

GEDRAGSECONOMIE

VAN DE HOOFDREDACTIE

De gedragswetenschappen zijn behoorlijk in beweging. Inzichten in menselijk gedrag worden niet meer alleen gevoed vanuit afzonderlijke disciplines als sociologie, psychologie en economie, maar ook vanuit de neurowetenschappen, met name de *behavioral neuroscience* c.q. gedragsbiologie. Bovendien vindt tussen die disciplines steeds meer kruisbestuiving plaats. Zo zijn er vanuit de psychologie belangrijke impulsen uitgegaan naar de economie welke hebben geleid tot een relatief nieuwe benadering die ‘gedragseconomie’ is gaan heten. De grondlegger daarvan is Daniel Kahneman, de eerste psycholoog die, in 2002, de Nobelprijs voor de Economie kreeg. Hij toonde aan dat mensen, ook managers, meestal op hun intuïtie varen en vaak systematisch irrationele beslissingen nemen. De mens blijkt aldus eerder een ‘homo irrationalis’ dan een ‘homo economicus’. Daarom wordt in de gedragseconomie onderzocht hoe de rationaliteit van beslissingen kan worden verhoogd. De populariteit van gedragseconomie blijkt uit verschillende ontwikkelingen, waaronder zelfs de roep om het onderdeel te laten uitmaken van het vak economie op middelbare scholen.

In dit nummer willen we u een indruk geven van de stand van zaken op het vakgebied gedragseconomie. In zijn openingsartikel geeft en bespreekt Fox een historisch overzicht van de verschillende benaderingen voor besluitvorming. Daarin typeert hij gedragseconomie als de benadering die de laatste jaren dominant is. Ook voor managers zou zij heel belangrijk zijn, maar niet alleenzalmakend. Fox laat zien dat managers veelal een combinatie van benaderingen nodig hebben om tot goede beslissingen te komen. Dat heeft te maken met de grote mate van complexiteit van minstens een deel van hun beslissingsvraagstukken en -omgeving, zoals ook blijkt uit de bijdragen van (Willem) Schramade over irrationele markten, irrationele managers, de explosiviteit van het mengsel van beide en wat er tegen te doen valt. Spruijt & Mohr pleiten ervoor om daarbij ook gebruik te maken van inzichten uit de neurobiologie. Ook Halvorson & Rock putten in hun bijdrage uit neurowetenschap-

pelijk onderzoek. De resultaten van het prille onderzoek binnen de neurowetenschappen ogen zeker interessant, maar helaas moet hierbij de kanttekening worden geplaatst dat de gehanteerde onderzoeksmethodologie nog vaak vraagtekens oproept (zie bijvoorbeeld ‘Aan de onderbouwing van nieuwe managementtheorieën schort vaak het nodige’ in de rubriek ‘Uit de bladen’ van dit nummer; en zie ook *The Economist* van 16 juli 2016, pp. 62-63). Echt evidence-based veranderen (zie de bijdrage van Ten Have c.s.) lijkt op basis van bepaalde gegenereerde inzichten dan ook nog niet goed mogelijk.

Vanwege de perspectieven die de gedragseconomie biedt, hebben al verschillende universiteiten, bedrijven en ministeries afdelingen of teams Behavioral Insights in het leven geroepen. Deze onderzoeken hoe ze kennis over menselijk gedrag kunnen verwerken in beleid, de organisatie van werk, wetsvoorstellen, enz. Een instrument dat wordt besproken in een paar bijdragen aan dit nummer is *nudging*: mensen een subtiel duwtje geven in de richting van ‘gewenster’ gedrag, bijvoorbeeld door een kwestie anders in te kaderen of de situatie om te draaien (zoals in het geval van het wetsvoorstel over orgaandonatie). De keuzen van bijvoorbeeld belastingbetalers kunnen erdoor worden beïnvloed, maar ook die van werknemers (zie Beshears & Gino) en consumenten (zie Fennis).

Toepassing van gedragseconomie kan er aan bijdragen dat een ‘homo irrationalis’ een ‘homo satis rationis’ wordt: een mens met een voldoende dosis ratio. Rest de vraag of het ethisch verantwoord is om menselijk gedrag te sturen. Dat is het als de keuzevrijheid van mensen er niet door wordt aangetast. Ethiek is overigens het thema van het volgende nummer. Tot over twee maanden!

Peter Schramade

