante hodnotenie uchádzača o verejnú zákazku (Rehfuss, 1989; Marlin, 1984; Romzek, Johnston, 2002), znalosti a skúsenosti obstarávateľa v oblasti zmluvného manažmentu (DeHoog, 1990; Rehfuß, 1989; Romzek a Johnston, 2002), odborné znalosti obstarávateľa o technických parametroch obstarávanej služby (Kettl, 1993), riziko skrytej činnosti, frekvencia monitorovania produkcie služby (Rehfuss, 1989; Marlin, 1984; Prager, 1994; Lavery, 1999; Seidenstat, 1999; Brown, Potoski, 2003; Hefetz and Warner, 2004), postup pri nedodržaní záväzkov vyplývajúcich zo zmluvy (DeHoog, 1990; Rehfuß, 1989; Romzek and Johnston, 2002), dĺžka zmluvy (Kettner, Martin, 1990; MacKay, 2022) a typ platby externému dodávateľovi za službu (Marlin, 1984; Romzek, Johnston, 2002, Shetterly, 1998).

Okrem konvenčného vnímania kontrahovania z pohľadu teórie principal - agent, kde vzťah medzi poskytovateľom, obstarávateľom služby a producentom, dodávateľom služby je chápaný ako riadiaci, či kontrolný (vzhľadom na rozdielnosť cieľov zúčastnených strán a ich snahu ich presadiť) v odbornej literatúre (DeHoog, 1990; Williamson, 1986; Sclar, 2000; Smith, 1996; Kettner a Martin, 1987; Bennett a Ferlie, 1996) nájdeme aj novší pohľad, ktorý vníma tento vzťah ako partnerský založený na flexibilnej spolupráci. V tomto ponímaní ako determinanty prínosu kontrahovania vystupujú iné faktory ako sú frekvencia komunikácie medzi poskytovateľom a producentom služby (DeHoog, 1990), spoločné riešenie problémov (Cooper,

2003; Sclar, 2000) a vzájomná dôvera, zdieľané hodnoty, odklon od sankcií k vyjednávaniu (Macneil, 1978, 1974).

V záujme budovania tohto vzťahu je možné využiť poznatky behaviorálnej ekonómie (Dolan et al., 2009; Hansen, 2018; Thaler et al., 2010). Na rozdiel od známeho klasického alebo neoklasického poňatia racionálneho jednotlivca (*homo economicus*), behaviorálna ekonómia vytvorila predpoklad tzv. iracionálneho jednotlivca, ktorého správanie nie je náhodné, podlieha iracionálnym vplyvom prostredia (tzv. kontextový efekt), ako sú emócie, pocity založené na krátkodobých horizontoch plánovania a mnohé ďalšie (Ariely, 2008).

Takýmto rozhodnutím je aj rozhodnutie o kontrahovaní verejnej služby - „make or buy“. Riešenie otázky produkcie verejnej služby ako kolektívneho statku s externalitami nájdeme v neoklasickej teórii zlyhania trhu, ktorá pracuje s predpokladom „*homo economicus*“ a predpokladá racionalitu v rozhodovaní jednotlivca. Tá je však, ako sme vysvetlili vyššie, obmedzená, resp. ovplyvniteľná individuálnymi motívmi či prostredím. To je dôležitým momentom, na ktorý by mali verejné inštitúcie vo vzťahu k občanovi, ako spotrebiteľovi verejnej služby, či vo vzťahu k zmluvnému partnerovi ako dodávateľovi služby, zareagovať, byť agilné (Lin et al., 2006; Charbonnier-Voirin, 2011). Agilita sa chápe ako možnosť rýchlej reakcie na zmenu, ale aj na konanie a „ovládnutie“ toho druhého vďaka významným schopnostiam predvídať, inovovať a učiť sa (Dubuisson-Quellier, 2004).

Agilita zo strany verejnej inštitúcie ako obstarávateľa služby je dôležitou, pretože uzavretie kontraktu stopercentne nezaručuje, že nedôjde k porušeniu zmluvy z jednej alebo druhej strany. Cao, Lumineau (2015) uvádzajú, že základom tvorby sociálnych vzťahov a spolupráce medzi partnermi je podľa teórie sociálnej výmeny (z ang. *Social exchange theory*) dôvera. Existujúca literatúra definuje dva typy dôvery: dôvera vychádzajúca z dobrej viery a „kompetenčná dôvera“ (z ang. *competence trust*) (Das, Teng, 1998; Malhotra, Lumineau, 2011; Sako, 1992). Dôvera vychádzajúca z dobrej viery je postavená na tom, že spoluracujúci partneri splnia svoju dohodnutú úlohu v kontrakte, a že aj napriek možnosti oportunistizmu sa budú správať čestne (Das, Teng, 2001; Lui, Ngo, 2004; Nooteboom, 1996). Kompetenčná dôvera vyplýva z toho, že obstarávateľ, resp. verejná inštitúcia dôveruje, že dodávateľ je schopný splniť svoju úlohu a má schopnosti ju splniť (Das, Teng, 2001; Lui, Ngo, 2004; Nooteboom, 1996). Ide pritom o technické, kognitívne, organizačné a komunikačné kompetencie dodávateľa, ktoré posudzuje verejná inštitúcia (Klein-Woolthuis et al., 2005).

Pri dôvere založenej na dobrej vôli medzi partnermi výskumy ukazujú, že dochádza k poklesu transakčných nákladov, znižuje sa oportunistické správanie a v dôsledku toho sa môžu zdroje a energia vynaložiť na tvorbu inovatívnych riešení (Lane et al., 2001; Wang et al., 2011).

Pokiaľ existuje medzi partnermi dôvera dobrej vôle, dochádza k užšej miere spolupráce, zdieľaniu hodnôt a tvorbe neformálnych vzťahov medzi partnermi, čo v konečnom dôsledku vedie k tvorbe inovácií, zlepšeniu kvality služieb a efektívnosti pri ich poskytovaní (Fryxell et al., 2002; Lui, Ngo, 2004; Wang et al., 2011). Kompetenčná dôvera znižuje potrebu opakovaného vysvetľovania povinností, čo má za následok menej častú, avšak z hľadiska obsahu kvalitnejšiu komunikáciu, ktorej výsledkom sú rozsiahlejšie inovácie (Nooteboom, 1996; Roy et al., 2004). V prítomnosti kompetenčnej dôvery je väčšia pravdepodobnosť, že sa obe strany budú vzájomne počúvať, absorbujú a prijmu opatrenia na základe získaných vedomostí a informácií (Levin, Cross, 2004). Ako uvádza Roy et al. (2004) na druhej strane nedostatok dôvery vedie k poklesu mieru inovácií.

#### **4.2. Materiál a metódy skúmania**

V práci sme si stanovili výskumnú otázku: Využitie poznatkov behaviorálnej ekonómie v manažmente kontrahovania má pozitívny vplyv na charakter vzťahu medzi dodávateľom a odberateľom. Pre overenie výskumnej otázky sme si stanovili nasledovné výskumné otázky.

Výskumná otázka č. 1: Aký je vzťah medzi dodávateľom a obstarávateľom verejných služieb?

Výskumná otázka č. 2: Aké faktory ovplyvňujú dodávateľa a obstarávateľa pri uzatváraní zmlúv a samotnej realizácii kontraktu?

Stanovené výskumné otázky vychádzajú z identifikovaných psychologických faktorov pôsobiacich na konanie jednotlivcov na základe konceptu MINDSPACE (Dolan et al., 2009) a zo štúdie založenej na dôvere medzi partnermi realizovanej van der Valk et al. (2016), práve z dôvodu zmeny vzťahu z konkurenčného medzi dodávateľom a obstarávateľom na vzťah založený na dôvere a spolupráci. Výsledkom by malo byť poskytovanie užívateľsky priateľských verejných služieb, dôvera medzi partnermi a zdieľanie hodnôt.

Pri hodnotení vzťahu medzi dodávateľom a obstarávateľom sme sa zamerali na vybrané služby poskytované samosprávami na Slovensku, konkrétne zber a odvoz tuhého komunálneho odpadu (ďalej len TKO), údržba miestnych komunikácií, údržba verejnej zelene, údržba verejného osvetlenia a cintorínske služby a pomocné služby (upratovanie, stravovanie zamestnancov, správa, údržba budov, správa IT, bezpečnostné služby a doprava). Zamerali sme sa pritom konkrétne na faktory uvedené v tabuľke (Tabuľka 2).

Tabuľka 2 Faktory výsledného efektu kontrahovania služieb vo verejnom sektore vo vzťahu k behaviorálnym faktorom

| Faktor                                                  | Otázka                                                                                                              | MINDSPACE (Dolan et al., 2009)          |
|---------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| Poskytovanie užívateľsky priateľských verejných služieb | Dodávateľ inovuje proces poskytovania služby (inovácia procesu) – zvyšuje efektívnosť poskytovania služby           | Pútavosť (S), Prednastavená možnosť (D) |
|                                                         | Dodávateľ inovuje dodávanú službu (inovácia produktu) – zvyšuje kvalitu poskytovanej služby                         | Prednastavená možnosť (D)               |
|                                                         | Dodávateľ inovuje postupy riadenia svojej organizácie (organizačná inovácia)                                        | Prednastavená možnosť (D)               |
|                                                         | Dodávateľ inovuje dizajn, resp. spôsob ponuky služby (marketingová inovácia)                                        | Prednastavená možnosť (D), Pocity (A)   |
| Vzájomná dôvera                                         | Dodávateľ a obstarávateľ si navzájom dôverujú v plnení zmluvne zakotvených záväzkov                                 | Správa (M), Stimul (I), Záväzok (C)     |
|                                                         | Dodávateľ a obstarávateľ si navzájom dôverujú vo vzájomnej otvorenej komunikácii                                    | Správa (M), Stimul (I), Záväzok (C)     |
| Zdieľanie hodnôt                                        | Dodávateľ a obstarávateľ navzájom stotožnení s nimi presadzovanými hodnotami                                        | Normy (N), Pútavosť (S)                 |
|                                                         | Dodávateľ a obstarávateľ spoločne komunikujú a spolupracujú na riešení problémov                                    | Normy (N)                               |
|                                                         | V riešení problémov v plnení zmluvných záväzkov uprednostňujú dodávateľ a obstarávateľ vyjednávanie pred sankciami. | Záväzok (C), Normy (N)                  |

Zdroj: Vlastné spracovanie

Poskytovanie užívateľsky priateľských verejných služieb vychádza najmä zo psychologického faktoru prednastavená možnosť. Miestne samosprávy budú pravdepodobne pri uzatváraní kontraktov vychádzať z už uzatvorených, štandardných zmlúv, pričom ich obsah budú upravovať len do istej miery. Pri určitých typoch miestnych verejných služieb, akou je napr. zber a odvoz TKO<sup>9</sup> predpokladáme, že dodávateľ služby bude zároveň aj expertom v danej oblasti. V prípade uzatvárania kontraktu by sa tak miestne samosprávy mali sústrediť na zistenie, aké inovácie v danej oblasti existujú, resp. pri samotnom vypisovaní kontraktu

<sup>9</sup> ide pritom o službu, ktorá je v miestnych samosprávach na Slovensku najčastejšie kontrahovanou službou (Mikušová Meričková, Jakuš Muthová, 2023).

požadovať dané informácie od dodávateľa. Samozrejme nemáme na mysli len finančne nákladné inovácie (napr. palubná váha v smetiarskych vozidlách, nákup ekologických áut), ale aj inovácie vo forme postrčení, akým je napr. farebné odlíšenie odpadových nádob, zmena informačnej grafiky na odpadových nádobách a pod. Uvedené inovácie v konečnom dôsledku zvyšujú efektívnosť a kvalitu poskytovanej služby.

Ďalším zo sledovaných faktorov je vzájomná dôvera. Ako sme už uviedli v prípade, že chceme u dotyčného rýchlejšie vybudovať dôveru, je vhodné ho najprv informovať o negatívach danej ponuky a následne poukázať na jej pozitíva. Z toho dôvodu by sa mali miestne samosprávy pri ex-ante hodnotení uchádzačov zamerať na negatíva danej ponuky skrývajúce sa napr. za najnižšou cenou. Opomenutie negatív danej ponuky môže v konečnom dôsledku viesť k nedodržaniu záväzkov zo strany jedného z partnerov. Pre uistenie sa, že daná situácia nenastane, t. j. nedôjde k porušeniu dôvery a odklonu od zdieľaných hodnôt (faktor zdieľané hodnoty), môže byť v zmluve uvedené, že okrem finančných sankcií, je možné uvaliť aj informačné sankcie (napr. v podobe sociálneho vylúčenia, poškodenia dobrého mena, tabule hanby).

Keďže psychologické faktory sú definované ako kvalitatívne charakteristiky, pre účely výskumu sme ich transformovali do kvantitatívnej podoby podľa vybraných znakov (Tabuľka 3).

Tabuľka 3 Kvantifikácia faktorov výsledného efektu kontrahovania služieb vo verejnom sektore vo vzťahu k behaviorálnym faktorom

| Faktor                                                           | Otázka                                                                                                                   | Škála                        | Kódovanie |
|------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|-----------|
| Poskytovanie<br>užívateľsky<br>priateľských verejných<br>služieb | Dodávateľ inovuje<br>proces poskytovania<br>služby (inovácia<br>procesu) – zvyšuje<br>efektívnosť poskytovania<br>služby | úplne súhlasím               | 100       |
|                                                                  |                                                                                                                          | súhlasím                     | 80        |
|                                                                  |                                                                                                                          | ani súhlasím, ani nesúhlasím | 60        |
|                                                                  |                                                                                                                          | nesúhlasím                   | 40        |
|                                                                  |                                                                                                                          | úplne nesúhlasím             | 20        |
|                                                                  | Dodávateľ inovuje<br>dodávanú službu<br>(inovácia produktu) –<br>zvyšuje kvalitu<br>poskytovanej služby                  | úplne súhlasím               | 100       |
|                                                                  |                                                                                                                          | súhlasím                     | 80        |
|                                                                  |                                                                                                                          | ani súhlasím, ani nesúhlasím | 60        |
|                                                                  |                                                                                                                          | nesúhlasím                   | 40        |
|                                                                  |                                                                                                                          | úplne nesúhlasím             | 20        |
|                                                                  | Dodávateľ inovuje<br>postupy riadenia svojej<br>organizácie (organizačná<br>inovácia)                                    | úplne súhlasím               | 100       |
|                                                                  |                                                                                                                          | súhlasím                     | 80        |
|                                                                  |                                                                                                                          | ani súhlasím, ani nesúhlasím | 60        |
|                                                                  |                                                                                                                          | nesúhlasím                   | 40        |
|                                                                  |                                                                                                                          | úplne nesúhlasím             | 20        |
|                                                                  | Dodávateľ inovuje<br>dizajn, resp. spôsob<br>ponuky služby<br>(marketingová inovácia)                                    | úplne súhlasím               | 100       |
|                                                                  |                                                                                                                          | súhlasím                     | 80        |
|                                                                  |                                                                                                                          | ani súhlasím, ani nesúhlasím | 60        |
|                                                                  |                                                                                                                          | nesúhlasím                   | 40        |
|                                                                  |                                                                                                                          | úplne nesúhlasím             | 20        |
| Vzájomná dôvera                                                  |                                                                                                                          | úplne súhlasím               | 100       |

| Faktor                                                                                                              | Otázka                                                                              | Škála                                                                        | Kódovanie        |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|------------------|-----|
|                                                                                                                     | Dodávateľ a obstarávateľ si navzájom dôverujú v plnení zmluvne zakotvených záväzkov | súhlasím                                                                     | 80               |     |
|                                                                                                                     |                                                                                     | ani súhlasím, ani nesúhlasím                                                 | 60               |     |
|                                                                                                                     |                                                                                     | nesúhlasím                                                                   | 40               |     |
|                                                                                                                     |                                                                                     | úplne nesúhlasím                                                             | 20               |     |
|                                                                                                                     | Dodávateľ a obstarávateľ si navzájom dôverujú vo vzájomnej otvorenej komunikácii    | úplne súhlasím                                                               | 100              |     |
|                                                                                                                     |                                                                                     | súhlasím                                                                     | 80               |     |
|                                                                                                                     |                                                                                     | ani súhlasím, ani nesúhlasím                                                 | 60               |     |
|                                                                                                                     |                                                                                     | nesúhlasím                                                                   | 40               |     |
|                                                                                                                     | Zdieľanie hodnôt                                                                    | Dodávateľ a obstarávateľ navzájom stotožnení s nimi presadzovanými hodnotami | úplne nesúhlasím | 20  |
|                                                                                                                     |                                                                                     |                                                                              | úplne súhlasím   | 100 |
| súhlasím                                                                                                            |                                                                                     |                                                                              | 80               |     |
| ani súhlasím, ani nesúhlasím                                                                                        |                                                                                     |                                                                              | 60               |     |
| Dodávateľ a obstarávateľ spoločne komunikujú a spolupracujú na riešení problémov                                    |                                                                                     | nesúhlasím                                                                   | 40               |     |
|                                                                                                                     |                                                                                     | úplne nesúhlasím                                                             | 20               |     |
|                                                                                                                     |                                                                                     | úplne súhlasím                                                               | 100              |     |
|                                                                                                                     |                                                                                     | súhlasím                                                                     | 80               |     |
| V riešení problémov v plnení zmluvných záväzkov uprednostňujú dodávateľ a obstarávateľ vyjednávanie pred sankciami. |                                                                                     | ani súhlasím, ani nesúhlasím                                                 | 60               |     |
|                                                                                                                     |                                                                                     | nesúhlasím                                                                   | 40               |     |
|                                                                                                                     |                                                                                     | úplne nesúhlasím                                                             | 20               |     |
|                                                                                                                     |                                                                                     | úplne súhlasím                                                               | 100              |     |
|                                                                                                                     |                                                                                     | súhlasím                                                                     | 80               |     |
|                                                                                                                     |                                                                                     | ani súhlasím, ani nesúhlasím                                                 | 60               |     |
|                                                                                                                     |                                                                                     | nesúhlasím                                                                   | 40               |     |
|                                                                                                                     |                                                                                     | úplne nesúhlasím                                                             | 20               |     |

Zdroj: Vlastné spracovanie

Metódou zberu údajov v rámci primárneho výskumu bol štruktúrovaný dotazník. Výhodou štruktúrovaného dotazníka je oslovenie relatívne veľkej vzorky respondentov v krátkom čase. Nevýhodou je, že dotazník obsahuje relatívne statické otázky, t. j. nie je možné meniť alebo podnietiť jednotlivcov k zmene správania, avšak výsledky dotazníka nám poskytujú informácie o momentálnom stave.

Primárny zdroj dát predstavujú údaje získané dotazníkovým prieskumom, ktorý sme rozposlali na všetky miestne samosprávy na Slovensku (2927 vrátane 17 mestských častí Bratislavy a 22 mestských častí Košíc). Dotazníkový prieskum sa uskutočnil od januára do apríla 2022 na vzorke 54 miest a obcí na Slovensku. Jednotlivé samosprávy odpovedali na otázky týkajúce sa psychologických faktorov kontrakt manažmentu bez ohľadu na to, či službu poskytujú interne alebo externe. V tomto prípade sme chceli získať informácie o tom, či sa špecifické inovácie služieb vyskytujú aj v prípade interného poskytovania služieb. Zároveň,

ako sme už uviedli, poznatky behaviorálnej ekonómie je možné uplatniť aj na interných zamestnancov, napr. zmenou spôsobu komunikácie<sup>10</sup>.

### 4.3. Výsledky a diskusia

Výsledky týkajúce sa kvality kontrakt manažmentu z pohľadu behaviorálnej ekonómie sme získali z dotazníkového prieskumu realizovaného od januára do apríla 2022 na vzorke 54 miest a obcí na Slovensku.

Vo výskume sme sledovali kontrahovanie miestnych a pomocných služieb v miestnych samosprávach na Slovensku. Pri väčšine pomocných služieb v našom prípade prevláda interné zabezpečovanie služby. Rovnako aj v tomto prípade je možné uplatniť poznatky behaviorálnej ekonómie pri tvorbe postrčení, vo vzťahu k vlastným zamestnancom.

Stanovili sme si nasledujúcu výskumnú otázku č. 1: Aký je vzťah medzi dodávateľom a obstarávateľom verejných služieb?

V tabuľkách (Tabuľka 4 a Tabuľka 7) uvádzame hodnotenie kvality kontrakt manažmentu miestnych služieb z pohľadu behaviorálnej ekonómie, resp. hodnotenie vzťahu medzi dodávateľom a obstarávateľom založenom na dôvere a spolupráci.

Tabuľka 4 Hodnotenie kvality kontrakt manažmentu miestnych služieb v % v roku 2021

| Miestna služba               | Poskytovanie užívateľsky priateľských verejných služieb | Vzájomná dôvera | Zdieľanie hodnôt |
|------------------------------|---------------------------------------------------------|-----------------|------------------|
| Zber a odvoz TKO             | 74,11                                                   | 79,44           | 80,19            |
| Údržba verejného osvetlenia  | 80,61                                                   | 80              | 80,83            |
| Údržba miestnych komunikácií | 72,83                                                   | 79,23           | 78,97            |
| Údržba verejnej zelene       | 80                                                      | 80              | 80               |
| Cintorínske služby           | 80,69                                                   | 80              | 80,95            |
| <b>Priemer</b>               | <b>77,65</b>                                            | <b>79,73</b>    | <b>80,19</b>     |

Zdroj: Vlastné spracovanie

<sup>10</sup> Výskum v tejto časti nadväzuje na výskum projektu VEGA 1/0029/21 Manažment kontrahovania služieb vo verejnom sektore

Tabuľka 5 Hodnotenie kvality kontrakt manažmentu miestnych služieb v % v roku 2021

| Faktor                                                  | Otázka                                                                                                              | Zber a odvoz TKO | Údržba verejného osvetlenia | Údržba miestnych komunikácií | Údržba verejnej zelene | Cintorínske služby |
|---------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-----------------------------|------------------------------|------------------------|--------------------|
| Poskytovanie užívateľsky priateľských verejných služieb | Dodávateľ inovuje proces poskytovania služby (inovácia procesu) – zvyšuje efektívnosť poskytovania služby           | 76,76            | 80,00                       | 75,71                        | 83,33                  | 82,50              |
|                                                         | Dodávateľ inovuje službu (inovácia produktu) – zvyšuje kvalitu poskytovanej služby                                  | 76,22            | 82,22                       | 73,85                        | 80,00                  | 80,00              |
|                                                         | Dodávateľ inovuje postupy riadenia svojej organizácie (organizačná inovácia)                                        | 72,22            | 80,00                       | 72,31                        | 76,00                  | 80,00              |
|                                                         | Dodávateľ inovuje dizajn, resp. spôsob ponuky služby (marketingová inovácia)                                        | 71,11            | 80,00                       | 69,23                        | 80,00                  | 80,00              |
|                                                         | <b>Priemer</b>                                                                                                      | <b>74,08</b>     | <b>80,56</b>                | <b>72,77</b>                 | <b>79,83</b>           | <b>80,63</b>       |
| Vzájomná dôvera                                         | Dodávateľ a obstarávateľ si navzájom dôverujú v plnení zmluvne zakotvených záväzkov                                 | 79,44            | 80,00                       | 78,46                        | 80,00                  | 80,00              |
|                                                         | Dodávateľ a obstarávateľ si navzájom dôverujú vo vzájomnej otvorenej komunikácii                                    | 79,43            | 80,00                       | 80,00                        | 80,00                  | 80,00              |
|                                                         | <b>Priemer</b>                                                                                                      | <b>79,44</b>     | <b>80,00</b>                | <b>79,23</b>                 | <b>80,00</b>           | <b>80,00</b>       |
| Zdieľanie hodnôt                                        | Dodávateľ a obstarávateľ navzájom stotožnení s nimi presadzovanými hodnotami                                        | 78,29            | 80,00                       | 76,92                        | 80,00                  | 80,00              |
|                                                         | Dodávateľ a obstarávateľ spoločne komunikujú a spolupracujú na riešení problémov                                    | 81,71            | 82,50                       | 81,54                        | 80,00                  | 82,86              |
|                                                         | V riešení problémov v plnení zmluvných záväzkov uprednostňujú dodávateľ a obstarávateľ vyjednávanie pred sankciami. | 80,57            | 80,00                       | 78,46                        | 80,00                  | 80,00              |
|                                                         | <b>Priemer</b>                                                                                                      | <b>80,19</b>     | <b>80,83</b>                | <b>78,97</b>                 | <b>80,00</b>           | <b>80,95</b>       |

Zdroj: vlastné spracovanie

Z výsledkov vyplýva, že pri kontrahovaní miestnych a pomocných služieb existuje medzi jednotlivými partnermi dôvera, t. j. je možné predpokladať, že medzi partnermi existuje kompetenčná dôvera (van der Valk et al., 2016). Ako sme už uviedli, v prípade existencie kompetenčnej dôvery, kedy sa eliminuje množstvo opakovaní, je možné dosiahnuť vyššiu

mieru inovácií jednotlivých služieb. Naše výsledky naznačujú, že z pohľadu miestnych samospráv sa dodávatelia (bez ohľadu či ide o interného alebo externého dodávateľa) jednotlivých verejných služieb snažia zavádzať inovácie, týkajúce sa či už procesu, produktu, organizácie, alebo marketingovú inováciu.

Výsledky indikujú, že aj zadávateľ kontraktu (miestna samospráva) a dodávateľ služby sa snažia spolupracovať pri riešení problémov.

Tabuľka 6 Hodnotenie kvality kontrakt manažmentu pomocných služieb v % v roku 2021

| Pomocná služba           | Poskytovanie užívateľsky priateľských verejných služieb | Vzájomná dôvera | Zdieľanie hodnôt |
|--------------------------|---------------------------------------------------------|-----------------|------------------|
| Upratovanie              | 86,67                                                   | 95              | 95               |
| Stravovanie zamestnancov | 71,11                                                   | 76,57           | 76,92            |
| Správa, údržba budov     | 83,45                                                   | 88,57           | 89,52            |
| Správa IT                | 77,52                                                   | 81,15           | 80,52            |
| Bezpečnostné služby      | 85                                                      | 96              | 100              |
| Doprava                  | 74,71                                                   | 81,18           | 80,78            |
| <b>Priemer</b>           | <b>79,74</b>                                            | <b>86,41</b>    | <b>87,13</b>     |

Zdroj: Vlastné spracovanie

Tabuľka 7 Hodnotenie kvality kontrakt manažmentu pomocných služieb v % v roku 2021

| Faktor                                                  | Otázka                                                                                                              | Upratovanie  | Stravovanie zamestnancov | Správa, údržba budov | Správa IT    | Bezpečnostné služby | Doprava      |
|---------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------------------|----------------------|--------------|---------------------|--------------|
| Poskytovanie užívateľsky priateľských verejných služieb | Dodávateľ inovuje proces poskytovania služby (inovácia procesu) – zvyšuje efektívnosť poskytovania služby           | 100,00       | 75,56                    | 88,57                | 81,48        | 100,00              | 77,65        |
|                                                         | Dodávateľ inovuje dodávanú službu (inovácia produktu) – zvyšuje kvalitu poskytovanej služby                         | 100,00       | 72,22                    | 87,50                | 78,52        | 100,00              | 77,65        |
|                                                         | Dodávateľ inovuje postupy riadenia svojej organizácie (organizačná inovácia)                                        | 73,33        | 67,78                    | 74,29                | 73,85        | 60,00               | 70,59        |
|                                                         | Dodávateľ inovuje dizajn, resp. spôsob ponuky služby (marketingová inovácia)                                        | 73,33        | 68,89                    | 82,86                | 76,00        | 80,00               | 72,94        |
|                                                         | <b>Priemer</b>                                                                                                      | <b>86,67</b> | <b>71,11</b>             | <b>83,30</b>         | <b>77,46</b> | <b>85,00</b>        | <b>74,71</b> |
| Vzájomná dôvera                                         | Dodávateľ a obstarávateľ si navzájom dôverujú v plnení zmluvne zakotvených záväzkov                                 | 100,00       | 76,47                    | 88,57                | 81,54        | 100,00              | 81,18        |
|                                                         | Dodávateľ a obstarávateľ si navzájom dôverujú vo vzájomnej otvorenej komunikácii                                    | 92,00        | 76,67                    | 88,57                | 80,77        | 93,33               | 81,18        |
|                                                         | <b>Priemer</b>                                                                                                      | <b>96,00</b> | <b>76,57</b>             | <b>88,57</b>         | <b>81,15</b> | <b>96,67</b>        | <b>81,18</b> |
| Zdieľanie hodnôt                                        | Dodávateľ a obstarávateľ navzájom stotožnení s nimi presadzovanými hodnotami                                        | 95,00        | 76,25                    | 88,57                | 80,00        | 100,00              | 80,00        |
|                                                         | Dodávateľ a obstarávateľ spoločne komunikujú a spolupracujú na riešení problémov                                    | 95,00        | 77,78                    | 91,43                | 80,77        | 100,00              | 81,18        |
|                                                         | V riešení problémov v plnení zmluvných záväzkov uprednostňujú dodávateľ a obstarávateľ vyjednávanie pred sankciami. | 95,00        | 76,67                    | 88,57                | 80,77        | 100,00              | 81,18        |
|                                                         | <b>Priemer</b>                                                                                                      | <b>95,00</b> | <b>76,90</b>             | <b>89,52</b>         | <b>80,51</b> | <b>100,00</b>       | <b>80,78</b> |

Zdroj: vlastné spracovanie

Natíska sa otázka, či skutočne dochádza k premene vzťahu medzi dodávateľom a obstarávateľom na partnerský, založenom na dôvere a spolupráci, ktorého výsledkom sú inovácie. Stanovili sme si preto nasledovnú výskumnú otázku č. 2: Aké faktory ovplyvňujú dodávateľa a obstarávateľa pri uzatváraní zmlúv a samotnej realizácii kontraktu?

Túto otázku sa pokúsime zodpovedať testovaním vzájomného vzťahu medzi spôsobom zabezpečovania danej služby a jednotlivými psychologickými faktormi kvality kontrakt manažmentu.

Spôsob zabezpečovania danej služby pre nás predstavuje závislú premennú Y. Vymedzené psychologické faktory odvíjajúce sa od kvality riadenia kontraktov predstavujú nezávislé premenné (X) (Tabuľka 8). Na základe získaných dát sledujeme, či došlo k premene vzťahu medzi dodávateľom a obstarávateľom z konkurenčného na partnerský, ktorý je založený na vzájomnej spolupráci a dôvere.

Tabuľka 8 Psychologické faktory kvality kontrakt manažmentu ako nezávislé premenné (X)

|                                                                                                                     |                                    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
| Dodávateľ inovuje proces poskytovania služby (inovácia procesu) – zvyšuje efektívnosť poskytovania služby           | Inovácia procesu                   |
| Dodávateľ inovuje dodávanú službu (inovácia produktu) – zvyšuje kvalitu poskytovanej služby                         | Inovácia produktu                  |
| Dodávateľ inovuje postupy riadenia svojej organizácie (organizačná inovácia)                                        | Organizačná inovácia               |
| Dodávateľ inovuje dizajn, resp. spôsob ponuky služby (marketingová inovácia)                                        | Marketingová inovácia              |
| Dodávateľ a obstarávateľ si navzájom dôverujú v plnení zmluvne zakotvených záväzkov                                 | Dôvera v plnení zmluvných záväzkov |
| Dodávateľ a obstarávateľ si navzájom dôverujú vo vzájomnej otvorenej komunikácii                                    | Dôvera v komunikácii               |
| Dodávateľ a obstarávateľ si navzájom stotožnení s nimi presadzovanými hodnotami                                     | Stotožnenie v hodnotách            |
| Dodávateľ a obstarávateľ spoločne komunikujú a spolupracujú na riešení problémov                                    | Spoločná komunikácia               |
| V riešení problémov v plnení zmluvných záväzkov uprednostňujú dodávateľ a obstarávateľ vyjednávanie pred sankciami. | Vyjednávanie pred sankciami        |

Na meranie miery závislosti použijeme štatistickú metódu Spearmanovho korelačného koeficientu. Tento koeficient udáva štatistickú závislosť (koreláciu) medzi dvoma veličinami bez ohľadu na ich veľkosť. K výsledkom sme dospeli nasledovným postupom:

Zvolíme nulovú a alternatívnu hypotézu:

$$\begin{aligned}
 H_0: \rho &= 0 \text{ (medzi sledovanými premennými je štatistická nevýznamnosť);} \\
 H_1: \rho &\neq 0 \text{ (medzi sledovanými premennými je štatistická významnosť);}
 \end{aligned}
 \tag{4.1.}$$

Stanovíme hladinu významnosti, na ktorej hypotézy testujeme:

$$\alpha = 0,1 \quad (4.2.)$$

$$H_0 \text{ zamietame, ak prísušná hodnota Sig. (2-tailed)} < \alpha. \quad (4.3.)$$

V prípade, že sme prijali  $H_1$ , prijímame tvrdenie, že medzi sledovanými premennými je štatistická významnosť, t. j. majú na seba vplyv. Keď sú premenné roztriedené na štatisticky významné a štatisticky nevýznamné, môžeme na prvej skupine testovať mieru vzájomnej závislosti medzi sledovanými premennými pomocou Spearmanovho korelačného koeficientu.

Vzájomnú závislosť medzi jednotlivými znakmi sme overovali Spearmanovým korelačným koeficientom a teda mieru toho, ako znaky navzájom súvisia, sme si stanovili nasledovne: hodnoty koeficienta korelácie ( $r_s$ ) v intervale od 0 po  $|0,3|$ , hodnotíme ako nepriamu závislosť, hodnoty v intervale od  $|0,3|$  po  $|0,6|$  hodnotíme ako strednú priamu, resp. nepriamu závislosť a hodnoty v intervale od  $|0,6|$  po  $|1|$  ako silnú priamu, resp. nepriamu závislosť. Výsledky miery vzájomnej závislosti sledovaných premenných zobrazujú nasledujúce tabuľky (Tabuľka 9 a Tabuľka 10).

Tabuľka 9 Štatisticky významné faktory a ich miera vzájomnej závislosti podľa Spearmanovho korelačného koeficientu – miestne služby

| Služba                                 | Faktor                             | Sig (2 tailed) | Korelačný koeficient | Miera závislosti   |
|----------------------------------------|------------------------------------|----------------|----------------------|--------------------|
| Zber a odvoz tuhého komunálneho odpadu | Inovácia procesu                   | 0,154          | -0,236               | Zamietame $H_1$    |
|                                        | Inovácia produktu                  | 0,803          | -0,042               | Zamietame $H_1$    |
|                                        | Organizačná inovácia               | 0,639          | -0,080               | Zamietame $H_1$    |
|                                        | Marketingová inovácia              | 0,592          | -0,091               | Zamietame $H_1$    |
|                                        | Dôvera v plnení zmluvných záväzkov | 0,210          | -0,211               | Zamietame $H_1$    |
|                                        | Dôvera v komunikácii               | <b>0,092</b>   | -0,285               | Nepriama závislosť |
|                                        | Stotožnenie v hodnotách            | <b>0,087</b>   | -0,290               | Nepriama závislosť |
|                                        | Spoločná komunikácia               | 0,123          | -0,262               | Zamietame $H_1$    |
|                                        | Vyjednávanie pred sankciami        | 0,110          | -0,271               | Zamietame $H_1$    |
| Údržba verejného osvetlenia            | Inovácia procesu                   | 0,305          | -0,386               | Zamietame $H_1$    |
|                                        | Inovácia produktu                  | 0,136          | -0,505               | Zamietame $H_1$    |
|                                        | Organizačná inovácia               | 0,305          | -0,386               | Zamietame $H_1$    |
|                                        | Marketingová inovácia              | 0,305          | -0,386               | Zamietame $H_1$    |
|                                        | Dôvera v plnení zmluvných záväzkov | 0,305          | -0,386               | Zamietame $H_1$    |
|                                        | Dôvera v komunikácii               | 0,305          | -0,386               | Zamietame $H_1$    |
|                                        | Stotožnenie v hodnotách            | 0,305          | -0,386               | Zamietame $H_1$    |
|                                        | Spoločná komunikácia               | 0,466          | -0,280               | Zamietame $H_1$    |
|                                        | Vyjednávanie pred sankciami        | 0,305          | -0,386               | Zamietame $H_1$    |
| Údržba miestnych komunikácií           | Inovácia procesu                   | <b>0,045</b>   | -0,523               | Nepriama závislosť |
|                                        | Inovácia produktu                  | <b>0,035</b>   | -0,565               | Nepriama závislosť |
|                                        | Organizačná inovácia               | <b>0,049</b>   | -0,535               | Nepriama závislosť |

| Služba                     | Faktor                             | Sig (2 tailed) | Korelačný koeficient | Miera závislosti         |
|----------------------------|------------------------------------|----------------|----------------------|--------------------------|
|                            | Marketingová inovácia              | <b>0,069</b>   | -0,500               | Nepriama závislosť       |
|                            | Dôvera v plnení zmluvných záväzkov | <b>0,023</b>   | -0,601               | Nepriama závislosť       |
|                            | Dôvera v komunikácii               | <b>0,005</b>   | -0,707               | Nepriama závislosť       |
|                            | Stotožnenie v hodnotách            | <b>0,038</b>   | -0,558               | Nepriama závislosť       |
|                            | Spoločná komunikácia               | <b>0,023</b>   | -0,601               | Nepriama závislosť       |
|                            | Vyjednávanie pred sankciami        | <b>0,023</b>   | -0,601               | Nepriama závislosť       |
| Údržba verejnej zelene     | Inovácia procesu                   | <b>0,007</b>   | -0,889               | Nepriama závislosť       |
|                            | Inovácia produktu                  | <b>0,037</b>   | -0,839               | Nepriama závislosť       |
|                            | Organizačná inovácia               | 0,110          | -0,715               | Zamietame H <sub>1</sub> |
|                            | Marketingová inovácia              | <b>0,037</b>   | -0,839               | Nepriama závislosť       |
|                            | Dôvera v plnení zmluvných záväzkov | <b>0,037</b>   | -0,839               | Nepriama závislosť       |
|                            | Dôvera v komunikácii               | <b>0,037</b>   | -0,839               | Nepriama závislosť       |
|                            | Stotožnenie v hodnotách            | <b>0,037</b>   | -0,839               | Nepriama závislosť       |
|                            | Spoločná komunikácia               | 0,294          | -0,516               | Zamietame H <sub>1</sub> |
|                            | Vyjednávanie pred sankciami        | <b>0,037</b>   | -0,839               | Nepriama závislosť       |
| Správa a údržba cintorínov | Inovácia procesu                   | <b>0,011</b>   | -0,794               | Nepriama závislosť       |
|                            | Inovácia produktu                  | <b>0,016</b>   | -0,803               | Nepriama závislosť       |
|                            | Organizačná inovácia               | <b>0,016</b>   | -0,803               | Nepriama závislosť       |
|                            | Marketingová inovácia              | <b>0,016</b>   | -0,803               | Nepriama závislosť       |
|                            | Dôvera v plnení zmluvných záväzkov | <b>0,016</b>   | -0,803               | Nepriama závislosť       |
|                            | Dôvera v komunikácii               | <b>0,016</b>   | -0,803               | Nepriama závislosť       |
|                            | Stotožnenie v hodnotách            | <b>0,016</b>   | -0,803               | Nepriama závislosť       |
|                            | Spoločná komunikácia               | 0,206          | -0,501               | Zamietame H <sub>1</sub> |
|                            | Vyjednávanie pred sankciami        | <b>0,016</b>   | -0,803               | Nepriama závislosť       |

Zdroj: Vlastné spracovanie

Tabuľka 10 Štatisticky významné faktory a ich miera vzájomnej závislosti podľa Spearmanovho korelačného koeficientu – pomocné služby

| Služba                   | Faktor                             | Sig (2 tailed)                  | Korelačný koeficient | Miera závislosti         |
|--------------------------|------------------------------------|---------------------------------|----------------------|--------------------------|
| Upratovanie              | Inovácia procesu                   | Nedostatok dát pre vyhodnotenie |                      |                          |
|                          | Inovácia produktu                  | Nedostatok dát pre vyhodnotenie |                      |                          |
|                          | Organizačná inovácia               | Nedostatok dát pre vyhodnotenie |                      |                          |
|                          | Marketingová inovácia              | Nedostatok dát pre vyhodnotenie |                      |                          |
|                          | Dôvera v plnení zmluvných záväzkov | Nedostatok dát pre vyhodnotenie |                      |                          |
|                          | Dôvera v komunikácii               | -0,612                          | 0,272                | Zamietame H <sub>1</sub> |
|                          | Stotožnenie v hodnotách            | Nedostatok dát pre vyhodnotenie |                      |                          |
|                          | Spoločná komunikácia               | Nedostatok dát pre vyhodnotenie |                      |                          |
|                          | Vyjednávanie pred sankciami        | Nedostatok dát pre vyhodnotenie |                      |                          |
| Stravovanie zamestnancov | Inovácia procesu                   | 0,413                           | -0,205               | Zamietame H <sub>1</sub> |
|                          | Inovácia produktu                  | 0,441                           | -0,194               | Zamietame H <sub>1</sub> |
|                          | Organizačná inovácia               | 0,391                           | -0,215               | Zamietame H <sub>1</sub> |
|                          | Marketingová inovácia              | 0,123                           | -0,377               | Zamietame H <sub>1</sub> |
|                          | Dôvera v plnení zmluvných záväzkov | 0,338                           | -0,248               | Zamietame H <sub>1</sub> |
|                          | Dôvera v komunikácii               | 0,410                           | -0,207               | Zamietame H <sub>1</sub> |
|                          | Stotožnenie v hodnotách            | 0,389                           | -0,231               | Zamietame H <sub>1</sub> |
|                          | Spoločná komunikácia               | 0,570                           | -0,144               | Zamietame H <sub>1</sub> |
|                          | Vyjednávanie pred sankciami        | 0,410                           | -0,207               | Zamietame H <sub>1</sub> |
| Správa a údržba budov    | Inovácia procesu                   | 0,846                           | -0,091               | Zamietame H <sub>1</sub> |
|                          | Inovácia produktu                  | 0,725                           | -0,149               | Zamietame H <sub>1</sub> |

| Služba                          | Faktor                             | Sig (2 tailed)                  | Korelačný koeficient | Miera závislosti         |
|---------------------------------|------------------------------------|---------------------------------|----------------------|--------------------------|
|                                 | Organizačná inovácia               | 0,356                           | -0,414               | Zamietame H <sub>1</sub> |
|                                 | Marketingová inovácia              | 0,438                           | -0,353               | Zamietame H <sub>1</sub> |
|                                 | Dôvera v plnení zmluvných záväzkov | 0,846                           | -0,091               | Zamietame H <sub>1</sub> |
|                                 | Dôvera v komunikácii               | 0,846                           | -0,091               | Zamietame H <sub>1</sub> |
|                                 | Stotožnenie v hodnotách            | 0,846                           | -0,091               | Zamietame H <sub>1</sub> |
|                                 | Spoločná komunikácia               | 0,846                           | 0,091                | Zamietame H <sub>1</sub> |
|                                 | Vyjednávanie pred sankciami        | 0,846                           | -0,091               | Zamietame H <sub>1</sub> |
| Správa informačných technológií | Inovácia procesu                   | 0,834                           | -0,042               | Zamietame H <sub>1</sub> |
|                                 | Inovácia produktu                  | 0,834                           | -0,042               | Zamietame H <sub>1</sub> |
|                                 | Organizačná inovácia               | 0,533                           | -0,128               | Zamietame H <sub>1</sub> |
|                                 | Marketingová inovácia              | 0,470                           | 0,151                | Zamietame H <sub>1</sub> |
|                                 | Dôvera v plnení zmluvných záväzkov | 0,830                           | 0,044                | Zamietame H <sub>1</sub> |
|                                 | Dôvera v komunikácii               | 0,912                           | 0,023                | Zamietame H <sub>1</sub> |
|                                 | Stotožnenie v hodnotách            | 0,910                           | 0,024                | Zamietame H <sub>1</sub> |
|                                 | Spoločná komunikácia               | 0,912                           | 0,023                | Zamietame H <sub>1</sub> |
|                                 | Vyjednávanie pred sankciami        | 0,912                           | 0,023                | Zamietame H <sub>1</sub> |
| Doprava                         | Inovácia procesu                   | Nedostatok dát pre vyhodnotenie |                      |                          |
|                                 | Inovácia produktu                  | Nedostatok dát pre vyhodnotenie |                      |                          |
|                                 | Organizačná inovácia               | Nedostatok dát pre vyhodnotenie |                      |                          |
|                                 | Marketingová inovácia              | Nedostatok dát pre vyhodnotenie |                      |                          |
|                                 | Dôvera v plnení zmluvných záväzkov | Nedostatok dát pre vyhodnotenie |                      |                          |
|                                 | Dôvera v komunikácii               | 0,667                           | -0,500               | Zamietame H <sub>1</sub> |
|                                 | Stotožnenie v hodnotách            | Nedostatok dát pre vyhodnotenie |                      |                          |
|                                 | Spoločná komunikácia               | Nedostatok dát pre vyhodnotenie |                      |                          |
|                                 | Vyjednávanie pred sankciami        | Nedostatok dát pre vyhodnotenie |                      |                          |
| Bezpečnostné služby             | Inovácia procesu                   | 0,069                           | -0,452               | Nepriama závislosť       |
|                                 | Inovácia produktu                  | 0,069                           | -0,452               | Nepriama závislosť       |
|                                 | Organizačná inovácia               | 0,067                           | -0,454               | Nepriama závislosť       |
|                                 | Marketingová inovácia              | 0,063                           | -0,461               | Nepriama závislosť       |
|                                 | Dôvera v plnení zmluvných záväzkov | 0,073                           | -0,445               | Nepriama závislosť       |
|                                 | Dôvera v komunikácii               | 0,073                           | -0,445               | Nepriama závislosť       |
|                                 | Stotožnenie v hodnotách            | 0,034                           | -0,515               | Nepriama závislosť       |
|                                 | Spoločná komunikácia               | 0,073                           | -0,445               | Nepriama závislosť       |
|                                 | Vyjednávanie pred sankciami        | 0,073                           | -0,445               | Nepriama závislosť       |

Zdroj: Vlastné spracovanie

Pre oblasť manažment kontrahovania miestnych a pomocných verejných služieb sme si stanovili nasledovnú výskumnú otázku: Využitie poznatkov behaviorálnej ekonómie v manažmente kontrahovania má pozitívny vplyv na charakter vzťahu medzi dodávateľom a odberateľom. Vyvodenie všeobecne platných záverov z uvedených výsledkov je diskutabilné. Štatistická významnosť jednotlivých faktorov vplyvu na zmenu vzťahu medzi dodávateľom a obstarávateľom z konkurenčného na partnerský sa u sledovaných služieb mení. V prípade niektorých služieb sme však nemali dostatok dát na zistenie vzájomnej závislosti medzi týmito službami. Ako významné sa u viacerých služieb javí inovácia procesu, produktu, marketingová inovácia, dôvera

v plnení zmluvných záväzkov, dôvera v spoločnej komunikácii, vyjednávanie pred sankciami a stotožnenie v hodnotách.

Z výsledkov vyplýva, že ide najmä o nepriamu závislosť medzi jednotlivými premennými. Znamená to, že v konečnom dôsledku nedochádza k zmene vzťahu z konkurenčného na partnerský, pretože ak je služba zabezpečovaná externe, miestne samosprávy sa pri daných tvrdeniach, resp. psychologických faktoroch vyjadrili skôr nesúhlasne. Naopak, pokiaľ je služba zabezpečovaná interne, skôr dochádza k poskytovaniu užívateľsky priateľských služieb, zdieľaniu hodnôt a vzájomnej dôvere. Je to spôsobené najmä tým, že miestna samospráva dokáže skôr zmeniť, resp. ovplyvniť správanie sa svojich zamestnancov v prospech kvalitného zabezpečenia služby ako zamestnancov externého dodávateľa (Bel et al., 2010; Blomqvist, Winblad; 2020; Maurya, 2018; Mikušová Meričková, Jakuš Muthová, 2023; Petersen et al., 2018).

## **5. EXPERIMENTÁLNY PRIESKUM V REALIZÁCII BEHAVIORÁLNYCH INTERVENCIÍ V ZDRAVOTNÍCTVE**

Nasledujúca podkapitola sa zameriava na realizáciu behaviorálnych intervencií súvisiacich s produkciou, spotrebou služieb zdravotnej starostlivosti (riešenie neformálnych platieb a zvýšenie informovanosti o správnej likvidácii liekov a liekov po expirácii). Ako metodologický postup skúmania problému a jeho riešenia vychádzajúci z behaviorálnej ekonómie je použitý experimentálny prieskum. Pre danú oblasť sme si stanovili nasledovnú výskumnú otázku: Využitie poznatkov behaviorálnej ekonómie v zdravotníctve má pozitívny vplyv na rozhodovanie a konanie jednotlivca.

Výskumná otázka č. 3: Akým spôsobom je možné využitím behaviorálnej ekonómie v zdravotníctve znížiť mieru neformálnych platieb pri spotrebe zdravotníckych služieb?

Výskumná otázka č. 4: Akým spôsobom je možné využitím behaviorálnej ekonómie v zdravotníctve zvýšiť informovanosť jednotlivcov o správnej likvidácii liekov a liekov po expirácii?

### **5.1. Nový pohľad na behaviorálne aspekty problému korupcie v zdravotníctve**

#### **5.1.1. Teoretické východiská**

V sektore zdravotníctva existuje viacero foriem korupcie. Zdravotnícky systém je obzvlášť náchylný na korupciu, z dôvodu veľkého množstva zdrojov, informačnej asymetrie, morálneho hazardu, veľkého počtu aktérov, zložitosti a roztrieštenosti systému a globalizovanej povahy dodávateľského reťazca liekov a zdravotníckych pomôcok (Husmann, 2020).

Vo výsledku ide najmä o korupciu na politicko-administratívnej úrovni, ktorá sa vyskytuje pri udeľovaní akreditácií a licencií na poskytovanie zdravotnej starostlivosti, pri schvaľovaní liekov či pri prijímaní zamestnancov do zdravotníckych zariadení (Savodoff, Husmann, 2006). Závažným problémom je aj korupcia pri prideľovaní vládnych zákaziek (Vian, 2008), ako aj korupcia na úrovni priamej spotreby zdravotnej starostlivosti, kde sa prejavuje v interakcii s pacientom vo forme neformálnych platieb (Gaitonde et al., 2016).

Dôsledky korupcie v zdravotníctve sa prejavujú najmä v obmedzenom prístupe k zdravotnej starostlivosti, v zníženej kvalite poskytovaných služieb a v poklese dôvery verejnosti v zdravotnícky systém (Kankeu, Ventelou, 2016; Kankeu et al., 2016; Mokhtari, Ashtari, 2012).

Z hľadiska ekonómie, korupcia vážne narúša zdravú konkurenciu medzi spoločnosťami, čo znepokojuje a frustruje investorov a vedie k zníženiu domácich a zahraničných investícií, pomalému ekonomickému rastu, vysokej inflácii, devalvácii meny, príjmovej nerovnosti súvisiacej s chudobou a zníženiu daňových príjmov (Akçay, 2006, s. 45-46; Mauro, 1998, s. 11-14; Selingson, 2002; Tanzi, 1998). V dôsledku toho ako uvádza Gray, Kaufman (1998) je ohrozená výkonnosť a zdravie ekonomiky.

Nízka miera zamestnanosti obyvateľstva a nízka úroveň verejných výdavkov na zdravotníctvo vedú k zhoršeniu dostupnosti zdravotnej starostlivosti, ktorých výsledkom je generovanie korupčných praktík, resp. neformálnych platieb v zdravotníctve na získanie prístupu k zdravotnej starostlivosti.

Neformálne platby v zdravotníctve sú tie, ktoré pacienti alebo príbuzní vykonávajú v naturáliách alebo v hotovosti, mimo oficiálnych platobných kanálov, namiesto ich hradenia cez systém zdravotnej starostlivosti (Lewis, 2007). Ide pritom o platby, ktoré sa najčastejšie uskutočňujú s cieľom získať prístup k starostlivosti, vyhnúť sa čakacím radom, získať viac pozornosti alebo lepšiu starostlivosť, alebo dokonca vyjadriť vďačnosť (Kankeu a Ventelou, 2016; Maestad a Mwisongo, 2011).

Ak chceme efektívne znižovať riziko korupčného správania v zdravotníctve, musíme najskôr porozumieť jeho príčinám. Ekonomická teória ponúka viaceré vysvetlenia vzniku korupcie v zdravotníckom systéme. Trh so zdravotníckymi službami je charakteristický informačnou asymetriou a morálnym hazardom, ktoré sú v rámci teórie principal-agent identifikované ako hlavné zdroje korupcie (Rose-Ackerman, 1999). Tá, na jednej strane dominuje v mnohých výskumoch korupcie (Ugur, Dasgupta, 2011) a na druhej strane predstavuje akúsi paradigmatickú základňu mnohých protikorupčných praktík (Persson et al., 2013). Podľa teórie principal (pacient) - agent (producent zdravotnej starostlivosti), zaoberajúcej sa správaním jednotlivcov, je korupcia identifikovaná ako suboptimálny výsledok interakcie medzi agentom a princípálom. Podľa Perssona et al. (2013) pokiaľ je korupcia systémovým javom (zahŕňa správanie princípála a agenta), pričom teória nemusí v plnom rozsahu vysvetliť korupčné správanie z dôvodu zamerania sa len na jednotlivca a nie na

kolektív. Využívanie protikorupčných praktík založených na vnímaní korupcie len cez teóriu principal-agent a teda využívajúcim nástroje na posilnenie transparentnosti, externých kontrol, odrádzanie od sledovania vlastných záujmov, resp. tých, ktorý nie sú v súlade so záujmami principála, strácajú svoju účinnosť, keď sa korupcia stane systémovou a zahŕňa aj samotných principálov, t. j. v prípade zdravotnej starostlivosti, pacientov (Miller et al., 2001; Karklins, 2005).

Komplexnosť systému – najmä počet zapojených aktérov, charakter dodávateľských reťazcov liekov a štruktúra samotných zdravotníckych inštitúcií – podľa teórie hier (Svensson, 2005; Hussmann, 2020) znižuje pravdepodobnosť odhalenia a sankcionovania korupčného správania.

Na pochopenie príčin úspechu (alebo neúspechu) protikorupčných reforiem niektorí autori považujú za užitočné využiť „teóriu kolektívnej akcie“ (collective action theory) (Ostrom, 1990; Bauhr, Nasiritousi, 2011; Persson et al., 2013; Bauhr, 2017), ktorá sa zameriava na dynamiku skupín a ich vplyv na rozhodovanie jednotlivcov. Z tohto pohľadu Ostrom (2010) zdôrazňuje vplyv rôznych premenných na ľudské správanie ako sú dôvera, reputácia, reciprocita a kombinácia formálnych a neformálnych mechanizmov kontroly.

Namiesto teórii hlavného prúdu, vychádzajú z predpokladu racionality konania jednotlivca „homo oeconomicus“ a abstrahovania od psychologických faktorov ovplyvňujúcich jeho konanie, môže byť zohľadnenie psychologických motívov konania jednotlivcov v behaviorálnych antikorupčných opatreniach efektívnou a účinnou alternatívou voči často zlyhávajúcim administratívnym nástrojom. Behaviorálna ekonómia tak rozširuje chápanie ľudského správania o psychologické motívy a faktory (Diamond, Vartiainen, 2007), ktoré je možné identifikovať a analyzovať, napríklad prostredníctvom nástrojov experimentálnej ekonómie (Cialdini, 2012). Z nášho pohľadu ide práve o psychologické motívy konania jednotlivcov, ktoré vplývajú na výsledné rozhodnutie jednotlivca, resp. skupiny (obava z poskytnutia menej kvalitnej zdravotníckej služby, efekt stáda, vplyv sociálnych skupín a sociálnych noriem).

Podľa Cavalluzzo a Ittner (2004) sú mnohé reformy týkajúce sa riešenia korupcie implementované len symbolicky, za účelom legitimizácie, tak aby vyhovel externým očakávaniam zainteresovaných strán. Uvedené riešenie je značne nedostatočné, pretože korupcia v spoločnosti vedie, najmä k vzniku obrovských finančných, ale aj nefinančných nákladov.

Glynn (2022) zdôrazňuje, že korupcia v zdravotníctve si vyžaduje systémový prístup. Protikorupčné stratégie, ktoré sú navrhnuté bez pochopenia systému, môžu mať nepredvídateľné dôsledky, ktoré budú v konečnom dôsledku viesť len k plytvaniu s obmedzenými zdrojmi, zhoršia úroveň korupcie, alebo ďalej oslabia systém zdravotníctva. Systémový prístup je dôležitý na vypracovanie a úspešné vykonávanie stratégií na zmiernenie korupcie, ktoré vedú k udržateľnému zlepšeniu zdravotníckych systémov a následne k zlepšeniu zdravia obyvateľstva. Aboutorabi et al. (2016) na boj proti neformálnym platbám, odporúčajú vzdelávať pacientov a zvyšovať úroveň príjmov zamestnancov. Habibov (2016) žiada zvýšenie transparentnosti. Na medzinárodnej úrovni by bolo vhodné, podľa Cooper a Yoder (2002), Ahmed a Azim (2015) namiesto individuálneho úsilia, prijatie medzinárodných noriem pre etické správanie vo verejnej správe. Copper a Yoder (2002) považujú vzdelávanie v oblasti lekárskej etiky za hlavný zásah na riešenie korupcie v zdravotníctve. Z toho dôvodu sa zameriame na identifikovanie príčin a vzniku korupcie v zdravotníctve postavenom na koncepte MINDSPACE (Dolan et al., 2009).

K jednému z faktorov podľa konceptu MINDSPACE (Dolan et al., 2009), ktorý môže z pohľadu jednotlivca ovplyvniť výšku neformálnych platieb, patrí aj faktor incentives (stimul) a v rámci neho zadaný tzv. strach zo straty (Kahneman, Tversky, 1979). Rozhodnutie jednotlivca poskytnúť zdravotníckemu pracovníkovi neformálnu platbu tak môže byť spôsobené najmä strachom, že jednotlivcovi, resp. jeho príbuznému nebude zdravotná starostlivosť poskytnutá v potrebnom čase, resp. v požadovanej kvalite. V prípade, že je situácia prezentovaná ako strata (napr. neliečenie môže viesť ku smrti jednotlivca), jednotlivci môžu konať ako riziko akceptujúci jednotlivci (risk takers, t. j. radšej poskytnú neformálnu platbu, ako by mal byť ohrozený jeho život alebo život príbuzného) (Kahneman, Tversky, 1979).

Feldman a Yuval (2018) uvádzajú, že určité morálne pochybenie môže byť dôsledkom, že jednotlivci podcenenia svoju obmedzenú schopnosť identifikovať morálne aspekty vlastného myslenia a rozhodnutí. Jednotlivci majú tendenciu spracovávať informácie spôsobom, ktorý je prispôbený ich už existujúcim presvedčeniam a často klamú sami seba, aby našli ospravedlnenie pre nečestné správanie (Shalvi, Gino, Barkan a Ayal 2015). Takéto automatické psychologické mechanizmy môžu jednotlivcom brániť v tom, aby si uvedomili svoje nesprávne správanie, keď im situácie umožňujú vnímať sa ako "dobrí" ľudia (Feldman, Yuval,

2017, s. 88) – faktor ego. Vplyv egoizmu je možné vzťahovať nielen na jednotlivca, ale taktiež na celú skupinu, do ktorej jednotlivec patrí (napr. lekár predpisujúci lieky môže podceňovať skutočnosť, že jeho predpisovanie liekov môže byť ovplyvnené farmaceutickou spoločnosťou, ktorá často sponzoruje jeho konferencie a výskumný tím, pacient bude chcieť získať lepšiu kvalitu služby pre seba alebo svojich blízkych a preto dokáže ospravedlniť svoje správanie). S tým súvisí aj konfirmačné skreslenie, kedy má jednotlivec tendenciu uvažovať o sebe ako o cnostnejšom, než v skutočnosti je. Takáto nadmerná sebadôvera pravdepodobne umožní človeku prehliadnuť vlastné morálne poklesky (a morálne poklesky niektorých iných) a preceňuje jeho dôveru vo vlastnú integritu (Aguilar, 2021).

K ďalším faktorom ovplyvňujúcim neformálne platby v zdravotníctve, resp. mieru korupcie patria sociálne normy, reciprocita a kolaboratívna povaha korupcie (pôsobenie efektu stáda - bandwagon effect). Sociálne vnímanie korupcie a jej odmietanie, resp. reálne postihovanie má zásadný vplyv na konanie jednotlivcov, či uprednostnia korupčné správanie alebo naopak sa mu vyhnú (Alexander-Scott et al., 2016). Deskriptívne normy, založené na vnímanej frekvencii daného správania môžu do istej miery podporiť alebo naopak utlmiť určité správanie. Pokiaľ je určité správanie v danej komunite bežné, dá sa očakávať, že aj ostatní sa budú správať obdobne (Cialdini, 2009). To, že sa určité správanie vyskytuje často, avšak neznamená, že ho väčšina ľudí schvaľuje (Cislaghi a Heise 2018, Jackson, Köbis, 2018). Mnohé korupčné praktiky totiž považuje veľká časť spoločnosti za neprijateľné.

V zmysle záväzkov (faktor commitmet) sa jednotlivec snaží konať v súlade s jeho záväzkami (sľubmi) a na oplátku požaduje rovnaké konanie (Cialdini, 2012, 2016). Ak totiž jednotlivec dostane niečo od niekoho „darom“ (napríklad v pozitívnom zmysle kvalitnú zdravotnú starostlivosť, ale taktiež aj v negatívnom zmysle negatívna skúsenosť pri poskytovaní zdravotnej starostlivosti) má potrebu to dotýčnej osobe oplatiť (Cialdini, 2009; Falk, 2007; Gneezy and List, 2006). Cialdini (2012) upozorňuje ešte na druhý spôsob využitia recipročného efektu v podobe podvolenia sa niekoho žiadosti. Základné pravidlo ako uvádza Cialdini (2012, s. 52) znie „jednotlivec, ktorý sa k nám správa určitým spôsobom, môže právom očakávať obdobné správanie od nás.

V prípade, že nám niekto vo svojej žiadosti ustúpi<sup>11</sup>, oplatíme mu tento ústupok rovnako ústupkom“. V prípade, že jednotlivec chce využiť recipročný efekt vo svoj prospech, musí pred samotnou žiadosťou prejavíť voči druhému ústretovosť, t. j. musí zariskovať v zmysle poskytnutia služby, výhody, venovania daru alebo ústupku bez formálnej záruky kompenzácie. Pravidlo „niečo za niečo“ ako uvádza Cialdini (2016) je v jednotlivcoch tak hlboko zakorenené, že táto metóda funguje lepšie, ako v prípade klasickej transakcie, kedy dopytujúca strana poskytne kompenzáciu až po spísaní dohody, dokončení nákupu alebo realizácii zákazky (Grant, 2014).

Odlišovanie týchto motívov je nevyhnutné pri hodnotení etického rozmeru správania pacientov, ako aj pri tvorbe efektívnych intervencií zameraných na transparentnosť a dôveru v zdravotnícky systém. Zatiaľ čo vďačnosť ako kultúrna norma môže byť spoločensky akceptovaná, strategicky motivované platby často podkopávajú princípy rovnosti prístupu a objektívneho rozhodovania v zdravotníctve (Lewis, 2007; Cherecheș et al., 2013). Významným sa pri poskytovaní neformálnych platieb javí aj silný vplyv kolegov medzi zdravotníckymi pracovníkmi – ak zdravotnícki pracovníci vidia, že ich kolegovia sa zapájajú do neetického správania bez následkov, vytvára to deskriptívne normy, ktoré signalizujú, že takéto správanie je akceptovateľné alebo dokonca očakávané (Gaitonde et al., 2016). Tieto normy zároveň vyvíjajú tlak na pacientov, ktorí sa môžu cítiť donútení zapojiť sa do korupčného systému (napr. dať dar lekárovi), pretože sa obávajú horšieho zaobchádzania, ak tak neurobia (Savedoff, Hussmann, 2006).

### **5.1.2. Materiál a metódy skúmania**

Význam protikorupčných politík a politík proti úplatkárstvu neustále rastie a zohľadnenie psychologických motívov správania jednotlivcov v rámci behaviorálnych antikorupčných intervencií môže predstavovať efektívnu a účinnú alternatívu voči administratívnym nástrojom, ktoré často zlyhávajú. Behaviorálne intervencie môžu meniť kontext rozhodovania – napríklad úpravou prostredia, v ktorom sa jednotlivci rozhodujú, zmenou dostupných alternatív správania (Müller–Riemenschneider, Willich, 2009; Thaler, Sunstein, 2010), alebo ovplyvňovaním samotného spôsobu

---

<sup>11</sup> Napr. ak bude chcieť jednotlivcovi niekto predať vstupenku na predstavenie za 5 € a v prípade odmietnutia mu predávajúci ponúkne ústupok vo forme kúpenia si čokolády za 1 €.

myslenia jednotlivca (DellaVigna, 2009; Dolan a kol., 2009), pričom využívajú poznatky o psychologických faktoroch ovplyvňujúcich správanie. V mnohých prípadoch je problémom kultúra prostredia, v ktorom jednotlivec žije a jeho osobnostné črty a povaha (Mungiu-Pippidi, 2015). Tradície a historický vývoj krajiny možno považovať za nepísané (neformálne) pravidlá, ktoré ovplyvňujú výskyt korupcie intenzívnejšie než písané (formálne) zákony a zároveň majú často dlhšiu životnosť (Uslaner, 2008; Srebalová, 2014).

Pre hlbšie porozumenie príčin vzniku korupčného správania a pre navrhnutie účinných riešení, založených na zmene kontextu rozhodovania, je nevyhnutné analyzovať vplyv psychologických motívov na neformálne platby pri spotrebe zdravotníckych služieb.

Stanovili sme preto nasledovnú výskumnú otázku č. 3: Akým spôsobom je možné využitím behaviorálnej ekonómie v zdravotníctve znížiť mieru neformálnych platieb pri spotrebe zdravotníckych služieb?

V mnohých zdravotníckych systémoch, najmä v krajinách s nízkymi a strednými príjmami, medzi ktoré patrí aj Slovensko, sú neformálne platby alebo úplatky vnímané ako bežná súčasť zdravotnej starostlivosti. Neformálne platby sú spoločensky akceptovanou praxou. Pacienti aj poskytovatelia ich často nevnímajú ako korupciu, ale ako niečo nevyhnutné na to, „aby veci fungovali“ (Lewis, 2006). Na jednej strane sú neformálne platby často vnímané iba ako prejavy vďaky. Existujú však aj prípady, keď pacienti ponúkajú naturálne dary za služby, ktoré sú za normálnych okolností bezplatné, alebo sú požiadaní o finančnú odmenu za služby, ktoré by mali byť bezplatné (Falkingham, 2004). Dary pritom často neplnia len funkciu poďakovania, ale aj nástroj na zabezpečenie lepších služieb v budúcnosti. Lewis (2006) uvádza, že časový moment platby, jej výška a charakter transakcie pomáhajú rozlíšiť medzi neformálnou platbou a poďakovaním. Balabanova a McKee (2002) označujú tieto typy ako *ex ante* (pred poskytnutím služby) a *ex post* (po poskytnutí služby). Platba pred liečbou, odmietnutie služby bez „prepitného“ alebo vyhýbanie sa oficiálnym pokladniciam sú znaky, ktoré skôr poukazujú na neformálne platby než na poďakovanie.

Zatiaľ čo prvý typ predstavuje účelovo motivované správanie, ktoré je založené na očakávaní priamych výhod a je skôr výsledkom pôsobenia faktoru ego a faktoru stimuly (incentives) (Shaver, 1999; Rose-Ackerman, 1999), druhý typ platby môže byť vnímaný ako výsledok pôsobenia faktoru záväzkov a noriem, teda ako súčasť kultúrne podmieneného mechanizmu reciprocity (Fehr, Gächter, 2000). Z toho dôvodu je nutné

sledovať, ktoré z psychologických motívov konania jednotlivcov pôsobia na jednotlivca v čase jeho rozhodovania o tom či poskytne, resp. neposkytne neformálnu platbu. Porozumením motívov konania jednotlivcov je následne možné navrhnúť vhodnú informačnú kampaň postavenú na poznatkoch behaviorálnej ekonómie, ktorá prispeje k redukcii neformálnych platieb pri spotrebe zdravotníckych služieb.

Zamerali sme sa preto na identifikáciu psychologických motívov neformálnych platieb v zdravotníctve prostredníctvom experimentálneho prieskumu formou dotazníku monitorujúceho skúsenosti respondenta a jeho postoje k hypotetickým situáciám spojeným s neformálnymi platbami. Výskum sme realizovali v podmienkach slovenských verejných nemocníc. Hypotetické situácie vychádzali z konceptu MINDSPACE a pracovali s faktormi ego, stimul (incentives) – motívy pre ex-ante poskytnutie neformálnej platby a záväzok (commitment) a normy (norms) – motívy pre ex-post poskytnutie neformálnej platby.

V našom prieskume v podobe populačného experimentálneho prieskumu, ktorý obsahoval kombináciu dotazníkových (otázky zamerané na skúsenosti respondenta a sociálno-demografické otázky) a experimentálnych otázok (rôzne hypotetické situácie) sme vychádzali zo štúdie Camargo et al. (2020). Výhodou populačného<sup>12</sup> experimentálneho prieskumu<sup>13</sup> (population-based survey experiment, skrátene len survey experiment, v preklade experimentálny prieskum – Mutz, 2011) na rozdiel od dotazníka je, že kombinuje najlepšie aspekty oboch prístupov, t. j. experimentu a prieskumu, využitím ich silných stránok a elimináciou ich slabých stránok. V populačných experimentálnych prieskumoch sa nemusia nutne využívať techniky ústnych alebo písomných pohovorov a experiment môže dokonca prebiehať v inom prostredí ako v laboratórnom prostredí. Namiesto toho sa v populačných experimentálnych prieskumoch využívajú nástroje na získanie reprezentatívneho výberového súboru respondentov, ktorý reprezentuje cieľovú populáciu pre konkrétnu teóriu, či sa jedná o štát, etnickú skupinu, resp. inú subkultúru (Mutz, 2011). Jednou z nesporných výhod populačného experimentálneho prieskumu na rozdiel od

---

<sup>12</sup> Pracuje s reprezentatívnou vzorkou

<sup>13</sup> Pojem prieskum môže byť do istej miery zavádzajúci. Mnoho experimentov, ktoré nie sú vo svojej podstate experimentálnymi prieskumami využíva prieskum (cez nástroj dotazník) minimálne na zisťovanie demografických charakteristík, resp. na vyplnenie určitých pred-testových a po-testových dotazníkových otázok.

experimentu<sup>14</sup> je, že nevyžaduje osobnú účasť respondentov v laboratóriu, ale umožňuje jeho realizovanie cez online nástroje, akým sú napríklad Formuláre Google.

Naopak praktickou výzvou populačného experimentálneho prieskumu je navrhnutie otázok. V tomto prípade by sa nemali otázky zameriavať iba na to, či má nezávislá premenná vplyv na závislú premennú, ale taktiež či spôsob formulácie otázok a samotného problému podnieti jednotlivcov k zmene ich správania.

Náš realizovaný dotazník popisoval niekoľko hypotetických situácií poskytovania neformálnych platieb a zisťoval postoje respondenta na početnosť nastania situácie v reálnych podmienkach nemocníc. Respondenti taktiež vyjadrili svoj názor na to, ako by priebeh hypotetickej situácie (zrealizovanie neformálnej platby) ovplyvnil kvalitu poskytovanej zdravotnej starostlivosti. Respondenti mali taktiež priestor na vyjadrenie vlastnej reálnej skúsenosti s neformálnou platbou.

### 5.1.3. Výsledky a diskusia

Celkový počet respondentov zapojených do daného prieskumu bol 121 respondentov (Tabuľka 11).

Tabuľka 11 Štruktúra výberového súboru n =121

| Socio-demografický znak        |                                      | Výberový súbor v % |
|--------------------------------|--------------------------------------|--------------------|
| Pohlavie                       | Muži                                 | 24,80              |
|                                | Ženy                                 | 75,20              |
| Veková skupina                 | 20 - 24                              | 47,93              |
|                                | 25 - 29                              | 9,09               |
|                                | 30 – 34                              | 4,96               |
|                                | 35 – 39                              | 6,61               |
|                                | 40 - 44                              | 8,26               |
|                                | 45 - 49                              | 9,09               |
|                                | 50 – 54                              | 2,48               |
|                                | 55 – 59                              | 4,96               |
|                                | 60 - 64                              | 1,65               |
|                                | 65 - 69                              | 1,65               |
|                                | 70 - 74                              | 1,65               |
|                                | 74+                                  | 1,65               |
| Najvyššie dosiahnuté vzdelanie | základné vzdelanie                   | 0,8                |
|                                | stredoškolské vzdelanie bez maturity | 3,3                |
|                                | stredoškolské s maturitou            | 55,4               |
|                                | vysokoškolské vzdelanie              | 40,5               |
| Ekonomická aktivita            | Študent                              | 46,28              |
|                                | Zamestnaný                           | 33,88              |

<sup>14</sup> Pri laboratórnom experimente experimentátor kontroluje pri náhodnom rozmiestnení, t. j. v zmysle, že na respondentov pôsobia rôzne faktory, vplyv nezávislých premenných na závislé premenné (Mutz, 2011, Špalek, 2011).

| Socio-demografický znak |                                     | Výberový súbor v % |
|-------------------------|-------------------------------------|--------------------|
|                         | Nezamestnaný                        | 2,48               |
|                         | SZČO                                | 6,61               |
|                         | Dôchodca (starobný, invalidný)      | 4,96               |
|                         | Materská alebo rodičovská dovolenka | 4,13               |
|                         | Iné                                 | 1,65               |

Zdroj: Vlastné spracovanie

Respondentom sme predstavili rôzne hypotetické situácie (Tabuľka 12). Úlohou respondenta bolo v danej situácii zaujať určitý postoj a posúdiť správanie ostatných jednotlivcov.

Tabuľka 12 Hypotetické situácie neformálnych platieb vo verejných nemocniciach

| Hypotetická situácia                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Situácia A - ex post neformálna platba formou vecného daru           | Prestavte si hypotetickú, modelovú situáciu. Pacientka Mária sa s vážnym zdravotným problémom liečila v nemocnici. Liečba bola úspešná a Mária sa rozhodla poďakovať svojmu ošetrojúcemu lekárovi za starostlivosť formou vecného daru.                                                                                                                                                |
| Situácia B - ex post neformálna platba formou peňažného daru         | Prestavte si hypotetickú, modelovú situáciu. Pacientka Mária sa s vážnym zdravotným problémom liečila vo verejnej nemocnici. Liečba bola úspešná a Mária sa rozhodla poďakovať svojmu ošetrojúcemu lekárovi za starostlivosť formou peňažného daru.                                                                                                                                    |
| Situácia C - ex ante neformálna platba formou nešpecifikovaného daru | Prestavte si hypotetickú, modelovú situáciu. Pacient Michael trpí vážnym chronickým ochorením a pravidelne absolvuje liečbu v odbornej ambulancii vo verejnej nemocnici u svojho odborného lekára. Svojmu ošetrojúcemu lekárovi pri jednej zo svojich návštev Michael s vedomím svojej rodiny odovzdá dar v záujme budovania kontaktov a zabezpečenia si lepších služieb v budúcnosti. |

Zdroj: Vlastné spracovanie

Pri zodpovedaní výskumnej otázky č. 3: Akým spôsobom je možné využitím behaviorálnej ekonómie v zdravotníctve znížiť mieru neformálnych platieb pri spotrebe zdravotníckych služieb? je nutné v prvom rade identifikovať, ktoré z psychologických motívov konania jednotlivcov vplyvajú na rozhodnutie respondentov poskytnúť, resp. neposkytnúť neformálnu platbu. V kapitole 5. 1. 1. sme identifikovali psychologické motívy konania jednotlivcov, ktoré by mohli ovplyvniť rozhodnutie jednotlivca poskytnúť neformálnu platbu pri spotrebe zdravotníckych služieb (ego, stimuly – incentives – ex ante platba, záväzok- commitments, norms – normy – ex post platba).

K trom hypotetickým situáciám, ktoré sa líšia formou platby (vecný a peňažný dar) a načasovaním neformálnej platby (ex-post a ex-ante) sme položili otázky monitorujúce názory respondentov na početnosť nastania situácie v reálnych podmienkach nemocníc. Odpovede respondentov ukazujú, do akej miery je správanie jednotlivca v hypotetickej

situácii spoločensky akceptované, resp. je súčasťou určitej sociálnej normy v spoločnosti.

Tabuľka 13 NORMS (normy) neformálne platby v zdravotníctve ako súčasť sociálnej normy v spoločnosti

| Aké percento pacientov absolvujúcich liečbu vo verejnej nemocnici sa podľa Vás správa rovnako ako pacient v hypotetickej situácii? | Percentuálny podiel odpovedí respondentov |                                       |                                         |                                               |                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------------|-----------------------------------------|
|                                                                                                                                    | Nikto/veľmi málo pacientov (0-10%)        | Menej ako polovica pacientov (11-40%) | Približne polovica pacientov (41 – 59%) | Viac ako polovica, väčšina pacientov (60-89%) | Všetci/takmer všetci pacienti (90-100%) |
| Situácia A - ex post neformálna platba formou vecného daru                                                                         | 25,6                                      | 32,2                                  | 18,2                                    | 18,2                                          | 5,8                                     |
| Situácia B - ex post neformálna platba formou peňažného daru                                                                       | 46,3                                      | 36,4                                  | 11,6                                    | 5,0                                           | 0,8                                     |
| Situácia C - ex ante neformálna platba formou nešpecifikovaného daru                                                               | 20,7                                      | 42,1                                  | 24,0                                    | 9,1                                           | 4,1                                     |

Zdroj: Vlastné spracovanie

Tabuľka 13 zobrazuje subjektívne odhady respondentov, koľko pacientov sa správa podobne ako osoby v hypotetických situáciách. Respondenti za najbežnejšiu situáciu označili ex-post poskytnutie neformálnej platby (darovanie po poskytnutí zdravotnej starostlivosti) vo forme darovania vecného daru. Podľa výsledkov Wilcoxonovho testu sme zistili, že respondenti vnímajú poskytovanie vecného daru ako častejšie, čo sa významne prejavuje na akceptácii tohto správania ( $Z=-5,405$ ,  $p=0,001$ ). Zaujímavým je aj zistenie, že darovanie ex ante je respondentmi vnímané častejšie, ako finančný dar ex post. Ex ante dar tak môže byť vnímaný ako stratégia (Hewston et al., 2002), zatiaľ čo finančný dar ex post má z pohľadu respondentov bližšie ku korupčnému správaniu ( $Z=-5,341$ ,  $p=0,001$ ).

Spearmanovým korelačným koeficientom sme zistili, že čím je miera vnímaného správania zo strany respondentov vyššia, resp. dané správanie je spoločnosťou akceptované, má to pozitívny vplyv na mieru neformálnych platieb v zdravotníctve a teda viacej respondentov sa rozhodne poskytnúť neformálnu platbu ( $p$ -hodnota 0,016,  $r_s=-0,229$ ;  $p$ -hodnota 0,018,  $r_s=-0,225$ ). Podľa Linkenbacha a Perkinsa (2003) majú deskriptívne normy, teda vnímanie toho, čo je bežné alebo typické správanie v spoločnosti, silný vplyv na individuálne rozhodovanie. Ak jednotlivci veria, že väčšina ľudí v ich okolí sa zapája do určitého správania, sú viac motivovaní konať podobne, aby sa prispôbili očakávaniam skupiny, aj keď v kontexte iných okolností, by takéto správanie mohlo byť vnímané ako nevhodné. Anderson a Gray (2000)

uvádzajú, že v prostrediach s rozšírenou korupciou existuje silný tlak sociálnych noriem na jednotlivcov, aby sa prispôbili prevládajúcim praktikám, vrátane neformálnych platieb v zdravotníctve. Ide teda o kultúrny kontext, kde napr. krajiny ako sú Tanzánia, Singapur, India a Indonézia ukazujú relatívne vysokú mieru tolerancie ku korupčnému správaniu (Camargo et al., 2020). Z toho dôvodu je pri návrhu vhodnej antikorupčnej behaviorálnej intervencii nutné zohľadniť vplyv sociálnych noriem na správanie sa jednotlivcov.

Tabuľka 14 INCENTIVES (stimuly) a EGO vplyv neformálnych platieb v zdravotníctve na kvalitu zdravotnej starostlivosti?

| Akú kvalitu zdravotnej starostlivosti podľa Vás pacient dostane po poskytnutí neformálnej platby? | Percentuálny podiel odpovedí respondentov                                               |                                                                                          |                                                                                                 |                                                                                                         |                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
|                                                                                                   | Dostanú horšiu zdravotnú starostlivosť ako pacienti, ktorí neformálnu platbu neposkytnú | Dostanú rovnakú zdravotnú starostlivosť ako pacienti, ktorí neformálnu platbu neposkytnú | Dostanú o niečo lepšiu zdravotnú starostlivosť ako pacienti, ktorí neformálnu platbu neposkytnú | Dostanú výrazne lepšiu/starostlivosť vo väčšom rozsahu ako pacienti, ktorí neformálnu platbu neposkytnú | Neviem, nie som si istý |
| Situácia A - ex post neformálna platba formou vecného daru                                        |                                                                                         | 56,64                                                                                    | 23,89                                                                                           | 7,96                                                                                                    | 11,50                   |
| Situácia B - ex post neformálna platba formou peňažného daru                                      | 0,87                                                                                    | 26,09                                                                                    | 42,61                                                                                           | 20,87                                                                                                   | 9,57                    |
| Situácia C - ex ante neformálna platba formou nešpecifikovaného daru                              | 0,85                                                                                    | 38,98                                                                                    | 36,44                                                                                           | 13,56                                                                                                   | 10,17                   |

Zdroj: Vlastné spracovanie

Tabuľka 14 ilustruje očakávaný vplyv poskytnutia neformálnej platby na kvalitu poskytovanej zdravotnej starostlivosti. Výsledky ukazujú, že respondenti, ktorí deklarovali úmysel poskytnúť dar ešte pred samotnou liečbou (ex ante), uvádzali vyššiu pravdepodobnosť získania lepšej zdravotnej starostlivosti než tí, ktorí uvažovali o darovaní ex post (ako prejav vďaky), alebo tí, ktorí takéto správanie zásadne odmietali.

Tento rozdiel poukazuje na význam časovania daru a jeho súvislosti s očakávanou výhodou. V prípade ex ante darovania vstupujú do rozhodovacieho procesu najmä dva faktory – faktor stimuly (incentives) a faktor ego (ego), ktorých spoločným menovateľom je obava z nedostatočnej alebo nekvalitnej starostlivosti v prospech jednotlivca, resp. zvýhodnenie seba alebo svojich blízkych prednostným vyšetrením. V tomto kontexte má neformálna platba charakter predbežného zabezpečenia si prístupu

k službe, pričom pacient očakáva výmenu za lepšiu, promptnejšiu alebo individuálne prispôsobenú zdravotnú starostlivosť. Ako upozorňuje Lewis (2007), v systémoch s nízkou mierou vonkajšej kontroly a vysokou pracovnou istotou sa môžu zamestnanci cítiť málo motivovaní konať v súlade s etickými štandardmi, pretože vnímajú nízke riziko sankcií za korupčné správanie. Na strane pacienta môže rozhodnutie poskytnúť dar nadobúdať až existenciálny charakter, vychádzajúci z obavy o svoje zdravie či život. V duchu behaviorálnych prístupov k rozhodovaniu (Kahneman, Tversky, 1979) možno takéto správanie chápať ako stratégiu riadenú averziou k strate, pričom pacient sa snaží minimalizovať riziko neuspokojivej liečby. V prípade prevahy egoistickej motivácie (Hewston et al., 2002) je cieľom pacienta najmä zvýhodniť seba alebo svojich blízkych, napr. prostredníctvom prednostného vyšetrenia, zvýšenej pozornosti alebo individuálneho prístupu. Tento typ správania tak možno chápať ako formu sebaochrany v prostredí, kde absentuje dôvera v spravodlivý prístup k zdravotnej starostlivosti. Výsledky štúdie Camargo et al. (2020) naznačujú, že väčší sklon k darovaniu je u tých pacientov, ktorí vnímajú inštitucionálne výhody darovania, ako je napr. získanie lepších služieb alebo ovplyvňovanie rozhodnutí poskytovateľov zdravotnej starostlivosti. Vo vzťahu k našim zisteniam možno ešte konštatovať, že samotný typ daru nemá vplyv na očakávanú kvalitu zdravotnej starostlivosti. Výsledky Wilcoxonovho testu nepreukázali štatisticky významné rozdiely v očakávanej kvalite zdravotnej starostlivosti medzi jednotlivými scenármi a typmi darov. Rozdiely medzi vecným a finančným darom po liečbe ( $Z = -0,560$ ;  $p = 0,575$ ), medzi vecným darom ex post a darom ex ante ( $Z = -1,089$ ;  $p = 0,276$ ), ako aj medzi finančným darom ex post a darom ex ante ( $Z = -0,205$ ;  $p = 0,838$ ) neboli významné.

Respondenti mali taktiež priestor na vyjadrenie vlastnej reálnej skúsenosti s neformálnou platbou a osobnej miery identifikácie so správaním sa pacientov v hypotetických situáciách, ktorá rovnako ukazuje, akú sú neformálne platby vnímané z pohľadu akceptovaných noriem správania sa v spoločnosti.

Tabuľka 15 NORMS (normy), COMMITMENTS (záväzky), EGO skúsenosti s neformálnymi platbami v zdravotníctve

| Zachovali ste sa niekedy rovnako ako pacient v hypotetickej situácii?           | Percentuálny podiel odpovedí respondentov |      |                   |     |
|---------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|------|-------------------|-----|
|                                                                                 | Áno                                       | Nie  | Nechcem odpovedať | Iné |
| Situácia A a B - ex post neformálna platba formou vecného daru / peňažného daru | 34,5                                      | 65,5 |                   |     |
| Situácia C - ex ante neformálna platba formou nešpecifikovaného daru            | 19,0                                      | 71,9 | 8,3               | 0,8 |

Zdroj: Vlastné spracovanie

Tabuľka 15 ukazuje mieru identifikácie respondentov s jednotlivými typmi správania popísanými v hypotetických situáciách. Z uvedených výsledkov nám vyplýva, že približne 20 až 30 % respondentov poskytlo neformálnu platbu v zdravotníctve, z podobných dôvodov ako Mária alebo Michael. Zatiaľ čo s ex post poďakovaním sa dokázala stotožniť viac ako polovica respondentov, výrazne nižšia miera identifikácie bola zaznamenaná v prípade ex ante darovania. To naznačuje vyššiu spoločenskú akceptáciu daru ako prejavu vďaky, než ako prostriedku na dosiahnutie výhody.

Realizáciou Wilcoxonovho testu sme zistili, že respondenti sa významne častejšie stotožňovali so správaním ex post (podakovanie po liečbe), ako so správaním ex ante (dar vopred s cieľom zabezpečiť si lepšiu starostlivosť). Štatisticky významný rozdiel ( $Z = -2,711$ ;  $p = 0,007$ ) potvrdzuje, že ex ante správanie je menej akceptované a menej sa s ním respondenti osobne stotožňujú.

Možno konštatovať, že ex post darovanie je vnímané ako súčasť kultúrne akceptovanej reciprocitý a teda očakávaného a prijateľného vyjadrenia vďačnosti za poskytnutú starostlivosť. Ide o normu „dobrého správania“, ktorá je často spoločensky podporovaná (Fehr-Gächter, 2000) a nevníma sa, ako korupčná praktika.

Naopak, ex ante správanie, hoci funkčne podobné (darovanie), prekračuje hranice reciprocitý a zasahuje do roviny strategického ovplyvňovania budúcich rozhodnutí lekára. Tento druh správania je bližší tzv. inštrumentálnemu egoizmu (Shaver, 1999), pri ktorom jednotlivec jedná primárne s cieľom získať výhodu. Z pohľadu sociálnych noriem môže byť takýto prístup vnímaný ako morálne sporný alebo neprijateľný (Rose-Ackerman, 1999), pretože narúša princípy rovnosti, férovosti a ohrozuje poskytovanie zdravotnej starostlivosti v budúcnosti.

Prieskum monitoroval aj vplyv sociálneho tlaku, najmä zo strany rodiny, na rozhodovanie o poskytnutí neformálnej platby.

Tabuľka 16 NORMS (normy) vplyv sociálneho tlaku na neformálne platby v zdravotníctve

| Chceli by Vaši blízky, aby ste sa zachovali tak, ako pacient v hypotetickej situácii? | Percentuálny podiel odpovedí respondentov |               |                 |                   |                     |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|---------------|-----------------|-------------------|---------------------|-----|
|                                                                                       | Áno, určite                               | Absolútne nie | Vadilo by im to | Nevadilo by im to | Bolo by im to jedno | Iné |
| Situácia A a B - ex post neformálna platba formou vecného daru / peňažného daru       | 22,3                                      | 19,8          | 38,8            | 2,5               | 13,2                | 3,3 |
| Situácia C - ex ante neformálna platba formou nešpecifikovaného daru                  | 17,4                                      | 28,1          | 29,8            | 2,5               | 20,7                | 1,7 |

Zdroj: Vlastné spracovanie

V tabuľke (Tabuľka 16) analyzujeme vplyv očakávaní zo strany rodiny na rozhodovanie respondenta o poskytnutí daru. Výsledky naznačujú, že určitá časť respondentov by sa podvolila želaniu rodiny dať dar, najmä v prípadoch, keď ide o zabezpečenie budúcej starostlivosti. Tento jav možno interpretovať, ako prejav sociálnej normy alebo sociálneho tlaku, ktorý môže ovplyvniť rozhodovanie aj v prípadoch, kde samotný respondent vníma darovanie negatívne, resp. ambivalentne.

Odhalením psychologických motívov konania jednotlivcov pri poskytovaní neformálnych platieb pri spotrebe služieb zdravotnej starostlivosti je následne možné navrhnúť adresnú behaviorálnu intervenciu zohľadňujúcu vplyv daných faktorov na rozhodovanie a konanie jednotlivcov.

Efektívna behaviorálna intervencia by sa mala sústrediť na podporu etických noriem, zníženie neistoty pacientov a budovanie dôvery vo verejné zdravotníctvo. Intervencie by mali byť prioritne zamerané na zníženie ex-ante správania, teda poskytovania darov s cieľom ovplyvniť budúcu kvalitu zdravotnej starostlivosti. Kľúčovým je zviditeľnenie toho, čo je spoločensky a morálne správne napr. „U nás si všetci pacienti zaslúžia rovnakú starostlivosť – bez ohľadu na dary“ alebo „Naši lekári sa starajú o všetkých pacientov rovnako – dar nie je potrebný“. Vo výsledku je tak nevyhnutné, aby behaviorálna intervencia komunikovala, že systém funguje transparentne a rovnako pre všetkých, bez nutnosti poskytovania neformálnych platieb.

## **5.2. Nový nástroj riešenia externalít spojených so spotrebou zdravotníckych služieb – spotreba liekov**

### **5.2.1. Teoretické východiská**

Nesprávna likvidácia nespotrebovaných liekov môže negatívne vplyvať na životné prostredie a spôsobiť značné zaťaženie zdravotnej starostlivosti a finančné náklady (Wang et al., 2024). So zvyšujúcou sa spotrebou liekov a v niektorých prípadoch aj s ich iracionálnou spotrebou (Novak et al., 2016; Tichy et al., 2023), sa problém ich nesprávnej likvidácie do životného prostredia<sup>15</sup> stáva čoraz naliehavším celosvetovým problémom (Kristina, Wulandari, 2020; Makki et al., 2019). Za nespotrebované lieky podľa Makkiho et al. (2019) považujeme liečivá, ktoré už pacienti, pre ktorých boli určené, neužívajú, či už preto, že exspirovali, kontaminovali sa, alebo už nie sú potrebné (Makki et al., 2019).

Nespotrebované lieky pre zdravotnícky systém predstavujú značnú finančnú aj zdravotnú záťaž (Daughton, 2003, Dilip et al., 2020). Na jednej strane spotrebiteľ, pacient, vynakladá nemalé finančné náklady na ich zakúpenie a na druhej strane sú to

---

<sup>15</sup> Prvýkrát boli liečivá a ich zvyšky v životnom prostredí, konkrétne vo vode detegované v 70. rokoch 20. storočia (Bound, Voulvoulis, 2005; Szymańska et al., 2019)

práve výdavky spojené s ich bezpečným zneškodnením a riešením environmentálnych či zdravotných dôsledkov, ktoré vyplývajú z ich nevhodného užívania. Nesprávna likvidácia liekov (napr. splachovanie, vyhadzovanie do komunálneho odpadu) spôsobuje negatívne externality, teda škody, ktoré neznášajú priamo jednotlivci, ale spoločnosť (napr. znečistenie vôd a pôdy účinnými látkami, antimikrobiálna rezistencia v prírode, riziká pre verejné zdravie v podobe kontaminovaných vôd, náklady na čistenie odpadových vôd a monitoring životného prostredia).

Medzi najčastejšie vračané lieky v spätnom zbere patria tie, ktoré sú určené na liečbu ochorení dýchacích ciest, tráviaceho traktu a srdcovocievneho systému (Rahmadani, Kristina, 2021). Podľa NCZI (2024) v roku 2023 stúpala finančná úhrada na lieky medziročne o 6,6 % na sumu 2 201,4 mil. €, z toho úhrada poisťovní bola 1 644,8 mil. €. Pre zaujímavosť výdavky na likvidáciu liekov v roku 2023 z rozpočtu Štátneho ústavu pre kontrolu liečiv (ďalej len ŠÚKL) boli vo výške 226 170 €. (ŠÚKL, 2024).

Realizácia zberných programov sa považuje za jeden z najúčinnnejších prístupov k environmentálne zodpovednej likvidácii liekov (Mitkidis et al., 2022; Paut Kusturica et al., 2017). Pre jednotlivcov predstavujú bezpečný a pohodlný spôsob, ako sa legálne a ekologicky zbaviť nepotrebných liekov (Kristina, Wulandari, 2020). Okrem predchádzania znečisťovaniu prostredia znižujú aj riziko nesprávneho alebo nelegálneho použitia liekov (Kristina, Wulandari, 2020). Takéto programy boli zavedené v mnohých krajinách vrátane USA, európskych štátov (vrátane Slovenska), Austrálie, Nového Zélandu, Malajzie a Bruneja (Ariffin, Zakili, 2019; OECD, 2022). Ich forma, spôsob fungovania a miera implementácie sa však líšia v závislosti od zdravotníckych systémov, legislatívnych rámcov, spôsobu financovania a miestnych podmienok (OECD, 2022).

V niektorých krajinách, ako napríklad Austrália, Švajčiarsko, Mexiko, Malajzia a Brunej, ale aj Slovensko, sú tieto programy podporované štátnym financovaním. Inde ich prevádzkujú dobrovoľne individuálne lekárne, distribútori alebo farmaceutické spoločnosti, často v rámci legislatívy rozšírenej o zodpovednosť výrobcov (OECD, 2022). Mnohé krajiny pre podporu vrátenia nespotrebovaných liekov zaviedli iniciatívu „Deň vrátenia liekov po expirácii“ (26. október) (Ma et al., 2014; Perry et al., 2014, Wheeler et al., 2016, ŠÚKL, 2024), čo prispieva k zvýšeniu dostupnosti zberných nádob a uľahčuje jednotlivcovi voľbu ohľadom správneho nakladania s liekmi. Okrem toho viaceré európske krajiny zaviedli národné schémy na zber nespotrebovaných

liekov (OECD, 2022). Ministerstvo zdravotníctva SR (ďalej len MZ SR) a ŠÚKL pravidelne vyzývajú verejnosť k vráteniu nespotrebovaných liekov do lekárne. Je však otázne, aký vplyv majú tieto oznámenia a ich forma, resp. zvolené informačné kanále na správanie sa spotrebiteľov. Rovnako je otázne, ku koľkým ľuďom sa daná informácia skutočne aj dostane (napr. stránku ŠÚKL na Facebooku sleduje len 17 tis jednotlivcov).

Na zvýšení informovanosti ohľadom nakladania s liekmi sa okrem MZ SR a ŠÚKL podieľa aj Slovenská lekárska komora, ktorá pripravila kampaň „Nie je odpad ako odpad“. Ide o informačnú kampaň na portály Youtube, poukazujúcu na možné dôsledky nesprávneho likvidovania liekov a na spôsoby, ako tomu predchádzať, práve správnou likvidáciou liekov. Rovnako, ale aj v tomto prípade bola dosiahnutá len veľmi nízka miera informovanosti (video malo len 600 zhliadnutí).

Podľa Wang et al. (2024), je jednou z hlavných prekážok efektívnosti týchto programov nízka miera návratnosti liekov (Kristina, Wulandari, 2020; Paut Kusturica et al., 2017). K tomu prispieva nedostatočné informovanie verejnosti o samotnej existencii a výhodách týchto služieb, obmedzený prístup k odberovým miestam, časová neprístupnosť, ako aj obavy o ochranu osobných údajov pri odovzdávaní liekov (Bettington et al., 2018; Watkins et al., 2022). Bariérou môže byť aj negatívny postoj, nedostatok vedomostí či zvyky spojené s likvidáciou liekov bežnými, neekologickými spôsobmi (Foon et al., 2020).

Podľa Bekker et al. (2019a) je možné nespotrebované lieky opätovne vrátiť do obehu, avšak vyžaduje si to dodatočné skúmanie nákladovej efektívnosti a vysoké požiadavky na kvalitu vrátených liekov. Na druhej strane, pokiaľ by bola zaručená kvalita vrátených liekov do obehu, pacienti sú ochotní takéto lieky užívať (Bekker et al., 2019b).

Využitie postrčení pri správnej likvidácii liekov má veľký význam z pohľadu verejnej politiky, najmä pri riešení negatívnych externalít a šetrnom nakladaní s verejnými aj súkromnými financiami. Postrčenia môžu zvýšiť mieru správnej likvidácie, čím sa znižuje environmentálna a zdravotná záťaž, bez potreby represívnych opatrení (napr. pokút alebo zákazov). Z toho dôvodu je nutné, aby štát pristúpil k redukcii tohto nežiadúceho správania v podobe nesprávnej likvidácie liekov a postrčil spotrebiteľov, pacientov k želateľnému správaniu, ktorým je odovzdanie nespotrebovaného lieku do lekárne.

Jedným zo spôsobov ako možno využiť koncept postrčení v prípade správneho nakladania s liekmi je možné zacielenie na zmenu správania, v zmysle zvýšenia

povedomia jednotlivcov o správnej likvidácii liekov ako jedného z problémov spojených s nesprávnou likvidáciou liekov (Bettington et al., 2018; Watkins et al., 2022; Wang et al., 2024).

### **5.2.2. Materiál a metódy skúmania**

Jedným z významných problémov v oblasti likvidácie liekov je nedostatočná informovanosť jednotlivcov o tom, aké druhy odpadu sú vhodné na odovzdanie do zbernej nádoby určenej na nespotrebované a exspirované lieky. Často sa stáva, že jednotlivci do lekární prinášajú celé tašky liekov vrátane vonkajších obalov, ktoré by bolo možné separovať bežným spôsobom v rámci triedeného zberu. Navyše, do zberných nádob bývajú vhadzované aj produkty, ktoré do systému spätného zberu liekov nepatria. Hoci je verejnosť v zásade oboznámená s možnosťou odovzdania nepoužitých alebo exspirovaných liekov v lekárni, chýbajú jej podrobnejšie informácie o správnom postupe ich triedenia a likvidácie. Z toho dôvodu sme si stanovili nasledovnú výskumnú otázku:

Výskumná otázka č. 4: Ako je možné využitím behaviorálnej ekonómie v zdravotníctve zvýšiť informovanosť jednotlivcov o správnej likvidácii liekov a liekov po expirácii?

Cieľom behaviorálnej intervencie predstavenej v tejto podkapitole je zvýšiť informovanosť jednotlivcov o správnej likvidácii nespotrebovaných liekov a liekov po expirácii pomocou informačných letákov. Zvýšenie informovanosti je možné realizovať s ohľadom na faktory pôsobiace na jednotlivcov zadané v kapitole 2.3. konkrétne z pohľadu konceptu MINDSPACE (Dolan et al., 2009). Behaviorálna intervencia v podobe informačnej kampane pre nakladanie s liekmi je v prílohe (Príloha 1).

Objektom behaviorálnej intervencie pre nakladanie s liekmi boli jednotlivci heterogénni z hľadiska pohlavia, veku, dosiahnutého vzdelania a ekonomickej aktivity. Pre zistenie účinnosti behaviorálnej intervencie bol následne vykonaný dotazníkový prieskum, ktorý porovnával odpovede kontrolnej (informačnú kampaň nevideli) a experimentálnej (videli informačnú kampaň) skupiny.

Počas realizácie experimentálneho prieskumu dotazník vyplnili súčasne účastníci kontrolnej aj experimentálnej skupiny. Respondenti z kontrolnej skupiny (N = 303) boli oslovení prostredníctvom sociálnych sietí, pričom neboli pred prieskumom vystavení žiadnej informačnej kampani. Naopak, experimentálna skupina (N = 353) bola

oslovená prostredníctvom oficiálnej stránky ŠÚKL na sociálnej sieti Facebook, pričom pred samotným vyplnením dotazníka mali respondenti možnosť oboznámiť sa s informačným materiálom zameraným na správnu likvidáciu nespotrebovaných a exspirovaných liekov (viď Príloha 1). Celkovo sa prieskumu zúčastnilo 656 respondentov. Dotazník bol distribuovaný vo forme elektronického formulára vytvoreného cez Google Forms. Na účely rozlíšenia medzi kontrolnou a experimentálnou skupinou boli vytvorené dva samostatné formuláre, čo umožnilo spoľahlivo identifikovať, ktorí respondenti boli vystavení informačnému letáku. Zber dát prebiehal v období od 14. do 26. apríla 2021 prostredníctvom sociálnej siete Facebook.

Štruktúra výberového súboru za jednotlivé vzorky je v nasledujúcej tabuľke (Tabuľka 17).

Tabuľka 17 Štruktúra respondentov podľa vybraných socio-demografických znakov

| Socio-demografický znak        |                                      | VZORKA 1 (%) | VZORKA 2 (%) |
|--------------------------------|--------------------------------------|--------------|--------------|
| Pohlavie                       | Muži                                 | 38,61        | 17,85        |
|                                | Ženy                                 | 61,39        | 82,15        |
| Veková skupina                 | do 18                                | 1,98         | 3,12         |
|                                | 19-25                                | 4,95         | 23,80        |
|                                | 26-40                                | 62,05        | 55,52        |
|                                | 41-60                                | 27,39        | 17,00        |
|                                | nad 61                               | 3,63         | 0,57         |
| Najvyššie dosiahnuté vzdelanie | Základné vzdelanie                   | 1,65         | 2,83         |
|                                | Stredoškolské vzdelanie bez maturity | 5,61         | 1,70         |
|                                | Stredoškolské s maturitou            | 31,02        | 29,18        |
|                                | Vysokoškolské vzdelanie              | 61,72        | 66,29        |
| Ekonomická aktivita            | Študent                              | 6,27         | 23,23        |
|                                | Zamestnaný                           | 65,68        | 53,26        |
|                                | Nezamestnaný                         | 1,98         | 3,12         |
|                                | SZČO                                 | 11,22        | 5,38         |
|                                | Dôchodca (starobný, invalidný)       | 4,62         | 1,42         |
|                                | Materská alebo rodičovská dovolenka  | 10,23        | 13,60        |

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2021

Zvolením nasledovného metodického postupu bolo možné porovnávať odpovede kontrolnej skupiny, t. j. skupina, ktorá informačný leták nevidela a experimentálnej

skupiny, t. j. skupina, ktorá informačný leták videla. Tento postup sme zvolili z toho dôvodu, aby sme boli schopní odkontrolovať účinnosť zavedenej behaviorálnej intervencie. Uvedomujeme si, že metodický postup môže mať isté limity, kedy nevieme overiť, či všetci respondenti v experimentálnej skupine videli aj informačný leták. Predpokladáme ale, že vzhľadom na relatívne vysokú mieru zdieľania – 84 zdieľaní a 125 označení „páči sa mi to“ samotného príspevku k 30. 4. 2021, je možné očakávať, že respondenti, ktorí vyplnili dotazník, videli aj informačný leták, nakoľko dotazník a informačný leták boli súčasťou uvedenej správy na sociálnej sieti Facebook.

Pri návrhu behaviorálnej informačnej kampane sme využili psychologické motívy konania jednotlivcov vychádzajúcich z konceptu MINDSPACE (Dolan et al., 2009). Konkrétne išlo o faktory posol (messenger), salience (pútavosť) a ego (Príloha 1).

Pri návrhu behaviorálnej intervencie vo forme informačnej kampane sme sa sústredili na faktor posol (messenger) správy, t. j. kto sprostredkoval respondentovi informáciu ohľadom nakladania s liekmi. Vychádzali sme z predpokladu, že respondenti budú považovať odborníkov (ŠUKL) alebo ľudí v prostredí výkonu ich praxe (napr. lekárnik) v danej oblasti za väčšie authority ako ľudí, ktorí sú „laikmi“ v danej oblasti („doktor google“). Preto získané informácie od autorít považujeme za dôveryhodnejšie a majú väčší vplyv na naše rozhodnutie (Webb, Sheeran, 2006). Z toho dôvodu je vhodné, aby bola intervencia umiestnená v lekárni, resp. na facebookovej stránke ŠUKL.

Jedným z identifikovaných problémov nízkej miery vrátenia nespotrebovaných alebo exspirovaných liekov je nedostatočná informovanosť verejnosti. Na jednej strane ohľadom samotnej možnosti odovzdať lieky do lekárne a na druhej strane ohľadom správneho určenia, čo do zbernej nádoby patrí a čo nie. V dôsledku toho môže dochádzať k nesprávnej likvidácii liekov a ich zbytočnému hromadeniu v domácnostiach. Na zvýšenie miery informovanosti sme využili faktor pútavosť (salience). Respondentov sme informovali o možnostiach vrátenia a o tom, čo patrí, resp. nepatrí do zbernej nádoby. Týmto spôsobom sme u respondentov chceli vytvoriť štandardný rámec správania a zvýšiť pravdepodobnosť správnej reakcie bez potreby aktívneho vyhľadávania informácií. Viaceré štúdie (Hashemi et al., 2024; King et al., 2014; Thompson et al., 2021) potvrdzujú, že zvýrazňovanie dôležitých informácií, ako sú výhody alebo riziká, účinne ovplyvňuje rozhodovanie lekárov aj pacientov. V informačnej kampani sme nepriamo využili i faktor predpríprava (defaults).

Jednotlivcom sme dali inštrukcie, ktoré majú viesť k vytvoreniu štandardného správania, t. j. čo je nutné vykonať pre správnu likvidáciu liekov (Hashemi et al., 2024).

Faktor ego sme pri návrhu informačnej kampane využili na posilnenie identity zodpovedného, ekologicky uvedomelého a disciplinovaného jednotlivca. Príkladom je slogan „Ďakujeme, že pomáhate chrániť naše a vaše zdravie“ (Príloha 1). Ak odovzdanie liekov do lekárne zarámujeme ako „dobré správanie“, resp. ako činnosť, ktorú vykonávajú „dobrí ľudia“, jednotlivci budú mať väčšiu tendenciu stotožniť sa s týmto správaním a prispôbiť sa mu.

Výstupy z dotazníkov boli spracované využitím relevantných matematicko-štatistických metód. Chí-kvadrát testom sme si overili reprezentatívnosť vzorky. V našom prípade vzorky reprezentatívne nie sú, nakoľko štruktúra základného súboru, t. j. všetkých obyvateľov Slovenskej republiky z hľadiska pohlavia, veku a dosiahnutého vzdelania nezodpovedá štruktúre nášho výberového súboru pre jednotlivé skupiny (kontrolnú a experimentálnu).

### 5.2.3. Výsledky a diskusia

Jedným z dôležitých prvkov pri využívaní a návrhu behaviorálnych intervencií je poznanie konania a rozhodovania cieľovej skupiny. Z toho dôvodu sme sa respondentov pýtali na skúsenosti s užívaním liekov na lekársky predpis, pravidelnosť užívania liekov a nežiadúce účinky pri užívaní liekov. Otázkou zameranou na pravidelnosť užívania liekov sme chceli zistiť disciplinovať respondentov (faktor Ego – kedy jednotlivec z dôvodu pozitívneho prezentovania seba samého „utají“ nesprávne správanie), pretože veľký objem nespotrebovaných liekov tvoria práve nedoužívané lieky. Oblasť disciplinovanosti sme identifikovali ako oblasť, kde by sa mohla uplatniť behaviorálna intervencia. Odpovede na jednotlivé otázky sú v nasledujúcej tabuľke (Tabuľka 18).

Tabuľka 18 Percentuálny podiel odpovedí respondentov na vybrané otázky zamerané na disciplinovanosť

| Otázky zamerané na disciplinovanosť                  | VZORKA 1 |      | VZORKA 2 |      |
|------------------------------------------------------|----------|------|----------|------|
|                                                      | áno      | nie  | áno      | nie  |
| Užívali ste niekedy lieky na lekársky predpis        | 97,0     | 3,0  | 99,15    | 0,85 |
| Užívate pravidelne lieky na predpis                  | 33,3     | 66,7 | 38,5     | 61,5 |
| Odradenie od užívania na základe nežiadúcich účinkov | 29,7     | 70,3 | 26,6     | 73,4 |

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2021

Tabuľka 18 porovnáva percentuálne podiely odpovedí dvoch vzoriek respondentov na otázky týkajúce sa disciplinovanosti pri užívaní liekov. Výsledky ukazujú, že takmer všetci respondenti z oboch skupín majú skúsenosť s užívaním liekov na predpis (97,0 % vo vzorke 1 a 99,15 % vo vzorke 2), čo potvrdzuje relevantnosť vzorky pre výskum v tejto oblasti. Pravidelné užívanie liekov na predpis však uvádza iba 33,3 % respondentov zo vzorky 1 a 38,5 % zo vzorky 2, čo poukazuje na nižšiu mieru adherencie a zároveň naznačuje priestor na podporu disciplinovanosti pri dlhodobej liečbe (Demos et al., 2014). Približne štvrtina až tretina respondentov (29,7 % v prvej a 26,6 % v druhej vzorke) uviedla, že ich od užívania liekov odradili nežiaduce účinky, čo zvyrazňuje potrebu kvalitnej komunikácie medzi lekárom a pacientom a vhodných intervencií zameraných na podporu dodržiavania liečebného režimu (Bingel, Wiech, 2023). Celkovo výsledky poukazujú na vysokú mieru skúsenosti s liekmi, ale aj na určitú mieru neistoty alebo pasivity pri ich pravidelnom a dôslednom užívaní.

Pre navrhnutie behaviorálnej intervencie je dôležité poznať aj zdroj informácií o možnosti vrátenia liekov do lekárne (faktor posol – messenger). Predpokladáme, že pokiaľ im informáciu sprostredkuje „lekárnik“, respondenti sa skôr rozhodnú vrátiť nespotrebovaný liek do lekárne ako v prípade, že im informáciu poskytne napr. niekto z ich okolia (Dolan et al., 2009).

Respondenti vo Vzorke 1 prioritne ako zdroj informácií uvádzali „lekárnik“ (24,1 %, Vzorka 2 18,7%), „príbalový leták lieku“ (23,8 %, Vzorka 2 24,4%) a „robia to tak ľudia v mojom okolí“ (23,8%, Vzorka 2 23,2 %), t. j. výsledok pôsobenia efektu stáda (bandwagon effect). Vo Vzorke 2 po intervencii (videli informačný leták) respondenti prioritnejšie volili odpoveď „internet“ (28 %, Vzorka 1 len 11,9%). Uvedené môže byť dôsledkom, že respondenti vo Vzorke 2 boli oslovení cez sociálnu sieť Facebook organizácie ŠÚKL, ktorý medzi respondentmi šíri osvetu aj ohľadom nakladania s nespotrebovanými liekmi a liekmi po expirácií.

Na otázku „Aká je pravidelnosť odovzdávania nespotrebovaných liekov a liekov po expirácii do lekárne“, odpovedalo 47 % respondentov zo Vzorky 1, že ich odovzdáva zriedkavejšie ako jedenkrát ročne, 46 % respondentov ich odovzdáva jeden až dvakrát ročne. Častejšie ako jeden až dvakrát ročne ich odovzdáva len 6 % respondentov. Vo Vzorke 2 uviedlo 258 respondentov z 353 respondentov, že nespotrebované lieky a lieky po expirácii odovzdáva do lekárne, pričom 52 %

respondentov ich odovzdáva jeden až dvakrát ročne a zriedkavejšie ako raz do roka ich odovzdáva 33 % respondentov.

Jeden z faktorov, ktorý vplýva na to, aby spotrebiteľ robil niečo opakovane a správne, je aj príjemná a pozitívna skúsenosť. Toto poznanie vychádza z faktoru pocity (affects) (Dolan et al., 2009). Z toho dôvodu sme zisťovali, aké skúsenosti majú respondenti s vrátením liekov do lekárne. Pozitívnu skúsenosť s vrátením liekov do lekárne vo Vzorke 1 uviedlo 33,3 % respondentov a vo Vzorke 2 47,3 % respondentov. Negatívnu skúsenosť uviedli len respondenti vo Vzorke 1 (1,0 %) (Bettington et al., 2018; Foon et al., 2020; Watkins et al., 2022).

Vzájomnú závislosť medzi jednotlivými otázkami a odpoveďami pre Vzorku 1 (Tabuľka 19) a Vzorku 2 (Tabuľka 20) sme zisťovali využitím Spearmanovho korelačného koeficientu. Vzájomnú závislosť medzi jednotlivými znakmi, resp. mieru/stupeň toho ako znaky navzájom súvisia, sme si stanovili nasledovne: hodnoty koeficienta korelácie ( $r_s$ ) v intervale od 0 po  $|0,3|$  hodnotíme ako slabú priamu, resp. nepriamu závislosť, hodnoty v intervale od  $|0,3|$  po  $|0,6|$  hodnotíme ako strednú priamu, resp. nepriamu závislosť a hodnoty v intervale od  $|0,6|$  po  $|1|$  ako silnú priamu, resp. nepriamu závislosť.

Tabuľka 19 Spearmanov korelačný koeficient- Závislosť medzi vybranými otázkami a odpoveďami Vzorka 1

| Otázka                                         | Otázka-odpoveď                                                                                      | rs     | p-hodnota |
|------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-----------|
| Dostatok informácií                            | Viete o možnosti vrátenia liekov do lekárne                                                         | 0,238  | 0,000     |
|                                                | Odovzdanie nespotrebovaných liekov a liekov po expirácii do lekárne                                 | 0,418  | 0,000     |
|                                                | Hypotetická otázka - Odmeňovanie                                                                    | 0,161  | 0,005     |
|                                                | Užívali ste niekedy lieky na lekársky predpis                                                       | 0,140  | 0,015     |
|                                                | Kontrola dátumu expirácie liekov v domácej lekárničke                                               | 0,146  | 0,011     |
|                                                | Z dôvodu potreby                                                                                    | 0,114  | 0,047     |
|                                                | Z dôvodu doplnenia domácej lekárničky                                                               | -0,144 | 0,012     |
|                                                | Lieky po expirácii sú už neúčinné, a preto ich nemá zmysel skladovať.                               | -0,345 | 0,000     |
|                                                | Chcem chrániť životné prostredie                                                                    | -0,260 | 0,000     |
|                                                | Miesto na vrátenie liekov je jednoznačne označené, a preto nemám problém lieky po expirácii vrátiť. | -0,189 | 0,001     |
|                                                | Zmena liekov.                                                                                       | -0,115 | 0,045     |
|                                                | Aké sú vaše skúsenosti s vrátením liekov                                                            | -0,243 | 0,001     |
| Užívanie liekov na lekársky predpis            | Čo nepatrí do zbernej nádoby (Lieky na predpis)                                                     | 0,182  | 0,001     |
|                                                | Čo nepatrí do zbernej nádoby ( vonkajšie obaly)                                                     | 0,123  | 0,032     |
|                                                | Viete o možnosti vrátenia liekov do lekárne                                                         | 0,150  | 0,009     |
| Kontrola dátumu expirácie v domácej lekárničke | Myslíte si, že máte dostatok informácií, ako správne likvidovať lieky                               | 0,146  | 0,011     |
|                                                | Z dôvodu potreby                                                                                    | 0,139  | 0,015     |
|                                                | Viete o možnosti vrátenia liekov naspäť do lekárne                                                  | 0,137  | 0,017     |
|                                                | Kde ste sa o tejto možnosti informovali                                                             | 0,147  | 0,015     |
|                                                | Odovzdávate nespotrebované lieky do lekárne                                                         | 0,309  | 0,000     |
|                                                | Lieky po expirácii sú už neúčinné, a preto ich nemá zmysel skladovať.                               | -0,276 | 0,000     |
|                                                | Chcem chrániť životné prostredie.                                                                   | -0,229 | 0,000     |
|                                                | Smrť blízkej osoby                                                                                  | -0,147 | 0,010     |
| Dodržiavanie dávkovania liekov                 | Z akého dôvodu nevraciate lieky ( lieky sú drahé)                                                   | 0,164  | 0,016     |
| Odovzdávanie liekov do lekárne                 | Dostatok informácií                                                                                 | 0,418  | 0,000     |
|                                                | Kontrola dátumu expirácie                                                                           | 0,309  | 0,000     |
|                                                | Čo nepatrí do zbernej nádoby                                                                        | -0,163 | 0,004     |
|                                                | Vedomosť o možnosti vrátenia liekov                                                                 | 0,284  | 0,000     |
|                                                | Lieky po expirácii sú už neúčinné a preto ich nemá zmysel skladovať                                 | -0,702 | 0,000     |
|                                                | Chcem chrániť životné prostredie                                                                    | -0,658 | 0,000     |

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2021

Tabuľka 20 Spearmanov korelačný koeficient- závislosť medzi vybranými otázkami a odpoveďami Vzorka 2.

| Otázka                                        | Otázka-odpoveď                                                                                        | rs     | p-hodnota |
|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-----------|
| Dostatok informácií                           | Viete o možnosti vrátenia liekov do lekárne                                                           | 0,138  | 0,010     |
|                                               | Odovzdanie nespotrebovaných liekov a liekov po expirácii do lekárne                                   | 0,382  | 0,000     |
|                                               | Hypotetická otázka - Odmeňovanie                                                                      | 0,170  | 0,001     |
|                                               | Lieky po expirácii sú už neúčinné, a preto ich nemá zmysel skladovať.                                 | -0,327 | 0,000     |
|                                               | Chcem chrániť životné prostredie                                                                      | -0,312 | 0,000     |
|                                               | Aké sú vaše skúsenosti s vrátením liekov do lekárne                                                   | -0,124 | 0,046     |
|                                               | Zberná nádoba na viditeľnom mieste.                                                                   | 0,170  | 0,001     |
| Užívanie liekov na lekársky predpis           | Čo nepatrí do zbernej nádoby (Lieky na predpis)                                                       | 0,339  | 0,000     |
|                                               | Čo nepatrí do zbernej nádoby (Kozmetika kúpená v lekárni )                                            | -0,139 | 0,009     |
| Kontrola dátumu expirácie v domácej lekárnici | Nič by nezvýšilo, nebudem lieky vracat' do lekárne                                                    | 0,117  | 0,028     |
|                                               | Odovzdávate nespotrebované lieky do lekárne                                                           | 0,304  | 0,000     |
|                                               | Lieky po expirácii sú už neúčinné, a preto ich nemá zmysel skladovať.                                 | -0,205 | 0,000     |
|                                               | Chcem chrániť životné prostredie.                                                                     | -0,258 | 0,000     |
|                                               | Je pre mňa jednoduchšie vyhodit' lieky do koša                                                        | 0,133  | 0,012     |
|                                               | Zvyčajne užijem všetky lieky pred skončením expirácie                                                 | 0,140  | 0,008     |
|                                               | Pri užívaní liekov si nevšímam dátum expirácie a stane sa mi, že užijem aj lieky po dátume expirácie. | 0,430  | 0,000     |
|                                               | Hypotetická otázka- odmeňovanie                                                                       | 0,176  | 0,001     |
| Dodržiavanie dávkovania liekov                | Viete o možnosti vrátenia liekov naspäť do lekárne                                                    | 0,164  | 0,002     |
|                                               | Aké sú vaše skúsenosti s vrátením liekov do lekárne                                                   | -0,148 | 0,018     |
| Odovzdávanie liekov do lekárne                | Dostatok informácií                                                                                   | 0,382  | 0,000     |
|                                               | Kontrola dátumu expirácie                                                                             | 0,304  | 0,000     |
|                                               | Viete o možnosti vrátenia liekov naspäť do lekárne                                                    | 0,251  | 0,000     |
|                                               | Nechce sa mi                                                                                          | 0,445  | 0,000     |
|                                               | Je pre mňa jednoduchšie vyhodit' lieky do koša                                                        | 0,493  | 0,000     |
|                                               | Zvyčajne užijem všetky lieky pred skončením expirácie                                                 | 0,708  | 0,000     |
|                                               | Pri užívaní liekov si nevšímam dátum expirácie a stane sa mi, že užijem aj lieky po expirácii         | 0,371  | 0,000     |
|                                               | Hypotetická situácia- odmeňovanie                                                                     | 0,484  | 0,000     |
|                                               | Zberná nádoba na viditeľnom mieste                                                                    | 0,254  | 0,000     |
|                                               | Lieky po expirácii sú už neúčinné, a preto ich nemá zmysel skladovať                                  | -0,678 | 0,000     |
|                                               | Chcem chrániť životné prostredie                                                                      | -0,710 | 0,000     |
|                                               | Lekáreň sa nachádza v blízkosti bydliska, a preto vraciam lieky naspäť do lekárne.                    | 0,214  | 0,000     |
|                                               | Miesto na vrátenie liekov je jednoznačne označené, a preto nemám problém lieky po expirácii vrátiť    | -0,226 | 0,000     |

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2021

Výsledky korelačnej analýzy poukazujú na jasné prepojenia medzi informovanosťou respondentov, ich postojmi, návykmi a správaním súvisiacim so

správnou likvidáciou liekov. V oboch vzorkách sa potvrdilo, že vyššia informovanosť o možnosti vrátiť lieky do lekárne významne koreluje s ich reálnym odovzdávaním, a to najmä v prípade respondentov, ktorí pravidelne kontrolujú dátum expirácie v domácej lekárničke. Ukázalo sa, že práve tieto faktory, ako je dostatok informácií, kontrola expirácie a povedomie o možnostiach zberu, patria medzi najdôležitejšie faktory zodpovedného správania.

Zaujímavé je, že vo vzorke 2 boli ešte silnejšie väzby medzi uvedomovaním si environmentálnych dôsledkov a návratom liekov, čo naznačuje, že ekologická motivácia zohráva významnú úlohu pri správaní respondentov. Na druhej strane, negatívne korelácie s postojmi typu „lieky po expirácii nemá zmysel skladovať“ alebo „je jednoduchšie ich vyhodiť do koša“ ukazujú, že určité stereotypy a nízka miera zodpovednosti stále pretrvávajú. Praktické prekážky ako pohodlnosť a nedostupnosť zberného miesta predstavujú významné bariéry, ktoré treba zohľadniť pri tvorbe intervencií (Bettington et al., 2018; Foon et al., 2020; Watkins et al., 2022).

Za zmienku stojí aj pozitívny vzťah medzi záujmom o hypotetické odmeňovanie a odovzdávaním liekov, čo naznačuje, že behaviorálne zásahy vo forme motivačných prvkov môžu prispieť k vyššej návratnosti. Celkovo výsledky podporujú význam cieleného zvyšovania povedomia, zjednodušenia prístupu k odovzdávaniu liekov a využitia nenásilných intervencií (napr. postrčení), ktoré by mohli výrazne posilniť disciplinovanosť a environmentálne zodpovedné správanie obyvateľov (Kristina, Wulandari, 2020; Paut Kusturica et al., 2017).

V nasledujúcej časti sa pokúsime zodpovedať stanovenú výskumnú otázku č. 4: Akým spôsobom je možné využitím behaviorálnej ekonómie v zdravotníctve zvýšiť informovanosť jednotlivcov o správnej likvidácii liekov a liekov po expirácii?

Pomocou Mann-Whitneyho U testu sme analyzovali, či mal informačný leták vplyv na odpovede respondentov v oblastiach týkajúcich sa informovanosti a správania súvisiaceho s likvidáciou nespotrebovaných a exspirovaných liekov (Tabuľka 21). Skúmali sme, či sa významne líšia odpovede medzi respondentmi, ktorí informačný leták videli, a tými, ktorí ho nevideli – konkrétne v hodnotení vlastnej informovanosti o správnej likvidácii liekov, v schopnosti identifikovať, čo do zbernej nádoby na lieky nepatrí, vo vedomí o možnosti vrátiť lieky do lekárne, v skutočnom správaní pri ich odovzdávaní a v dôvodoch, ktoré ich k tomu motivujú.

Tabuľka 21 Porovnanie odpovedí medzi nezávislými skupinami respondentov - interpretácia Mann-Whitneyho U testu pre vnímanie miery informovanosti

| Oblasť hodnotenia                                | Mann-Whitney U | Z-hodnota | p-hodnota | Interpretácia                                                                                                                               |
|--------------------------------------------------|----------------|-----------|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Miera informovanosti o správnej likvidácii       | 50957.5        | -1.264    | 0.206     | Informačný leták nemal preukázateľný vplyv na mieru informovanosti ohľadom správnej likvidácie liekov.                                      |
| Miera informovanosti o možnosti vrátenia liekov  | 49926.0        | -3.772    | 0.0       | Respondenti, ktorí videli informačný leták, častejšie vedeli, že existuje možnosť vrátiť nespotrebované alebo exspirované lieky do lekárne. |
| Reálne správanie pacientov s odovzdávaním liekov | 44397.5        | -4.55     | 0.0       | Vystavenie informačnému letáku výrazne prispeje k tomu, že respondenti budú častejšie vracat' lieky do lekárne.                             |

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2021

Výsledky Mann-Whitneyho U testu ukazujú rozdielny vplyv informačného letáku na jednotlivé aspekty správania a informovanosti respondentov:

Vnímaná miera informovanosť o správnej likvidácii liekov (p-hodnota = 0,206) naznačuje, že rozdiel medzi skupinou respondentov, ktorí videli informačný leták, a tými, ktorí ho nevideli, nie je štatisticky významný. Inými slovami, vystavenie informačnému letáku nemalo preukázateľný vplyv na subjektívne vnímanie dostatku informácií o správnej likvidácii liekov.

Pri miere informovanosti o možnosti vrátenia liekov do lekárne (p-hodnota = 0,000), sme zistili štatisticky významný rozdiel medzi skupinami. Respondenti, ktorí videli informačný leták, častejšie vedeli o možnosti vrátiť nespotrebované a exspirované lieky späť do lekárne. Leták teda zohral dôležitú rolu pri zvyšovaní povedomia o tejto konkrétnej možnosti.

Reálne správanie pri odovzdávaní liekov do lekárne (p-hodnota = 0,000), opäť potvrdzuje štatisticky významný rozdiel. Respondenti, ktorí boli vystavení informačnému letáku, vykazovali vyššiu mieru reálneho správania v súlade so správnou praxou, t. j. častejšie odovzdávali nespotrebované a exspirované lieky späť do lekárne.

Tieto výsledky poukazujú na to, že zatiaľ čo informačný leták nezvýšil subjektívne vnímanie informovanosti, mal pozitívny vplyv na vedomosť o konkrétnych možnostiach a identifikovaní toho, čo patrí do zbernej nádoby na lieky.

Odpoveď na výskumnú otázku je založená na analýze správnych identifikácií položiek, ktoré patria alebo nepatria do zbernej nádoby v lekárni. Keďže respondenti mohli vybrať viacero možností, údaje boli spracované formou multiple response analýzy (Tabuľka 22). Vzhľadom na to, že experimentálna skupina (Vzorka 2) mala pred vyplnením dotazníka možnosť oboznámiť sa s informačnou kampaňou vo forme

plagátu (Príloha 1), možno u tejto skupiny predpokladať vyššiu mieru správnych odpovedí.

Tabuľka 22 Čo NEPATRÍ do zbernej nádoby na lieky.

| Čo podľa Vás NEPATRÍ do zbernej nádoby na lieky?   | Vzorka 1       |                    | Vzorka 2       |                    |
|----------------------------------------------------|----------------|--------------------|----------------|--------------------|
| Odpoveď                                            | počet výbero v | percent o prípadov | počet výbero v | percent o prípadov |
| lieky na predpis                                   | 21             | 6,90%              | 11             | 3,10%              |
| voľnopredajné lieky                                | 6              | 2,00%              | 8              | 2,30%              |
| kozmetika kúpená v lekární                         | 196            | 64,70%             | 303            | 85,80%             |
| vonkajšie obaly liekov (škatuľky, plastové nádoby) | 227            | 74,90%             | 310            | 87,80%             |
| zdravotnícke pomôcky                               | 211            | 69,60%             | 315            | 89,20%             |
| výživové doplnky                                   | 91             | 30,00%             | 220            | 62,30%             |
| batérie do naslúchacieho prístroja                 | 269            | 88,80%             | 345            | 97,70%             |
| veterinárne lieky                                  | 45             | 14,90%             | 47             | 13,30%             |
| homeopatiká                                        | 43             | 14,20%             | 199            | 56,40%             |

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2021

Tabuľka 23 Porovnanie odpovedí medzi nezávislými skupinami - interpretácia Mann-Whitneyho U testu ohľadom správnej identifikácie

| Položka                            | Mann-Whitney U | Z-hodnota | p-hodnota | Interpretácia                                                                                                        |
|------------------------------------|----------------|-----------|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Lieky na predpis                   | 51439.5        | -2.3      | 0.024     | Mierne významný rozdiel medzi skupinami – experimentálna skupina sa o niečo lepšie orientovala pri tejto položke.    |
| Voľnopredajné lieky                | 53479.5        | 0.0       | 1.0       | Medzi skupinami nebol zistený žiadny rozdiel – respondenti vnímali túto položku rovnako.                             |
| Kozmetika z lekárne                | 42169.0        | -6.3      | 0.0       | Výrazný rozdiel v prospech experimentálnej skupiny – respondenti častejšie vedeli, že táto položka do zberu nepatrí. |
| Vonkajšie obaly z liekov           | 46580.0        | -4.3      | 0.0       | Rozdiel medzi skupinami bol jasný – informačný leták výrazne prispel k lepšiemu rozlíšeniu tejto položky.            |
| Zdravotnícke pomôcky               | 42822.0        | -6.4      | 0.0       | Vnímanie tejto položky sa medzi skupinami výrazne líšilo – experimentálna skupina bola informovanejšia.              |
| Výživové doplnky                   | 36211.0        | -8.3      | 0.0       | Experimentálna skupina si správnejšie uvedomovala, že táto položka nepatrí do zbernej nádoby.                        |
| Batérie do naslúchacieho prístroja | 47522.5        | -4.1      | 0.0       | Zistený veľmi silný rozdiel – informovaní respondenti dokázali túto položku výrazne častejšie správne identifikovať  |
| Veterinárne lieky                  | 52657.5        | -0.6      | 0.572     | Medzi skupinami sa v tejto položke nepreukázal žiadny štatisticky významný rozdiel – odpovede boli porovnateľné.     |
| Homeopatiká                        | 30920.5        | -11.2     | 0.0       | Išlo o najvýraznejší zistený rozdiel – experimentálna skupina túto položku správne identifikovala omnoho častejšie.  |

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2021

Výsledky Mann-Whitneyho U testu (Tabuľka 23) a analýza správnych odpovedí na otázku, čo patrí alebo nepatrí do zbernej nádoby na lieky, poukazujú na výrazný rozdiel medzi skupinou respondentov, ktorí videli informačný plagát, a tými, ktorí ho nevideli. Analýza bola realizovaná prostredníctvom multiple response otázky (Tabuľka 22), kde respondenti mohli označiť viacero možností.

Štatisticky významné rozdiely ( $p < 0,05$ ) boli identifikované pri väčšine nesprávnych odpovedí, ktoré naznačujú nepochopenie zberného systému napr. kozmetika kúpená v lekárni ( $p = 0,000$ ), vonkajšie obaly liekov ( $p = 0,000$ ), zdravotnícke pomôcky ( $p = 0,000$ ), výživové doplnky ( $p = 0,000$ ), homeopatiká ( $p = 0,000$ ), batérie do naslúchacích prístrojov ( $p = 0,000$ ) – pri všetkých týchto položkách experimentálna skupina (Vzorka 2) častejšie správne označila, že do zbernej nádoby nepatria. Pri výživových doplnkoch bola správna odpoveď uvedená len v 30 % prípadov v kontrolnej skupine, zatiaľ čo v experimentálnej skupine až v 62,3 % prípadov. Pri homeopatikách ide o ešte výraznejší rozdiel, 14,2 % oproti 56,4 %. Zdravotnícke pomôcky boli správne vylúčené v 69,6 % prípadov v kontrolnej skupine, ale až v 89,2 % v skupine, ktorá leták videla.

Naopak, pri liekoch na predpis a voľnopredajných liekoch sa štatisticky významný rozdiel nezistil ( $p = 0,024$  a  $p = 1,000$ ), čo naznačuje, že tieto položky boli všeobecne správne vnímané ako vhodné na odovzdanie, bez ohľadu na vystavenie respondenta informačnému materiálu.

Výsledky jasne potvrdzujú, že informačný plagát mal pozitívny vplyv na správnu identifikáciu odpadu, ktorý nepatrí do lekárenskej zbernej nádoby, a tým prispel k lepšiemu pochopeniu systému spätného zberu liekov. Tento efekt sa najvýraznejšie prejavil pri položkách, ktoré sú častým zdrojom nedorozumení, ako sú výživové doplnky, homeopatiká či zdravotnícke pomôcky. Zistenia zdôrazňujú význam cielenej informačnej kampane v oblasti environmentálne správneho nakladania s farmaceutickým odpadom.

Tabuľka 24 Porovnanie odpovedí medzi nezávislými skupinami - interpretácia Mann-Whitneyho U testu pre dôvody vrátenia liekov do lekárne

| Dôvod vrátenia liekov                       | Mann-Whitney U | Z-hodnota | p-hodnota | Štatistická významnosť                                                                                                                     |
|---------------------------------------------|----------------|-----------|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Lieky po expirácii sú už neúčinné           | 44436.0        | -4.32     | 0.0       | Výsledky ukazujú, že informačný leták posilnil u respondentov presvedčenie, že lieky po expirácii sú neúčinné a nemá zmysel ich skladovať. |
| Chcem chrániť životné prostredie            | 41635.5        | -5.658    | 0.0       | Leták prispel k zvýšeniu motivácie chrániť životné prostredie prostredníctvom správneho vrátenia liekov.                                   |
| Lekárne sa nachádza v blízkosti bydliska    | 51101.0        | -1.983    | 0.047     | Leták mal mierny vplyv na to, že si respondenti viac uvedomovali výhodu blízkosti lekárne ako dôvod na odovzdanie liekov                   |
| Miesto na vrátenie liekov je jasne označené | 53287.0        | -0.14     | 0.889     | Zreteľné označenie miesta zberu liekov neovplyvnilo výrazne vnímanie respondentov medzi skupinami                                          |
| Viem o pravidelných zberoch liekov          | 53253.0        | -0.621    | 0.534     | Leták nemal preukázateľný vplyv na zvýšenie povedomia o pravidelných (sezónnych) zberoch liekov.                                           |
| Zmena liekov                                | 53156.0        | -0.326    | 0.744     | Zmena liečby nebola rozhodujúcim faktorom ovplyvneným informačnou kampaňou.                                                                |
| Smrť blízkej osoby                          | 51794.0        | -1.625    | 0.104     | Osobné skúsenosti ako úmrtie blízkeho nemali medzi skupinami štatisticky rozdielny vplyv na rozhodovanie o vrátení liekov.                 |

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2021

Na základe výsledkov Mann-Whitneyho U testu pre odpovede na otázku týkajúcu sa dôvodov, prečo respondenti vracajú nespotrebované alebo exspirované lieky do lekárne, možno pozorovať rozdielnú mieru vplyvu informačného letáku na jednotlivé dôvody. Štatisticky významné rozdiely medzi skupinami (respondenti, ktorí leták videli, a tí, ktorí nie) sa prejavili pri dvoch najčastejších dôvodoch: 1) lieky po expirácii sú považované za neúčinné ( $p = 0,000$ ) a 2) ochrana životného prostredia ( $p = 0,000$ ). To naznačuje, že informačný leták účinne zvýraznil tieto dôvody a ovplyvnil vnímanie respondentov v prospech ich akceptácie. Menší, ale štatisticky významný rozdiel bol zaznamenaný aj pri dôvode 3) blízkosť lekárne ( $p = 0,047$ ), čo môže súvisieť s tým, že leták mohol nepriamo upozorniť na dostupnosť miest na vrátenie liekov. Ostatné dôvody, ako napríklad 4) jednoznačné označenie miesta zberu, 5) vedomosť o sezónnych zberoch, 6) zmena liekov a 7) smrť blízkej osoby, nevykázali štatisticky významné rozdiely ( $p > 0,05$ ), čo naznačuje, že tieto faktory boli letákom ovplyvnené len minimálne, prípadne vôbec. Celkovo výsledky ukazujú, že informačná kampaň bola najefektívnejšia pri posilňovaní environmentálnych a zdravotných dôvodov správneho nakladania s liekmi, čo môže byť podnetom pre budúce komunikačné stratégie zamerané na podporu požadovaného správania (viď. Príloha 1).

Výsledky potvrdzujú, že behaviorálne intervencie – najmä jednoduché informačné kampane založené na poznatkoch behaviorálnej ekonómie, napr. vhodný posol (messenger), sociálna norma (norms), pozitívna emócia (affects), dostupnosť – (defaults), môžu významne ovplyvniť vedomosti, postoje a správanie ľudí pri nakladaní s nespotrebovanými a exspirovanými liekmi.

## **6. POĽNÝ EXPERIMENT V RIEŠENÍ ZNEČISŤOVANIA VEREJNÝCH PRIESTRANSTIEV**

Pre oblasť riešenia znečisťovania verejných priestranstiev sme si stanovili nasledovnú výskumnú otázku: Využitie poznatkov behaviorálnej ekonómie pri riešení znečistenia verejných priestranstiev má pozitívny vplyv na rozhodovanie a konanie jednotlivca. Pre zodpovedania výskumnej otázky sme si stanovili čiastkové výskumné otázky:

Výskumná otázka č. 5: Využitie behaviorálnej intervencie v podobe farebného zvýraznenia žuvačiek prispieva k zníženiu znečistenia verejného priestranstva žuvačkami.

Výskumná otázka č. 6: Využitie behaviorálnej intervencie v podobe špakovníka prispieva k zníženiu znečistenia verejného priestranstva cigaretovými ohorkami.

### **6.1. Teoretické východiská**

Jedným z problémov, ktorému čelia miestne samosprávy, je znečisťovanie verejných priestranstiev žuvačkami, cigaretovými ohorkami, psími exkrementmi alebo komunálnym odpadom. Uvedené znečistenie je typom negatívnej externality, ktorá výrazne zasahuje do kvality života obyvateľov a zvyšuje náklady miestnych samospráv. Namiesto riešenia vzniknutého znečistenia by sa použité finančné prostriedky dali použiť na skvalitnenie iných verejných služieb, resp. na poskytovanie novej verejnej služby.

Množstvo žuvačiek na miestnych komunikáciách nie je problémom miest len na Slovensku. Podľa prieskumu realizovaného neziskovou organizáciou Keep Britain Tidy (2017) až 87 % dotazovaných miest vo Veľkej Británii uviedlo, že ich miestne komunikácie sú znečistené žuvačkami. Pokiaľ sa samosprávy rozhodnú pre odstránenie žuvačiek z miestnych komunikácií, môžu využiť napríklad horúcovodný vysokotlakový čistič, ktorý okrem žuvačiek dokáže odstrániť aj grafity, olejové škvrny, cement, masť, usadeniny, lepidlá a iné nečistoty. Jeho využitie je však finančne nákladné. Samozrejme, samosprávy môžu zvoliť aj paternalistické riešenie, t. j. v prípade zahodenia žuvačky na zem môže mestská polícia jednotlivcovi uvaliť pokutu. Z praktického hľadiska (nízky počet príslušníkov mestskej polície) je však aj toto riešenie často nedostatočné.

Druhým typom znečistenia je produkcia cigaretových ohorkov. Na svete sa každý rok vyhodí 4,5 milióna cigaretových ohorkov (Slaughter et al., 2011). Podľa štúdie Keep America Beautiful (2021) má cigaretový odpad najvyšší podiel na produkcii odpadu (9,7 miliónov kusov odpadu). Podľa prieskumu verejnej mienky realizovaného v USA (Keep America Beautiful, 2020) až 59 % opýtaných niekedy videlo iných obyvateľov zahodiť odpad na zem, pokiaľ sa v blízkosti nenachádzal odpadkový kôš. Ďalej až 56 % opýtaných niekedy videlo iných obyvateľov zahodiť odpad na zem bez ohľadu na prítomnosť koša, pokiaľ išlo o cigaretový odpad a 53 % opýtaných niekedy videlo iných obyvateľov zahodiť odpad na zem, pokiaľ bola oblasť už znečistená. Ukazuje sa teda, že minimálne polovica, respektíve až 75 % obyvateľov (Tidy Britain Group, 1996) niekedy zahodilo cigaretový odpad na zem. Uvedený podiel ľudí predstavuje preto vhodnú východiskovú pozíciu pre zavedenie behaviorálnej intervencie

Je ale možné predchádzať vzniku znečistenia vo forme žuvačiek a cigaretových ohorkov? Namiesto riešenia finančne nákladných vyššie zmienených problémov, či už čistením verejných priestranstiev alebo zavádzaním kontrolných hliadok, je vhodnejšou stratégiou prevencia, t. j. predchádzanie vzniku samotného znečistenia. V prípade, že samosprávy uprednostnia prevenciu v podobe postrčenia, je možné relatívne lacným spôsobom apelovať na jednotlivca. Výsledným efektom zavedenia postrčenia by mali byť čisté verejné priestranstvá.

Pre úspešné využitie behaviorálnych intervencií, resp. postrčení je nutné mať poznatky zo psychológie a kognitívnych vied, ktoré skúmajú správanie jednotlivca. Tieto poznatky nám dávajú odpoveď aj na otázku, prečo sa jednotliviec rozhodne zahodiť odpad na zem.

Relatívne nenákladným experimentom na minimalizovanie množstva žuvačiek na miestnej komunikácii bol experiment realizovaný v meste Chelmsford (Curtis, 2016) a Salisbury vo Veľkej Británii (BBC, 2020). Realizátori experimentu zvýraznili množstvo žuvačiek na ulici farebným sprejom, čím chceli ľudí postrčiť vyhodiť žuvačku do koša a nie na zem. Problémom týchto typov intervencií je náročnosť zberu dát a ich spoľahlivosť, čo v konečnom dôsledku vplýva na meranie účinnosti intervencie. Zaujímavosťou je, že v meste Derbyshire v Anglicku (Kreft, 2020) bol podobný experiment realizovaný zrejme „frustrovaným“ jednotlivcom. Na rozdiel od predchádzajúcich experimentov, kde chceli samosprávy poukázať na množstvo žuvačiek na chodníkoch a vyvolať zmenu správania u jednotlivca, v meste Derbyshire

hľadali vinníka zodpovedného za vandalizmus v podobe označenia žuvačiek sprejom na chodníku. Mesto následne takto označené žuvačky (a chodník) muselo vyčistiť.

Druhý typ experimentu, na ktorý sa zameriavame aj v tejto kapitole, je zmena správania u fajčiarov. Jager (2003) uvádza, že fajčenie cigariet predstavuje u jednotlivca silný návyk, pričom zahodenie cigaretového ohorku na zem predstavuje len akúsi automatizáciu. Jednotlivec zahodí ohorok mimovoľne, bez toho aby si uvedomil, že dané správanie je nevhodné (Kolodko a Read, 2018). Na jednej strane ide o automatizovanú činnosť u jednotlivca, ktorý nemá záujem pohladať v danej chvíli odpadkový kôš, tzv. kognitívny lenivec (Kahneman, 2013) a na druhej strane Kolodko a Read (2018) hovoria o jednotlivcovi, ktorý po zvážení prínosov a nákladov uprednostní zahodiť cigaretový ohorok na zem, pretože nájdenie vhodného odpadkového koša pre neho predstavuje oveľa vyšší náklad, ako je prínos z čistého okolia.

Správanie fajčiara tak môžeme do istej miery ovplyvniť podvedomými podnetmi, napríklad vytvorením fajčiarskych zón na verejných priestranstvách. Na jednotlivca súčasne vplýva aj správanie sa ostatných. Milford et al. (2015) vo svojom experimente využili vplyv sociálnych noriem na rozhodovanie jednotlivcov, kedy domácnostiam zaslali list informujúci ich o celkovom množstve odpadu a množstvách odpadu v porovnateľných skupinách domácností. Domácnosti vďaka tomu dokázali mesačne znížiť množstvo vyprodukovaného odpadu o 1,1 kg (Milford et al., 2015).

Pre znečistenie verejných priestranstiev cigaretovými ohorkami je možné využiť faktor pútavosť, sociálne normy a ego v podobe hlasovacieho koša (Ballot Bin), ktorý umožňuje jednotlivcovi zistiť, aký názor majú ostatní z jeho okolia. Daný kôš využila anglická mimovládna nezisková organizácia The Hubbub (2015), ktorá v roku 2015 otestovala takýto hlasovací kôš. Vychádzali z poznatku, že jednotlivci sú radi dotazovaní, odpovedajú na otázky a prejavujú svoj názor. Otázky typu „Čo bolo skôr: Sliepka alebo vajce?“ Alebo „Kto vyhrá sobotný zápas?“ stimulujú mozog a vedú k aktivite. Počas 6 týždňov, kedy bolo postrčenie realizované v Londýne na Villiers Street, došlo k 20 % poklesu odhadzovania ohorkov na zem.

V tabuľke (Tabuľka 25) sú prehľadne spracované vybrané intervencie, z ktorých sme pri príprave experimentov vychádzali.

Tabuľka 25 Prehľad intervencií a ich účinnosti

| Autor/i                    | Lokalita (krajina)          | Problém                                                      | Intervencia                                             | Účinnosť          |
|----------------------------|-----------------------------|--------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|-------------------|
| Hansen (2013)              | Kodaň (Dánsko)              | Odhadzovanie odpadkov                                        | Stopy na chodníkoch vedúce k odpadkovým košom           | 46 %              |
| Keep Britain Tidy (2015)   | Anglicko                    | Odhadzovanie odpadkov                                        | Stopy na chodníkoch vedúce k odpadkovým košom           | 15,9 % až 46,1 %  |
| Zero Waste Scotland (2022) | Anglicko                    | Znečisťovanie verejných priestranstiev žuvačkami             | Maskot                                                  | 20 %              |
| Zero Waste Scotland (2022) | Anglicko                    | Znečisťovanie verejných priestranstiev žuvačkami             | Zásobník na žuvačky – Gumdrop                           | 46 %              |
| Zero Waste Scotland (2022) | Anglicko                    | Znečisťovanie verejných priestranstiev žuvačkami             | Gumdrop ako kľúčienka                                   | 56,5 %            |
| BBC (2020)                 | Salisbury (Anglicko)        | Znečisťovanie verejných priestranstiev žuvačkami             | Označovanie žuvačiek sprejom                            | nemeraná          |
| Curtis (2016)              | Chelmsford (Anglicko)       | Znečisťovanie verejných priestranstiev žuvačkami             | Označovanie žuvačiek žltým sprejom                      | nemeraná          |
| Selagea et al. (2016)      | Sibiu (Rumunsko)            | Znečisťovanie verejných priestranstiev cigaretovými ohorkami | Ballot Bin                                              | 60 %              |
| Bernátová et al. (2019)    | Prievidza (Slovensko)       | Znečisťovanie verejných priestranstiev cigaretovými ohorkami | Ballot Bin                                              | 79,03 % až 80,6 % |
| Huang et al. (2019)        | Milano (Taliansko)          | Znečisťovanie verejných priestranstiev cigaretovými ohorkami | Terč na cigaretové ohorky                               | 14 % až 41 %      |
| Hall a Campbell (2020)     | Bristol, Cardiff (Anglicko) | Znečisťovanie verejných priestranstiev cigaretovými ohorkami | Plagáty a stopy na chodníkoch vedúce k odpadkovým košom | 41,8 %            |
| Bobčíková (2016)           | Bratislava (Slovensko)      | Znečisťovanie verejných priestranstiev cigaretovými ohorkami | Zelené stopy na chodníku vedúce k odpadkovému košu      | 4,44 % až 16,8 %  |
| Keep Britain Tidy (2014)   | Anglicko                    | Znečisťovanie verejných priestranstiev cigaretovými ohorkami | Fajčiarske zóny                                         | 34 %              |
| Curnow a Spehr (2017)      | Anglicko                    | Znečisťovanie verejných priestranstiev cigaretovými ohorkami | Fajčiarske zóny                                         | 32 %              |

Zdroj: vlastné spracovanie

## 6.2. Materiál a metódy skúmania - Riešenie žuvačiek na miestnych komunikáciách

Jednou z problematických oblastí týkajúcich sa údržby verejných priestranstiev v meste Banská Bystrica je žuvačkový odpad na miestnych komunikáciách. Stanovili sme si preto nasledovnú hypotézu:

Výskumná otázka č. 5: Využitie behaviorálnej intervencie v podobe farebného zvýraznenia žuvačiek prispieva k zníženiu znečistenia verejného priestranstva žuvačkami.

Pri zostavovaní experimentu sme vychádzali z postulátov experimentálnej a behaviorálnej ekonómie, avšak nakoľko išlo o realizáciu poľného experimentu, abstrahovali sme od odmien účastníkov (Špalek, 2011; Alm, Jacobson, 2007). Experimentálnu metódu je možné v súčasnej dobe považovať za tradičnú metódu ekonomického skúmania (Špalek, 2011). Metóda experimentálnej ekonómie ako uvádza Alm a Jacobson (2007) je založená na možnosti navodenia reálne existujúceho mikroekonomického systému v laboratóriu. Tento systém simuluje reálny stav, ktorý je predmetom štúdie. Objekty (zvyčajne študenti) v ňom uskutočňujú svoje rozhodnutia, ktoré ústia v individuálne finančné odmeny, ktorých výška je závislá na týchto rozhodnutiach.

Metóda experimentálnej ekonómie stojí na dvoch pilieroch, t. j. na možnosti replikácie a kontroly. Prvý z dvoch pilierov umožňuje opakované skúmať správanie osôb vo vybranej situácii. Opakovaním jednej situácie viackrát môžeme porovnávať správanie sa respondentov experimentu a skutočne tak skúmať, či sa ľudia z rôznych sociálnych, demografických či národnostných skupín správajú odlišne. V prípade opakovania danej situácie narážame na dva pojmy- opakovanie (repetition), kedy sa experimentátor snaží striktne dodržať podobu opakovaného experimentu (spôsob výberu respondentov, ich štruktúru, výšku odmeny, spôsob realizácie experimentu, či znenie inštrukcií) a replikáciu (replication), kedy dochádza k miernym či podstatným zmenám realizácie experimentu (Špalek, 2011, s. 94).

Ako uvádza Guala (2005, s. 15) opakovanie umožňuje len porovnávanie výsledkov identického experimentu, zatiaľ čo replikácia umožňuje dokázať, že experimentom zistený fenomén je dostatočne robustný vzhľadom k malým či dokonca k podstatným zmenám nastavenia experimentu. Na to, aby bolo skutočne možné ekonomický experiment považovať za experimentálnu metódu, je nutné nad celým jeho priebehom udržať plnú kontrolu. Práve možnosť kontroly spôsobuje problém pri aplikovaní experimentu do reálneho, poľného prostredia. Zatiaľ, čo v laboratórnom prostredí existuje možnosť manipulovať s podmienkami experimentu cez rôzne nastavenie podmienok zameraných na overovanie jednotlivých parametrov a ich vplyvov na

správanie sa účastníkov, v reálnych, poľných podmienkach je takáto kontrola veľmi neobvyklá, resp. až nemožná<sup>16</sup>.

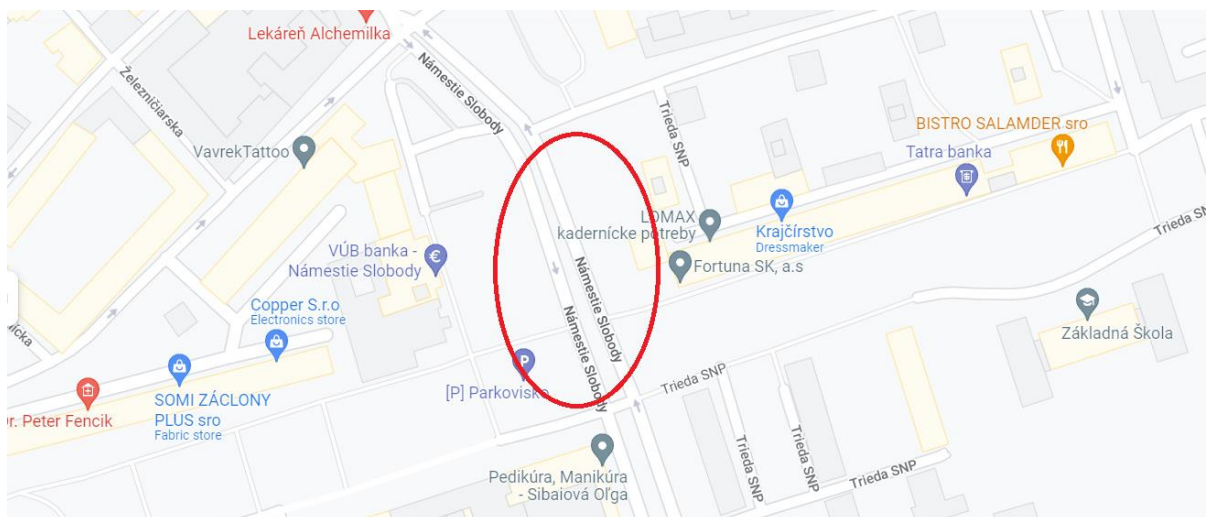
Na riešenie problému odhodených žuvačiek je možné využiť behaviorálne poznatky a apelovať na správanie sa jednotlivcov. V prípade žuvačiek sme sa zamerali na pozornosť jednotlivca vďaka využitiu faktoru pútavosti pôsobiaceho na jednotlivca (Dolan et al., 2009). Kvôli upútaniu pozornosti jednotlivcov sme navrhli jednotlivé žuvačky zvýrazniť dočasným značkovacím žltým a ružovým kriedovým sprejom, čím by nedošlo k znehodnoteniu miesta striekania. Predpokladali sme, že z dlhodobého hľadiska dôjde k zníženiu množstva žuvačiek na vybranej miestnej komunikácii. Inšpiráciou pre danú intervenciu boli postrčenia realizované BBC (2020) a Curtis (2016). Cieľom daných intervencií je minimalizovať odpad zo zostatkov žuvačiek na miestnej komunikácii, tiež znižovanie finančnej náročnosti pre mesto v eliminácii žuvačiek na miestnej komunikácii, poukázanie na ich množstvo a zmenu predvoleného nastavenie u jednotlivcov v zmysle „žuvačka patrí do odpadkového koša a nie na zem“. Pri návrhu postrčenia zohráva dôležitú úlohu faktor salience (pútavosť) v podobe farebného zvýraznenia žuvačiek a faktor priming (predpríprava).

V prípade mesta Banská Bystrica sme identifikovali niekoľko oblastí, v ktorých by bolo možné realizovať uvedené intervencie v závislosti od vysokej koncentrácie ľudí. Jednotlivé lokality boli následne prediskutované na spoločnom stretnutí so zamestnancami mesta Banská Bystrica, konkrétne so zamestnancami oddelenia odpadového hospodárstva a údržby verejných priestranstiev a oddelenia údržby miestnych komunikácií a inžinierskych sietí.

Na základe diskusií so zástupcami mesta Banská Bystrica bola následne vybraná pre realizáciu postrčenia lokalita „zastávky na Námestí slobody“ (ďalej len lokalita) v dôsledku vysokej frekvencie ľudí a rozsahu plochy (cca 1000 m<sup>2</sup>), na ktorej by bolo možné realizovať intervenciu (Obrázok 2).

---

<sup>16</sup> Nevieme v akom prostredí sa jednotliviec nachádzal, keď sa rozhodoval



Obrázok 2 Mesto Banská Bystrica – zastávky na Námestí Slobody  
Zdroj: Mapy Google, 2021

Pôvodný plán realizácie postrčenia vo forme farebného zvýraznenia žuvačiek mal byť v marci až apríli 2021. Pre negatívny vývoj v súvislosti s pandémiou COVID-19 a výberom vytipovanej oblasti, t. j. zastávky MHD sme pristúpili k začatiu behaviorálnej intervencie až v septembri 2021. Problémom pri takto vybranej lokalite bola znížená frekvencia využívania mestskej hromadnej dopravy počas pandémie COVID-19 a zároveň v letných mesiacoch obmedzenie mestskej hromadnej dopravy v dôsledku školských prázdnin. Vzhľadom na charakter postrčenia nie je vhodné realizovať postrčenie v zimných mesiacoch, pretože v prípade napadnutia snehu by sa znížila viditeľnosť intervencie.

Realizácia intervencie vo forme farebného vyznačenia žuvačiek prebehla v mesiaci september (23. 9. 2021) až október 2021 (13. 10. 2021). Žuvačky boli farebne zvýraznené na ploche približne 1 000 m<sup>2</sup>. Zástupcovia Ekonomickej fakulty UMB (ďalej len EF UMB) spolu so študentmi a študentkami EF UMB farebne vyznačili žuvačky prilepené na miestnej komunikácii vo vybranej lokalite, žltým zmývateľným sprejom (Obrázok 3).

Pri striekaní sme vychádzali zo skúseností zo zahraničia, že bežný okoloidúci sa na takéto žuvačky nezameriava a neuvedomuje si ich množstvo. Využitím faktora pútavosť sme chceli upriamiť pozornosť jednotlivcov na existujúci problém v podobe znečistenia verejného priestranstva žuvačkami. Behaviorálna intervencia mala za cieľ upriamiť, faktorom pútavosť, pozornosť jednotlivcov na znečistené verejné priestranstvo žuvačkami a zmeniť prednastavené správanie u jednotlivcov, že žuvačky sú odpad a ako také patria do odpadkového koša a nie na zem.

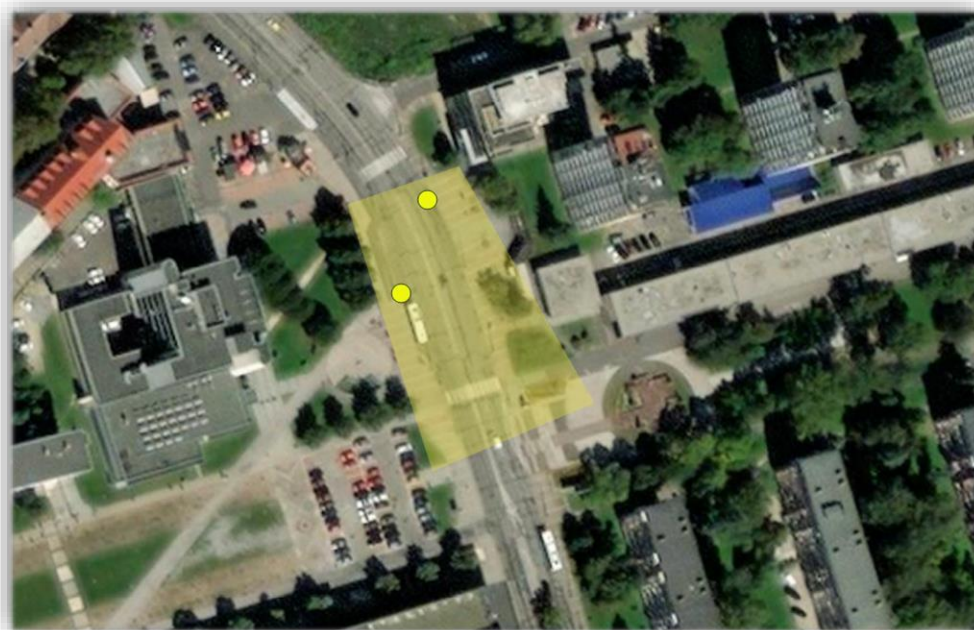


Obrázok 3 Realizácia postrčenia – farebné zvýraznenie žuvačiek september 2021  
Zdroj: autori

### 6.3. Výsledky a diskusia - Riešenie žuvačiek na miestnych komunikáciách

Jednou z problémových oblastí znečistenia mesta Banská Bystrica je žuvačkový odpad na miestnych komunikáciách. Z toho dôvodu bola navrhnutá nasledovná intervencia.

Mestu Banská Bystrica bolo navrhnutých niekoľko alternatívnych miest pre realizáciu danej intervencie, avšak po dohode s mestom bola vybraná lokalita Námestie slobody. Ide o frekventovanú lokalitu, nakoľko tu sídlia zastávky MHD (Obrázok 4). Žltý polygón (približne 1000 m<sup>2</sup>) predstavuje oblasť, na ktorej sa ľudia zdržiavajú a čakajú na mestskú hromadnú dopravu, vrátane cestnej komunikácie. Táto oblasť je práve z toho dôvodu nadmieru znečistená aj žuvačkovým odpadom. Zároveň nám tento polygón označuje plochu, na ktorej sa intervencia realizovala. Žlté body nám znázorňujú konkrétne zastávky mestskej hromadnej dopravy.



Obrázok 4 Mapový výstup Námestie Slobody - vyznačovanie žuvačiek  
Zdroj : vlastné spracovanie pomocou program QGIS

Pre úspešné meranie mesto Banská Bystrica do času pred realizáciou intervencie zámerne nerealizovalo odstránenie žuvačiek z danej lokality. V rámci údržby komunikácií sa využíva čistenie tvrdou kefou, čím je do istej miery možné odstrániť najmä staršie a už stvrdnuté žuvačky. Posledné takéto čistenie bolo realizované v auguste 2021, t. j. približne mesiac pred farebným zvýraznením žuvačiek. Počas prvého striekania bolo farebne zvýraznených 4 512 žuvačiek (Obrázok 3). Daný počet žuvačiek pre nás predstavoval východiskový stav.

Aktivita bola následne zverejnená aj na sociálnych sieťach mesta Banská Bystrica, pričom reakcie obyvateľov na zvýraznené žuvačky boli rozdielne. Na jednej strane boli názory, ktoré ocenili takto zvýraznené žuvačky a na druhej strane boli obyvatelia, ktorí by namiesto zvýraznenia preferovali pridanie odpadkových košov v danej lokalite (Facebook mesta Banská Bystrica, 2021).

Stanovili sme si nasledovnú výskumnú otázku č. 6: Využitie behaviorálnej intervencie v podobe farebného zvýraznenia žuvačiek prispieva k zníženiu znečistenia verejného priestranstva žuvačkami.

Pre zmeranie efektu behaviorálnej intervencie, t. j. či dané postrčenie zmenilo správanie jednotlivcov vo vzťahu k zahodeniu žuvačky na miestnu komunikáciu, sme po troch týždňoch realizovali druhé farebné zvýraznenie žuvačiek (zvýraznenie

ružovým sprejom). V prípade druhého farebného vyznačenia žuvačiek bolo v danej lokalite po troch týždňoch od prvého značenia farebne zvýraznených 186 nových žuvačiek. V tabuľke (Tabuľka 26) uvádzame efekt danej intervencie.

Tabuľka 26 Meranie účinnosti intervencie – farebného zvýraznenia žuvačiek vo vybranej lokalite

| Sledované obdobie  | Aktivita                    | Počet žuvačiek na komunikácii             |
|--------------------|-----------------------------|-------------------------------------------|
| <b>August 2021</b> | Letná údržba komunikácií    | Počet žuvačiek pred čistením nie je známy |
| 23.9.2021          | Zvýraznenie žltým sprejom   | 4512                                      |
| 13.10.2021         | Zvýraznenie ružovým sprejom | 186                                       |

Zdroj: autori

Za problém v súvislosti s meraním účinnosti postrčenia považujeme, že vzhľadom na vysoký počet vyznačených žuvačiek počas prvého merania je možné, že niektoré žuvačky sa prehliadli a označili sa až pri druhom striekaní.

Mesto Banská Bystrica doteraz nerealizovalo fyzické odstránenie žuvačiek z miestnych komunikácií, nakoľko sú existujúce technológie finančne nákladné. Verejné priestranstvá (MHD zastávky, chodníky a pod.) sú v pravidelných intervaloch čistené, avšak žuvačky doteraz neboli zámerne odstránené. Z toho dôvodu nevieme presne posúdiť, za aký dlhý časový úsek trvalo nahromadenie tohto počtu zvýraznených žuvačiek. Ako sme uviedli, podobné intervencie boli realizované aj v meste Salisbury (BBC, 2020) a Chelmsforde vo Veľkej Británii (Curtis, 2016). Podľa BBC (2020) náklady na odstraňovanie žuvačiek v meste Salisbury dosahujú výšku 36 000 libier. Taktiež Curtis (2016) uvádza, že v Chelmsforde ročne minú na odstraňovanie žuvačiek 68 000 libier. V týchto mestách sa taktiež rozhodli pre zavedenie takejto intervencie na riešenie problému znečisťovania verejných priestranstiev žuvačkami práve kvôli vysokým nákladom na ich odstraňovanie. Ani v prípade zahraničných intervencií však nedospeli ku konkrétnym meraniam účinnosti danej intervencie.

V každom prípade, ale môžeme konštatovať, že nami realizovaný experiment upútal pozornosť jednotlivcov, či už v pozitívnom, respektíve negatívnom smere, ako vyplýva aj z komentárov na sociálnych sieťach mesta Banská Bystrica.

#### **6.4. Materiál a metódy skúmania - Riešenie znečistenia v podobe cigaretových ohorkov**

K ďalším spôsobom, ako možno prispieť k zníženiu odpadu nielen v okolí odpadkových košov, ale vo všeobecnosti aj na ulici, patrí aj eliminácia cigaretových ohorkov. Stanovili sme si preto nasledovnú výskumnú otázku:

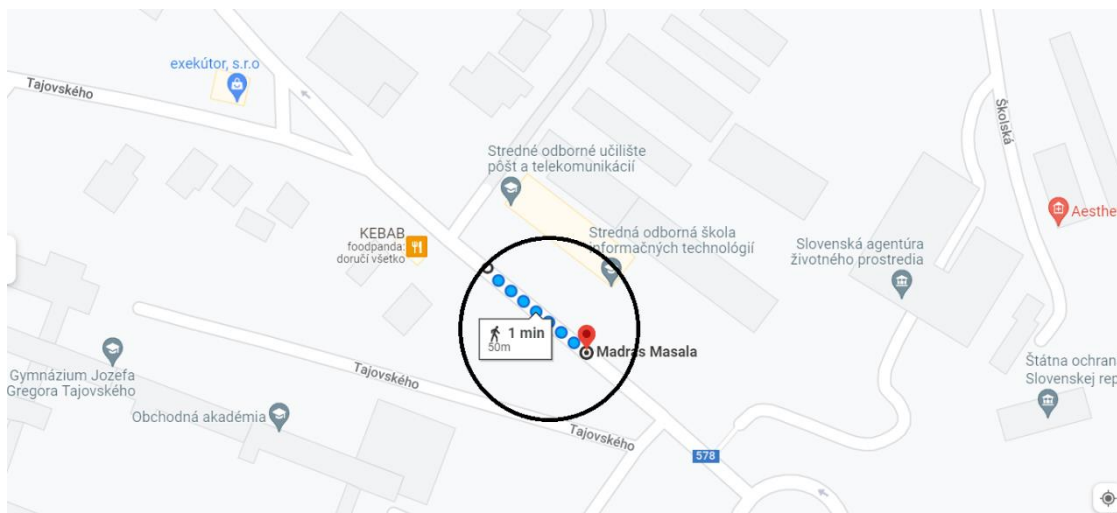
Výskumná otázka č. 6: Využitie behaviorálnej intervencie v podobe koša na ohorky „špakovníka“ prispieva k zníženiu znečistenia verejného priestranstva cigaretovými ohorkami.

Cigaretové ohorky sú vážnym problémom aj v meste Banská Bystrica. V meste Banská Bystrica sme sa na základe diskusie so zamestnancami a zamestnankyňami mestského úradu rozhodli pre osadenie hlasovacieho odpadkového koša, tzv. „špakovníka“ (ďalej len špakovník) v problémovej lokalite. Hlavným cieľom experimentu bolo prostredníctvom postrčenia zmeniť správanie fajčiarov vo vybranej lokalite o 50 %. Pri stanovení percenta sme vychádzali z terénnych experimentov a štúdií realizovaných doma a v zahraničí (The Hubbub, 2015; Selagea et al., 2016, Huang et al., 2019; Hall & Campbell, 2020, Pavlovský et al., 2020, 2022).

Výberu vhodného postrčenia predchádzali diskusie, ktoré sa týkali aj negatívneho vplyvu špakovníka na počet fajčiarov. Zamestnanci a zamestnankyne mestského úradu sa obávali, či dané postrčenie nezvýši záujem ľudí o fajčenie. Ako je však uvedené aj na [ballotbin.co.uk](http://ballotbin.co.uk), zmyslom špakovníka nie je podpora fajčenia, ale povzbudenie fajčiarov zahodiť cigaretový ohorok do špakovníka a nie na zem.

Špakovník má formu schránky, ktorá je rozdelená na dve presklené časti. Na vrchu sa nachádza otázka spolu s dvoma možnosťami pre hlasovanie. Aktivita osadenia hlasovacieho koša vychádza z predpokladu, že jednotlivci radi vyjadrujú svoj názor. Fajčiar, resp. osoba, ktorá sa rozhodne zahodiť cigaretový ohorok do špakovníka môže zahlasovať za odpoveď, o ktorej je viac presvedčený, resp. s ktorou súhlasí, čím vyjadrí svoj názor. V dôsledku presklenia je možné vidieť, ktorá odpoveď je populárnejšia, respektíve ako hlasovali ostatní. V tomto prípade môže zapôsobiť na jednotlivca aj sociálne určenie, t. j. prikloní sa k odpovedi, ku ktorej sa priklonila väčšina. Výhodou špakovníka je, že otázky sú ľahko meniteľné a je možné ich prispôbiť podľa potreby. Predpokladáme, že čím dlhšie sa v špakovníku nachádza rovnaká otázka, tým skôr dôjde k zníženiu účinnosti postrčenia. Otázky môžu byť vtipné, aktuálne, provokatívne, čokoľvek čo vyvolá záujem v ľuďoch. Kapacita špakovníka je 400 až 600 cigaretových ohorkov.

Pre mesto Banská Bystrica bol zakúpený špakovník Ballot Bin. Náklady na zakúpenie koša boli približne 405 €. Cena závisí od vybraného spôsobu umiestnenia. Špakovník bol osadený na zastávke MHD Tajovského školy (Obrázok 5) – najmä z dôvodu vysokej koncentrácie žiakov stredných škôl, ktorí na tejto zastávke fajčia, a tak znečisťujú okolie zastávky MHD.



Obrázok 5 Mesto Banská Bystrica MHD zastávka Tajovského školy  
Zdroj: Mapy Google, 2021

Špakovník bol osadený v mesiaci október 2021 (28. 10. 2021) na Tajovského ulici, neďaleko zastávky MHD – školy v blízkosti schodov do stredoškolského internátu (Obrázok 6). Umiestnenie koša bolo zvolené na základe vysokej koncentrácie odhodnených ohorkov z cigariet a plechoviek od nápojov, napriek tomu, že na zastávke MHD je trvalo umiestnený smetný kôš. Vzdialenosť odpadkového koša od schodov do internátu je približne 50 m.



Obrázok 6 Mesto Banská Bystrica – osadenie špakovníka na MHD zastávke Tajovského školy

Zdroj: autori

Na zastávke Tajovského školy bol umiestnený hlasovací smetný kôš s heslom: „Kto je lepší? Zvolen – Banská Bystrica“.<sup>17</sup> Vhodením ohorku tak ľudia mohli zahlasovať za vybranú odpoveď na zvolenú otázku. Mestu Banská Bystrica sme okrem tejto otázky navrhli ešte iné, ktoré by bolo v danej lokalite vhodné využiť. Pri koncipovaní otázok sme vychádzali z toho, pre akú demografickú skupinu sú otázky prioritne určené. V danej lokalite, t. j. v blízkosti stredných škôl by bolo vhodné využiť ešte napríklad otázku: „Aký máte operačný systém v telefóne (Android/iOS)“.

## 6.5. Výsledky a diskusia

Druhým problémom v meste Banská Bystrica je znečistenie verejných priestranstiev cigaretovými ohorkami. Zvolená intervencia pre zníženie znečistenia bolo osadenie špakovníka. Na nasledujúcom obrázku (Obrázok 7) znázorňujeme

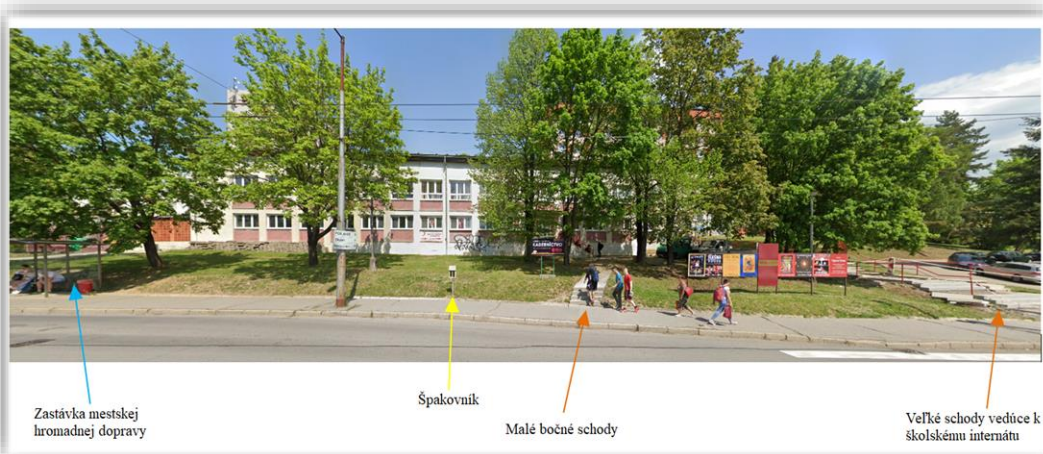
---

<sup>17</sup> Množstvo žiakov študujúcich na stredných školách v Banskej Bystrici pochádza práve zo Zvolena. Z toho dôvodu aj otázka bola stanovená s ohľadom na vyjadrenie príslušnosti k danému mestu.

lokalitu, v ktorej bol špakovník osadený. Modrými polygónmi sme znázornili stredné školy, spolu so stredoškolským a aj vysokoškolským internátom, ktoré sa v tejto lokalite nachádzajú. V lokalite sa tiež nachádzajú aj ďalšie stredné školy, znázornili sme si však len tie, ktoré sa nachádzajú čo najbližšie pri danej lokalite. Vďaka žltej línii si približujeme plochu, na ktorej sa intervencia realizovala a následne aj merala jej účinnosť. Intervencia sa realizovala na ploche približne 100 m<sup>2</sup>. Žltá šípka nám znázorňuje konkrétne miesto osadenia špakovníka (Obrázok 8).



Obrázok 7 Mapový výstup 1 Tajovského školy, osadenie špakovníka  
Zdroj : vlastné spracovanie pomocou programu QGIS



Obrázok 8 Osadenie špakovníka v danej lokalite  
Zdroj: Stredanská, 2023

Účinnosť postrčenia sme merali v priebehu mesiaca november 2021. Pôvodne sa mal špakovník osádzať dňa 5. 10. 2021, ale kvôli nepriaznivému počasiu bolo osadenie špakovníka presunuté na 28. 10. 2021. Do osadenia špakovníka sa v predmetnej lokalite nemali odstraňovať cigaretové ohorky. Východiskový stav počtu cigaretových ohorkov pred osadením špakovníka uvádzame v tabuľke (Tabuľka 27). Najbližší odpadkový kôš sa nachádza cca 35 metrov od miesta osadenia špakovníka na zastávke MHD Tajovského školy. V blízkosti schodov do stredoškolského internátu sa nenachádza žiadny odpadkový kôš. Dňa 28. 10. 2021 sme osadili špakovník v predmetnej lokalite. V čase osadenia bolo na nej narátaných viac ako 350 kusov voľne odhodnených cigaretových ohorkov, čo považujeme za východiskový stav merania účinnosti intervencie. Daná lokalita sa následne pred prvým meraním vyčistila. Je nutné poznamenať, že v priebehu mesiaca september až október došlo v dôsledku vývoja pandémie COVID-19 k zatvoreniu niekoľkých tried, čo sa mohlo prejaviť na nižšom počte cigaretových ohorkov v danej lokalite pred realizáciou intervencie.

Tabuľka 27 Meranie účinnosti postrčenia vo vybranej lokalite

| Sledované obdobie (r. 2021)        | Počet ohorkov na zemi | Dĺžka merania | Denný priemer |
|------------------------------------|-----------------------|---------------|---------------|
| Pred osadením od 24. 9. do 5. 10.  | >200 ohorkov          | 12            | 16,75         |
| Pred osadením od 6. 10. do 28. 10. | >350 ohorkov          | 23            | 15,26         |
| 28. 10. – 7. 11.                   | 161 ohorkov           | 11            | 14,64         |
| 7. 11. – 15. 11.                   | 123 ohorkov           | 9             | 13,67         |
| 15. 11. – 27. 11.                  | 136 ohorkov           | 13            | 10,46         |

Zdroj: autori

Meranie sa realizovalo na ploche približne 100m<sup>2</sup> so začiatkom od zastávky Tajovského školy po schody vedúce do stredoškolského internátu (Obrázok 7). Na nasledujúcom obrázku (Obrázok 9) sú výsledky merania v špakovníku v priebehu mesiaca november 2021 v jednotlivých týždňoch. Meranie realizovala študentka EF UMB vždy v nedeľu. Špakovník bol následne vysypaný v mesiaci december.



Obrázok 9 Mesto Banská Bystrica MHD zastávka Tajovského školy – meranie z mesiaca november 2021

Zdroj: autori

Po prvom mesiaci od osadenia sa výrazne znížilo znečistenie verejného priestranstva vo vybranej lokalite. Účinnosť intervencie bola v priebehu merania od 54 do 65 %. Dáta potvrdzujú, že osadenie špakovníka prispieva k zníženiu znečistenia vybranej lokality. V špakovníku sa na konci merania nachádzalo približne 400 ohorkov. Aj v porovnaní s naplnenosťou špakovníka a znečistenia chodníka vieme vyhodnotiť, že takáto intervencia bola účinná a jej realizácia napomohla k zníženiu znečistenia tejto lokality. Môžeme tiež vyhodnotiť, že fajčiarov takáto anketa v podobe otázky v špakovníku zaujala. Najčastejšie si fajčiari vybrali možnosť odpovede – Banská Bystrica (Obrázok 10). Pre ďalšie úspešné využitie špakovníka sme zamestnancom mestského úradu navrhli priebežne meniť otázku v špakovníku, nakoľko sa ukázalo, že po istom časovom období začína klesať záujem o jeho využitie, prípadne zmeniť miesto pre osadenie samotného špakovníka.

## **7. TEORETICKÉ A PRAKTICKÉ PRÍNOSY HABILITAČNEJ PRÁCE**

Metodologický rámec behaviorálnej ekonómie v rámci verejnej ekonómie možno využiť pri definovaní problému, zlyhania trhu, resp. predmetu intervencie, alebo pri návrhu jeho riešenia, resp. samotnej intervencie. To sa premieta do teoretických a praktických prínosov práce, kde pri definovaní problému, predmetu štátnej intervencie, práca rozširuje mainstreamový pohľad neoklasickej ekonómie o behaviorálne aspekty (teoretické prínosy) a pri návrhu realizácie štátnej intervencie práca pracuje so psychologickými faktormi konania jednotlivca ako objektu štátnej intervencie (praktické prínosy).

Teoretické prínosy habilitačnej práce predstavujú naplnenie prvých troch čiastkových krokov: 1. rozšírenie teoretických východísk skúmania konania a rozhodovania jednotlivca z pohľadu neoklasickej mikroekonómie o rozmer libertariánsko-paternalistickej etiky. 2. Identifikácia faktorov ovplyvňujúcich rozhodovanie a konanie jednotlivca podľa konceptu MINDSPACE a možných oblastí uplatnenia behaviorálnych intervencií v reálnych podmienkach. 3. Vypracovanie návrhov a realizácia možných spôsobov skúmania zameraných na identifikovanie faktorov ovplyvňujúcich rozhodovanie a konanie jednotlivcov (dotazníkovým prieskumom, experimentálnym prieskumom a poľným experimentom). Praktické prínosy práce majú vplyv nielen na dané organizácie, ale majú význam jednak pre decíziu sféru verejného sektora pri otázke zabezpečovania verejných služieb, hľadania iných ako paternalistických riešení v zmysle postrčenia jednotlivca želateľným smerom s ohľadom na relatívne nízke náklady spojené so zavádzaním behaviorálnych intervencií.

### **7.1. Teoretické prínosy habilitačnej práce**

Výsledky nášho skúmania obohacujú štandardnú, mainstreamovú, ekonomickú teóriu o nový pohľad na správanie sa jednotlivca snažiaceho sa o maximalizáciu svojho vlastného úžitku.

V práci sme sa snažili nahradiť konvenčné vnímanie kontrahovania z pohľadu teórie principal - agent, kde vzťah medzi nimi je chápaný ako riadiaci, či kontrolný (vzhľadom na rozdielnosť cieľov zúčastnených strán a ich snahu ich presadiť) v odbornej literatúre (Bennet et al., 1996; DeHoog, 1990; Johansson et al., 2016; Kettner

et al., 1996; Sclar, 2000; Smith, 1996) novším pohľadom, ktorý vníma tento vzťah ako partnerský založený na flexibilnej spolupráci. V tomto ponímaní ako determinanty prínosu kontrahovania vystupujú iné faktory: frekvencia komunikácie medzi poskytovateľom a producentom služby (Behn et al., 1999, DeHoog, 1990; Johansson et al., 2016), spoločné riešenie problémov (Brown et al., 2015; Cooper, 2003; Sclar, 2000), vzájomná dôvera, zdieľané hodnoty, odklon od sankcií k vyjednávaniu (Macneil, 1974; 1978). V záujme budovania a zmeny tohto vzťahu z konkurenčného na partnerský sme skúmali možnosti využitia poznatkov behaviorálnej ekonómie (Dolan et al., 2009; Hansen, 2018; Thaler et al., 2010).

Protikorupčné praktiky založené na teórii principal-agent, ktorá vníma korupciu ako výsledok vzťahu medzi pacientom (principálom) a poskytovateľom zdravotnej starostlivosti (agentom), majú obmedzenú účinnosť, ak korupcia nadobudne systémový charakter a podieľajú sa na nej aj samotní pacienti. V takých prípadoch sú tradičné opatrenia ako transparentnosť a externé kontroly nedostatočné.

Alternatívny prístup predstavuje „teória kolektívnej akcie“ (Ostrom, 1990), ktorá kladie dôraz na dynamiku skupín a sociálno-psychologické faktory ako dôvera, reputácia, reciprocita, sociálne normy a efekt stáda. Táto teória pomáha pochopiť, prečo sú niektoré protikorupčné reformy neúspešné. Výsledkom je, že štandardné, paternalistické, nástroje riešenia korupcie sú nedostatočné. Avšak účinný boj proti korupcii v zdravotníctve si vyžaduje systémový prístup zohľadňujúci celkový kontext a dôkladné pochopenie systému zdravotnej starostlivosti. Medzi vhodné spôsoby riešenia korupcie v zdravotníctve je možné zaradiť využitie libertariánsko-paternalistických riešení vo forme behaviorálnych intervencií, ako je vzdelávanie pacientov a zamestnancov v oblasti lekárskej etiky. Výsledky nášho skúmania naznačujú, že jednotlivec v prípade voľby, resp. poskytnutia neformálnych platieb v zdravotníctve, nie je motivovaný len maximalizáciou svojho vlastného úžitku, ale je ovplyvnený psychologickými faktormi (napr. efekt stáda, pôsobenie sociálnych noriem).

Vo vybraných oblastiach realizácie behaviorálnych intervencií vo verejnom sektore sme navrhli možné spôsoby (zvyšovanie miery spolupráce medzi obstarávateľom a dodávateľom), riešenie nežiadúceho správania v zdravotníctve (nesprávna likvidácia liekov a poskytovanie neformálnych platieb) a riešenie znečistenia verejných priestranstiev experimentálnym spôsobom, ktorý vyzdvihol pozitíva samotných intervencií (napr. lepšia kvalita poskytovaných služieb, zníženie

znečistenia ovzdušia, čistejšie verejné priestranstvá). V prípade, že by sme zvolili negatívny postoj, t. j. aké negatíva vyplývajú z konkurenčného vzťahu medzi dodávateľom a obstarávateľom, vysokej miery korupcie v zdravotníctve, z nízkej miery likvidácie liekov a zo znečistenia verejných priestranstiev, výsledky prieskumov by boli pravdepodobne iné.

V prípade spotreby zdravotníckych služieb (oblasť správneho nakladania s liekmi) sme sa zamerali na využitie nových nástrojov pri riešení negatívnych externalít. Tradičné nástroje ako sú sankcie, donútenie, zákazy alebo dotácie, sú v mnohých prípadoch nedostatočné a zároveň v prípade liekového manažmentu, je ich využitie značne limitované. Z toho dôvodu sme sa rozhodli skúmať psychologické motívy konania jednotlivcov a navrhnúť možné spôsoby realizácie behaviorálnych intervencií podporujúcich žiadúce správanie sa jednotlivcov.

V poslednej oblasti pri riešení znečistenia verejných priestranstiev sme rozšírili portfólio tradičných nástrojov riešenia externalít obmedzujúce slobodu a konanie jednotlivcov o nové nástroje, ktoré jednotlivcovi ponechávajú väčšiu voľnosť v rozhodovaní a sú založené na prístupe libertariánsko paternalistickej etiky.

Výsledky nášho skúmania preukázali pozitívny vplyv využitia behaviorálnych intervencií a poznatkov behaviorálnej ekonómie pri riešení vybraných problémov vo verejnom sektore. Štandardné vnímanie jednotlivca optikou neoklasickej ekonomickej teórie ako tzv. homo oeconomicus, t. j. jednotlivca maximalizujúceho svoj vlastný blahobyt je rozšírený o psychologické motívy konania.

Za pomoci využitia poznatkov behaviorálnej vedy a využitia experimentálneho prístupu je možné behaviorálnou ekonomikou vo verejnom sektore objavovať mikro-perspektívy konania a rozhodovania sa jednotlivcov (Grimmulikhuissen et al., 2017). Výhodou využitia experimentálneho prístupu je skúmanie správania sa jednotlivcov heterogénnych z hľadiska socio-demografických charakteristík a správanie sa rôznych skupín. Experimentálne prístupy zahŕňajú dotazníkové experimentálne dizajny (kap. 5.1. a 5.2.), laboratórne experimenty, poľné, resp. terénne experimenty (kap. 6), ktoré môžu byť vo forme čistých experimentov, kvázi-experimentov alebo prirodzených experimentov.

Kľúčovou zložkou behaviorálnych experimentov sú intervencie v podobe manipulácie jednej alebo viacerých nezávislých premenných faktorov konania a rozhodovania. Zmyslom intervencií je úmyselnou zmenou podmienok ovplyvniť konanie a rozhodovanie jednotlivcov, resp. skupín (James et al., 2017a, 2017b).

Vďaka využitiu behaviorálnych experimentov vo verejnom sektore je možné odhaľovať kauzálne vzťahy medzi jednotlivými premennými a hodnotiť účinnosť jednotlivých intervencií (James et al., 2017a, 2017b).

V kapitole 2 sme identifikovali základné psychologické faktory, podľa konceptu MINDSPACE (Dolan et al., 2009), ktoré ovplyvňujú konanie a rozhodovanie jednotlivcov. Tieto faktory predstavujú základné východisko pre návrh behaviorálnych intervencií, postrčení ovplyvňujúcich rozhodovanie a konanie jednotlivcov. Dôvodom je, že na rozdiel od štandardného ekonomického prístupu, kedy ekonómovia predpokladajú, že jednotlivec maximalizuje svoj úžitok s ohľadom na statky a služby, ktoré spotrebovávajú v danom momente a jeho konanie a rozhodovanie (preferencie) nie sú závislé na minulej, ale ani na budúcej spotrebe, behaviorálna ekonómia takého jednotlivca nepredpokladá. Predpoklad, že racionálni jednotlivci poznajú svoje súčasné a minulé preferencie a výsledkom ich rozhodovania sú správne rozhodnutia, získané z chýb a omylov v minulosti, čím sa dosiahne maximalizácia úžitku jednotlivca v budúcnosti, je tak do istej miery nesprávny. Zdokumentujme si to na jednoduchom príklade ako reakciu na teóriu úžitku, ktorý zrealizoval Kahneman et al. (2012). Spolu s kolegami zrealizovali experiment s miernou formou násillia, v ktorom mali účastníci ponoriť svoju ruku až po zápästie do bolestivo studenej vody, pričom ju tam mali držať, až kým nedostali pokyn vytiahnuť ju von. V priebehu experimentu účastníci pomocou voľnej ruky zaznamenávali svoju bolesť stláčaním šípky na klávesnici. Účastníci experimentu mohli svoju ruku kedykoľvek vybrať, avšak nikto z nich tak neurobil. Experiment prebiehal v dvoch formách, jednak v krátkej forme, ktorá trvala 60 sekúnd, kedy teplota vody bolo 14 °C a v dlhej forme, ktorá trvala 90 sekúnd. Prvých 60 sekúnd bolo totožných s krátkou formou. Na konci 60 sekundového intervalu experimentátori nič nepovedali a do nádoby s vodou priliali teplejšiu vodu, čím sa teplota vody zmenila asi o 1 °C. Pre účastníkov experimentu tak došlo k ľahkému zníženiu intenzity bolesti (Kahneman, 2012, s. 408). Experiment bol navrhnutý tak, aby vytváral konflikt medzi záujmami prežívajúceho ja a záujmami pamätajúceho sa ja, t. j. medzi prežitým úžitkom a rozhodujúcim úžitkom<sup>18</sup>. Pre prežívajúce ja by mala byť dlhá forma horšia,

---

<sup>18</sup> Rozhodujúci úžitok definuje Kahneman (2012) ako úžitok jednotlivca, ktorý niečo chce

pretože jednotliviec „trpel“ dlhšie, zatiaľ čo podľa pravidla „peak-end“<sup>19</sup> by mala byť horšia spomienka z krátkej procedúry. Predpokladali teda, že účastníci zvolia skôr dlhšiu formu procedúry, ktorá bola pre jednotlivca „menej bolestivou“ ako kratšia. Celkom 80 % respondentov zvolilo dlhšiu procedúru. Rozhodnutie jednotlivcov v konečnom dôsledku nie je v súlade s prežitkom, resp. s minulosťou.

Štúdia Kahnemana et al. (2012) ukázala, že dôverovanie preferenciám odrážajúcim záujmy jednotlivcov nie je celkom namieste, a to i napriek tomu, že sú založené na osobnej skúsenosti, ktorá bola uložená do pamäti v posledných 15 minútach. V našich prieskumoch napr. na jednej strane respondenti tvrdili, že by sa daným spôsobom nesprávali (poskytnutie neformálnej platby), avšak v prípade zmeny situácie (rodina dané správanie schvaľuje). Naše chute a rozhodovanie, ako uvádza Kahneman (2012) sú tvorené spomienkami a spomienky sa môžu mýliť. Ľudia nemajú konzistentné preferencie a ani nevedia, ako ich maximalizovať. Majú len preferenciu ohľadom toho, aby prežívanie šťastia bolo čo najdlhšie a prežívanie bolesti čo najkratšie.

Podľa behaviorálneho prístupu preferencie jednotlivca, voľba spotreby a ďalších činností priemerného jednotlivca (výber bývania, typ voľnočasových aktivít) závisí skôr od skúseností jednotlivca z jeho detstva, života, sociálnych interakcií a kultúrnych vplyvov (Becker, 1997), čiže od minulej, resp. budúcej skúsenosti. To, či jednotliviec fajčil minulý mesiac, má zásadný vplyv na to, či bude fajčiť aj tento mesiac. Muži aj ženy potrebujú získať uznanie, úctu, prestíž, byť prijatí rodinou, priateľmi, známymi, príslušníkmi referenčných skupín, ku ktorým patria a rovnako aj ostatnými jednotlivcami v spoločnosti. Rozhodnutia jednotlivcov sú častokrát ovplyvňované tým, čo zvolia príslušníci ich referenčných skupín (Becker, 1997; Caporael et al., 1989; Baumeister, Leary, 2000; Leary, Baumeister, 2000), ale aj drobnými a „nedôležitými“ maličkosťami.

Ako uvádza Thaler a Sunstein (2010) je dobrým pravidlom, že záleží na všetkom. Ako sme už čiastočne ukázali, rozhodnutia jednotlivcov nemusia byť nutne ovplyvnené len ich skúsenosťou, ale taktiež je dôležité samotné usporiadanie kontextu, t. j. spôsob, akým je jednotlivcovi problém predstavený (architekt výberu<sup>20</sup> – Thaler, Sunstein,

---

<sup>19</sup> Jednotlivec posudzuje zážitok podľa pocitov, ktoré mal na konci

<sup>20</sup> Z anglického prekladu choice architecture.

2010). Podľa Thalera a Sunsteina architektom výberu môže byť každý, kto istým spôsobom modeluje výber, resp. rozhodnutia jednotlivcov. Napríklad lekár, ktorý predstavuje pacientovi alternatívy liečby, rodič, ktorý vysvetľuje svojmu dieťaťu možnosti ďalšieho vzdelávania alebo predavač v obchode rozvrhujúci rozmiestnenie tovaru.

## **7.2. Praktické prínosy habilitačnej práce**

Jednou z dôležitých schopností organizácie by mala byť schopnosť prispôbiť sa meniacim sa podmienkam na trhu a schopnosť vyvíjať sa agilne (Lin et al., 2006). Podľa Charbonnier-Voirin (2011, s. 119) je organizačná agilita „schopnosť trvalej adaptácie organizácie v reakcii na prostredie charakterizované zložitou, turbulentnou a neistotou. Agilita sa chápe ako možnosť rýchlej reakcie na zmenu, ale aj na konanie a „ovládanie“ toho druhého vďaka významným schopnostiam predvídať, inovovať a učiť sa“. Súkromné, ale aj verejné organizácie by mali brať do úvahy všestrannosť spotrebiteľa a jeho trvalé prispôbovanie sa ponuke, ktorá sa neustále vyvíja (Dubuisson-Quellier, 2004). Ako uvádza Dianoux et al. (2019) spomedzi všetkých marketingových nástrojov je vo všeobecnosti komunikácia jednou z prvých, kde sa musia organizácie snažiť adaptovať sa na neustále zmeny a prispôbiť svoju komunikáciu so spotrebiteľom, s partnerom a aj v samotnej organizácii. Klasické persuzívne techniky pôsobiace na postoje, s cieľom ovplyvniť správanie v krátkodobom alebo strednodobom horizonte, sa implementujú dlho a v niektorých prípadoch sú nedostatočne reaktívne najmä vzhľadom na ich vzdialenosť od miesta prijímania rozhodnutí.

Z toho dôvodu sa v posledných rokoch kladie dôraz na jednoduchšie a menej nákladné komunikačné techniky, ktoré sú zacielené na ovplyvňovanie názorov a rozhodnutí jednotlivcov. Podľa Dianoux et al. (2019) patria práve postrčenia k relevantným technikám, ktoré umožňujú organizáciám rozvíjať svoju agilitu v neustále sa meniacom prostredí, a to interne (v komunikácii so zamestnancami) alebo externe (v komunikácii s potenciálnymi spotrebiteľmi, resp. spotrebiteľmi a partnermi). Podľa Singlera (2015) sú postrčenia dokonale prispôsobené agilnému inovačnému prístupu. Flexibilita tohto prístupu spočíva podľa Singlera (2015) na štyroch hlavných charakteristikách, ktorými sú konštrukcia architektúry výberu (choice architecture) zameraná na zmenu súčasného správania jednotlivcov podporou vhodného správania, komunikácia, ktorá jednotlivcovi ponecháva slobodu rozhodnúť sa, resp. vybrať si danú

alternatívu, komunikácia, ktorá podporuje správanie vhodné pre jednotlivca v prospech komunity a ktorej náklady na implementáciu sú nízke a dôsledky na správanie vysoké.

Bez ohľadu na to, či ide o verejnú alebo súkromnú organizáciu, každá z nich v určitom bode svojej existencie čelila viac či menej drastickej zmene v dôsledku zavádzania inovácií, a v konečnom dôsledku, viac či menej drastickým organizačným zmenám. Cieľom manažérov je pritom dosiahnuť súlad medzi cieľmi organizácie a schopnosťou absorbovať zmeny aktérov organizácie (Dianoux et al., 2019). Podľa štúdie vykonanej v McKinsey až „70 % programov zmeny končí neúspechom“ (Soparnot, 2013, s. 25). Jedným z dôvodov neúspechu je odpor jednotlivcov k zmenám, sila statusu quo (Agocs, 1997; Bareil, 2004) a problémy s komunikáciou (Giroux, 1993).

Klasické komunikačné metódy využívajúce charizmatického manažéra, silu racionálnych argumentov, poznámok, stretnutí, dokonca aj donucovacie metódy, odhaľujú určité limity. Pokiaľ sa organizácia v internej komunikácii rozhodne pre konvenčnú metódu napr. vo forme krásnej brožúry informujúcej zamestnancov napr. o spôsoboch zníženia spotreby elektrickej energie, je možné očakávať, že daná možnosť nedosiahne rovnaké výsledky, ako v prípade využitia postrčenia. Dokonca náklady môžu byť ešte vyššie ako samotný prínos komunikácie v dôsledku návrhu, tlače a distribúcie brožúry a dĺžky implementácie riešenia (čas potrebný na návrh, vydanie, distribúciu a čítanie). Druhým riešením je možnosť využiť postrčenie. Brown et al. (2012) realizovali na 93 zamestnancoch OECD štúdiu, ktorej cieľom bolo znížiť spotrebu elektrickej energie v kancelárskych priestoroch v zimnom období. Vo svojom postrčení využili prednastavenú možnosť (Dolan et al., 2009), kedy reguláciou termostátov predvolene znížili teplotu v kancelárii o jeden stupeň a pomocou termostátov si ju mohli zamestnanci manuálne zvýšiť. Výsledky ukázali, že teplota v kanceláriách v zimnom období klesla o 0,38 stupňa, čo viedlo k zníženiu spotreby elektrickej energie.

Pri komunikácii so spotrebiteľmi, občanmi, resp. partnermi sa komunikácia zvyčajne zameriava na emocionálnu, kognitívnu, konatívnu a v prípade verejných služieb aj sociálnu zložku (vplyv sociálnych noriem na správanie sa jednotlivcov). Uvedené zložky sa využívajú najmä z toho dôvodu, že dokážu ovplyvniť správanie sa jednotlivcov. V prípade, že jednotlivec má na výber veľa možností týkajúcimi sa výberu produktov alebo dodávateľov, klasické komunikačné metódy pôsobiace na jednotlivca do istej miery zlyhávajú. Jednotlivec je presýtený informáciami týkajúcich

sa produktov, čo v konečnom dôsledku vedie pri rozhodovaní len k zapojeniu Systému 1, t. j. rozhodne sa intuitívne, automaticky, na základe dôvery a predchádzajúcich skúseností (Thaler, Sunstein, 2010). Určité typy rozhodnutí, ako sú napr. výber dodávateľa pri kontrahovaní verejných služieb, však vyžadujú zapojenie Systému 2. Výsledkom sú rozhodnutia, ktoré vychádzajú z dedukcie, kontroly vlastného správania, porovnania nákladov a výnosov a vyžadujú dlhší čas na rozhodnutie (Thaler, Sunstein, 2010).

Vzhľadom na pomalosť Systému 2 sa pri behaviorálnych intervenciách, resp. postrčeníach využíva Systém 1, kedy je možné relatívne rýchlo a lacno určitým podnetom ovplyvniť správanie sa jednotlivca „požadovaným“, resp. vhodným správaním. Výhodou je, že práve postrčenia nevyžadujú množstvo informácií na vyhodnotenie a jednotlivec má aj tak možnosť v konečnom dôsledku sa rozhodnúť, či sa bude alebo nebude správať požadovaným spôsobom. Podľa Dianoux et al. (2019) môže byť istou pomôckou pri tvorbe postrčení komunikačný model LISA Q (Derbaix, Gregory, 2004 in Dianoux et al., 2019). Model LISA Q pozostáva zo štyroch brán, ktoré slúžia jednotlivcovi na spracovanie informácií. Presviedčanie jednotlivca prebieha cez tieto štyri brány, ktoré sa môžu otvárať súčasne, s rôznymi vplyvmi interakcie medzi nimi.

Model súčasne zobrazuje kognitívne učenie (Logická brána), interpersonálny vplyv (Napodobňovacia brána) pocity a emócie (Pocitová brána) a automatické procesy (Automatická reflexná brána). Dianoux et al. (2019) uvádza, že model LISA Q je možné využiť aj vo vzťahu k výberu komunikačnej stratégie pri jednotlivých typoch postrčenia. V tabuľke uvádzame typy postrčení charakteristické pre danú bránu z modelu LISA Q (Tabuľka 28).

Tabuľka 28 Typológia postrčení pomocou modelu LISA Q

| Typológia postrčení pomocou modelu LISA Q                           | Príklady postrčenia                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| „Logické postrčenia“ pomocou poznania                               | Recyklácia 400 stohov papiera A4 ušetrí: 12 stromov, 14 bazénov, 1 noc mestského osvetlenia ( <a href="http://www.futura-sciences.com">www.futura-sciences.com</a> ) |
| "Napodobňovacie postrčenia" založené na sociálnom porovnaní         | 75 % hostí, ktorí obývali túto izbu, použilo svoje uteráky niekoľkokrát (Nouvelles Frontières)                                                                       |
| "Pocitové postrčenia" založené na emóciách, hedonizme a gamifikácii | Kôš na papier s basketbalovým košom (Kollori, Office a Fun)                                                                                                          |
| „Automatické reflexné postrčenie“ založené na heuristike a zvykoch  | Predvolená možnosť pre obojstrannú tlač (Ministry for the Ecological Transition - FR)                                                                                |

Zdroj: Dianoux et al., 2019

Uvedené príklady nám ukazujú, že jednotlivé brány v modeli LISA Q sa týkajú rôznych typov postrčení, pričom je možné relatívne jednoducho priradiť konkrétne postrčenie k danej bráne. Tieto štyri kategórie nám umožňujú zvážiť štyri celkom odlišné formy komunikácie, ktoré je možné prispôsobiť rôznym cieľovým skupinám, či už zamestnancom, spotrebiteľom alebo partnerom.

Zoberme si príklad miestnej samosprávy, resp. organizácie, ktorá chce byť environmentálne zodpovedná. Postrčenia organizácii pomáhajú zavádzať flexibilné, inovatívne a agilné riešenia (Dianoux et al., 2019). Postrčenie vychádzajúce z logickej komunikačnej brány je napr. všetky služobné autá by na palubnej doske mohli mať umiestnené jednoduché upozornenie v podobe obrázku znázorňujúceho auto, ktoré zastavilo s komentárom „motor, ktorý beží pomaly spotrebuje približne 0,8 l /hod“ a potom rovnaký obrázok s komentárom „30 minút denne po dobu 1 roka = 2 plné nádrže!“.

Komunikačnú stratégiu cez napodobňovaciu bránu vychádzajúcu najmä zo sociálnych noriem je možné využiť napr. vo forme „x % dodávateľov dodáva svoje služby v čas a v požadovanej kvalite“, „x % obyvateľov nie je spokojných s kvalitou vami dodávaných služieb“. Pokiaľ by súčasťou uzatváraného kontraktu bola aj požiadavka na kvalifikované zhodnotenie kvality a následné odstúpenie od zmluvy, mohlo by to priniesť zaujímavé výsledky vo vzťahu k zmene správania sa dodávateľa služby v prípade, že si neplní svoje povinnosti včas a v požadovanej kvalite.

V prípade zvýšenia kvality služieb, napr. pri službe upratovanie alebo riešenia neformálnych platieb v zdravotníctve je možné využiť komunikačnú stratégiu cez pocitovú bránu, t. j. vytvorenie akéhosi grafického listu „Čo mám robiť!“.

Vo vzťahu k skúmaniu behaviorálnych aspektov manažmentu kontrahovania sme dospeli k záveru, že súčasná prax nevytvára medzi zúčastnenými subjektmi, t. j.

obstarávateľ (verejná inštitúcia) a dodávateľ (externý subjekt) partnerský vzťah. Dôvodom môžu byť práve podmienky zmlúv uzatvorené medzi jednotlivými subjektmi, ktoré vo väčšine prípadov nemotivujú zúčastnené subjekty k budovaniu vzájomnej dôvery, zdieľaniu hodnôt s cieľom vytvárania inovácií verejných služieb podporujúcich efektívnosť a účinnosť ich zabezpečovania.

Závery nášho výskumu však možno považovať skôr za ilustratívne vzhľadom na veľkosť výskumnej vzorky. Napriek tomu však závery upozorňujú na problémy v manažmente kontrahovania. Popri už popísaných problémoch v predchádzajúcich štúdiách (Meričková et al., 2010; Meričková et al., 2007; Meričková et al., 2008; Nemec et al., 2020; Nemec et al., 2005, Mikušová Meričková et al., 2024) v podobe nesystémového charakteru rozhodovacích procesov o forme zabezpečovania týchto služieb, chýbajúceho monitoringu externej produkcie, sa objavuje ďalší problém v podobe nedostatočnej agility verejných inštitúcií v budovaní partnerstva s externými dodávateľmi služieb.

V rozvoji agility ako uvádza Dianoux et al. (2019) je kľúčovou komunikácia s dodávateľmi verejnej služby ako partnermi v zmluvnom vzťahu. Klasické, persuasívne techniky pôsobiace na postoje, s cieľom ovplyvniť správanie v krátkodobom alebo strednodobom horizonte, sa implementujú dlho a v niektorých prípadoch sú nedostatočne reaktívne, najmä vzhľadom na ich vzdialenosť od miesta prijímania rozhodnutí.

Podobne aj v prípade riešenia korupcie v zdravotníctve, resp. poskytovania neformálnych platieb je možné dospieť k podobnému záveru, kedy tradičné, paternalistické techniky v podobe donútenia, zákazov a pokút zlyhávajú a výsledkom je len prehlbovanie miery korupcie.

Na základe výsledkov môžeme konštatovať, že nami identifikované psychologické faktory, ktorými bol strach zo straty, ego jednotlivca, sociálne preferencie, resp. sociálne schválenie a reciprocita majú vplyv na jednotlivcov, z pohľadu poskytnutia neformálnych platieb (úplatkov v zdravotníctve). Ak pacienti očakávajú lepšiu kvalitu služieb ako ostatní, ktorí neprinesú darček, je viac pravdepodobné, že prinesú darček svojmu ošetrojúcemu lekárovi, v našom prípade tak spravilo 9 zo 43 pacientov. Očakávaná kvalita liečby rozhodne má vplyv na rozdávanie darčiekov. Zároveň sa nám podarilo zistiť, že typ darčeka nemá vplyv na rozhodnutie respondenta o tom, či dá alebo nedá úplatok. Výsledky taktiež ukázali, že čím je vyššia miera sociálneho schválenia na mieru úplatkov, tým skôr jednotlivec ponúkne úplatok, t. j. ak si

jednotlivec myslí, že úplatky rozdáva veľa ľudí v nemocnici, tým je viac pravdepodobné, že aj on dá úplatok.

Z uvedeného vyplýva, že zavádzanie, nových, inovatívnych spôsobov komunikácie so zainteresovanými stranami a využívanie libertariánsko-paternalistických riešení vychádzajúcich z psychologických faktorov konania jednotlivcov má pozitívny vplyv na správanie sa jednotlivcov a dosahovanie želaných výsledkov. Uvedené sa potvrdilo aj v prípade zavádzania behaviorálnych intervencií ako nástroja riešenia externalít spojených so spotrebou liekov.

Klasické komunikačné metódy využívajúce silu racionálnych argumentov, poznámok, stretnutí, dokonca aj donucovacie metódy, odhaľujú určité limity, ktoré možno prekonať využitím komunikácie zameranej na sociálne normy správania sa a pocitovú stránku konania jednotlivca (napr. informovanie jednotlivca ohľadom dátumu využitia jeho krvi konkrétnym darcom a poďakovanie za želateľné správanie riešiace negatívne externality). Pri komunikácii s partnermi sa tak komunikácia v prípade realizácie behaviorálnych intervencií zvyčajne zameriava na emocionálnu, kognitívnu, konatívnu a v prípade verejných služieb aj sociálnu zložku (vplyv sociálnych noriem na správanie sa jednotlivcov). Uvedené zložky sa využívajú najmä z toho dôvodu, že dokážu ovplyvniť správanie sa spotrebiteľov či dodávateľov verejných služieb (Thaler, Sunstein, 2010).

Pri realizácii behaviorálnych intervencií spojených so spotrebou/produkciou zdravotníckych služieb sme identifikovali niekoľko kľúčových aspektov (informačná asymetria, vplyv psychologických faktorov konania jednotlivca a pôsobenie heuristik na rozhodovanie jednotlivca). Informačná asymetria, ako jeden z hlavných faktorov ovplyvňuje spotrebu/produkcii zdravotníckych služieb (napr. v prípade zvýšenia miery povedomia ohľadom správnej likvidácie liekov predpokladáme pozitívny vplyv na zmenu správania sa jednotlivcov). Pri návrhu intervencie je nutné zobrať do úvahy aj psychologické faktory ovplyvňujúce konanie jednotlivca a heuristiky pôsobiace na jeho rozhodovanie. Uvedené je možné dosiahnuť pôsobením faktora „prednastavené možnosti“ (defaults) a pútavosť (salience), kde vhodnou dostupnosťou zberných miest (lekárni), možno prispieť k zmene správania sa jednotlivca a v konečnom dôsledku prispieť aj k redukcii nežiadúceho správania.

Jedným z problémov pri riešení znečistenia verejných priestranstiev v podobe farebného zvýraznenia žuvačiek je problém s presným vyhodnotením účinnosti. Ideálnym východiskovým bodom by bolo najprv farebne zvýrazniť žuvačky, následne

pristúpiť k ich odstráneniu s predstavením nákladov potrebných na ich odstránenie občanom, najlepšie prezentovaných ako náklady na hlavu a následne na vyčistenej komunikácii začať po určitom časovom odstupe sledovať znečisťovanie. Podobnú metodiku hodnotenia účinnosti navrhuje aj [tacklegumlittering.co.uk](http://tacklegumlittering.co.uk) (2022). Takýto postup však vyžaduje vysoké vstupné náklady na čistenie priestranstva. Nami navrhnutá intervencia, však v porovnaní s ich postupom, vyžadovala len minimálne vstupné náklady na nákup kriedového spreja. Na základe najvyššej koncentrácie žuvačiek je možné následne rozmiestniť odpadkové koše. Ako však ilustruje nasledovný obrázok, z realizácie poľného experimentu (Obrázok 10), nie vždy je prítomnosť odpadkového koša v danej oblasti rozhodujúca. V súvislosti so značením žuvačiek by do budúcnosti bolo vhodné doplniť v blízkosti lokality, v ktorej sa značili žuvačky aj oznam „Pozor, na zemi sú žuvačky!“, aby jednotlivci poznali dôvod striekania. Prípadne ako uvádza [tacklegumlittering.co.uk](http://tacklegumlittering.co.uk) (2022) doplniť v predmetnej lokalite plagáty, ktoré budú jednotlivcov nabádať k zahodeniu žuvačky do koša a nie na zem.



Obrázok 10 Farebné zvýraznenie žuvačiek v okolí odpadkového koša  
Zdroj: Vlastné spracovanie

Experimenty týkajúce sa znečistenia verejných priestranstiev cigaretovými ohorkami dosahujú, podobne ako experimenty týkajúce sa žuvačiek, rozdielnu mieru účinnosti v závislosti od toho, o aký experiment ide (od 4,44 po 80,6 % - Bernátová et al., 2019; Bobčíková, 2016; Curnow a Spehr, 2017; Hall a Campbell, 2020; Keep Britain Tidy, 2014; Selagea et al., 2016;). Výsledky experimentu preukázali, že postrčenie vo forme špakovníka na cigaretové ohorky prispelo k významnému zníženiu znečistenia na MHD zastávke. Do budúcnosti by mesto Banská Bystrica mohlo uvažovať aj o nahradení špakovníka trvalým odpadkovým košom umiestneným blízko schodov do stredoškolského internátu. Pre samotnú realizáciu behaviorálnej intervencie je nevyhnutné vhodné vybratie lokality, i keď rozdiel môže byť len niekoľko metrov. Pred samotným osadením môže byť vhodné určitú dobu sledovať danú lokalitu a frekvencie a smer pohybu jednotlivcov. Ak teda plánujeme osadiť koš v lokalite, v ktorej sa jednotlivci, resp. skupiny z dlhodobého hľadiska nemenia, (ako napr. priestranstvá pred strednými školami) je potrebné presne zvoliť miesto, kam sa koš osadí. V tomto prípade môžeme predpokladať, že bude na jednotlivcov v skupinách pôsobiť faktor sociálneho schválenia. Sledovaním, kde sa dané skupiny zdržiavajú, následne identifikujeme najväčšie ohniská znečistenia verejného priestranstva a taktiež trasy skupín alebo jednotlivcov. Akceptovaním daných faktorov je následne možné zvoliť vhodné miesto pre realizáciu behaviorálnej intervencie a osadenie odpadkového koša, čím dosiahneme vysokú účinnosť postrčenia.

Z hľadiska merania účinnosti odporúčame pred zavedením behaviorálnej intervencie, v kontrolnej fáze, najprv zrátať cigaretové ohorky, ktoré sa nachádzajú na zemi pred zavedením intervencie a následne dôsledne vyčistiť okolie. Po osadení koša vo vybranej lokalite následne odporúčame v pravidelných intervaloch dôkladne čistiť okolie osadenia koša a rátať cigaretové ohorky na miestnej komunikácii, spolu s rátaním cigaretových ohorkov (možno aj vizuálnym zhodnotením) v špakovníku. Do úvahy, pre jednoduchšie meranie, prichádza možnosť zistiť hmotnosť jedného cigaretového ohorku a tiež odvážiť všetky cigaretové ohorky vyhodené v koši. Následným zistením podielu hmotnosti jedného cigaretového ohorku, je možné zistiť koľko cigaretových ohorkov ( $\pm$ ) sa v koši nachádzalo. Pri tomto spôsobe merania intervencie je dôležité zohľadniť aj faktor počasia, nakoľko môže ovplyvniť výsledky intervencie. Je pravdepodobné, že keď bude počas celého sledovaného obdobia pršať, celková frekvencia pohybu jednotlivcov v okolí intervencie sa zníži, čo sa v konečnom dôsledku môže odzrkadliť na výsledku účinnosti intervencie.

Vhodnou intervenciou pre zníženie znečistenia verejného priestranstva, resp. doplnenie intervencie zameranej na riešenie znečistenia cigaretovými ohorkami, sú stopy vedúce k odpadkovým košom, či už vo forme nalepenia nálepiek alebo nastriekania stôp na miestnu komunikáciu, v závislosti od časových potrieb realizácie intervencie. V tomto prípade bude na jednotlivcov pôsobiť faktor priming (predpríprava), čo prispeje k účinnosti intervencie. Alternatívou pre stopy môžu byť jednoduché šípky, ktoré budú ukazovať na miesto, kde je osadený odpadkový kôš. Zaujímavým spôsobom realizovania tejto intervencie môže byť tiež využitie prvkov, ktoré svietia v tme. Za zníženej viditeľnosti ako napr. tma alebo šero by boli stopy alebo šípky dostatočne viditeľné. V prípade dlhodobého hľadiska odporúčame využitie spreja, avšak v prípade, že by išlo o zavedenie intervencie len príležitostne, napr. z dôvodu konania trhov, kedy bývajú osadené „príležitostné“ odpadkové koše, odporúčame využitie nálepiek. Nálepky splnia svoj účel krátkodobo a po konaní akcie ich viete odstrániť.

Ďalšie odporúčanie, ku ktorému sme dospeli počas realizácie experimentov, je zavedenie intervencie hneď po rekonštrukcii oblasti, akou je napr. nový asfalt, nová miestna komunikácia alebo nová lokalita. Ak je teda lokalita, chodník, park, ihrisko po rekonštrukcii alebo je v meste úplne nové, môže byť vhodné zaviesť intervenciu hneď na začiatku. Pokiaľ jednotlivcom hneď na začiatku ponúkne možnosť zachovať sa racionálne, vytvoríme u nich návyk a je teda pravdepodobné, že v tejto oblasti už na zem odpad nehodia<sup>21</sup>.

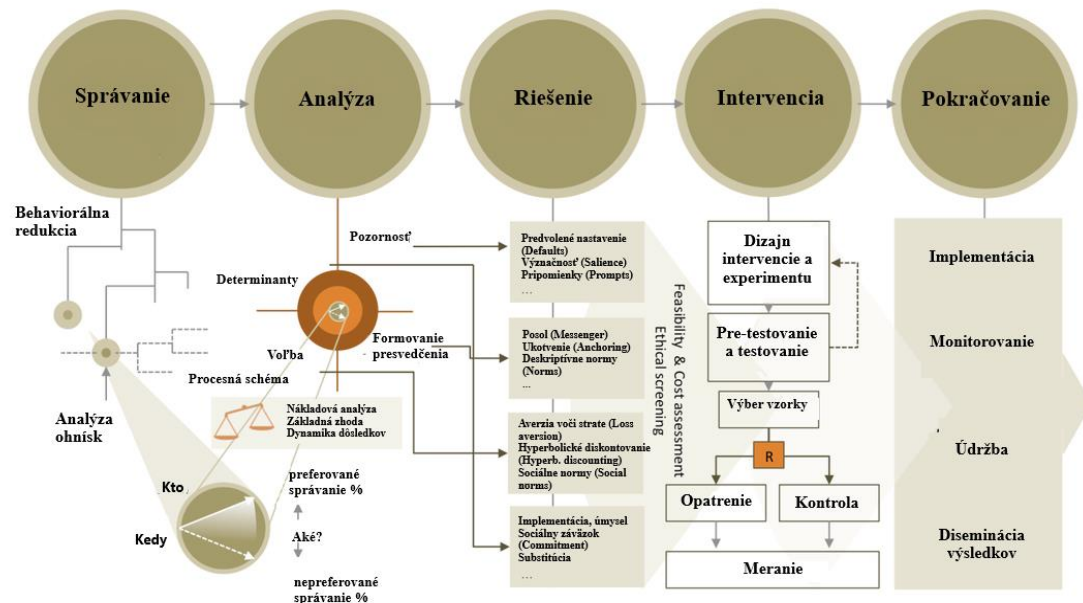
#### **7.2.1. Postup zavádzania behaviorálnej intervencie**

Pre realizáciu behaviorálnej intervencie, resp. postrčenia je vhodné dodržať niekoľko krokov vyplývajúcich z metodiky „BASIC framework“ (Hansen, 2018). Podľa Hansena (2018) BASIC poskytuje zastrešujúci rámec pre aplikáciu behaviorálnych poznatkov do verejnej politiky od návrhu až po samotnú realizáciu intervencie. Rámec BASIC je postavený na piatich fázach, ktorými sú B – správanie, A – analýza, S – stratégie, I – intervencie a C – zmena. Prvý krok BASIC sa začína tým, že si nájdete čas na zváženie politického, inštitucionálneho a politického kontextu, v

---

<sup>21</sup> Faktor defaults (prednastavená možnosť) z konceptu MINDSPACE (Dolan et al., 2016)

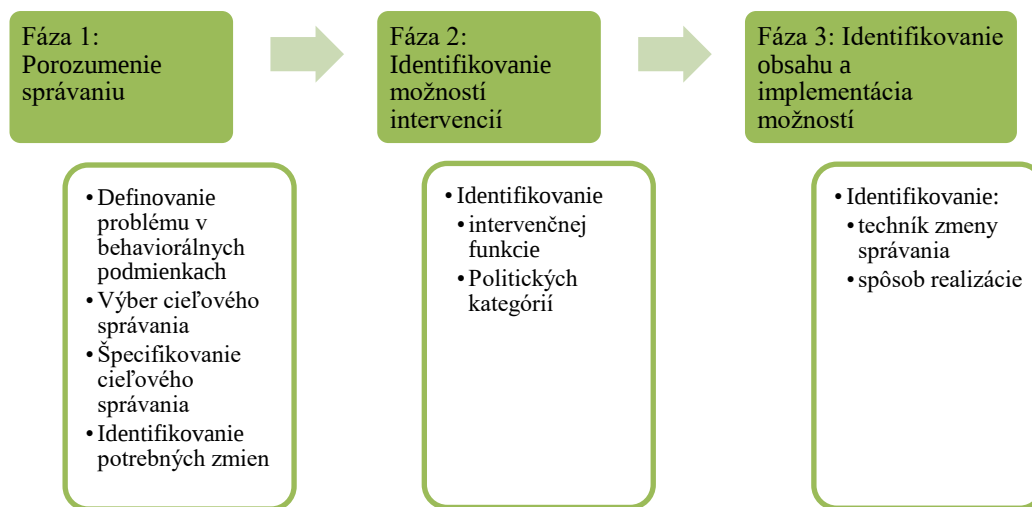
ktorom sa očakáva, že sa potenciálna intervencia uskutoční (Hansen, 2018). Rovnako je pri príprave dôležité zvažovať kľúčové princípy, ako sú definovanie problému, určenie cieľa politiky, ktorý by intervencia mohla pomôcť dosiahnuť, identifikácia údajov a informácií potrebných na definovanie problému a návrh riešení, zoradenie možných zásahov/náborov, zvažovanie potenciálnych vplyvov intervencie (Hansen, 2018) (Obrázok 11).



Obrázok 11 Proces BASIC  
Zdroj: Hansen, 2018

Fáza 1 sa zaoberá aplikáciou behaviorálnych poznatkov na začiatku politického cyklu s cieľom zamerať sa na zásadné behaviorálne problémy oproti systémovým problémom. Vo Fáze 1 je nutné si premyslieť odpovede na nasledujúce otázky: 1) Aké správanie je príčinou daného problému? 2) Na ktoré správanie by ste sa mali zamerať? 3) Aký je požadovaný výsledok? A 4) Aký je kontext formujúci cieľové správanie?

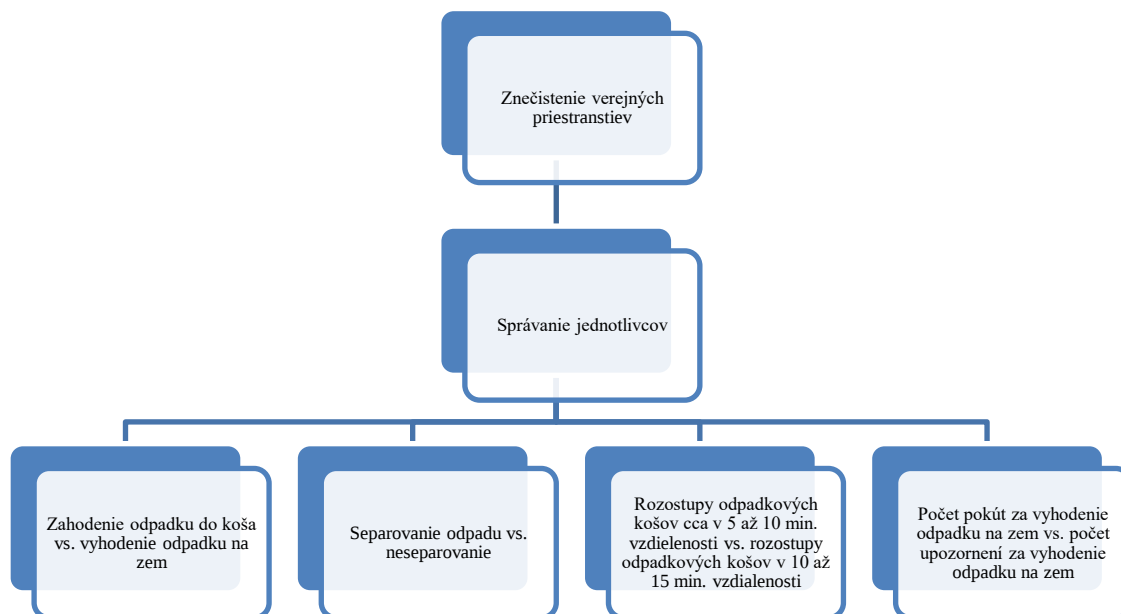
Pri začatí tvorby alternatívnych riešení problému je potrebné si presne definovať, aký behaviorálny problém reálne chceme riešiť (napr. zníženie znečistenia verejných priestranstiev, zníženie plytvania s vodou, zvýšenie separácie odpadu a pod.). Pokiaľ nie je dobre zadefinovaný problém, ani navrhovaná intervencia nemusí byť účinná (Obrázok 12).



Obrázok 12 Definovanie problému v behaviorálnych podmienkach

Zdroj: Michie, Atkins, West, 2014, s. 31.

Na identifikovanie konkrétnych správání, relevantných pre danú oblasť, je možné použiť behaviorálnu redukciu. Pomocou brainstormingu, či už jednotlivcov alebo predstaviteľov verejnej správy, organizácie a pod. je možné identifikovať behaviorálne aspekty daného problému. Platí, že nie každý identifikovaný problém musí byť psychologický, t. j. ak je chceme znížiť mieru nesprávne likvidovaných liekov, odstrániť neformálne platby v zdravotníctve alebo mať čistejšie verejné priestranstvá, je dôležité zamerať sa na správanie, ktoré môžeme zmeniť a nie na to, aké majú jednotlivci postoje, hodnoty k danému problému. Na nasledujúcom obrázku (Obrázok 13) je znázornená behaviorálna redukcia problému pre riešenie znečistenia verejných priestranstiev.



Obrázok 13 Príklad behaviorálnej redukcie

Pre rozhodnutie, ktoré zo správania by bolo vhodné riešiť, resp. zmeniť zavedením behaviorálnej intervencie je v prvom kroku vhodné zostaviť tzv. „filtročný“ dotazník. Daný dotazník môže byť pomôckou pre vytvorenie diskusie ohľadom výberu a identifikovania cieľového správania sa. Rozhodnutie o cieľovom správaní môže byť hodnotené na škále od 1 po 5, kde 1 bude určite nie a 5 určite áno. V tabuľke (Tabuľka 29) uvádzame príklady otázok, ktoré je možné použiť v dotazníku.

Tabuľka 29 Príklady otázok v dotazníku

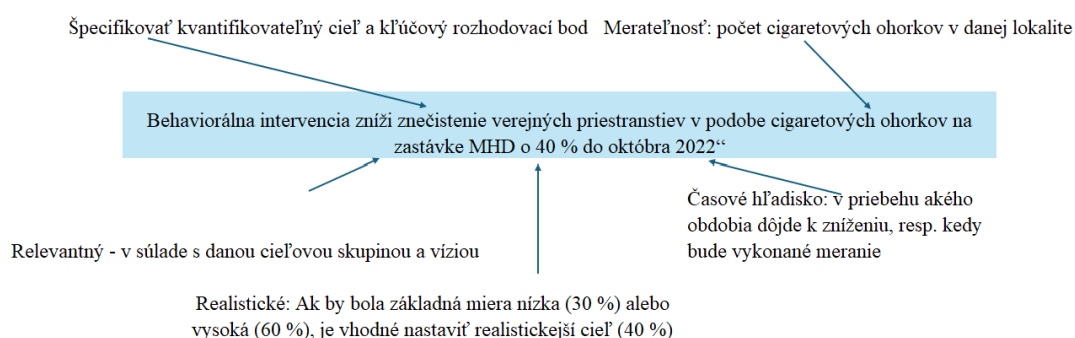
| Oblasť           | Príklad otázky                                                                                                                                                                                           |
|------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Dôležitosť       | Je zmena správania inštitucionálnou prioritou?                                                                                                                                                           |
| Etika            | Existujú potenciálne riziká alebo nepredvídateľné dôsledky pri snahe dosiahnuť požadované správanie? Sú tieto riziká rovnomerne rozdelené (t. j. pozitívne pre väčšinu, škodlivé pre menšinové skupiny)? |
| Vplyv            | Bude mať zmena správania významný spoločenský dosah?                                                                                                                                                     |
| Realizovateľnosť | Je daná intervencia politicky uskutočniteľná? Sú k dispozícii potrebné zdroje? Je táto zmena kontroverzná?                                                                                               |
| Prístup k údajom | Sú základné údaje ľahko dostupné? Je možné zbierať údaje na úrovni jednotlivcov alebo skupín?                                                                                                            |
| Frekvencia       | Vyskytuje sa dané správanie často? Existuje pre preferované správanie rozumná miera?                                                                                                                     |

Zdroj: OECD, 2019.

V prvom rade je nutné si identifikovať želaný výsledok. Pri znečisťovaní verejných priestranstiev hrá dôležitú úlohu environmentálny aspekt, napr. cigaretové

ohorky sa rozkladajú až 10 rokov a môžu mať vplyv aj na mieru klíčenia alebo zlepšenie kvality ovzdušia, teda predstavujú inštitucionálnu prioritu. Vhodné je dobre definovať konkrétny výsledok, ktorý by spĺňal požiadavky SMART 1) špecifické cieľové správanie (minimalizovanie zahadzovania odpadu na zem), 2) merateľné posúdenie a kvantifikácia výsledku (počet pred a po intervencii), 3) dosiahnuteľný (intervencia ovplyvní relevantné cieľové skupiny, napr. osoby čakajúce na MHD, študenti okolitých stredných škôl), 4) relevantný pre danú organizáciu (nižšie výdavky spojené s údržbou miestnych komunikácií a 5) časové hľadisko (dĺžka merania pred a po intervencii, resp. zavádzanie intervencií v čase letnej údržby miestnych komunikácií) (Obrázok 14).

Cieľ by mal byť stanovený nasledovne „Behaviorálna intervencia zníži znečistenie verejných priestranstiev v podobe cigaretových ohorkov na zastávke MHD o 40 % do októbra 2022“. Účinnosť jednotlivých intervencií zameraných na riešenie znečistenia verejných priestranstiev sa pritom pohybuje v rozsahu 15 % až 80 % (Bernátová et al., 2019; Bobčíková, 2016; Curnow a Spehr, 2017; Hall a Campbell, 2020; Huanq et al., 2019; Keep Britain Tidy, 2014; Selagea et al., 2016). Z hľadiska úrovne znečistenia, podľa prieskumov realizovaných na Slovensku (Stredanská, 2021), v Austrálii (Tom, 2022) a vo Veľkej Británii (Keep Britain Tidy, 2024) sa približne 20 až 40 % respondentov priznalo, že niekedy znečistilo verejné priestranstvo, resp. zahodilo odpad na zem. Uvedená intervencia by preto mohla prispieť k riešeniu znečistenia verejných priestranstiev.



Obrázok 14 Príklad SMART cieľa pre behaviorálnu intervenciu

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa OECD (2019)

Etické aspekty v prípade znečisťovania verejných priestranstiev a konkrétne so zavedením intervencie v podobe špakovníka sú spojené napr. s tým, či samotná intervencia v konečnom dôsledku nepodporuje jednotlivcov k fajčeniu. Z hľadiska

vplyvu je možné brať do úvahy potenciálne zníženie nákladov spojených s odstraňovaním znečistenia, či už vo forme zapájania aktivačných pracovníkov, alebo ako je to v prípade žuvačkového odpadu, nákladným odstránením žuvačiek z miestnych komunikácií. V prípade intervencie v podobe cigaretových ohorkov existuje relatívne jednoduchý spôsob merania, avšak ako sme zaznamenali pri zvyrazňovaní žuvačiek, pre presnejšie meranie ohľadom ich počtu, by bolo nutné uskutočniť ich podrobné odstránenie.

Po stanovení cieľa je vhodné pristúpiť k identifikovaniu správania cieľovej skupiny, rozhovormi alebo prieskumami s príslušnými zainteresovanými stranami a cieľovými osobami, pričom je vhodné využiť aj metódu pozorovania, keďže jednotlivci majú častokrát potrebu z dôvodu pôsobenia faktora ego zlepšovať obraz o sebe.

Fáza 2 sa zaoberá analýzou cieľového správania z pohľadu optiky behaviorálnej ekonómie. Pričom rozlišuje, či ide o výsledok pôsobenia Systému 1 (rýchleho), alebo naopak o výsledok Systému 2 (pomalého). Výsledkom sú identifikované faktory, resp. stratégie, ktoré poskytujú odborníkom usmernenia na identifikáciu, konceptualizáciu a navrhovanie intervencií vychádzajúcich z analyzovania správania sa jednotlivcov.

Mnohé problémy, ktoré rieši behaviorálna ekonómia, vyplývajú práve z pôsobenia Systému 1 a intuície. Výsledkom sú štyri aspekty správania, ktoré vedú ku skresleniam: 1) pozornosť (z ang. attention), 2) formovanie presvedčení (z ang. belief formation), 3) voľba (z ang. choice) a 4) odhodlanie (z ang. determination), tzv. ABCD rámeček. ABCD rámeček predstavuje odklon od vnímania racionálneho jednotlivca neoklasickou ekonomickou teóriou k vnímaniu jednotlivca s obmedzenou racionalitou reprezentujúcou behaviorálnu ekonomickú teóriu (Tabuľka 30).

Tabuľka 30 ABCD rámec

|                               | Racionálne správanie                                                                       | Psychologické aspekty správania                                                                        | Príklad                                                                                | Faktor MINDSPACE (Dolan et al., 2009) |
|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|
| <b>Pozornosť</b>              | Jednotlivci sa sústredia na to najdôležitejšie v kontexte svojich vedomostí a preferencií. | Pozornosť jednotlivcov je obmedzená a ľahko sa rozptýlia                                               | Pri výbere sa rozhodujú podľa toho, čo upúta ich pozornosť, napr. tovary vo výške očí. | Predpríprava: Priming                 |
| <b>Formovanie presvedčení</b> | Jednotlivci formujú svoje presvedčenia na základe logiky a pravdepodobnosti                | Ľudia sa spoliehajú na mentálne skratky a často preceňujú alebo podceňujú výsledky a pravdepodobnosti. | Nesprávne vyriešenie úlohy v dôsledku spoľahnutia sa na intuíciu v neznámom prostredí. | Stimuly: Incentives a Ego             |
| <b>Výber</b>                  | Jednotlivci si vyberajú s ohľadom na maximalizáciu očakávaného úžitku                      | Výber je ovplyvnený rámcovaním, sociálnym a situačným kontextom.                                       | Byť ovplyvnený názormi sociálneho okolia namiesto racionálnej voľby.                   | Normy: Norms                          |
| <b>Odhodlanie</b>             | Jednotlivci v prospech stanovených dlhodobých cieľov dodržiavajú svoj plán                 | Sebadisciplína je obmedzená a podlieha psychologickým skresleniam.                                     | Neúspech pri odvykaní od fajčenia.                                                     | Záväzky: Commitments                  |

Zdroj: Spracované podľa OECD, 2019

Jedným z problémov jednotlivcov je častokrát nedostatočná pozornosť. Behaviorálna intervencia by sa preto mala zameriavať na to, aby kľúčové informácie boli viditeľné, zrozumiteľné (farebné vyznačenie žuvačiek, QR kód na uhradenie poplatkov a daní, zvýraznenie dátumu podania daňových priznaní) a nedochádzalo k strate pozornosti v čase rozhodovania. V časti pozornosť by sme mali dostať odpoveď na nasledujúce otázky: „Je cieľový bod rozhodovania vhodne načasovaný a umiestnený do kontextu?“, „Sú jednotlivci pri rozhodovaní v primeranom duševnom rozpoložení?“, „Čo priťahuje pozornosť jednotlivcov v danom kontexte?“ a „Čo sa stane, ak ľudia v cieľovom bode rozhodovania nie sú pozorní? Existuje predvolený bezpečnostný mechanizmus?“ (OECD, 2019).

Jednotlivci v mnohých prípadoch nadhodnocujú svoj výkon, resp. sa častokrát spoliehajú na heuristiky, teda ako rýchlo si danú informáciu vyvolajú z pamäti. V časti formovanie presvedčení je pri návrhu behaviorálnej intervencie nutné zodpovedať si otázky ako „Aké sú predchádzajúce presvedčenia jednotlivcov“?, „Aké otázky usmerňujú ich vyhľadávanie?“ a „Ako kontext ovplyvňuje formovanie presvedčení?“ (OECD 2019).

Jednotlivci sú denno-denne vystavovaní mnohých voľbám, čo sa môže prejavovať na preťažnosti a výbere alternatívy, ktorá nemusí korešpondovať s potrebami jednotlivca. Podľa ekonomickej teórie, pokiaľ majú jednotlivci možnosť vybrať si napr. stratégiu čierneho pasažiera, rozhodnú sa ju vybrať s ohľadom na maximalizáciu ich úžitku. Výsledky výskumov Andreoni et al., (2016, 2017), Begg, Wiering (2006), Berlinski, Busso (2016), Muthová (2019) a iní naznačujú, že jednotlivci sa rozhodujú skôr na základe vnútorných faktorov a motivácie s tým, že „robíme správnu vec“, než na čisto materiálne alebo ekonomické stimuly. V súvislosti s tým je vhodné zodpovedať si pri návrhu behaviorálnej intervencie otázky ako: „Čo robí danú voľbu pre jednotlivcov atraktívnu?“ a „Ako sú voľby rámcované?“.

Posledným z východísk pri plánovaní behaviorálnej intervencie je uvedomenie si, že jednotlivci majú problém s dodržiavaním záväzkov, či už z nedostatočnej sily vôle, sebaregulácie a sebaovládania, alebo v spojitosti s diskomfortom dosiahnuť dlhodobý stanovený cieľ. Z toho dôvodu je pri návrhu intervencie vhodné zodpovedať otázky ako sú: „Aké sú kritické body vo vzťahu k želanému správaniu?“, „Je príliš jednoduché urobiť nesprávnu vec?“, „Majú jednotlivci plány a dostávajú spätnú väzbu?“ „Ako výkon a dosahovanie cieľov interagujú so sociálnym kontextom?“, „Zaväzujú sa jednotlivci k svojim dlhodobým cieľom súkromne alebo verejne?“ a „Aké očakávania takéto záväzky vytvárajú u ostatných?“ (OECD, 2019).

Na základe analýzy správania, dochádza vo fáze stratégie, k formovaniu návrhu behaviorálnej intervencie, ktorá bude riešiť existujúci problém, napr. v oblasti znečistenia verejných priestranstiev. V kapitole 2 sme priblížili aspekty a faktory ovplyvňujúce rozhodovanie a konanie jednotlivcov. Navrhovaná behaviorálna intervencia by mala byť relevantná pre dané cieľové skupiny (výber vhodnej otázky do špakovníka s ohľadom na cieľovú skupinu) a mala by upútať jednotlivca (farebné zvýraznenie žuvačky na miestnej komunikácii). Vhodným realizovaným experimentom zameraným na upútanie pozornosti je práve experiment Evans-Pritchard (2013), kde na letisku v Amsterdame bola v pánskych pisoároch nakreslená mucha, čo znížilo

znečistenie verejných toaliet približne o 80 %. Vhodným príkladom na upútanie pozornosti je aj zasielanie pripomienok, či už v prospech efektívnejšieho výberu daní alebo v prospech podpory darovania krvi. Pozornosť jednotlivcov je možné upútať aj využívaním podnetov v podobe vyskakovacích okien v online prostredí, resp. v prípade ak jednotlivec zvažuje darovanie krvi, môže ho takéto vyskakovacie okno presvedčiť, aby si zarezervoval termín. V mnohých prípadoch sa pri návrhu intervencií javí ako vhodné využiť predvolené nastavenie, napr. v prípade uzatvárania kontraktov s dodávateľom služby, resp. pre zvýšenie ochoty jednotlivcov darovať orgány, kedy je automaticky každý jednotlivec zaradený do zoznamu darcov orgánov. Na vylúčenie z tohto zoznamu si musí podať osobitnú žiadosť. Pozornosť jednotlivcov je možné upútať aj tým, čo už poznajú, napr. mnohé stránky orgánov verejnej správy sú častokrát neprehľadné. Riešením je preto prispôbiť tieto stránky tomu, čo jednotlivci poznajú z online prostredia u komerčných subjektov.

V prípade, že sa jednotlivec nevie s určitosťou rozhodnúť, je vhodné mu prezentovať danú situáciu z pohľadu ostatných „napr. 90 % ľudí platí dane včas“. Pokiaľ chceme intervenciou dosiahnuť zmenu správania, je nevyhnutné, aby bola voľba atraktívna, jednoduchá, zrozumiteľná a poskytovala spätnú väzbu.

V štvrtej fáze „Intervencia“ dochádza k samotnej realizácii a hodnoteniu úspešnosti realizovanej behaviorálnej intervencie. V tomto prípade sa porovnávajú výsledky kontrolnej a experimentálnej skupiny a hodnotí sa účinnosť. V tejto fáze sa rozhoduje, aký bude spôsob realizácie intervencie (napr. využitie digitálnych platforiem ako nákladovo-efektívnejšia alternatíva), testovanie v reálnych podmienkach, v prípade, že to nie je možné testovanie laboratórneho alebo online experimentu. Vhodné je zadefinovať riziká spojené s realizáciou intervencie a potenciálne nechcené výsledky intervencie.

V poslednej fáze sa rozhoduje o pokračovaní realizácie intervencie, zároveň sa hodnotí, či sa počiatočné predpoklady potvrdili alebo naopak nie (Hansen, 2018). V prípade úspešného naplnenia predpokladov je možné ďalej pokračovať v navrhovaní intervencie a aplikovať ju vo viacerých oblastiach. Naopak, ak sa intervenciou nepotvrdil vplyv na zmenu správania, je možné sa z výsledkov poučiť a do budúcnosti upraviť návrh intervencie.

V nami navrhovaných intervenciách sa potvrdil vplyv na zmenu správania účastníkov prieskumov. Výsledky z kapitoly 4. a 5. 1 sú však do istej miery ilustratívne, nakoľko neboli otestované v reálnom prostredí. V prípade ostatných je možné

predpokladať pozitívny vplyv na správanie sa jednotlivcov, resp. globálnu uplatniteľnosť danej intervencie.

## ZÁVER

Na jednotlivcov zo všetkých strán (televízia, internet, známi, rodina, priatelia a pod.) pôsobia rôzne faktory, ktoré vedome alebo nevedome zasahujú do ich rozhodovania. Už vieme, že jednotlivec častokrát nadhodnocuje svoje rozhodnutia, svoje správanie, svoje limity a schopnosti či už z dôvodu, že chce byť spoločnosťou ocenený, akceptovaný, túži po moci alebo reputácii, prípadne verí v spravodlivosť a v to, že len on ju môže zabezpečiť, alebo to robí kvôli svojmu dobrému pocitu, či akejsi „odplate“ spoločnosti (Hewston et al., 2002, Dolan et al., 2009).

Ak si uvedomíme všetky tieto faktory, ktoré vstupujú a vplývajú na rozhodovanie jednotlivca, je možné vďaka nim „kontrolovať“ a ovplyvňovať jeho rozhodovanie. Samozrejme nemáme na mysli manipulačné, direktívne metódy a techniky, ale metódy založené na „liberálnom paternalizme“, ktoré nie sú striktne dané a limitujúce. Zmienené metódy sú založené na odporúčaní a jemnom postrčení jednotlivca „správnym“ smerom, ktorý prispeje v konečnom dôsledku ku zvýšeniu jeho vlastného blahobytu.

Cieľom habilitačnej práce bolo rozšírenie štandardného pohľadu na rozhodovanie a konanie jednotlivca ako objektu štátnych intervencií daného optikou neoklasickej mikroekonómie o rozmer libertariánsko-paternalistickej etiky v behaviorálnej ekonómii skúmaním možností behaviorálnych intervencií v reálnych podmienkach. Metodologický rámec behaviorálnej ekonómie možno aplikovať pri identifikácii problému, zlyhania trhu (predmetu intervencie), tak aj pri navrhovaní vhodných riešení, resp. samotnej intervencie. Práca sa zameriavala práve na tieto aspekty – pri definovaní problému a predmetu intervencie sme rozšírili tradičný pohľad neoklasickej ekonómie o behaviorálne aspekty (teoretický prínos) a pri návrhu realizácie intervencie sme zohľadnili psychologické faktory, ktoré ovplyvňujú správanie jednotlivca ako objektu intervencie (praktický prínos).

Objektom skúmania boli vybrané oblasti využitia behaviorálnych intervencií, konkrétne manažment kontrahovania verejných služieb, behaviorálne intervencie v zdravotníctve ovplyvňujúce správanie jednotlivcov pri produkcii/spotrebe služieb zdravotnej starostlivosti a riešenie negatívnych externalít spojených so znečisťovaním verejných priestranstiev.

Vplyv behaviorálnych aspektov na konanie a rozhodovanie jednotlivcov sme skúmali viacerými typmi výskumných metód aplikovaných vo vybraných oblastiach

verejného sektora. Dotazníkový prieskum sme realizovali v oblasti manažmentu kontrahovania miestnych verejných služieb s cieľom identifikovať behaviorálne prvky vo vzťahu medzi obstarávateľom a dodávateľom, ktoré presahujú tradičný neoklasický rámec teórie principal-agent. Experimentálny prieskum formou informačných kampaní sme využili v sektore zdravotníctva na odhalenie behaviorálnych aspektov korupcie, pričom sme opäť prekročili hranice neoklasického pohľadu prostredníctvom teórie principal-agent a konceptu „postrčenia“ (nudging) ako nástroja na riešenie externalít spojených s produkciou/spotrebou zdravotnej starostlivosti. V prípade znečisťovania verejných priestranstiev sme realizovali poľný experiment, v ktorom bol koncept nudgingu využitý ako inovatívny nástroj na zmiernenie negatívnych externalít.

Pre oblasť manažmentu kontrahovania sme si stanovili nasledovnú výskumnú otázku: Využitie poznatkov behaviorálnej ekonómie v manažmente kontrahovania má pozitívny vplyv na charakter vzťahu medzi dodávateľom a odberateľom. Na základe realizácie dotazníkového prieskumu na vzorke 54 samospráv sme zistili, že v konečnom dôsledku nedochádza k zmene vzťahu z konkurenčného na partnerský, pretože ak je služba zabezpečovaná externe, oslovené miestne samosprávy sa pri daných tvrdeniach, resp. stanovených behaviorálnych faktoroch vyjadrili skôr nesúhlasne. Pri internom zabezpečovaní služby je vyšší predpoklad zmeny postojov a správania sa zamestnancov.

Druhá výskumná otázka bola stanovená pre oblasť zdravotníctvo a realizáciu behaviorálnych intervencií (realizácia troch dotazníkových prieskumov postavených na metodike experimentálneho prieskumu). Zistili sme, že realizácia jednotlivých behaviorálnych intervencií vychádzajúcich z psychologických motívov konania jednotlivcov pri spotrebe zdravotníckych služieb by mohla prispieť k riešeniu daného problému (Výskumná otázka č. 3: Akým spôsobom je možné využitím behaviorálnej ekonómie v zdravotníctve znížiť mieru neformálnych platieb pri spotrebe zdravotníckych služieb?), resp. prispela k vyššej miere informovanosti ohľadom správnej likvidácie liekov a liekov po expirácii (Výskumná otázka č. 4: Akým spôsobom je možné využitím behaviorálnej ekonómie v zdravotníctve zvýšiť informovanosť jednotlivcov o správnej likvidácii liekov a liekov po expirácii).

V oblasti riešenia znečistenia verejných priestranstiev sme zodpovedali stanovené výskumné otázky: „Využitie behaviorálnej intervencie v podobe farebného zvýraznenia žuvačiek prispieva k zníženiu znečistenia verejného priestranstva

žuvačkami“ a „Využitie behaviorálnej intervencie v podobe špakovníka prispieva k zníženiu znečistenia verejného priestranstva cigaretovými ohorkami“.

Môžeme konštatovať, že výskumná otázka: Jednotlivci sú pri rozhodovaní a konaní ovplyvnení psychologickými faktormi, pôsobiacimi na nich počas ich rozhodovania, je potvrdená, nakoľko pozitívny vplyv behaviorálnych intervencií, postavených na princípoch behaviorálnej ekonómie a psychologických faktoroch ovplyvňujúcich konanie a rozhodovanie jednotlivcov sa potvrdil vo všetkých skúmaných oblastiach.

Znamená to, že všetky nami navrhované intervencie by mohli v menšom alebo väčšom rozsahu pôsobiť na rozhodovanie a konanie jednotlivcov, na ich správanie ale aj postoje. Intervencie zamerané na oblasť manažmentu kontrahovania služieb môžu viesť k zmene vzťahu medzi dodávateľom a obstarávateľom, v prípade poskytovania užívateľsky priateľských služieb, vybudovania dôvery a zdieľania hodnôt. Avšak to bude vyžadovať zmenu architektúry výberu novým stanovením zmluvných podmienok a zapojenie Systému 2, kedy namiesto výberu pútavej ponuky s najnižšou cenou, bude naopak, vybraná ekonomicky najvýhodnejšia ponuka. Súčasne bude nutná zmena vnímania na oboch stranách.

V prípade zavádzania behaviorálnych intervencií v zdravotníctve je možné očakávať zmenu správania, resp. redukciu nežiadúceho správania či už v zmysle zníženia miery neformálnych platieb v zdravotníctve a nesprávnej likvidácie liekov.

Intervencie v oblasti riešenia znečistenia verejných priestranstiev taktiež naznačujú, že pokiaľ je zvolená vhodná intervencia, dochádza k zmene správania. Samozrejme, môže byť ovplyvnená aj ďalšími faktormi, ako sú počasie, mesiac realizácie intervencie, vhodnosť cieľovej skupiny.

Intervencie, resp. postrčenia nie sú samozrejme všemocným liekom na všetko. Ako sme poukázali aj v prípade riešenia znečistenia verejných priestranstiev, ich efekt je v niektorých prípadoch krátkodobý, resp. môže byť problém s ich meraním. Avšak musíme si uvedomiť, že aj vo vzťahu k dosiahnutým výsledkom je rozdiel zaviesť paternalistickú intervenciu v podobe nového kamerového systému a dokonalého systému monitoringu využívajúceho umelú inteligenciu za niekoľko sto tisíc až miliónov eur a zaviesť intervenciu na princípe libertariánskeho paternalizmu, vyžadujúcu náklady na kúpu niekoľkých sprejov v jednotkách až desiatkach eur. Z toho aj efekt bude určite menší. Výhodou behaviorálnej intervencie však je, že napomáha u jednotlivca zmeniť tzv. status quo (pôsobenie faktora defaults, tzv. prednastavenej

možnosti), kedy ak zmeníme zvyky jednotlivcov, je možné očakávať pozitívny účinok behaviorálnej intervencie.

Veríme, že jednotlivci sú ochotní správať sa iným spôsobom a táto zmena nevyžaduje veľké investície. Samozrejme, nájdú sa aj takí, ktorí budú behaviorálne intervencie, resp. postrčenia zo zásady odmietať. Keďže však ide o intervencie, využívajúce princíp libertariánskeho paternalizmu, žiadny z jednotlivcov nebude nútený urobiť zmenu, ale bude sa mať možnosť rozhodnúť, či ho dané postrčenie nasmeruje „správnym“ smerom, alebo nie.

Otázne však zostáva, ako architekti výberu určia, čo je správna možnosť, resp. pokiaľ budú mať takúto zodpovednosť, či skutočne vyberú pre jednotlivcov alebo spoločnosť tú najlepšiu alternatívu? Podľa Slobodu et al. (2022) pre definovanie optimálnych alternatív je nevyhnutné, aby existovalo inštitucionálne prostredie, ktoré nasmeruje architektov voľby k nadizajnovaniu alternatívy dosahujúcej očakávané výsledky so zohľadnením časových, informačných a iných obmedzení. Tieto obmedzenia by mali architekti výberu, spolu s emocionálnym aspektom rozhodovania, vziať pri navrhovaní intervencií do úvahy, avšak v praxi sa často stáva, že práve emocionálny aspekt nehrá dôležitú rolu.

Tak, ako poukazuje John et al. (2015), behaviorálne intervencie si pre úspešné realizovanie vyžadujú aj zapojenie verejnej politiky, avšak na druhej strane, intervencie pracujú najlepšie vtedy, keď vláda nie je priamo zapojená. Jednotlivci sú ochotnejší spolupracovať, pokiaľ intervencia prichádza od dôveryhodnej tretej strany, ako od samotnej vlády.

Niektoré zo spomenutých limitov nie sú dôvodom, aby sa štáty vyhýbali využívaniu intervencií pri riešení rôznych situácií. Naopak, majú za cieľ skôr informovať, aké limity môžu intervencie mať a vhodnou architektúrou výberu, by ich malo byť možné vo väčšej miere eliminovať.

## CONCLUSION

Individuals are constantly influenced by various factors—from television, the internet, acquaintances, family, friends, and others—which consciously or unconsciously affect their decision-making. It is well established that individuals often overestimate their decisions, behaviours, limitations, and abilities—whether due to a desire for social recognition and acceptance, a pursuit of power or reputation, a belief in justice and the conviction that only they can deliver it, or simply for the sake of personal satisfaction or a form of “payback” to society (Hewston et al., 2002; Dolan et al., 2009).

Recognizing all these factors that influence individual decision-making makes it possible to “control and influence” such decisions. This does not refer to manipulative or directive methods, but rather to approaches grounded in “libertarian paternalism”—methods that are non-restrictive and non-coercive. These techniques rely on recommendation and gentle nudging of individuals in a “right” direction, which ultimately contributes to improving their own well-being.

The aim of this habilitation thesis was to expand the standard view of individual decision-making and behavior—as an object of government intervention under the lens of neoclassical microeconomics—by incorporating the ethical dimension of libertarian paternalism within behavioural economics, and by exploring the potential of behavioural interventions under real-world conditions. The methodological framework of behavioural economics can be applied not only to the identification of a problem or market failure (i.e., the subject of intervention) but also to the design of appropriate solutions or the intervention itself. This thesis specifically addresses these aspects—complementing the traditional neoclassical economic approach with behavioural components in the definition of the problem and subject of intervention (theoretical contribution), and incorporating psychological factors affecting individual behavior when designing and implementing the intervention (practical contribution).

The research focused on selected areas of behavioural intervention application: the management of public service contracting, behavioural interventions in healthcare influencing individual behavior, and the mitigation of public space pollution.

We examined the influence of behavioural aspects on individual decision-making and actions using various research methods applied in different areas of the public sector. A questionnaire survey was conducted in the area of local public service

contracting, aiming to identify behavioural elements in the relationship between procurer and supplier that go beyond the traditional neoclassical principal-agent framework. An experimental study using informational campaigns was implemented in healthcare to uncover behavioural aspects of corruption, again exceeding the neoclassical perspective through the principal-agent theory and the concept of "nudging" as a tool for addressing externalities linked to healthcare consumption/production. In the case of public space pollution, a field experiment was conducted where the nudging concept was used as an innovative tool to reduce negative externalities.

For the area of public service contracting, the following research question was posed: Does the application of behavioural economics knowledge in contract management positively affect the nature of the relationship between provider and procurer? Based on a questionnaire survey of 54 municipalities, we found that, ultimately, the relationship did not shift from competitive to partnership-based. When services are outsourced, local governments tended to disagree with the statements and behavioural factors presented. In cases of internal service provision, there is a higher likelihood of changing employee attitudes and behavior.

The second research question was formulated within the domain of healthcare and the implementation of behavioural interventions, specifically through the execution of three questionnaire-based surveys designed according to the methodology of experimental research. The findings suggest that behavioural interventions based on psychological motivations influencing individuals' behavior in the consumption of healthcare services may contribute to addressing the identified issue (Research Question 3: How can behavioural economics be used in healthcare to reduce the incidence of informal payments in the consumption of healthcare services?). Moreover, such interventions have also contributed to increased awareness regarding the proper disposal of unused and expired medications (Research Question 4: How can behavioural economics be used in healthcare to increase individuals' awareness of the correct disposal of unused and expired medicines?).

In the area of public space pollution, we addressed two research questions: "Does the use of a behavioural intervention in the form of highlighting chewing gum with colored markings help reduce gum litter in public spaces?" and "Does the use of a behavioural intervention in the form of cigarette-butt bins help reduce littering with cigarette butts in public areas?"

We can conclude that the research question—whether individuals are influenced in their decision-making and behavior by behavioural factors acting upon them—was confirmed. The positive impact of behavioural interventions, based on principles of behavioural economics and behavioural influences on individuals' decision-making and behavior, was demonstrated across all the studied areas.

This means that all of our proposed interventions could, to a greater or lesser extent, affect individual decision-making and behavior, including their attitudes. Interventions targeting contract management could potentially change the nature of the supplier–procurer relationship, particularly in cases of user-friendly service provision, trust-building, and shared values. However, such a change would require redesigning the choice architecture through new contract conditions and the engagement of System 2—shifting the selection from an appealing lowest-price offer to one that is economically most advantageous. This would also necessitate a mindset shift on both sides of the relationship.

In the case of implementing behavioural interventions in healthcare, behavioural change is also expected—such as a reduction in undesirable behaviours, including informal payments, improper medicine disposal, and increased willingness to donate blood.

Interventions aimed at reducing public space pollution also suggest that appropriate nudges lead to behavioural change. Naturally, their effectiveness can be influenced by external factors such as weather, the time of year, or the suitability of the targeted group.

Nudges are, of course, not a universal remedy. As shown in the case of public space pollution, their effects may be short-lived or difficult to measure. However, it's essential to consider the cost-benefit trade-off. There's a substantial difference between implementing a paternalistic intervention like installing an AI-enabled surveillance system worth hundreds of thousands to millions of euros, and a libertarian paternalist intervention requiring a few cans of spray paint costing just a few euros. Naturally, the impact will differ. Nevertheless, a key advantage of behavioural interventions is their ability to alter the individual's status quo through default effects. When habitual behaviours change, a lasting positive effect is more likely.

We believe individuals are willing to change their behavior, and such change does not require large investments. Of course, there will always be those who categorically reject behavioural interventions or nudges. However, because these interventions are

rooted in the principles of libertarian paternalism, no individual is forced to change—instead, they are merely offered the opportunity to be nudged in a “right” direction.

What remains an open question is how choice architects determine what constitutes the “right” option, and whether those entrusted with this responsibility will truly select the best alternative for individuals or society as a whole. According to Pavlovský et al. (2022), defining optimal alternatives requires an institutional environment that guides choice architects toward designing alternatives that produce expected outcomes, while considering time, information, and other constraints. These constraints, along with the emotional dimension of decision-making, should be accounted for in the design of interventions. Yet in practice, the emotional factor is often overlooked.

As John et al. (2015) point out, successful behavioural interventions require engagement from public policy. At the same time, however, interventions tend to work best when not directly implemented by the government. Individuals are more likely to cooperate when the intervention comes from a trusted third party rather than the government itself.

The mentioned limitations should not discourage governments from using behavioural interventions to address various societal challenges. Rather, they serve to highlight potential limits and underscore the importance of well-designed choice architecture to effectively mitigate them.

## ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

1. Aarts, H., & Dijksterhuis, A. (2003). The silence in library: Environment, situational norm, and social behaviour. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 18–28.
2. Aboutorabi, A., Ghiasipour, M., Rezapour, A., Pourreza, A., Sarabi Asiabar, A., & Tanoomand, A. (2016). Factors affecting the informal payments in public and teaching hospitals. *Medical Journal of the Islamic Republic of Iran*, 30(1), 26–35.
3. Adena, M., & Huck, S. (2017). Matching donations without crowding out? Some theoretical considerations, a field, and a lab experiment. *Journal of Public Economics*, 148, 32–42.
4. Ahmed, A., & Azim, A. (2015). Control of corruption in healthcare. *Indian journal of medical ethics*, 12(4), 230–232. <https://doi.org/10.20529/IJME.2015.060>
5. Akçay, S. (2006). Corruption and human development. *Cato Journal*, 26(1), 29–48.
6. Akerlof, G. A. (1980). A theory of social custom, of which unemployment may be one consequence. *Quarterly Journal of Economics*, 94(2), 749–775.
7. Alesina, A., & La Ferrara, E. (2000). Participation in heterogeneous communities. *Quarterly Journal of Economics*, 115(3), 715–753.
8. Alexander-Scott, M., Bell, E., & Holden, J. (2016). Shifting social norms to tackle violence against women and girls. Guidance note, DFID.
9. Allcott. (2009). Social norms and energy conservation. *Journal of Public Economics*, 95(9–10), 1082–1095. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2011.03.003>
10. Alm, J., & Jacobson, S. (2007). Using laboratory experiments in public economics. *National Tax Journal*, 60(1), 129–152.
11. Alpízar, F., & Gsottbauer, E. (2015). Reputation and household recycling practices: Field experiment in Costa Rica. *Ecological Economics*, 120, 366–375.
12. Anderson, J., & Gray, C. W. (2000). Anti-corruption in transition: A contribution to the policy debate. World Bank. <https://documents1.worldbank.org/curated/en/224841468777288046/pdf/287700Local0la1icorruption0Slovakia.pdf>
13. Andreasen, A. R. (2002). Marketing social marketing in the social change marketplace. *Journal of Public Policy & Marketing*, 21(1), 3–13.
14. Andreoni, J. (1989). Giving with impure altruism: Applications to charity and Ricardian equivalence. *Journal of Political Economy*, 97(6), 1447–1458.
15. Andreoni, J. (1990). Impure altruism and donations to public goods. *Economic Journal*, 100(401), 464–477.
16. Andreoni, J. (1995). –Glow versus cold-prickle: The effects of positive and negative framing on cooperations in experiments. *Quarterly Journal of Economics*, 110(1), 1–21.
17. Andreoni, J. (1998). Toward a theory of charitable fund-raising. *Journal of Political Economy*, 106(6), 1186–1213.

18. Andreoni, J. (2006). Philanthropy. In S. C. Kolm & J. M. Ythier (Eds.), *Handbook of the Economics of Giving, Altruism and Reciprocity* (Vol. 2, pp. 1201–1269). Elsevier Science.
19. Andreoni, J., & Brownback, A. (2017). All pay auctions and group size: Grading on a curve and other applications. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 137, 361–373
20. Andreoni, J., & Croson, R. (1998). Partners versus strangers: Random rematching in public goods experiments. In C. Plott & V. Smith (Eds.), *Handbook of experimental economic results* (pp. 776–783). North Holland.
21. Andreoni, J., & Payne, A. (2011). Is crowding out due entirely to fundraising? Evidence from a panel of charities. *Journal of Public Economics*, 95, 334–343.
22. Andreoni, J., & Petrie, R. (2008). Beauty, gender, and stereotypes: Evidence from laboratory experiments. *Journal of Economic Psychology*, 29, 73–93.
23. Andreoni, J., Koessler, A., & Serra-Garcia, M. (2018). Who gives? On empathy and impulsiveness. *EconStor Preprints*, 194100.
24. Andreoni, J., Payne, A. A., Smith, J., & Karp, J. (2016). Diversity and donations: The effect of religious and ethnic diversity on charitable giving. *Journal of Economic Behaviour & Organization*, 128, 47–58.
25. Andreoni, J., Rao, J. M., & Trachtman, H. (2017). Avoiding the ask: A field experiment on altruism, empathy, and charitable giving. *Journal of Political Economy*, 125(3), 625–653.
26. Apgar, W., & Brown, H. J. (1987). *Microeconomics and public policy*. London, England: Scott, Foresman and Company.
27. Ariely, D. (2009). *Jak drahé je zdarma?* Praha, Czech Republic: Práh.
28. Ariely, D., & Kreisler, J. (2018). *Psychológia peňazí: Akých omylov sa dopúšťame pri uvažovaní o peniazoch a ako útrácať rozumnejšie*. Premedia.
29. Ariffin, M., & Zakili, T. S. T. (2019). Household pharmaceutical waste disposal in Selangor, Malaysia—policy, public perception, and current practices. *Environmental Management*, 64(4), 509–519. 10.1007/s00267-019-01199-y
30. Arrow, K. J. (1985). The economics of agency. In J. W. Pratt & J. Zeckhauser (Eds.), *Principals and agents: The structure of business* (pp. 37–51). Boston: Harvard Business School Press
31. Bahr, D. B., Browning, R. C., Wyatt, H. R., & Hill, J. O. (2009). Exploiting social networks to mitigate the obesity epidemic. *Obesity*, 17(4), 723–728.
32. Bailey, S. J. (1999). *Local Government Economics: Principles and Practice*. London: Red Globe Press.
33. Balabanova, D., & McKee, M. (2002). Understanding informal payments for health care: The example of Bulgaria. *Health Policy*, 62(3), 243–273. [https://doi.org/10.1016/S0168-8510\(02\)00027-9](https://doi.org/10.1016/S0168-8510(02)00027-9)
34. Bani, M., & Strepparava, M. G. (2011). Motivation in Italian whole blood donors and the role of commitment. *Psychology, Health & Medicine*, 16(6), 641–649. <https://doi.org/10.1080/13548506.2011.569731>

35. Bargh, J. A., Gollwitzer, P. M., Lee-Chai, A., Barndollar, K., & Trötschel, R. (2001). The automated will: Nonconscious activation and pursuit of behavioural goals. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81(6), 1014–1027.
36. Barron, J. M., & Paulson-Gjerde, K. (1997). Peer pressure in an agency relationship. *Journal of Labor Economics*, 15(2), 235–254.
37. Bauhr, M., & Nasiritousi, N. (2011). Why pay bribes? Collective action and anti-corruption efforts. Gothenburg: The QoG Institute. Bauhr, M. (2017). Need or greed? Conditions for collective action against corruption. *Governance*, 30(4), 561-581. <https://doi.org/10.1111/gove.12232>
38. Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (2000). The need to belong: On the automaticity of higher mental processes. *Psychological Bulletin*, 126(6), 925–945.
39. BBC. (2012a). Dog mess to be spray-painted pink by West Dunbartonshire Council. *BBC News*.
40. BBC. (2012b). Spray-painting reduces dog fouling by almost three-quarters. *BBC News*. Retrieved from <https://www.bbc.com/news/uk-england-berkshire-19064119>.
41. BBC. (2013a). Boston Council 'flags up' dog dirt to shame pet owners. *BBC News*.
42. BBC. (2013b). Eight radical solutions to the problem of dog mess. *BBC News*. Retrieved from <https://www.bbc.com/news/magazine-22853270>.
43. BBC. (2020, March 12). Chewing gum spray-painted by Salisbury City Council. *BBC News*. Retrieved from <https://www.bbc.com/news/uk-england-wiltshire-51854098>.
44. Becker, G. S. (1997). *Teorie preferencí*. Praha, Czech Republic: Liberální institut.
45. Behavioural Insights Team. (2015). *EAST: Four simple ways to apply behavioural insight*. Cabinet Office. Retrieved from [https://www.bi.team/wp-content/uploads/2015/07/BIT-Publication-EAST\\_FA\\_WEB.pdf](https://www.bi.team/wp-content/uploads/2015/07/BIT-Publication-EAST_FA_WEB.pdf).
46. Bekker, C. L., Gardarsdottir, H., Egberts, A. C. G., Molenaar, H. A., Bouvy, M. L., van den Bemt, B. J. F., & Hövels, A. M. (2019a). What does it cost to redispense unused medications in the pharmacy? A micro-costing study. *BMC Health Services Research*, 19(1), 243. <https://doi.org/10.1186/s12913-019-4065-6>
47. Bekker, C. L., van den Bemt, B. J. F., Egberts, T. C. G., Bouvy, M. L., & Gardarsdottir, H. (2019b). Willingness of patients to use unused medication returned to the pharmacy by another patient: A cross-sectional survey. *BMJ Open*, 9(5), e024767. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2018-024767> Utrecht University
48. Bekkers, R. (2006). Keeping the faith: Origins of confidence in charitable organizations and its consequences for philanthropy. *NCVO/VSSN Researching the Voluntary Sector Conference*, Warwick University.
49. Bekkers, R., & Wiepking, P. (2006). To give or not to give, that is the question: How methodology is destiny in Dutch giving data. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 35(3), 533–540.

50. Bekkers, R., & Wiepking, P. (2010). A literature review of empirical studies of philanthropy: Eight mechanisms that drive charitable giving. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 40(5), 924–973.
51. Bel, G., Fageda, X., & Warner, M. E. (2010). Is private production of public services cheaper than public production? A meta-regression analysis of solid waste and water services. *Journal of Policy Analysis and Management*, 29(3), 553–577. <https://doi.org/10.1002/pam.20509>
52. Bennett, C., Ferlie, E. 1996. Contracting in Theory and in Practice: Some Evidence from the NHS. *Public Administration*, 74, 49-66.
53. Berlinski, S., & Busso, M. (2016). How much are we willing to contribute for better educational outcomes? Evidence from a survey experiment. *Economic Inquiry*, 54(1), 63–75.
54. Bernatová, N., Šucha, M., & Plevka, M. (2019). *Záverečná správa z realizovanej behaviorálnej intervencie: Znečistenie verejných priestranstiev*. Retrieved from [https://www.civitacenter.sk/wp-content/uploads/2020/02/Sprava\\_03Znečistenie\\_VP\\_web.pdf](https://www.civitacenter.sk/wp-content/uploads/2020/02/Sprava_03Znečistenie_VP_web.pdf).
55. Bettington, E., Spinks, J., Kelly, F., Gallardo-Godoy, A., Nghiem, S., & Wheeler, A. J. (2018). When is a medicine unwanted, how is it disposed, and how might safe disposal be promoted? Insights from the Australian population. *Australian Health Review*, 42(6), 709–717. 10.1071/AH16296
56. Bingel, U., & Wiech, K. (2024). Informing about side effects: Putting patients (preferences) first. *Pain*, 165(2), 252–253. <https://doi.org/10.1097/j.pain.0000000000003096PMC>
57. Blaker, N. M., Rompa, I., Dessing, I. H., Vriend, A. F., Herschberg, C., & Van Vugt, M. (2013). The height leadership advantage in men and women: Testing evolutionary psychology predictions about the perceptions of tall leaders. *Group Processes & Intergroup Relations*, 16, 7–27.
58. Blau, P. M. (1964). *Exchange and power in social life*. New York, NY: John Wiley and Sons.
59. Blomqvist, P., & Winblad, U. (2020). Contracting out welfare services: How are private contractors held accountable? *Public Management Review*, 24(2), 233–254. <https://doi.org/10.1080/14719037.2020.1817530>
60. Bobčíková, N. (2016). *Nudge and behaviour change: Smoking experiment on Bratislava main station* [Master's thesis, Comenius University Bratislava].
61. Bochet, O., Page, T., & Putterman, L. (2006). Communication and punishment in voluntary contribution experiments. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 60, 11–26.
62. Bolkan, S. S., & Anderson, P. A. (2009). Image induction and social influence: Explication and initial tests. *Basic and Applied Social Psychology*, 31, 317–324.
63. Bound, J. P., & Voulvoulis, N. (2005). Household disposal of pharmaceuticals as a pathway for aquatic contamination in the United Kingdom. *Environmental Health Perspectives*, 113(12), 1705–1711. 10.1289/ehp.8315

64. Boureau, Y. L., Sokol-Hessner, P., & Daw, N. D. (2015). Deciding how to decide: Self-control and meta-decision making. *Trends in Cognitive Sciences*, 19, 700–710. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2015.08.013>
65. Brown, E., & Ferris, J. M. (2007). Social capital and philanthropy: An analysis of the impact of social capital on individual giving and volunteering. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 36, 85–99.
66. Brown, J., Hossain, T., & Morgan, J. (2010). Shrouded attributes and information suppression: Evidence from field experiments. *Quarterly Journal of Economics*, 125(2), 859–876.
67. Brown, T. L., Potoski, M. 2003. Contract–Management Capacity in Municipal and County Governments. *Public Administration Review*, 63, 153-164..
68. Buchanan, J. (1998). *Veřejné finance v demokratickém systému*. Praha, Czech Republic: Computer Press.
69. Buchanan, J. M. (1999). *The demand and supply of public goods*. Indianapolis, IN: Liberty Fund.
70. Camargo, C. B., Gadenne, V., Mkoji, V., Perera, D., Persian, R., Sambaiga, R., & Stark, T. (2020). *Using behavioural insights to reduce gift giving in a Tanzania public hospital: Findings from a mixed-methods evaluation*. Basel: Institute on Governance. Retrieved May 10, 2023, from [https://baselgovernance.org/sites/default/files/2022-09/220908\\_tz\\_technical\\_report.pdf](https://baselgovernance.org/sites/default/files/2022-09/220908_tz_technical_report.pdf)
71. Camerer, C. F. (2003). *Behaviouralgame theory: Experiments in strategic interaction*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
72. Caporael, L. R., Dawes, R. M., Orbell, J. M., & Van der Kragt, A. (1989). Selfishness examined: Cooperation in the absence of egoistic incentives. *Behavioural and Brain Science*, 12, 683–739.
73. Carpenter, J. P. (2007). Punishing free-riders: How group size affects mutual monitoring and the provision of public goods. *Games and Economic Behavior*, 60, 31–51.
74. Carpenter, J. P., & Myers, C. K. (2010). Why volunteer? Evidence on the role of altruism, image, and incentives. *Journal of Public Economics*, 94, 911–920.
75. Cavalluzzo, K. S., & Ittner, C. D. (2004). Implementing performance measurement innovations: evidence from government. *Accounting, Organizations* [https://doi.org/10.1016/S0361-3682\(03\)00013-8](https://doi.org/10.1016/S0361-3682(03)00013-8) and
76. Cialdini, R. B. (2003). Crafting normative messages to protect the environment. *Current Directions in Psychological Science*, 12(4), 105–109. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.01242>
77. Cialdini, R. B. (2009). *Influence: The psychology of persuasion*. HarperCollins e-books. ISBN 9780061899874
78. Cialdini, R. B. (2012). *Zbraně vlivu: Manipulativní techniky a jak se jim bránit*. Jan Melvil Publishing. ISBN 978-80-87270-32-5
79. Cialdini, R. B. (2016). *Před-svědčování: Revoluční způsob, jak ovlivnit a přesvědčit*. Jan Melvil Publishing. ISBN 978-80-7555-017-0

80. Cinyabuguma, M., Page, T., & Putterman, L. (2005). Cooperation under the threat of expulsion in a public goods experiment. *Journal of Public Economics*, 89(8), 1421–1425. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2004.05.009>
81. Cislighi, B., & Heise, L. (2018). Using social norms theory for health promotion in low-income countries. *Health Promotion International*, 33(1), 153–166. <https://doi.org/10.1093/heapro/day017>
82. Coats, J., & Gronberg, T. (1996). Provision of discrete public goods: An experimental investigation of alternative institutions. *Working paper*, Texas A&M University.
83. Cokelaere, H. (2023). EU countries destroy €4B worth of COVID vaccines. *POLITICO*. Retrieved from <https://www.politico.com/news/2023/03/01/eu-countries-destroy-vaccines-00045678>
84. Cooper, P. J. (2003). *Governing by contract*. Washington, D. C.: CQ Press. ISBN 1-56802-620-X.
85. Cooper, T. L., & Yoder, D. E. (2002). Public management ethics standards in a transnational world. *Public Integrity*, 4(4), 333–352. <https://doi.org/10.1080/15580989.2002.11770926>
86. Cox, J. C., Sadiraj, V., & Schmidt, U. (2015a). Paradoxes and mechanisms for choice under risk. *Experimental Economics*, 18(2), 215–250. <https://doi.org/10.1007/s10683-014-9412-4>
87. Cox, J., King, G., & Hughes, O. (2015b). *Public perceptions and concerns around litter: Qualitative insight research*. Brooklynhurst. Retrieved from <https://www.zerowastescotland.org.uk/sites/default/files/Public%20Perceptions%20and%20Concerns%20around%20Litter%20report.pdf>
88. Crawford, V. P. (1997). Theory and experiment in the analysis of strategic interaction. In D. Kreps & K. Wallis (Eds.), *Advances in economics and econometrics: Theory and applications* (Vol. 1). Cambridge University Press.
89. Curtis, J. (2016, June 9). Chew this over! Council bosses use yellow spray paint to circle hundreds of spat out blobs of gum instead of cleaning them up. *Daily Mail*. <https://www.dailymail.co.uk/news/article-3632749/Chew-Council-bosses-use-yellow-spray-paint-circle-hundreds-spat-blobs-gum-instead-cleaning-up.html>
90. Curtis, V., Garbrah-Aidoo, N., & Scott, B. (2007). Masters of marketing: Bringing private sector skills to public health partnerships. *American Journal of Public Health*, 97(4), 634–641. <https://doi.org/10.2105/AJPH.2006.090589>
91. Das, T. K., & Teng, B. S. (1998). Between trust and control: Developing confidence in partner cooperation in alliances. *Academy of Management Review*, 23(3), 491–512. <https://doi.org/10.2307/259291>
92. Daughton, C. G. (2003). Cradle-to-cradle stewardship of drugs for minimizing their environmental disposition while promoting human health. II. Drug disposal, waste reduction, and future directions. *Environmental Health Perspectives*, 111(5), 775–785. <https://doi.org/10.1289/ehp.5948> The Times of India+3SCIRP+3Wikipedia+3

93. Dave, D., Friedson, A. I., Matsuzawa, K., Sabia, J. J., & Safford, S. (2021). *Association between statewide COVID-19 lottery announcements and vaccinations*. *JAMA Health Forum*, 2(11), e213298.
94. Davis, R. (2014). *Civic crowdfunding: Participatory communities or frontier entrepreneurs?* [Master's thesis, Massachusetts Institute of Technology]. MIT Comparative Media Studies.
95. Deci, E. L., Koestner, R., & Ryan, R. M. (1999). A meta-analytic review of experiments examining the effects of extrinsic rewards on intrinsic motivation. *Psychological Bulletin*, 125(6), 627–668. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.125.6.627>
96. DeHoog, R. H. (1990). Competition, negotiation, or cooperation: Three models for service contracting. *Administration and Society*, 22(3), 317–340. [https://doi.org/\[ISSN 1552-3039\]](https://doi.org/[ISSN 1552-3039])
97. DellaVigna, S. (2009). Psychology and economics: Evidence from the field. *Journal of Economic Literature*, 47(2), 315–372. <https://doi.org/10.1257/jel.47.2.315>
98. DellaVigna, S., List, J. A., & Malmendier, U. (2009). Design and self-control: Theory and evidence. *Quarterly Journal of Economics*, 124(2), 353–402. <https://doi.org/10.1162/qjec.2009.124.2.353>
99. Demoz, Z., Legesse, B., Teklay, G., Demeke, B., Eyob, T., Shewamene, Z., & Abera, M. (2014). Medication adherence and its determinants among psychiatric patients in an Ethiopian referral hospital. *Patient Preference and Adherence*, 8, 1329–1335. <https://doi.org/10.2147/PPA.S69702>
100. Diamond, P. A., & Vartiainen, H. (Eds.). (2007). *Behaviouraleconomics and its applications*. Princeton: Princeton University Press.
101. Dijksterhuis, A., & Bargh, J. A. (2001). The perception-behaviour expressway: Automatic effects of social perception on social behaviour. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 33, pp. 1–40). Academic Press.
102. Dilip, A., et al. (2020). Economic burden of unused medicines and its causes in households of Perinthalmanna region. *Journal of Pharmaceutical Policy and Practice*, 13, Article 1.
103. Dolan, P., Hallsworth, M., Halpern, D., King, D., & Vlaev, I. (2009). *MINDSPACE: Influencing behaviour through public policy* [Discussion document – not a statement of government policy]. Behavioural Insights Team. <https://www.bi.team/wp-content/uploads/2015/07/MINDSPACE.pdf>
104. Downs, A. (1957). *An economic theory of democracy*. New York: Harper and Row.
105. Duffy, S., & Verges, M. (2008). It matters a hole lot: Perceptual affordances of waste containers influence recycling compliance. *Environment and Behavior*, 41(5), 741–749. <https://doi.org/10.1177/0013916508323737>
106. Duncan, O. D., Haller, A. O., & Portes, A. (1968). Peer influences on aspirations: A reinterpretation. *American Journal of Sociology*, 74(2), 119–137. <https://doi.org/10.1086/224615>

107. Duquette, N. J. (2016). Do tax incentives affect charitable contributions? Evidence from public charities' reported revenues. *Journal of Public Economics*, 137, 51–69. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2016.03.006>
108. Durantini, M. R., Albarracín, D., Mitchell, A. L., Earl, A. N., & Gillette, J. C. (2006). Conceptualizing the influence of social agents of behavior change: A meta-analysis of the effectiveness of HIV-prevention interventionists for different groups. *Psychological Bulletin*, 132(2), 212–248. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.132.2.212>
109. Ebeling, F., & Lotz, S. (2015). Domestic uptake of green energy promoted by opt-out tariffs. *Nature Climate Change*, 5(9), 868–871. <https://doi.org/10.1038/nclimate2681>
110. Edney, J. J., & Harper, C. S. (1978). Heroism in a resource crisis: A simulation study. *Environmental Management*, 2(6), 523–527. <https://doi.org/10.1007/BF01866601>
111. Einolf, C. J. (2011). Gender differences in the correlates of volunteering and charitable giving. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 40(6), 1092–1112. <https://doi.org/10.1177/0899764010387880>
112. Engel, C., & Kurschilgen, M. (2020). The fragility of a nudge: The power of self-set norms to contain a social dilemma. *Journal of Economic Psychology*, 81, 102293. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2020.102293>
113. Ensor, T. (2004). Informal payments for health care in transition economies. *Social Science & Medicine*, 58(2), 237–246. [https://doi.org/10.1016/S0277-9536\(03\)00008-1](https://doi.org/10.1016/S0277-9536(03)00008-1)
114. Epley, N., & Gilovich, T. (2006). The anchoring-and-adjustment heuristic: Why the adjustments are insufficient. *Psychological Science*, 17(4), 311–318. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2006.01704.x>
115. Epley, N., Keysar, B., Van Boven, L., & Gilovich, T. (2004). Perspective taking as egocentric anchoring and adjustment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 87, 327–339. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.87.3.327>
116. European Commission: European Health and Digital Executive Agency, Vogler, S., Salcher Konrad, M., & Habimana, K. (2022). *Study on best practices in the public procurement of medicines – Final report*. Publications Office of the European Union.
117. Eurostat. (2023). EU-registered aircraft: 147 deaths in the EU in 2022. *Eurostat Statistics*.
118. Eurostat. (2024). General government expenditure by function (COFOG). *Eurostat Statistics*.
119. Falk, A. (2007). Gift exchange in the field. *Econometrica*, 75(5), 1501–1511. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0262.2007.00800.x>
120. Falk, A., & Fischbacher, U. (2006). A theory of reciprocity. *Games and Economic Behavior*, 54(2), 293–315. <https://doi.org/10.1016/j.geb.2005.03.001>
121. Falkingham, J. (2004). Poverty, out-of-pocket payments and access to health care: Evidence from Tajikistan. *Social Science & Medicine*, 58(2), 247–258. [https://doi.org/10.1016/S0277-9536\(03\)00008-1](https://doi.org/10.1016/S0277-9536(03)00008-1)

122. Fang, X., Singh, S., & Ahluwalia, R. (2007). An examination of different explanations for the mere exposure effect. *Journal of Consumer Research*, 34, 98–103. <https://doi.org/10.1086/513050>
123. Fehr, E. (2003). Experimental and behavioural economics. *Unpublished lecture notes*. Retrieved from <http://web.mit.edu/14.193/www/Fehr-MIT-Lecture1-2.pdf>
124. Fehr, E., & Gächter, S. (2000). Cooperation and punishment in public goods experiments. *American Economic Review*, 90, 980–994.
125. Fehr, E., & Gächter, S. (2002). Altruistic punishment in humans. *Nature*, 415(6868), 137–140.
126. Fehr, E., & Hoff, K. (2011). Introduction: Tastes, castes and culture: The influence of society on preferences. *Economic Journal*, 121(556), 396–412.
127. Feldman, N. E. (2007). Time is money: Choosing between charitable activities. *Working paper*, Ben-Gurion University, Israel.
128. Feldman, Y. (2017). Using behavioural ethics to curb corruption. *Behavioural Science & Policy*, 3(2), 87–99. <https://doi.org/10.1177/237946151700300207>
129. Feldman, Y. (2018). *The law of good people – Challenging states' ability to regulate human behavior*. Cambridge University Press.
130. Ferguson, E., Farrell, K., & Lawrence, C. (2008). Blood donation is an act of benevolence rather than altruism. *Health Psychology*, 27(3), 327–336. <https://doi.org/10.1037/0278-6133.27.3.327>
131. Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford University Press.
132. Foon, P. Y., Ganesan, Y., Iranmanesh, M., & Foroughi, B. (2020). Understanding the behavioural intention to dispose of unused medicines: An extension of the theory of planned behaviour. *Environmental Science and Pollution Research*, 27(22), 28030–28041. 10.1007/s11356-020-09125-0
133. Fowler, J. A., & Christakis, N. A. (2008). Dynamic spread of happiness in a large social network: Longitudinal analysis over 20 years in the Framingham Heart Study. *British Medical Journal*, 337, a2338.
134. France, C. R., France, J. L., & Himawan, L. K. (2007a). A path analysis of intention to donate blood among young adults: The importance of self-efficacy. *Health Education Research*, 22(5), 709–718. <https://doi.org/10.1093/her/cyl137>
135. France, J. L., France, C. R., Carlson, B., & Himawan, L. K. (2007b). A motivational approach to blood donation: The role of intrinsic motivation. *Transfusion*, 47(8), 1395–1404. <https://doi.org/10.1111/j.1537-2995.2007.01336.x>
136. Fryxell, G., Dooley, R., & Vryza, M. (2002). After the ink dries: The interaction of trust and control in US-based international joint ventures. *Journal of Management Studies*, 39(6), 865–886. <https://doi.org/10.1111/1467-6486.00307>
137. Gaal, P., Evetovits, T., & McKee, M. (2006). Informal payment for health care: Evidence from Hungary. *Health Policy*, 77(1), 86–102. <https://doi.org/10.1016/j.healthpol.2005.07.024>

138. Gaitonde, R., Oxman, A. D., Okebukola, P. O., & Rada, G. (2016). Interventions to Reduce Corruption in the Health Sector. *Cochrane Database of Systematic Reviews*, 8(8), CD008856.
139. Galinsky, A. D., & Mussweiler, T. (2001). First offers as anchors: The role of perspective-taking and negotiator focus. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81, 657–669.
140. Gächter, S., Renner, E., & Sefton, M. (2008). The long-run benefits of punishment. *Science*, 322(5907), 1510.
141. Gee, J., & Button, M. (2015). *The financial cost of healthcare fraud: What data from around the world shows*. London, UK: PFK Littlejohn LLP.
142. Gigerenzer, G. (1996). On narrow norms and vague heuristics: A reply to Kahneman & Tversky. *Psychological Review*, 103(3), 592–596.
143. Gigerenzer, G. (2005). How good are fast and frugal heuristics? In T. Gilovich et al. (Eds.), *Heuristics and biases: The psychology of intuitive judgment* (pp. 559–581). Cambridge University Press.
144. Gigerenzer, G. (2020). How to explain behavior? *Topics in Cognitive Science*, 12(4), 1363–1381.
145. Gigerenzer, G., & Todd, P. M. (1999). *Simple heuristics that make us smart*. Oxford University Press.
146. Gilovich, T., Griffin, D., & Kahneman, D. (2005). *Heuristics and biases* (2nd ed.). Cambridge University Press.
147. Gintis, H., Bowles, S., Boyd, R., & Fehr, E. (2003). Explaining altruistic behavior in humans. *Evolution and Human Behavior*, 24, 153–172.
148. Glynn, E. H. (2022). *Corruption in the health sector: A problem in need of a systems-thinking approach*. *Frontiers in Public Health*, 10, 910073. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.910073>
149. Gneezy, U., & List, J. A. (2006). Putting behavioural economics to work: Testing for gift exchange in labor markets using field experiments. *Econometrica*, 74(5), 1365–1384.
150. Gneezy, U., & List, J. A. (2006). Putting behavioural economics to work: Testing for gift exchange in labor markets using field experiments. *Econometrica*, 74(5), 1365–1384.
151. Godin, G., Conner, M., & Sheeran, P. (2005). Bridging the intention–behavior gap: The role of moral norm. *British Journal of Social Psychology*, 44(4), 497–512. <https://doi.org/10.1348/014466604X17452>
152. Goktepe, J. R., & Schneier, C. E. (1989). Role of sex, gender roles, and attraction in predicting emergent leaders. *Journal of Applied Psychology*, 74, 165–167.
153. Goldstein, N., Cialdini, R., & Griskevicius, V. (2008). A room with a viewpoint: Using social norms to motivate environmental conservation in hotels. *Journal of Consumer Research*, 35, 472–482.
154. Goldstein, N., Griskevicius, V., & Cialdini, R. (2011). Reciprocity by proxy: A new influence strategy for motivating cooperation and prosocial behavior. *Administrative Science Quarterly*, 56, 441–473.

155. Golman, R. (2016). Good manners: Signaling social preferences. *Theory and Decision*, 81, 73–88.
156. Grabo, A., & van Vugt, M. (2016). Charismatic leadership and the evolution of cooperation. *Evolution and Human Behavior*, 37, 399–406.
157. Grant, A. (2014). *Dávat a brát: Skrytá dynamika úspěchu*. BizBooks.
158. Gray, C. W., & Kaufmann, D. (1998). Corruption and development. *Finance & Development*, 35(1), 7–10.
159. Greene, J. D. 2002. *Cities and Privatization: Prospects for the New Century*. New Jersey: Prentice Hall.
160. Greitemeyer, T. (2009). Effects of songs with prosocial lyrics on prosocial behavior: Further evidence and a mediating mechanism. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 35(11), 1500–1511.
161. Guala, F. (2005). *The methodology of experimental economics*. Cambridge University Press.
162. Habibov, N., & Cheung, A. (2017). Revisiting informal payments in 29 transitional countries: The scale and socio-economic correlates. *Social Science & Medicine*, 178, 28–37. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2017.02.003>
163. Hall, D., & Campbell, R. (2020). Testing new behavior change methods to tackle littered gum. *Journal of Litter and Environmental Quality*, 4(1), 5–16.
164. Hallsworth, M., List, J., Metcalfe, R., & Vlaev, I. (2017). The behavioralist as tax collector: Using natural field experiments to enhance tax compliance. *Journal of Public Economics*, 148, 14–31.
165. Halpern, S., Ubel, P., & Asch, D. (2007). Harnessing the power of default options to improve healthcare. *The New England Journal of Medicine*, 357(13), 1340–1344. <https://doi.org/10.1056/NEJMsb071595>
166. Hansen, P. G., & Jespersen, A. M. (2013). Nudge and the manipulation of choice: A framework for the responsible use of the nudge approach to behavior change in public policy. *European Journal of Risk Regulation*, 4(1), 3–28.
167. Hardin, G. (1968). The tragedy of the commons. *Science*, 162(3859), 1243–1248.
168. Hardisty, D. J., & Weber, E. U. (2009). Discounting future green: Money versus the environment. *Journal of Experimental Psychology: General*, 138, 329–340.
169. Hardisty, D. J., Thompson, K. F., Krantz, D. H., & Weber, E. U. (2013). How to measure time preferences: An experimental comparison of three methods. *Judgment and Decision Making*, 8(3), 236–249.
170. Hashemi, S., Bai, L., Gao, S., Burstein, F., & Renzenbrink, K. (2024). Sharpening clinical decision support alert and reminder designs with MINDSPACE: A systematic review. *International Journal of Medical Informatics*, 181, 105276. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2023.105276>
171. Hayek, F. A. (1994). *Právo, zákonodarstvo a sloboda*. Akadémie věd České Republiky.

172. Hefetz, A. and M. Warner. 2004. Privatization and its Reverse: Explaining the Dynamics of the Government Contracting Process. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 14, 171-190.
173. Hendl, J. (2006). *Přehled statistických metod zpracování dat: Analýza a metaanalýza dat*. Portál.
174. Hewstone, M., Rubin, M., & Willis, H. (2002). Intergroup bias. *Annual Review of Psychology*, 53, 575–604.
175. Hodge, G. A. 2000. *Privatization: An International Review of Performance*. New York: Routledge
176. Holland, R. W., Hendriks, M., & Aarts, H. (2005). Smells like clean spirit: Nonconscious effects of scent on cognition and behavior. *Psychological Science*, 16, 689–693.
177. Hollander, H. (1990). A social exchange approach to voluntary cooperation. *American Economic Review*, 80(5), 1157–1167.
178. Homans, G. C. (1961). *Social behavior: Its elementary forms*. Harcourt Brace & World.
179. Hossain, T., & Morgan, J. (2006). Plus shipping and handling: Revenue (non)equivalence in field experiments on eBay. *Advances in Economic Analysis & Policy*, 6(2), 1429–1459.
180. Huang, S., Scurati, G. W., Elzeney, M., Li, Y., Lin, X., Ferrise, F., & Bordegoni, M. (2019). AIM: An interactive ashtay to support behavior change through gamification. *Proceedings of the 22nd International Conference on Engineering Design (ICED19)*, 3811–3820. <https://doi.org/10.1017/dsi.2019.388>
181. Hussmann, K. (2020). Health sector corruption: Practical recommendations for donors. *U4 Issue*.
182. Hussmann, K. (2024). Anti-corruption in development aid: A review of evidence and a research agenda. *World Development*, 176, 106365. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2024.106365>
183. Chakravarty, S., & Fonseca, M. A. (2014). The effect of social fragmentation on public good provision: An experimental study. *Journal of Behavioural and Experimental Economics*, 54, 1–9.
184. Charbonneau, J., Cloutier, M. S., & Carrier, É. (2015). A closer look at the sociocognitive antecedents of blood donation behavior using the theory of planned behavior. *Transfusion Medicine Reviews*, 29(2), 90–96. <https://doi.org/10.1016/j.tmr.2014.12.002>
185. Cherecheș, R. M., Ungureanu, M. I., Sandu, P., & Rus, I. A. (2013). Defining informal payments in healthcare: A systematic review. *Health Policy*, 110(2–3), 105–114. <https://doi.org/10.1016/j.healthpol.2013.01.010>
186. Chetty, R., Loony, A., & Kroft, K. (2009). Salience and taxation: Theory and evidence. *American Economic Review*, 99(4), 1145–1177. <https://doi.org/10.1257/aer.99.4.1145>
187. Christakis, N. A., & Fowler, J. H. (2007). The spread of obesity in a large social network over 32 years. *New England Journal of Medicine*, 357(4), 370–379. <https://doi.org/10.1056/NEJMsa066082>

188. Iyengar, S. S., & Lepper, M. R. (2000). When choice is demotivating: Can one desire too much of a good thing? *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(6), 995–1006.
189. Jackson, D., & Köbis, N. (2018). Anti-corruption through a social norms lens. *U4 Issue*, 2018(7).
190. Jacowitz, K. E., & Kahneman, D. (1995). Measures of anchoring in estimation tasks. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21(11), 1161–1166. <https://doi.org/10.1177/01461672952111004>
191. Jager, W. (2003). Breaking ‘bad habits’: A dynamical perspective on habit formation and change. In L. Hendrickx, W. Jager, & L. Steg (Eds.), *Human decision making and environmental perception: Understanding and assisting human decision making in real-life settings* (pp. 1–12). University of Groningen.
192. Jakuš Muthová, N., & Klimko, R. (2022). Zvyšovanie prosociálneho správania občanov prostredníctvom behaviorálnych intervencií. In *Behaviorálna veda v službách verejnej správy: behaviorálne intervencie v praxi* (pp. 119–145). Vydavateľstvo EKONÓM.
193. James, O., Jilke, S. R., & Van Ryzin, G. G. (2017a). *Experiments in public management research: Challenges and contributions*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781316676912>
194. James, O., Jilke, S., & Van Ryzin, G. G. (2017b). Causal inference and the design and analysis of experiments. In *Experiments in Public Management Research: Challenges and Contributions* (pp. 59–88). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781316676912.005>
195. John, P., Nichols, G., Taylor, B., Vallely, P., Brannan, T., & Farrow, M. (2015). *Giving Time Project: Final summary*. Economic and Social Research Council. <http://localneighbourhood.org/wp-content/uploads/2015/11/Giving-Time-Project-Final-Summary.pdf>
196. Johnson, D. (1997). *Teória verejnej voľby*. Bratislava: SOFA.
197. Johnson, E. J., Shu, S. B., Dellaert, B. G., Fox, C., Goldstein, D. G., Häubl, G., et al. (2012). Beyond nudges: Tools of a choice architecture. *Marketing Letters*, 23, 487–504. <https://doi.org/10.1007/s11002-012-9186-1>
198. Kagel, J. H., & Roth, A. E. (1995). *Handbook of experimental economics*. Princeton University Press.
199. Kahneman, D. (1973). *Attention and effort*. Prentice-Hall.
200. Kahneman, D. (2012). *Myšlení rychlé a pomalé*. Jan Melvil Publishing.
201. Kahneman, D. (2013). *Thinking, fast and slow* (1st ed.). Farrar, Straus and Giroux.
202. Kahneman, D., & Klein, G. (2009). Conditions for intuitive expertise: A failure to disagree. *American Psychologist*, 64(5), 515–526. <https://doi.org/10.1037/a0016755>
203. Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263–291.

204. Kahneman, D., & Tversky, A. (1984). Choices, values, frames. *American Psychologist*, 39(4), 341–350.
205. Kahneman, D., & Tversky, A. (1996). On the reality of cognitive illusions. *Psychological Review*, 103(3), 582–591. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.103.3.582>
206. Kahneman, D., et al. (2010). *Sociálna inteligencia*. Bratislava: Európa.
207. Kamas, L., Preston, A., & Baum, S. (2008). Altruism in individual and joint-giving decisions: What's gender got to do with it? *Feminist Economics*, 14, 23–50.
208. Kankeu, H. T., & Ventelou, B. (2016). Socioeconomic inequalities in informal payments for health care: An assessment of the 'Robin Hood' hypothesis in 33 African countries. *Social Science & Medicine*, 151, 173–186. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2016.01.015>
209. Kankeu, H. T., Boyer, S., Toukam, R. F., & Abu-Zaineh, M. (2016). How do supply-side factors influence informal payments for healthcare? The case of HIV patients in Cameroon. *International Journal of Health Planning and Management*, 31(1), E41–E57. <https://doi.org/10.1002/hpm.2266>
210. Karklins, R. (2005). *The System Made Me Do It: Corruption in Post-Communist Societies*. Armonk, NY: M.E. Sharpe.
211. Keep America Beautiful. (2021). *2020 National Litter Study: Summary Report*. [https://kab.org/wp-content/uploads/2021/05/Litter-Study-Summary-Report-May-2021\\_final\\_0517\(2021\).pdf](https://kab.org/wp-content/uploads/2021/05/Litter-Study-Summary-Report-May-2021_final_0517(2021).pdf)
212. Keep Britain Tidy. (2014). How can we change smokers' littering behaviour? [https://www.keepbritaintidy.org/sites/default/files/KBT\\_How-can-we-change-smokers-littering-behaviour\\_\(2015\).pdf](https://www.keepbritaintidy.org/sites/default/files/KBT_How-can-we-change-smokers-littering-behaviour_(2015).pdf)
213. Keep Britain Tidy. (2014). *Keeping an eye on it: A social experiment to combat dog fouling*. [https://www.keepbritaintidy.org/sites/default/files/resource/Keeping%20an%20eye%20on%20it\\_Final%20report.pdf](https://www.keepbritaintidy.org/sites/default/files/resource/Keeping%20an%20eye%20on%20it_Final%20report.pdf)
214. Keep Britain Tidy. (2015). *Green Footprints: An experiment to nudge people towards responsible litter disposal*. [https://www.keepbritaintidy.org/sites/default/files/resources/KBT\\_CFSI\\_Green\\_Footprints\\_Report\\_\(2015\).pdf](https://www.keepbritaintidy.org/sites/default/files/resources/KBT_CFSI_Green_Footprints_Report_(2015).pdf)
215. Keep Britain Tidy. (2017). *Chewing gum litter*. <https://www.keepbritaintidy.org/local-authorities/reduce-litter/gum-litter>
216. Keep Britain Tidy. (2024). Half of young people admit to dumping litter at the beach. <https://www.keepbritaintidy.org/news/half-young-people-admit-dumping-litter-beach>
217. Keep Wales Tidy. (2016a). *Dog fouling: A review of interventions*. <https://www.keepwalestidy.cymru/Handlers/Download.ashx?IDMF=8e88b9f0-cd98-4162-8dd0-b5cf995c7d2d>
218. Keep Wales Tidy. (2016b). *Tackling dog fouling through social marketing: A trial by Keep Wales Tidy*.

<https://www.keepwalestidy.cymru/Handlers/Download.ashx?IDMF=2bf9b2bd-8b41-492c-ab18-223a933794c9>

219. King, D., Jabbar, A., Charani, E., Franklin, B. D., Macartney, R., Bhamra, S. K., Sevdalis, N., Moonesinghe, S. R., Holmes, A. H., & Darzi, A. (2014). Redesigning the 'choice architecture' of hospital prescription charts: A mixed methods study incorporating in situ simulation testing. *BMJ Open*, 4(12), e005473. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2014-005473>
220. Knack, S. (1992). Civic norms, social sanctions and voter turnout. *Rationality and Society*, 4(1), 133–156. <https://doi.org/10.1177/1043463192004001007>
221. Köbis, N. C., Troost, M., Brandt, C. O., & Soraperra, I. (2022). Social norms of corruption in the field: Social nudges on posters can help to reduce bribery. *Behavioural Public Policy*, 6(4), 597–624. <https://doi.org/10.1017/bpp.2019.37>
222. Kocher, M. G., Martinsson, P., Matzat, D., & Wollbrant, C. (2011). The role of beliefs, trust, and risk in contributions to a public good. *Working Paper, University of Gothenburg*.
223. Kolodko, J., & Read, D. (2018). Using behavioural science to reduce littering: Understanding, addressing and solving the problem of litter using a commons dilemma approach. *Journal of Litter and Environmental Quality*, 2(1), 21–36.
224. Kreft, H. (2020). Mystery person spray paints chewing gum stuck to pavement on housing estate.
225. Krieg, J., & Samek, A. (2017). When charities compete: A laboratory experiment with simultaneous public goods. *Journal of Behavioural and Experimental Economics*, 66, 40–57. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2016.04.009>
226. Kristina, S. A., & Wulandari, G. P. (2020). Understanding burden of medicine disposal: A systematic review. *International Journal of Pharmaceutical Research*, 12(3), 673–684.
227. Kristina, S. A., & Wulandari, G. P. (2020). Understanding burden of medicine disposal: A systematic review. *International Journal of Pharmaceutical Research*, 12(3), 673–684.
228. Landry, C., Lange, A., List, J., Price, M. K., & Rupp, N. G. (2006). Toward an understanding of the economics of charity: Evidence from a field experiment. *Quarterly Journal of Economics*, 121(2), 747–782. <https://doi.org/10.1162/qjec.2006.121.2.747>
229. Lane, P. J., Salk, J. E., & Lyles, M. A. (2001). Absorptive capacity, learning, and performance in international joint ventures. *Strategic Management Journal*, 22(12), 1139–1161. <https://doi.org/10.1002/smj.206>
230. Larkin, C., Sanders, M., Andresen, I., & Algate, F. (2018). Testing local descriptive norms and salience of enforcement action: A field experiment to increase tax collection. *Social Science Research Network*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3167575>
231. Lavery, K. 1999. *Smart contracting for local government services: processes and experience*. Westport: Praeger.

232. Leahey, T. M., Doyle, C. Y., Xu, X., Bihuniak, J., & Wing, R. R. (2015). Social networks and social norms are associated with obesity treatment outcomes. *Obesity (Silver Spring)*, 23(8), 1550–1554. <https://doi.org/10.1002/oby.21074>
233. Leary, M. R., & Baumeister, R. F. (2000). The nature and function of self-esteem: Sociometer theory. *Advances in Experimental Social Psychology*, 32, 1–62. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(00\)80003-9](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(00)80003-9)
234. Lemmens, K. P., Abraham, C., Hoekstra, T., Ruiter, R. A., De Kort, W. L., Brug, J., & Schaalma, H. P. (2005). Why don't young people volunteer to give blood? An investigation of the correlates of donation intentions among young non-donors. *Transfusion*, 45(6), 945–955. <https://doi.org/10.1111/j.1537-2995.2005.04379.x>
235. Lemmens, K. P., Ruiter, R. A., Abraham, C., Dijker, A. J., De Kort, W. L., & Brug, J. (2009). Modelling antecedents of blood donation motivation among non-donors of varying age and education. *British Journal of Health Psychology*, 14(2), 371–385. <https://doi.org/10.1348/135910708X397994>
236. Lenhart, A. (2015). *Teens, technology, and friendships*. Pew Research Center. Retrieved from <http://www.pewinternet.org/2015/08/06/teens-technology-and-friendships/>.
237. Levin, D. Z., & Cross, R. (2004). The strength of weak ties you can trust: The mediating role of trust in effective knowledge transfer. *Management Science*, 50(11), 1477–1490. <https://doi.org/10.1287/mnsc.1030.0136>
238. Lewis, M. (2007). Informal payments and the financing of health care in developing and transition countries. *Health Affairs*, 26(4), 984–997. <https://doi.org/10.1377/hlthaff.26.4.984>
239. Lin, C. T., Chiu, H., & Chu, P. (2006). Agility index in the supply chain. *International Journal of Production Economics*, 100(2), 285–299. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2004.11.013>
240. Linkenbach, J., & Perkins, H. W. (2003). *Most of us wear seatbelts: The process and outcomes of a 3-year statewide adult seatbelt campaign in Montana*. Boston: The National Conference on the Social Norms Model.
241. Litina, A., & Varvarigos, D. (2020). Corruption and the cultural evolution of family ties. *MPRA Paper No. 98885*.
242. Little, A. C., Burriss, R. P., Jones, B. C., & Roberts, S. C. (2007). Facial appearance affects voting decisions. *Evolution and Human Behavior*, 28(1), 18–27.
243. Lui, S. S., & Ngo, H. (2004). The role of trust and contractual safeguards on cooperation in non-equity alliances. *Journal of Management*, 30(4), 471–485. <https://doi.org/10.1016/j.jm.2004.02.002>
244. Lussier, J. P., Heil, S. H., Mongeon, J. A., Badger, G. J., & Higgins, S. T. (2006). A meta-analysis of voucher-based reinforcement therapy for substance use disorders. *Addiction*, 101(2), 192–203. <https://doi.org/10.1111/j.1360-0443.2006.01311.x>
245. Luttmer, E. F. P. (2001). Group loyalty and the taste for redistribution. *Journal of Political Economy*, 109(3), 500–528.

246. Lynn, M., & Oldenquist, A. (1986). Egoistic and nonegoistic motives in social dilemmas. *American Psychologist*, 41(5), 529–534.
247. Ma, C. S., Batz, F., Juarez, D. T., & Ladao, L. C. (2014). Drug take back in Hawai‘i: Partnership between the University of Hawai‘i Hilo College of Pharmacy and the Narcotics enforcement division. *Hawai‘i Journal of Medicine & Public Health*, 73(1), 26.
248. Mæstad, O., & Mwisongo, A. (2011). Informal payments and the quality of health care: Mechanisms revealed by Tanzanian health workers. *Health Policy*, 99(2), 107–115. <https://doi.org/10.1016/j.healthpol.2010.07.011>
249. Makki, M., Hassali, M. A., Awaisu, A., & Hashmi, F. (2019). The prevalence of unused medications in homes. *Pharmacy*, 7(2), 61. <https://doi.org/10.3390/pharmacy7020061>
250. Malhotra, D., & Lumineau, F. (2011). Trust and collaboration in the aftermath of conflict: The effects of contract structure. *Academy of Management Journal*, 54(5), 981–998. <https://doi.org/10.5465/amj.2009.0683>
251. Mandel, N., & Johnson, E. J. (2002). When web pages influence choice: Effects of visual primes on experts and novices. *Journal of Consumer Research*, 29, 235–245. <https://doi.org/10.1086/341571>
252. Marino, C., Gini, G., Angelini, F., Vieno, A., & Spada, M. M. (2020). Social norms and emotions in problematic social media use among adolescents. *Addictive Behaviors Reports*, 11, 100250. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2020.100250>
253. Markechová, D., Stehlíková, B., & Tirpáková, A. (2011). *Štatistické metódy a ich aplikácie*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre.
254. Marx, J., & Carter, V. (2014). Factors influencing U.S. charitable giving during the Great Recession: Implications for nonprofit administration. *Administrative Sciences*, 4(3), 350–372. <https://doi.org/XXXX>
255. Masclet, D., Noussair, C., Tucker, S., & Villeval, M. C. (2003). Monetary and nonmonetary punishment in the voluntary contributions mechanism. *American Economic Review*, 93(1), 366–380.
256. Masser, B. M., White, K. M., Hyde, M. K., Terry, D. J., & Robinson, N. G. (2009). Predicting blood donation intentions and behavior among Australian blood donors: Testing an extended theory of planned behavior model. *Transfusion*, 49(2), 320–329. <https://doi.org/10.1111/j.1537-2995.2008.01981.x>
257. Mauro, P. (1998). *Corruption and the composition of government expenditure*. *Journal of Public Economics*, 69(2), 263–279. [https://doi.org/10.1016/S0047-2727\(98\)00025-5](https://doi.org/10.1016/S0047-2727(98)00025-5)
258. Maurya, D. (2018). Contracting out: Making it work. *Policy Design and Practice*, 1(4), 281–297. <https://doi.org/10.1080/25741292.2018.1552107>
259. Mazur, E., & Richards, L. (2011). Adolescents' and emerging adults' social networking online: Homophily or diversity? *Journal of Applied Developmental Psychology*, 32(4), 180–188. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2011.03.001>
260. Meier, S. (2007). Do subsidies increase charitable giving in the long run? Matching donations in a field experiment. *Boston Federal Reserve Board*.

261. Menger, C. (1994). *Principles of economics*. Libertarian Press. ISBN 0910884277
262. Meričková, B., & Nemec, J. (2007). Contracting-out local public services – Situation and trends in Slovakia and the Czech Republic. In *Lessons and recommendations for improvement. Central and Eastern European Public Administration and Public Policy. NISPAcee Yearbook* (pp. 191–204). Bratislava: NISPAcee. ISBN 978-80-89013-31-9.
263. Meričková, B., & Sičáková-Beblavá, E. (2008). Transakčné náklady a kontrahovanie verejných služieb. In *Lisabonská stratégia pre rast a zamestnanosť: Zborník z medzinárodného vedeckého seminára* [CD-ROM]. Banská Bystrica: Ekonomická fakulta UMB. ISBN 978-80-969535-9-2.
264. Meričková, B., Nemec, J., Sičáková-Beblavá, E., & Beblavý, M. (2010). *Kontrahovanie služieb vo verejnom sektore*. Bratislava: Transparency International Slovensko. ISBN 978-80-89244-65-2.
265. Mikušová Meričková, B., & Stejskal, J. (2014). Hodnota statku kolektívnej spotreby. *Politická ekonómia*, 62(2), 216–231.
266. Milford, A. B., Øvrum, A., & Helgesen, H. (2015). Nudges to increase recycling and reduce waste. *Norwegian Agricultural Economics Research Institute*. <https://pdfs.semanticscholar.org/d396/a4c23b0b4600860cb55b60b83d806be6a7b3.pdf>
267. Miller, D. T., & Ross, M. (1975). Self-serving biases in the attribution of causality: Fact or fiction? *Psychological Bulletin*, 82(2), 213–225.
268. Miller, G. A., Galanter, E., & Pribram, K. H. (1960). *Plans and the structure of behavior*. Holt, Rinehart & Winston.
269. Miller, W. L., Grødeland, A. B., & Koshechkina, T. Y. (2001). *A Culture of Corruption? Coping with Government in Post-Communist Europe*. Budapest, Hungary: Central European University Press
270. Mises, L. (2006). *Lidské jednání: Pojednání o ekonomii*. Liberální institut. ISBN 80-86389-45-6
271. Misje, A. H., Bosnes, V., Heier, H. E., & Voss, A. (2005). Motivation, recruitment and retention of voluntary non-remunerated blood donors: A survey-based questionnaire study. *Vox Sanguinis*, 89(4), 236–244. [https://doi.org/10.1111/j.1423-\(0410\).\(2005\).0\(0704\).x](https://doi.org/10.1111/j.1423-(0410).(2005).0(0704).x)
272. Mitkidis, P., Chrysochou, P., Obolevich, V., & Mitkidis, K. (2022). Effectiveness of environmental health and loss framing on household pharmaceutical take-back schemes. *Waste Management*, 143, 61–68. 10.1016/j.wasman.2022.02.017
273. Mokhtari, M., & Ashtari, M. (2012). Reducing informal payments in the health care system: Evidence from a large patient satisfaction survey. *Journal of Asian Economics*, 23(2), 189–200. <https://doi.org/10.1016/j.asieco.2011.11.007>
274. Monteiro, T. H., Ferreira, Í. J. D. R., Junior, A. C. F. P., Chocair, H. S., & Ferreira, J. D. (2024). Barriers and motivations for blood donation: An integrative review. *Hematology, Transfusion and Cell Therapy*, 46(3), 283–288. <https://doi.org/10.1016/j.htct.2023.09.2366>

275. More, T. M. (1984). The new economics of organization. *American Journal of Political Science*, 4(2): 739–777.
276. Mueller, D. (2003). *Public choice* (3rd ed.). Cambridge University Press.
277. Müller-Riemenschneider, F., Reinhold, T., & Willich, S. N. (2009). Cost-effectiveness of interventions promoting physical activity. *British Journal of Sports Medicine*, 43(1), 70–76.
278. Mungiu-Pippidi, A. (2015). The quest for good governance: How societies develop control of corruption. Cambridge University Press.
279. Musgrave, R., & Musgrave, P. (1994). *Veřejné finance v teorii a praxi*. Management Press.
280. Mussweiler, T., & Strack, F. (1999a). Comparing is believing: A selective accessibility model of judgmental anchoring. In W. Stroebe & M. Hewstone (Eds.), *European review of social psychology* (Vol. 10, pp. 135–167). Wiley.
281. Mussweiler, T., & Strack, F. (1999b). Hypothesis-consistent testing and semantic priming in the anchoring paradigm: A selective accessibility model. *Journal of Experimental Social Psychology*, 35, 136–164. <https://doi.org/10.1006/jesp.1998.1377>
282. Mussweiler, T., & Strack, F. (2000a). Consequences of social comparison: Selective accessibility, assimilation, and contrast. In J. Suls & L. Wheeler (Eds.), *Handbook of social comparison: Theory and research* (pp. 253–270). Kluwer Academic Publishers. [https://doi.org/10.1007/978-1-4615-4237-7\\_13](https://doi.org/10.1007/978-1-4615-4237-7_13)
283. Mussweiler, T., & Strack, F. (2000b). The use of category and exemplar knowledge in the solution of anchoring tasks. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, 1038–1052. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.78.6.1038>
284. Mussweiler, T., & Strack, F. (2001). “Considering the impossible”: Explaining the effects of implausible anchors. *Social Cognition*, 19, 378–410. <https://doi.org/10.1521/soco.19.3.378.19052>
285. Muthová, N. (2019). Preferencie spotrebiteľov v spotrebe kolektívnych statkov [dizertačná práca]. *Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici, Ekonomická fakulta*.
286. Mutz, D. C. (1998). Impersonal influence: How perceptions of mass collectives affect political attitudes. Cambridge, UK: Cambridge University Press
287. Mutz, D. C. (2011). *Population-based survey experiments*. Princeton University Press.
288. Myagkov, M., & Plott, C. R. (1997). Exchange economics and loss exposure: Experiments exploring prospect theory and competitive equilibria in market environments. *American Economic Review*, 87(5), 801–828.
289. Národná rada Slovenskej republiky. (2005). Zákon č. 171/2005 Z. z. o hazardných hrách a o zmene a doplnení niektorých zákonov. Zbierka zákonov Slovenskej republiky. Dostupné na: <https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2005/171/>
290. Národná rada Slovenskej republiky. (2011). Zákon č. 362/2011 Z. z. o liekoch a zdravotníckych pomôckach a o zmene a doplnení niektorých zákonov. Zbierka

- zákonov Slovenskej republiky. Dostupné na: <https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2011/362/>
291. Národná rada Slovenskej republiky. (2015). Zákon č. 79/2015 Z. z. o odpadoch a o zmene a doplnení niektorých zákonov. Zbierka zákonov Slovenskej republiky. Dostupné na: <https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2015/79/>
  292. Národné centrum zdravotníckych informácií. (2020). *Spotreba humánných liekov a zdravotníckych pomôcok v SR (2019)*. Retrieved from [http://data.nczisk.sk/statisticke\\_vystupy/top\\_100\\_liekov/spotreba\\_liekov/Spotreba\\_liekov\\_a\\_zdravotnickych\\_pomocok\\_v\\_SR\\_2019\\_Sprava\\_k\\_publikovanym\\_vystupom.pdf](http://data.nczisk.sk/statisticke_vystupy/top_100_liekov/spotreba_liekov/Spotreba_liekov_a_zdravotnickych_pomocok_v_SR_2019_Sprava_k_publikovanym_vystupom.pdf)
  293. National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine; Health and Medicine Division; Board on Health Care Services; Board on Global Health; Committee on Improving the Quality of Health Care Globally. (2018, August 28). *Crossing the Global Quality Chasm: Improving Health Care Worldwide* (Chapter 6: The Critical Health Impacts of Corruption). National Academies Press (US). Retrieved from <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK535646/>
  294. National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine; Health and Medicine Division; Board on Health Care Services; Board on Global Health; Committee on Improving the Quality of Health Care Globally. (2018). *Crossing the Global Quality Chasm: Improving Health Care Worldwide*. National Academies Press.
  295. NCZI. (2024). Spotreba humánných liekov, zdravotníckych pomôcok a dietetických potravín v Slovenskej republike. Retrieved from [https://www.nczisk.sk/Statisticke\\_vystupy/Tematicke\\_statisticke\\_vystupy/TOP-50-liekov/Spotreba\\_humannych\\_liekov\\_zdravotnickych\\_pomocok\\_dietetickych\\_potravin\\_SR/Pages/default.aspx](https://www.nczisk.sk/Statisticke_vystupy/Tematicke_statisticke_vystupy/TOP-50-liekov/Spotreba_humannych_liekov_zdravotnickych_pomocok_dietetickych_potravin_SR/Pages/default.aspx)
  296. Nemec, J., Mikušová Meričková, B., Soukupová, J., & Šumpíková, M. (2020). Municipal solid waste management in the Czech Republic and in Slovakia: What has changed over the past 20 years? *Waste Management*. (in press).
  297. Nemec, J., Vitek, L., & Meričková, B. (2005). Contracting-out at local government level: Theory and selected evidence from Czech and Slovak Republics. *Public Management Review*, 7(4), 638–647. <https://doi.org/10.1080/14719030500362871>
  298. NHS. (2024). Call for more Millennials and Gen Zs to give blood as NHS reveals most donors are over 45. Retrieved from <https://www.nhs.uk>
  299. Nooteboom, B. (1996). Trust, opportunism and governance: A process and control model. *Organization Studies*, 17(6), 985–1010. <https://doi.org/10.1177/017084069601700605>
  300. Nosenzo, D., Quercia, S., & Sefton, M. (2015). Cooperation in small groups: The effect of group size. *Experimental Economics*, 18(1), 4–14. <https://doi.org/10.1007/s10683-014-9435-9>
  301. Noussair, C., & Tucker, S. (2005). Combining monetary and social sanctions to promote cooperation. *Economic Inquiry*, 43(3), 649–660. <https://doi.org/10.1093/ei/cbi041>

302. Novak, S. P., Håkansson, A., Martinez-Raga, J., Reimer, J., Krotki, K., & Varughese, S. (2016). Nonmedical use of prescription drugs in the European Union. *BMC Psychiatry*, 16, 274. <https://doi.org/10.1186/s12888-016-0909-3>
303. OECD . (2022). Management of pharmaceutical household waste: Limiting environmental impacts of unused or expired medicine. OECD Publishing.
304. OECD. (2017). *Tackling wasteful spending on health*. OECD Publishing. Retrieved from <https://www.oecd.org>
305. OECD. (2019). *Tools and ethics for applied behavioural insights: The BASIC toolkit*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9ea76a8f-en>
306. OECD. (2024). Behavioural science. Retrieved from <https://www.oecd.org>
307. Orbell, J. M., Van de Kragt, A., & Dawes, R. M. (1988). Explaining discussion-induced cooperation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(5), 811–819. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.54.5.811>
308. Ostrom, E. (1990). *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*. New York: Cambridge University Press.
309. Ostrom, E. (2010). Analyzing collective action. *Agricultural Economics*, 41(S1), 155–166. <https://doi.org/10.1111/j.1574-0862.2010.00497.x>
310. Ostrom, E., Walker, J., & Gardner, R. (1992). Covenants with and without a sword: Self-governance is possible. *American Political Science Review*, 86(2), 404–417. <https://doi.org/10.2307/1964133>
311. Paul-Ebhohimhen, V. A., & Avenell, A. (2008). Systematic review of the use of financial incentives in treatments for obesity and overweight. *Obesity Reviews*, 9(4), 355–367. <https://doi.org/10.1111/j.1467-789X.2007.00409.x>
312. Paut Kusturica, M., Tomas, A., & Sabo, A. (2017). Disposal of unused drugs: Knowledge and behavior among people around the world. *Reviews of Environmental Contamination and Toxicology*, 240, 71–104.
313. Pavlovský, P. (2020). *Nudging theory in the concepts of public policy and governance (and examples of its application within the Slovak municipalities)* (1st ed.). Břeclav City Library.
314. Pavlovský, P., Sloboda, M., Sičáková-Beblová, E., & Klunin, A. (2022). Not always an easy win: The effectiveness of a ballot bin experiment to prevent cigarette butt littering. *Ekonomika a spoločnosť*, 23(1), 32–49. <https://doi.org/10.24040/eas.2022.23.1.32-49>
315. Payne, J. W. (1993). *The adaptive decision maker*. Cambridge University Press.
316. Perry, L. A., Shinn, B. W., & Stanovich, J. (2014). Quantification of an ongoing community-based medication take-back program. *Journal of the American Pharmacists Association*, 54(3), 275–279. 10.1331/JAPhA.2014.13143
317. Persson, A., Rothstein, B., & Teorell, J. (2013), Why Anticorruption Reform Fail – Systemic Corruption as a Collective Action Problem, *Governance*, 26(3), 449–471. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0491.2012.01604.x>
318. Petersen, O. H., Hjelmar, U., & Vrangbaek, K. (2018). Is contracting out of public services still the great panacea? A systematic review of studies on economic and

- quality effects from 2000 to 2014. *Social Policy & Administration*, 52(1), 130–157. <https://doi.org/10.1111/spol.12297>
319. Poterba, J. M. (1998). Demographic change, intergenerational linkages, and public education. *American Economic Review*, 88, 315–320. <https://doi.org/10.1257/aer.88.2.315>
  320. Powers, N., Blackman, A., Lyon, T. P., & Narain, U. (2011). Does disclosure reduce pollution? Evidence from India's Green Rating Project. *Environmental and Resource Economics*, 50(1), 131–155. <https://doi.org/10.1007/s10640-010-9414-0>
  321. Pratt, J. W., & Zeckhauser, R. J. (1986). Principals and agents: The structure of business. *Journal of Economic Literature*, 24(4), 1788–1789. ISSN 0367-6687.
  322. Quattrone, G. A., Lawrence, C. P., Finkel, S. E., & Andrus, D. C. (1981). Explorations in anchoring: The effects of prior range, anchor extremity, and suggestive hints. *Unpublished manuscript, Stanford University*.
  323. Rahmadani, M. A., & Kristina, S. A. (2021). A scoping review of disposal of unused medicines in take-back programs. *Jurnal Manajemen Dan Pelayanan Farmasi (Journal of Management and Pharmacy Practice)*, 11(1), 73–90. [10.22146/jmpf.61343](https://doi.org/10.22146/jmpf.61343)
  324. Rand, D., Weiss, P., & Katz, N. (2009). Training multitasking in a virtual supermarket: A novel intervention after stroke. *American Journal of Occupational Therapy*, 63(5), 535–542. <https://doi.org/10.5014/ajot.63.5.535>
  325. Rehfuss, J. A. (1989). *Contracting out in government*. San Francisco: Jossey-Bass. ISBN 0124413528.
  326. Romzek, B. S., & Johnston, J. M. (2002). Effective contract implementation and management: A preliminary model. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 12, 423–453. ISSN 1477-9803.
  327. Rose-Ackerman, S. (1999). *Corruption and government: Causes, consequences, and reform*. Cambridge University Press.
  328. Ross, L. (1977). The intuitive psychologist and his shortcomings: Distortions in the attribution process. *Advances in Experimental Social Psychology*, 10, 173–220. ISSN 0065-2601.
  329. Ross, S. A. (1973). The economic theory of agency: The principal's problem. *The American Economic Review*, 63(2), 134-139.
  330. Rothbard, M. (2001). *Ekonomie státních zásahů*. Praha: Liberální institut. ISBN 80-86389-10-3.
  331. Sako, M. (1992). *Prices, quality and trust: Inter-firm relations in Britain and Japan*. Cambridge, UK: Cambridge University Press. ISBN 9780511520723.
  332. Sanders, M., & Smith, S. (2015). A warm glow in the afterlife: Can simple prompts increase request giving? Retrieved from <http://ernop.eu/wp-content/uploads/2015/06/Sarah-Smith.pdf>
  333. Savas, E. S. (1987). *Privatisation: The key to government*. New York: Chatham House. ISBN 0-385-460821-X.

334. Savedoff, W. D., & Hussmann, K. (2006). *The Causes of Corruption in the Health Sector: A Focus on Health Care Systems*. World Bank
335. Sclar, E. D. (2000). *You don't always get what you pay for: The economics of privatization*. Ithaca: Cornell University Press. ISBN 978-0-8014-8762-0.
336. Sefton, M., Shupp, R., & Walker, J. M. (2007). The effects of rewards and sanctions in provision of public goods. *Economic Inquiry*, 45, 671–690. ISSN 0095-2583.
337. Seidenstat, P. (1999). *Contracting Out Government Services*. Westport: Praeger.
338. Selagea, V. I., Simeanu, C. M., & Stancu, E. A. (2016). *Nudge: Cigarette butts—Not for littering but for voting*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.3734.8886>
339. Seligson, M. A. (2002). The impact of corruption on regime legitimacy: A comparative study of four Latin American countries. *Political Science Quarterly*, 34(3), 408–433. <https://doi.org/10.1111/1468-2508.00132>
340. Sforza, V., Cimini, R., Mechelli, A., & Vian, T. (2020). A review of the literature on corruption in healthcare organizations. *International Journal of Business and Management*, 15(4), 98. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v15n4p98>
341. Shalvi, S., Gino, F., Barkan, R., & Ayal, S. (2015). Self-serving justifications: Doing wrong and feeling moral. *Psychological Science*, 24(2), 125–130. <https://doi.org/10.1177/0956797612443837>
342. Shaver, R. (1999). The instrumental theory. In *Rational egoism: A selective and critical history* (pp. 39–58). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511897900.003>
343. Shayo, M. (2009). A model of social identity with an application to political economy: Nation, class, and redistribution. *American Political Science Review*, 103(2), 147–174. <https://doi.org/10.1017/S0003055409090194>
344. Shetterly, D. R. (1998). The influence of contract designs on contractor performance. *Public Performance & Management Review*, 24(1), 53–68. ISSN 1471-9037
345. Schechter, L. (2007). Traditional trust measurement and the risk of confound: An experiment in rural Paraguay. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 62, 272–292. ISSN 0167-2681.
346. Schultz, P. W., Nolan, J. M., Cialdini, R. B., Goldstein, N. J., & Giskevicius, V. (2007). The constructive, destructive, and reconstructive power of social norms. *Psychological Science*, 18, 429–434.
347. Sigmund, K. (2010). *The calculus of selfishness*. Princeton University Press. ISBN 9781400832255
348. Simon, A. F. (1997). Television news and international earthquake relief. *Journal of Communication*, 47(3), 82–93. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1997.tb02715.x>
349. Simon, H. A. (1957). A behavioural model of rational choice. *Quarterly Journal of Economics*, 69(1), 99–118. <https://doi.org/10.2307/1884852>
350. Simon, H. A. (1982). *Models of bounded rationality* (Vols. 1 & 2). MIT Press. ISBN 978-0-262-19205-7

351. Slaughter, E., Gersberg, R. M., Watanabe, K., Rudolph, J., Stransky, C., & Novotny, T. E. (2011). Toxicity of cigarette butts, and their chemical components, to marine and freshwater fish. *Tobacco Control*, 20(Suppl. 1), i25–i29. <https://doi.org/10.1136/tc.2010.040170>
352. Slonim, R., & Guillen, P. (2010). Gender selection discrimination: Evidence from a trust game. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 76(3), 385–405. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2010.09.001>
353. Smith, S. R. (1996). Transforming Public Services: Contracting for Social and Health Services in the US.” *Public Administration*, 74: 113-127
354. Smith, V. H., Kehoe, M. R., & Cremer, M. E. (1995). The private provision of public goods: Altruism and voluntary giving. *Journal of Public Economics*, 58(1), 107–126. [https://doi.org/10.1016/0047-2727\(94\)01488-N](https://doi.org/10.1016/0047-2727(94)01488-N)
355. Snipes, R. L., & Oswald, S. L. (2017). Charitable giving to not-for-profit organizations: Factors affecting donations to non-profit organizations. *Business Perspectives*. Retrieved from [https://businessperspectives.org/media/zoo/applications/publishing/templates/article/assets/js/pdfjs/web/viewer.php?file=/pdfproxy.php?item\\_id=3066](https://businessperspectives.org/media/zoo/applications/publishing/templates/article/assets/js/pdfjs/web/viewer.php?file=/pdfproxy.php?item_id=3066)
356. Spisak, B. R., Grabo, A. E., Arvey, R. D., & Van Vugt, M. (2014). The age of exploration and exploitation: Younger-looking leaders endorsed for change and older-looking leaders endorsed for stability. *Leadership Quarterly*, 25(4), 805–816. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2014.06.001>
357. Spisak, B. R., Homan, A. C., Grabo, A., & Van Vugt, M. (2012). Facing the situation: Testing a biosocial contingency model of leadership in intergroup relations using masculine and feminine faces. *Leadership Quarterly*, 23(2), 273–280. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2011.09.001>
358. Srebalová, M. (2014). Reformy verejnej správy a štátna správa. In *Organizace státní správy: Teorie a praxe* (pp. 123–135). Brno: Masarykova univerzita.
359. Stanovich, K. E., & West, R. F. (1998). Cognitive ability and variation in selection task performance. *Thinking & Reasoning*, 4(3), 193–230. <https://doi.org/10.1080/135467898394091>
360. Stiglitz, J. E. (1997). *Ekonomika veřejného sektoru*. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-7169-454-2
361. Stiglitz, J. E. (2000). *Public Sector Economics*. New York: Norton
362. Stock, S., Miranda, C., Evans, S., Plessis, S., Ridley, J., Yeh, S., & Chanoine, J. P. (2007). Healthy Buddies: A novel, peer-led health promotion program for the prevention of obesity and eating disorders in children in elementary school. *Pediatrics*, 120(4), e1059–e1068. <https://doi.org/10.1542/peds.2006-3003>
363. Sunstein, C. R. (2016). *The ethics of influence: Government in the age of behavioral science*. Cambridge University Press.
364. Svensson, J. (2005). Eight questions about corruption. *Journal of Economic Perspectives*, 19(3), 19–42. <https://doi.org/10.1257/089533005774357860>
365. Szymańska, U., Wiergowski, M., Sołtyszewski, I., Kuzemko, J., Wiergowska, G., & Woźniak, M. K. (2019). Presence of antibiotics in the aquatic environment in

- Europe and their analytical monitoring: Recent trends and perspectives. *Microchemical Journal*, 147, 729–740. 10.1016/j.microc.2019.04.003
366. Špalek, J. (2011). *Veřejné statky: Teorie a experiment*. Praha: H. C. Beck. ISBN 978-80-7400-353-0
  367. ŠÚKL. (2024). *Výroční správa (2023)*. Retrieved from [https://www.sukl.sk/buxus/docs/rozhodnutia/Vyrocnna\\_sprava\\_SUKL\\_2023\\_.pdf](https://www.sukl.sk/buxus/docs/rozhodnutia/Vyrocnna_sprava_SUKL_2023_.pdf)
  368. Tanzi, V. (1998). *Corruption around the world: Causes, consequences, scope, and cures*. IMF Staff Papers, 45(4), 559–594.
  369. Thaler, R. (2017). *Neočekávané chování: Podivuhodný příběh behaviorální ekonomie*. Praha: Argo, Dokořán. ISBN 978-80-257-2121-6
  370. Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness. *Constitutional Political Economy*, 19(4), 356–360. <https://doi.org/10.1007/s10602-008-9056-2>
  371. Thaler, R., & Sunstein, C. R. (2010). *Nudge (Šťouch): Jak postrčit lidi k lepšímu rozhodování o zdraví, majetku a štěstí*. Zlín: Kniha Zlín. ISBN 978-80-87162-66-8
  372. The Hubbub. (2015). *Neat Streets*.
  373. Thibodeau, P. H., & Boroditsky, L. (2010). Metaphors we think with: The role of metaphor in reasoning. *PLoS ONE*, 6(2), e16782. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0016782>
  374. Thomas, L. (1977). Biomedical science and human health: The long-range prospect. *Daedalus*, 106(3), 163–171.
  375. Thompson, W., Sandoe, J., Pavitt, S., Walsh, T., & Byrne-Davis, L. (2021). Co-developing an antibiotic stewardship tool for dentistry: Shared decision-making for adults with toothache or infection. *Antibiotics*, 10(11), 1345. <https://doi.org/10.3390/antibiotics10111345>
  376. Thornton, R. L. (2008). The demand for, and impact of, learning HIV status. *American Economic Review*, 98(5), 1829–1863. <https://doi.org/10.1257/aer.98.5.1829>
  377. Tidy Britain Group. (1996). *Attitudes towards cigarette disposal outdoors* (No. N403). Retrieved from <https://www.industrydocuments.ucsf.edu/tobacco/docs/#id=nff0090>
  378. Tichy, E. M., Hoffman, J. M., Tadrous, M., Rim, M. H., Suda, K. J., Cuellar, S., Clark, J. S., Newell, M. K., & Schumock, G. T. (2023). National trends in prescription drug expenditures and projections for 2023. *American Journal of Health-System Pharmacy*, 80(14), 899–913. <https://doi.org/10.1093/ajhp/zxad086>
  379. Todd, P. M., & Gigerenzer, G. (2005). Social heuristics. In V. Smith & C. Plott (Eds.), *Handbook of Experimental Economics Results*. Amsterdam: Elsevier.
  380. Todd, P. M., & Miller, G. F. (1999). From pride and prejudice to persuasion: Satisficing in mate search. In G. Gigerenzer & P. M. Todd (Eds.), *Simple heuristics that make us smart* (pp. 278–307). Oxford University Press.

381. Tversky, A., & Kahneman, D. (1973). Availability: A heuristic for judging frequency and probability. *Cognitive Psychology*, 5(2), 207–232. [https://doi.org/10.1016/0010-0285\(73\)90033-9](https://doi.org/10.1016/0010-0285(73)90033-9)
382. Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science*, 185(4157), 1124–1131. <https://doi.org/10.1126/science.185.4157.1124>
383. Ugur, M., & Dasgupta, N. (2011). Evidence on the economic growth impacts of corruption in low-income countries and beyond: a systematic review. London: EPPI-Centre, Social Science Research Unit, Institute of Education, University of London.
384. Uhlaner, C. (1989). Relational goods and political participation: Incorporating sociability into a theory of rational action. *Public Choice*, 62(2), 253–285. <https://doi.org/10.1007/BF00123886>
385. Uslander, E. M. (2008). *Corruption, Inequality, and the Rule of Law: The Bulging Pocket Makes the Easy Life*. Cambridge University Press.
386. Varvarigos, D. (2017). Cultural norms, the persistence of tax evasion, and economic growth. *Economic Theory*, 63, 961–995. <https://doi.org/10.1007/s00199-016-0985-1>
387. Vesterlund, L. (2003). The informational value of sequential fundraising. *Journal of Public Economics*, 87(3-4), 627–657. [https://doi.org/10.1016/S0047-2727\(01\)00192-7](https://doi.org/10.1016/S0047-2727(01)00192-7)
388. Vesterlund, L. (2006). Why do people give? In W. E. Powell & R. Steinberg (Eds.), *The Nonprofit Sector: A Research Handbook* (pp. 568–590). New Haven, CT: Yale University Press. ISBN 978-0300109030
389. Vian, T. (2008). Review of Corruption in the Health Sector: Theory, Methods, and Interventions. *Health Policy and Planning*, 23(2), 83–94.
390. Vidovic, M., & Khanna, N. (2007). Can voluntary pollution prevention programs fulfill their promises? Further evidence from the EPA's 33/50 Program. *Journal of Environmental Economics and Management*, 53(2), 180–195. <https://doi.org/10.1016/j.jeem.2006.08.003>
391. Vlaev, I., & Dolan, P. (2009). From changing cognitions to changing the context: A dual-route model of behaviour change. *London: Imperial College Business School*.
392. Volpp, K. G., John, L. K., Troxel, A. B., Norton, L., Fassbender, J., & Loewenstein, G. (2008). Financial incentive-based approaches for weight loss: A randomized trial. *JAMA*, 300(22), 2631–2637. <https://doi.org/10.1001/jama.2008.804>
393. Wainer, H., & Zwerling, H. L. (2006). Evidence that smaller schools do not improve student achievement. *Phi Delta Kappan*, 88(4), 300–303.
394. Wang, G., Macera, C. A., Scudder-Soucie, B., Schmid, T., Pratt, M., & Buchner, D. (2004). Cost effectiveness of a bicycle/pedestrian trail development in health promotion. *Preventive Medicine*, 34(2), 237–242. <https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2003.07.001>

395. Wang, G., Oh, I., Courtright, S. H., & Colbert, A. E. (2011). Transformational leadership and performance across criteria and levels: A meta-analytic review of 25 years of research. *Group & Organization Management*, 36(2), 223–270. <https://doi.org/10.1177/1059601111401017>
396. Wang, L. S., Aziz, Z., Wang, E. S., & Chik, Z. (2024). Unused medicine take-back programmes: A systematic review. *Global Health Action*, 17(1), 2395535. <https://doi.org/10.1080/20523211.2024.2395535>
397. Watkins, S., Barnett, J., Standage, M., Kasprzyk-Hordern, B., & Barden, R. (2022). Household disposal of pharmaceuticals: Attitudes and risk perception in a UK sample. *Journal of Material Cycles and Waste Management*, 24(6), 2455–2469. 10.1007/s10163-022-01494-7
398. Webb, T. L., & Sheeran, P. (2006). Does changing behavioural intentions engender behavior change? A meta-analysis of the experimental evidence. *Psychological Bulletin*, 132(2), 249–268. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.132.2.249>
399. Wheeler, A. J., Kelly, F., Spinks, J., & Bettington, E. (2016). National return and disposal of unwanted medicines project audit 2016: Final report. Griffith University
400. Wiepking, P., & Bekkers, R. (2012). Who gives? A literature review of predictors of charitable giving: II – Gender, family composition, and income. *Voluntary Sector Review*, 3(2), 217–245. <https://doi.org/10.1332/204080512X649379>
401. Willer, R., Wimer, C., & Owens, L. A. (2013). Explaining the gender gap in charitable giving: Lower empathy leads men to give less to poverty relief. *Stanford Center on Poverty and Inequality Working Paper*.
402. Williamson, O. E. 1986. *Economic Organization: Firms, Markets, and Policy Control*. New York: New York University Press.
403. World Health Organization. Regional Office for Europe. (2016). *Challenges and opportunities in improving access to medicines through efficient public procurement in the WHO European Region*. World Health Organization.
404. Yamagishi, T. (1986). The provision of a sanctioning system as a public good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(1), 110–116. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.1.110>
405. Zajonc, R. B. (1980). Feeling and thinking: Preferences need no inferences. *American Psychologist*, 35(2), 151–175. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.35.2.151>
406. Zero Waste Scotland. (2022). *Preventing chewing gum litter*. Retrieved from <https://www.zerowastescotland.org.uk>

## PRÍLOHY

Príloha 1 Behaviorálna intervencia pre riešenie nesprávnej likvidácie liekov

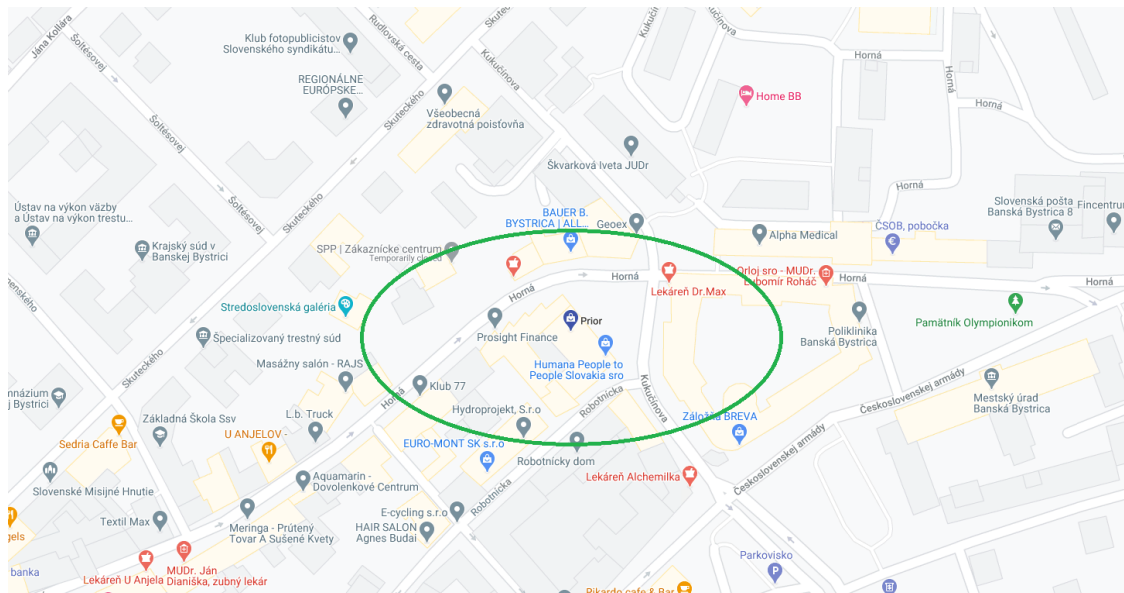


Zdroj: Liktorová, 2021

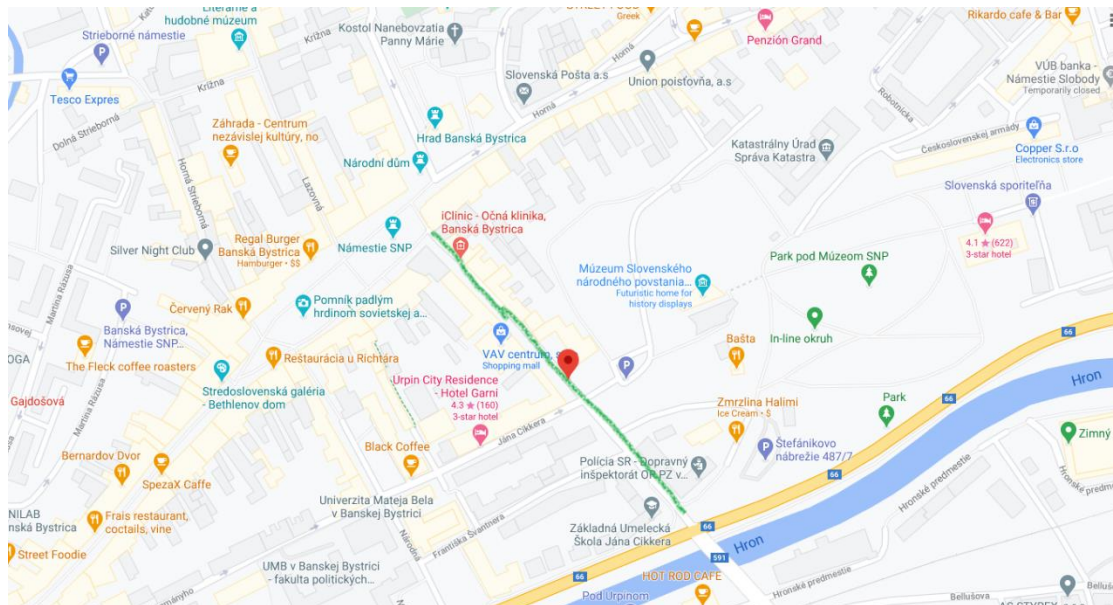
## Príloha 2 Návrh lokalít pre riešenie znečistenia verejných priestranstiev v meste Banská Bystrica

### Riešenie žuvačkového odpadu

Vhodným miestom na realizáciu postrčenia je Ulica horná a Kukučínova pri obchodnom centre Prior.



Ďalším vhodným miestom na realizáciu postrčenia je Ulica kapitúlská.



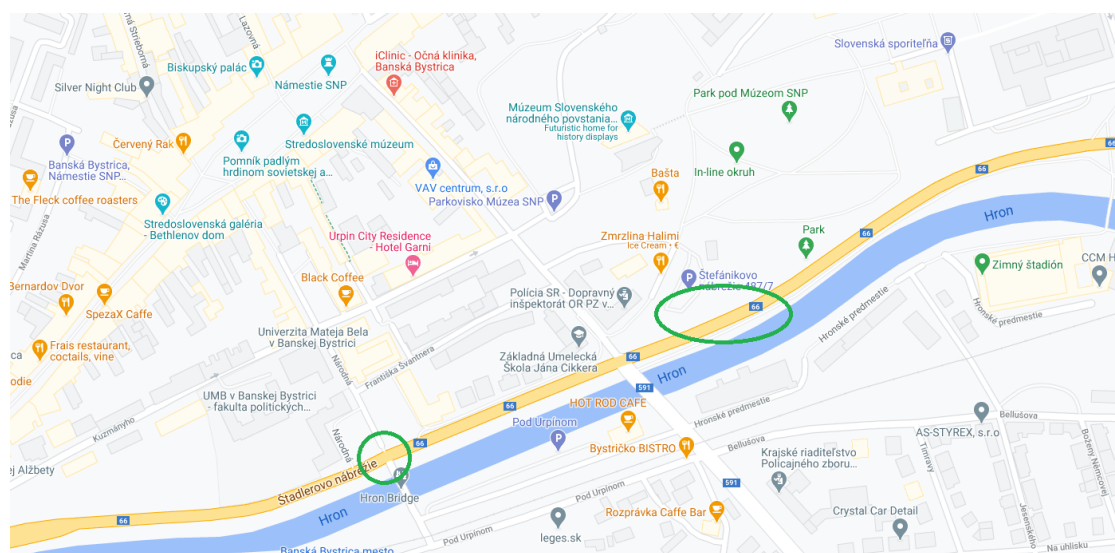
Časový rámec na navrhovanú alternatívu je od apríla do októbra.

## Riešenie cigaretových ohorkov

Prvé navrhované miesto je v okolí zimného štadióna. Kôš na ohorky by bolo vhodné umiestniť v tejto lokalite od decembra do mája, resp. v čase finálových zápasov. Rovnako by bolo možné meniť otázku v závislosti od toho, ktoré hokejové tímy práve hrajú.



Tretie miesto umiestnenia je na frekventovaných MHD zastávkach ako je Štefánikovo nábrežie a Národná.



Výhodou prvej navrhovanej alternatívy zabezpečujúcej čistotu verejných priestranstiev je možnosť celoročného použitia v dôsledku využitia zmeny umiestnenia odpadkového koša podľa aktuálnej potreby.