

Yuliia Klymenko
*PhD in Economics, Senior Researcher
at the Department of Behavioral Economics
Mykhailo Ptoukha Institute for Demography and Life Quality Research
of the National Academy of Sciences of Ukraine*

Клименко Ю.А.
*кандидат економічних наук,
старший науковий співробітник відділу поведінкової економіки
Інституту демографії та досліджень якості життя
імені Михайла Птухи Національної академії наук України*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-703-1-14>

BEHAVIORAL NUDGES TO ENCOURAGE THE POPULATION TO IMPROVE THE COMFORT OF HOUSING CONDITIONS

ПОВЕДІНКОВІ ПІДШТОВХУВАННЯ ДЛЯ СТИМУЛЮВАННЯ НАСЕЛЕННЯ ПІДВИЩУВАТИ КОМФОРТНОСТІ ЖИТЛОВИХ УМОВ

Поведінкові інтервенції не вирішують глибокі структурні проблеми в житловій сфері, такі як дефіцит житла, низька доступність, нерегульований ринок оренди, обмеженість іпотечних програм, відсутність соціального житла, проте вони допомагають спрямувати житловий вибір в напрямку прийняття рішень орієнтованих на проживання в комфортному житлі. Інтерпретація комфортного житла в сучасних українських реаліях це коли воно релевантне складу сім'ї, не перенаселене, оснащене сучасними зручностями, а формат власності на житло неважливий.

Основною перепорою низької активності населення України у прийнятті житлових рішень є стратегія неготовності до житлових змін. Причинами цього є як нерозвинутість ринку житла в Україні, так і спектр поведінкових упереджень, які стримують домогосподарства змінювати житлові умови. Навіть попри об'єктивні передумови для потенційного покращення житла, такі як проживання у перенаселеному чи некомфортному житлі, домогосподарство не здійснює заходи щодо підвищення комфортності власних житлових умов, *а обирає стратегію уникнення житлових змін*, коли домогосподарства не бажають змінювати усталені житлові умови. Така поведінка формується на основі сукупності поведінкових упереджень: інерції статус-кво, ендаунмент ефект, упередження сьогодення, неприйняття втрат, якорування, тощо. Як зазначалося в попередніх дослідженнях [1], домогосподарства приймають житлові рішення в процесі аналізу величезного об'єму

інформації, який дуже важко оперативно та ефективно обробити, тому вони вдаються до спрощених когнітивних рішень, так званих упереджень та евристик. Саме специфіка аналізу крізь призму цих упередження може призводити до субоптимальних рішень щодо житла. Вливаючи на ці поведінкові упередження, поведінкові підштовхування можуть м'якими засобами стимулювати прийняття більш оптимальних рішень.

Оригінальне визначення підштовхування [2] це будь-який аспект архітектури вибору, який змінює поведінку людей передбачуваним чином, не забороняючи жодних варіантів і суттєво змінюючи їхні економічні стимули. Суть підходу полягає в тому, що поведінкові інсайти можуть бути використані для зміни «архітектури вибору» (тобто контексту або середовища), щоб через подолання поведінкових упереджень та викривлень люди частіше добровільно приймали оптимальні рішення [3]. Основним завданням поведінкового впливу при прийнятті рішень щодо житла є *зниження когнітивної складності житлового вибору* для домогосподарства. Тому нижче узагальнимо основні поведінкові втручання, орієнтовані на зміну архітектури вибору при прийнятті житлових рішень.

В першу чергу варто орієнтуватися на *подолання високої інформаційної асиметрії*. Як зазначає Sunstein [4] субоптимальні вибори можуть бути зумовлені відсутністю необхідної інформації щодо існуючих альтернатив або щодо специфіки наслідків. Наприклад, через фінансову неграмотність домогосподарств, вони схильні робити помилки у виборі іпотечних продуктів, недооцінювати ризики змінних ставок, тощо. З метою *зниження інформаційних прогалів* серед населення щодо вирішення житлового питання варто здійснювати заходи, які б забезпечували базовий рівень поінформованості населення в контексті можливого вирішення житлових проблем. Зниження інформаційного перевантаження через є дієвим через інструмент *спрощення інформації* дає змогу зробити інформацію простішою та доступнішою може призвести до значних позитивних результатів. Спрощення орієнтоване на зменшення когнітивного навантаження. Наприклад, електронні системи попередження ризиків шахрайських угод або автоматичні калькулятори для фінансового прорахунку майбутнього житлового вибору.

Одним з найбільш ефективних інструментів конструювання архітектури вибору є *фреймінг ефект* (ефект подачі інформації), коли альтернативні способи представлення одного й того ж рішення призводять до демонстрації різної поведінки. Наприклад, дослідження показали, що підштовхування до переїзду в інші райони є ефективними за допомогою ефекту подачі щодо кращої транспортної доступності в певному районі. Зміна формату подання інформації без зміни змісту може зробити інформацію видимою. Варіантом стимулювання до активності на ринку житла є демонстрація сценаріїв розвитку життя при різних житлових виборах.

Однією з технік підштовхування є встановлення певного стандартного варіанту (дефолту), який буде обраний, як що люди не зроблять активного рішення. Оскільки багато людей не схильні до активних рішень і зазвичай не змінюють дефолт, опція за замовчуванням у більшості випадків впливає на їхній кінцевий вибір. Наприклад, за дефолтом пропонується іпотека з безпечнішими умовами або оренда з базовим страхуванням, що захищає від ризикованого вибору, «зелені» дефолти призводять до збільшення енергозбереження. В контексті оренди житла такі стандартні договори з типовими умовами оренди убезпечують орендарів від ризикованих контрактів.

Поведінкові підштовхування є дуже актуальними в контексті популяризації переходу до тривалого проживання в орендному житлі. Наразі в українському суспільстві присутня стигматизація формату оренди як чогось тимчасового та нестабільного. Поведінкове упередження ендаунмент ефект здійснює сильний вплив на рішення щодо відмови від формату власності, адже люди переоцінюють власне житло лише тому що воно їм належить. Саме вплив на це упередження зменшує бар'єри в переході до формату оренди, ефективними є інформаційні кампанії щодо підсилення привабливості оренди як альтернативи власності, зокрема через візуалізацію можливих життєвих сценаріїв та довгострокових втрат при проживанні в некомфортному житлі.

Перешкоджають обирати формат оренди певні адміністративних бар'єри, так звані фактори клопоту, наприклад процедурні незручності з договорами оренди. Варіантом зниження факторів тертя є довгострокові договори оренди, які забезпечують захист від виселення для орендарів та унеможливають необґрунтоване підвищення орендної плати з боку орендодавців. Такі уніфіковані договори є в країнах із розвинутим ринком оренди Німеччина, Нідерланди, Швеція. Зменшення невизначеності проживання через регулювання ринку підвищує готовність домогосподарств обирати оренду як довгострокову стратегію. Адміністративні перешкоди також впливають на ймовірність звернення за житловою допомогою, особливо для найбільш вразливих категорій. Наприклад, сім'я може відкладати подання заявки на житлову допомогу через складність процедури, навіть якщо в результаті може отримати значні вигоди.

Соціальні референсивні підштовхування, які працюють через вплив на соціальні норми є дуже ефективним у зменшенні споживання комунальних послуг. Надаючи оперативну інформацію про те, що роблять оточуючі стимулює бажану поведінку [5]. Так, для зменшення споживання електроенергії та води шляхом надсилання домогосподарствам листів із індивідуальними звітами про порівняння їхнього споживання із споживанням сусідів призводить до більш ощадливого споживання електроенергії та води.

Проте варто зазначити, що поведінкові підштовхування не завжди є універсально успішними. Перевагами даного інструменту впливу є охоплення великої кількості людей, та відносно низькі витрати на впровадження. На відміну від грошових стимулів, ефективність дії яких знижується коли стимул припиняється, поведінкові втручання можуть створювати більш тривалий, але поступово згасаючий ефект [4]. Наслідки поведінкових впливів зазвичай не є миттєвими, існуючі дослідження показують, що тривалість може коливатися від тижнів до років. Політики повинні постійно контролювати ефективність цих стратегій, щоб коригувати їх у разі потреби. Важливим моментом є те, що підштовхування мають бути етично прийнятними та публічно прозорими [6], тобто суб'єкти, що використовують підштовхування не мають приховувати від громадян свої плани з підштовхування.

Література:

1. Черенько Л.М., Заяць В.С., Клименко Ю.А., Когатько Ю.Л., Крикун О.І., Полякова С.В., Реут А.Г., Хмелевська О.М., Шишкін В.С. (2025) Поведінкові стратегії домогосподарств у контексті якості життя: монографія НАН України Інститут демографії та проблем якості життя. URL: https://www.demography.org.ua/wp-content/uploads/2025/05/Монографія_поведінкові_стратегії_фінал.pdf
2. Thaler R., Sunstein C. *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*, 2009. 312 p.
3. Oliver A. *From Nudging to Budging: Using Behavioural Economics to Inform Public Sector Policy*. Published online by Cambridge University Press. 2013. URL: <https://www.cambridge.org/core/journals/journal-of-social-policy/article/from-nudging-to-budging-using-behavioural-economics-to-inform-public-sector-policy/D98361CED793BE761AA22BF49299BF43>
4. Cass R. Sunstein. Better off, as judged by themselves”: a comment on evaluating nudges. *International Review of Economics, Springer; Happiness Economics and Interpersonal Relations (HEIRS)*. 2018. Vol. 65(1). P. 1–8
5. Bandsma K., Rauws W., Roo G. Optimising Nudges in Public Space: Identifying and Tackling Barriers to Design and Implementation. 2018. DOI: <https://doi.org/10.1080/14649357.2021.1962957>
6. Penders D., Bauschke D., Guldemon J. Nudging people out of poverty? Using behavioural economics to improve welfare policies. 2019. DOI: <https://doi.org/10.26481/mjla.2019.v11.708>