



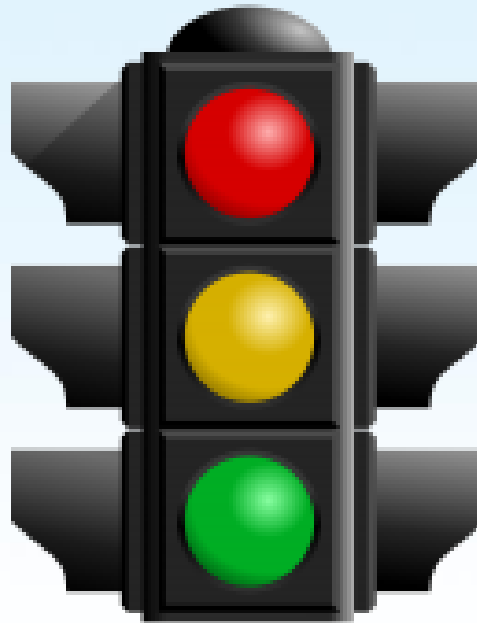
# **PAREMPI TUUPATA KUIN SANELLA**

**Johtaja Anja Peltonen, 12.11.2015**



Kilpailu- ja  
kuluttajavirasto

**kkv.fi**



# Tuuppaaminen, nudge



# MITEN KULUTTAJAT - IHMISET TOIMIVAT?

- Olettama on aiemmin ollut, että ihmiset pystyvät **rationaaliseen päätöksentekoon** ja valitsevat siten itselleen optimaalisen tuotteen
- Tästä lähtökohdasta juontuu **informaation lisääminen** ja ihmisten kouluttaminen
- Tiedon lisääminen ei aina vaikuta toivotusti: miksi kuluttajat tekevät huonoja päätöksiä tiedosta huolimatta?

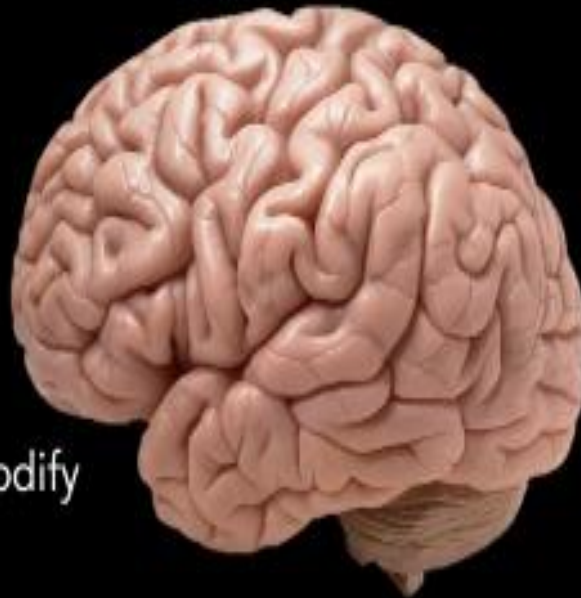
# Uusi lähestymistapa, sovelletut käyttäytymistieteet:

Kuluttajilla, ihmisillä on tiettyjä käyttäytymismalleja, jotka ovat **kaikille yhteisiä**: yksinkertaistamme valintoja sen mukaan miten ne meille esitellään, valitsemme helpon ratkaisun, tunteisiin vetoaminen vaikuttaa, muiden ihmisten valinnat ohjaavat meitä.

Emme ole rationaalisia mutta silti käyttäytymisemme on **ennustettavaa** ts. meillä kaikilla on samanlaisia menettelytapoja.

## System 1

Autopilot  
Fast  
Implicit  
Effortless  
Associative  
Difficult to control or modify  
No self-awareness



## System 2

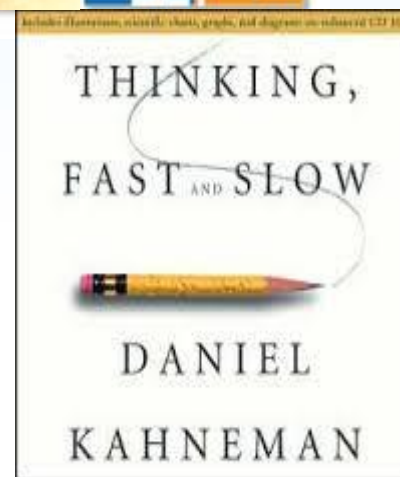
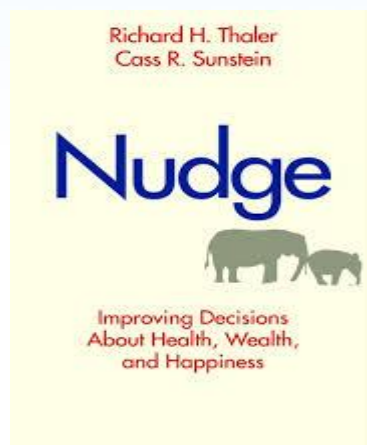
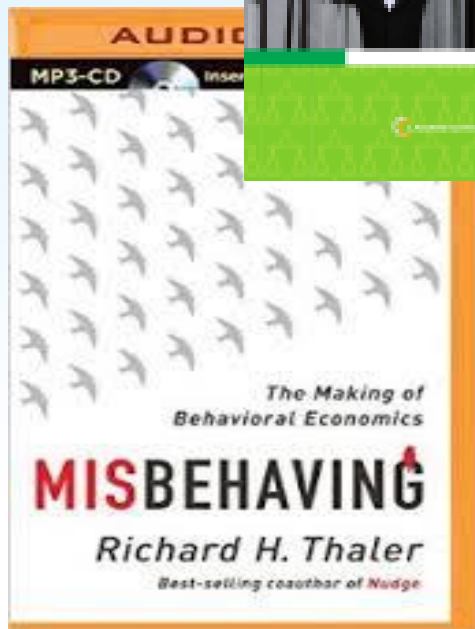
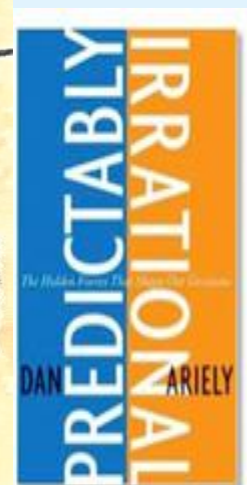
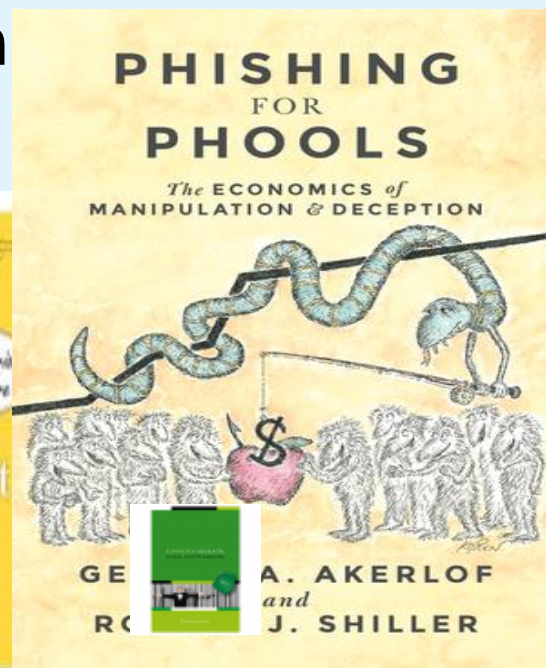
Slow  
Serial  
Explicit  
Effortful  
Logical & skeptical  
Deliberately controlled  
With self-awareness

*"System 1 runs the show, that's the one you want to move."* – Daniel Kahneman

# Käyttäytymismallejamme - heuristics

- Rajoitettu rationaalisuus (bounded rationality)
- Nyrkkisäännöt (rules of thumb)
- Osta tänään, maksa myöhemmin (present bias)
- Yksi asia kerrallaan päähuomion kohteena (limited attention)
- Menetyks kirpaisee – omat sijoitukset ja hukkaan menneet resurssit (endowment effect, sunk cost effect)
- Lauman vaikutus (bandwagon bias)
- Tulevaisuus on liian kaukana mutta se on hyvä (myopia, over-optimism)
- Viitoitettua polkua on helppo kulkea (default bias)
- Muutos on ikävää, jos se vaatii aktiivisuutta (Status quo bias, confirmation bias)

# Behavioral Economics





# NUDGING, TUUPPAAMINEN



- Kuluttajilla pitää olla **mahdollisuus valita**
- Kansalaisen tai muun toimijan päätöksentekoympäristöä muokataan siten, että **toivottu käyttäytyminen on luontevampaa**, kuin mitä se muutoin olisi - palveluarkkitehtuuri
- Jos tuupataan, niin tuupataan sitten hyvään päämäärään

# Behavioral economics – miten muualla?

- The use of behavioural economics in the **design and delivery of regulation** is at the forefront of regulatory policy and governance (Pete Lunn, Regulatory policy and behavioural economics; OECD 2014)
- Behavioural science can be applied to policies whenever there is a behavioural element to them. It can help **design new policies, suggest improvements** to existing ones, or provide **ex-post explanations** of why the target group of a policy reacted in a particular way. (Van Bavel & al. Applying Behavioural Science to **EU Policy-making**. EU 2013)
- 20 behavioural studies (Foresight and Behavioural Insights Unit)

# Kilpailunäkökuulmassa

## Select your web browser(s)

 <b>chrome</b>	 <b>Opera™ browser</b>	 <b>Internet Explorer</b>	 <b>Maxthon Browser</b>	 <b>mozilla Firefox™</b>
A fast new browser from Google. Try it now!	Upgrade to a better browser. Opera is fast, smooth and easy to use.	Fast, clean and trusted. The world's most popular browser on Windows. Free from Microsoft.	Unsurpassed speed and easy-to-use with features you will only find in Maxthon 3. Take you from view to do! 600 million downloads.	Firefox is fast, flexible and secure. Proudly non-profit, we're always innovating for you. Try the free download!
<a href="#">Install</a>	<a href="#">Install</a>	<a href="#">Install</a>	<a href="#">Install</a>	<a href="#">Install</a>
<a href="#">Tell me more</a>	<a href="#">Tell me more</a>	<a href="#">Tell me more</a>	<a href="#">Tell me more</a>	<a href="#">Tell me more</a>

[Further information, Terms of use and Privacy statement.](#)

# Design for Government, 2015

- Tiedämme, että ihminen ei usein käyttäydy rationaalisesti tai pelkästään taloudellista hyötyä optimoiden, vaan käyttäytymistä ohjaa iso joukko erilaisia päättelyvirheitä, rutiineja ja intuitioita. Silti suunnittelemme yhteiskuntia yhä ikään kuin osaisimme ennustaa ihmisten ja organisaatioiden toimintaa ja käyttäytymistä rationaalisuusoletuksen perusteella.
- Julkaisu on osa Design for Government -hanketta. Hanketta koordinoi Demos Helsinki –ajatushautomo kumppaneinaan Avanto Helsinki - tutkimuspaja sekä Aalto-yliopiston muotoilun laitos.
- Hallitusohjelma: kokeilukulttuuri
- OECD:n suositus kuluttaja-asioita koskevasta päätöksenteosta: KKV:n kansallinen käsikirja tulossa

# MIKSI KULUTTAJAN PITÄISI TEHDÄ FIKSUJA PÄÄTÖKSIÄ?

- Kuluttajamenetykset
- Kilpailun toimivuus
- Yhteiskunnalliset vaikutukset
- Kun kuluttajan vaikutusmahdollisuudet paranevat, millaiset yritykset menestyvät?
- Holhousta? Eikö kuluttaja opi?





## B-C JA BEHA

- Asiakaspalvelun toiminta, kun asiakas haluaa tehdä kestopilauksen / irtisanoa kestopilauksen
  - Sopimusehtojen muuttaminen: sinun ei tarvitse tehdä mitään
  - Rajoitettu aika: toimi nopeasti
  - Erityisesti valittu vastaanottaja
  - Asiantuntijatkin suosittelevat
- 
- Testi Etelä-Afrikassa: Luotto suoramyynnissä; koron suuruus / viestin muotoilu / kuva-aiheet; oletusvalinnat



# Behan käyttöesimerkkejä :

Kuluttajaoikeusdirektiivi:

Kokonaishinta esitettävä (drip pricing)

Ei lisäpalveluja valmiiksi valittuina (default bias)

Nimenomainen maksupainike (framing bias)

- Saksa & UK: lisävakuutusten myynti päätuotteen yhteydessä
- MiFid informaation selkeys
- Asuntoluottodirektiivin johdanto, esimerkiksi käytetyt termit
- Tuotevertailut Fine
- UK Consumer Rights Bill 2015
- Komission ohjeistus UCP-direktiiviin eli KSL 2 lukuun
- Erilaiset kuluttajakuvat: keskivertokuluttaja / kuluttaja on heikommassa asemassa kuin yritys, heikommat resurssit ja tiedot

# Entä kuluttajakasvatus

- Borrow high, lend low
- Eläkesäästäminen
- Miten informaatio auttaa toimimaan? Vaikka kuluttaja kokee asian hyväksi, miten muutos saadaan tapahtumaan?
- A discussion of the characteristics of behaviors that might affect the policy maker's **mix of financial education, choice architecture, and regulation** as tools to help consumer financial behavior. Fernandes, Daniel and Lynch, John G. and Netemeyer, Richard G., Financial Literacy, Financial Education and Downstream Financial Behaviors (January 6, 2014).

# EAST Framework



**The Behavioural Insights Team developed the EAST framework for practitioners to easily apply it in the design of the solution to nudge the desired behavior.**

Adapted from The Behavioural Insights Team, UK

# Yritysten mahdollisuudet - Käyttäytymistieteet ja luottamuksen elementit

- Viestien ja ihmiskuvan johdonmukaisuus
- Toimintojen helppous, konkretia
- Valmius tarttua kuluttajan tarpeeseen
- Kyselijän rooli - Asiantuntijan erheen vaikutus
- Päättöpuut tukevat oikeaa valintaa
- Sopimusehdot – käyttöohje sopimukseen
- Yksi päätös kerrallaan
- Ennakkoon on käytävä läpi myös ei-toivotut tilanteet
- Kun yksi asia muuttuu, helppo tehdä useampia muutoksia

# THE INTENTION ECONOMY

When Customers Take Charge

DOC SEARLS

© 2014 BY DOC SEARLS. ALL RIGHTS RESERVED.

# Why Do Investors Make Bad Choices, Cass R. Sunstein

9.4.2014 Bloomberg News <http://www.bloombergtv.com/articles/2014-04-09/why-do-investors-make-bad-choices>

- **Passively managed, highly diversified index funds – sold 2011**
- **Availability bias** Behavioral scientists have shown that if something has happened in the recent past, it is cognitively “available,” and people tend to exaggerate the probability that it will happen in the future.
- **Loss aversion** People tend to hate losses from the status quo – in fact, they hate them far more than they like equivalent gains. As the stock market started to fall, I wanted to prevent losses, and as a result, I lost a lot.
- **Probability neglect** Human beings tend to focus on worst-case scenarios, especially when their emotions are running high, and not on the likelihood that such scenarios will actually come about.
- **Disposition effect** Sell too quickly, hold on too long.
- **Overconfidence** Excessive confidence in one's own talents