

Ekonomický žurnál

*I. séria * Jar 2013*

Zbierka článkov, ktoré vyšli medzi

februárom a aprílom 2013 na

blogu Ekonomický žurnál

(metjush.eu/blog/ekonomicky-zurnal)

Píše Matúš Lupták

Vydané ako elektronická publikácia v máji 2013

Predslov

Viem, že ekonómia nie je tak exaktná veda ako fyzika či iné prírodné vedy a uvedomujem si, že veľa popredných ekonómov medzi sebou nesúhlasí. Viem, že aj ja s nimi často nesúhlasím. A uvedomujem si, že ekonómia sa zdá (a do istej miery aj naozaj je) intuitívnejšia a bežnému človeku bližšia ako kvantová mechanika.

Napriek tomu nesúhlasím s tým, že o ekonómii môže mať každý relevantný názor, a že každý má právo (a schopnosť) sa k nej fundovane vyjadriť. Mrzí ma, že ekonómia je považovaná za odbor, v ktorom neexistuje žiadna zhoda a ktorý je plný nefunkčných modelov.

Nerozumiem, prečo ekonómiu odsudzujeme len preto, keď nejaký model zlyhá vo svojej predpovedi. Veď práve tak funguje veda - testovaním našich modelov skrz predpovedanie budúcnosti. A ak tieto predpovede nevyjdú, vieme, že model, ktorý používame, je zlý a musíme ho opraviť. Tak funguje fyzika, tak funguje biológia, tak funguje psychológia, tak funguje aj ekonómia.

Preto som začal písať tento žurnál. S túžbou ukázať, ako vyzerá naozajstný ekonomický výskum. Ukázať, že ekonómia nie je o generovaní náhodných predpovedí ohľadom nezamestnanosti v budúcom kvartáli, ako má človek pocit z pozerania televízie, ale že ekonómia je vo svojej podstate o človeku, o jeho rozhodnutiach, jeho (ir)racionalite a jeho potrebách.

Dúfam, že aj táto zbierka prvej série Ekonomického žurnálu vám umožní to uvidieť.

Ďakujem za prejavenú podporu.

Matúš Lupták

Vzťah medzi stravou a cenením si budúcnosti

Pôvodne publikované 6. februára 2013

V aprílovom vydaní *European Economic Review* bol publikovaný článok, ktorý skúma vzťah medzi (ne)optimálnou výživou človeka a jeho vzťahu k budúcnosti a investíciám.

Abstrakt článku

This paper explores the microeconomics and dynamics of food and nutrition. It examines the linkages between malnutrition and the incentive to invest and accumulate capital. The analysis focuses on a dynamic model where preferences about the future depend on nutrition and health. Situations of malnutrition cover both ends of the spectrum: from nutrient deficiency to obesity. The model involves preferences that are not time-additive and exhibit endogenous discounting. This provides a framework to investigate the factors affecting consumption and investment behavior. The adverse investment incentives of malnutrition are examined.

Čo zistili?

Článok vychádza z veľmi jednoduchých predpokladov: potrebujeme dostatok jedla k tomu, aby sme prežili, no ak máme jedla priveľa (sme obézní), negatívne to vplýva na naše zdravie.

Autor sa v práci zameria na efekt podvýživy (hladu) aj nadvýživy (obezity) na naše rozmýšľanie o budúcnosti. Štandardné ekonomické modely totiž predpokladajú človeka zdravého, ktorý očakáva, že sa dožije nejakej blízkej budúcnosti a teda adekvátne tomu míňa alebo investuje svoje peniaze.

Ak však človek hladuje, jeho základným a neodkladným problémom je *prežiť* a zohnať akúkoľvek potravu - nerozmýšľa preto nad budúcnosťou a akýmkoľvek možným budúcim ziskom neprikladá veľkú hodnotu. To znamená, že nezváži, že čisto racionálne sa mu neoplatí minúť všetko, čo má, na súčasnú spotrebu, pretože hlad ho robí netrpezlivým a to, že bude jesť *dnes* je pre neho oveľa dôležitejšie ako to, že o rok by sa mohol najesť trikrát toľko. Lebo o rok tu už byť nemusí.

Ak sa ale človek nachádza na úplne opačnej strane - nehladuje, ale je obézny - taktiež má sklony k nie "úplne bežnému" správaniu. Rovnako prikladá menšiu hodnotu budúcnosti, sústreďí sa viac na súčasnosť a súčasnú spotrebu ako na investície do budúcnosti. Čo je zaujímavejšie, je zistenie, že neistota či strach ohľadom budúcnosti podporujú rast obezity v populácii. Prečo? Ako trpezlivosť ľudí klesá, začínajú si menej vážiť (čoraz viac ne)pravdepodobné budúce zárobky a preferujú mŕňanie peňazí *teraz*. Autor tiež zistil, že obézni ľudia majú relatívne nemenné preferencie ohľadom jedla, ktoré kupujú - nie sú priveľmi ovplyvnení cenou toho, čoedia.

Prečo je to dôležité?

1. V kontexte chudobných krajín je správanie podvyživených či hladujúcich ľudí extrémne dôležité, keďže to znamená, že ak obyvatelia hladujú, nebudú riešiť dlhodobé investície. A to do budúcnosti znamená, že tieto krajiny nebudú rozvíjať svoj kapitál (či už fyzický alebo ľudský - vzdelanie) a nebudú teda môcť ani rásť a z tejto chudoby a hladu sa dostať.
2. Na zvýšenie trpezlivosti pomáha viac peňazí a väčšia istota ohľadom budúcnosti. To znie samozrejme, no problémom je, že hlad a netrpezlivosť spôsobujú, že akýkoľvek nový príjem hneď miniem a neinvestujem ho - jednoduché nasýpanie peňazí od bohatých k chudobným nemusí vôbec dlhodobo fungovať.
3. Ak nielen hlad, ale aj obezita vedú ľudí k krátkozrakejšiemu uvažovaniu, a ak máme v západnom svete tú báju "epidémiu obezity", tak to môže mať do budúcnosti veľmi negatívny dopad na dlhodobý ekonomický rast (ak ľudia prestanú šetriť či investovať a viac príjmov budú hneď mŕňať).
4. Ak obézni ľudia nereagujú výrazne na zmeny cien jedál, akékoľvek dane na "nezdravé" potraviny nevytvoria národ chudých ľudí. Aj keď môžu odradiť teraz chudých od ich konzumácie, správanie už obéznych to veľmi neovplyvní.

Jednou vetou

Ak hladujem alebo som na tom zdravotne dlhodobo zle, netrápi ma, že by som mohol svoje peniaze lepšie zúročiť investíciou, ktorá sa mi niekoľkonásobne vráti o rok či päť, keďže sa toho nemusím dožiť.

Prečo ľudia klamú, aj keď sa im to neoplatí

Pôvodne publikované 8. februára 2013

Aj keď klameme často neradi, predsaden klame z času na čas asi každý. Prečo? Väčšinou preto, lebo sa nám to oplatí, lebo tým získame viac (úžitku, peňazí) ako pravdovravnosťou. Prečo ľudia zapierajú príjmy? Aby neplatili dane a ostalo im viac peňazí pre seba. No výskum v januárovom *Journal of Economic Behavior & Organization* skúmal situácie úplne opačné - prečo ľudia klamú, keď si tým (materiálne) uškodia?

Abstrakt článku

We present experimental evidence on the existence of lies which are disadvantageous to the person lying in individual decision problems. Potential reasons for this behavior are preferences for manipulating others' perceptions or preserving a positive self-perception. If the utility gained from a certain perception outweighs the monetary payoff gained from an advantageous lie or the truth, people will tell a disadvantageous lie.

Čo zistili?

Autori článku vytvorili jednoduchý experiment (áno, aj v ekonómii, hlavne tej behaviorálnej, sa dajú robiť laboratórne pokusy), v ktorom účastníci hádzali kockou. To, koľko dostali peňazí, záležalo na tom, čo povedali, že im padlo. Čím vyššie číslo, tým väčšia odmena. Jedinou výnimkou bolo číslo 6: ak padla šestka, nedostali nič. Účastníkov experimentu nikto nekontroloval, no zo zozbieraných dát sa dá ľahko zistiť, či klamali. Ak by totiž všetci vraveli pravdu, boli by všetky odmeny vyplácané rovnako často.

Aby to bolo zaujímavejšie - a aby bolo možné testovať to, či ľudia klamú, keď im to škodí - vybrali autori pre svoj experiment dve skupiny ľudí. Prvou skupinou boli študentky (ženy) a druhou mníšky (preto boli aj študentky len ženy). Prečo mníšky? Autori chceli zistiť, ako sa budú správať tí, od ktorých sa očakáva, že budú skromní a čestní.

Výsledky študentiek neboli prekvapivé - vysoké odmeny boli hlásené neprirodzene často. To je očakávateľné, keďže za klamstvo nehrozil žiaden trest a študentky tak jednoducho maximalizovali svoje príjmy.

Oveľa pozoruhodnejšie bolo správanie mníšok. Nie, mníšky nehovorili pravdu. No klamali úplne naopak ako študentky. V ich hláseniach bolo priveľa *nízkyh* odmien. Teda zo všetkých troch možností (hovoríť pravdu, prílepšiť si, prihoršiť si) volili tú s najnižšou finančnou odmenou.

Prečo je to dôležité?

1. Ľudia majú často iné ciele ako len materiálny zisk. Pre mníšky v tomto experimente bolo dôležitejšie zachovať si obraz skromnosti a chudoby ako hovoriť pravdu. Ekonómovia (ale aj "bežní" ľudia) na toto pri mnohých rozhodovaniach zabúdajú a pozerajú sa na všetko správanie a všetky rozhodovania len cez peniaze.
2. Ak je pre nás dôležité, zachovať si istý *obraz* na verejnosti (alebo to, čo si o sebe myslíme my sami) a prikladáme tomu veľkú vážnosť, sme za to ochotní obetovať aj materiálny pôžitok. Od študentov nikto nečaká, že budú žiť život chudoby, skromnosti a pokory, preto sa tak ani nesprávali. Od mníšiek sa to ale čaká a vyžaduje a preto boli kvôli tomu ochotné aj klamať a obetovať svoj (čestne získaný) majetok.

Jednou vetou

Ak by moja pravdovravnosť viedla k tomu, že stratím na verejnosti "tvár", budem klamať aj keď sa mi to vôbec finančne neoplatí.

Skúsený učiteľ ani malé triedy nemusia vždy školstvo zachrániť

Pôvodne publikované 10. februára 2013

Vo svetle nedostatku peňazí v školstve, učiteľských štrajkov a nedostatku kvalifikovaných učiteľov som pokladal článok vo februárovom *Journal of Public Economics* za ideálnu voľbu. Autor v ňom skúma vplyv veľkosti tried a skúsenosti učiteľa (a ich interakcie) na výsledky žiakov.

Abstrakt článku

We analyze teacher experience as a moderating factor for the effect of class size reduction on student achievement in the early grades using data from the Tennessee STAR experiment with random assignment of teachers and students to classes of different sizes. The analysis is motivated by the high costs of class size reductions and the need to identify the circumstances under which this investment is most rewarding. We find a class size effect only for senior teachers. The effect exists at all deciles of the achievement distribution but is less pronounced at lower deciles. We further show that senior teachers outperform rookies only in small classes. Interestingly, the class size effect is likely due to a higher quality of instruction in small classes.

Čo zistili?

Základným impulzom tohto výskumu bol fakt, že zmenšovanie tried nie je zadarmo. Čím menšie triedy, tým ich musí byť viac, čo znamená potrebu zaplatiť viac učiteľov či viac vyučovacích priestorov. Čo tiež predstavuje pre školy zvýšené náklady, je zamestnávanie skúsených učiteľov, ktorí (väčšinou) dostávajú aj viac zaplatené (iste, tento výskum sa zameriaval na Ameriku a neberie preto do úvahy naše nešťastné tabuľkové platy, no to logiku toho, čo autori zistili, nenarúša). Preto je dôležité vedieť, kedy sa školám takáto investícia oplatí spraviť a kedy úplne postačia väčšie triedy či učiteľ-začiatokník.

Najdôležitejším zistením tohto výskumu je to, že tieto dva problémy (veľkosti tried a kvalifikovaní učitelia) nie sú nezávislé. Hoci autor predpokladal (celkom pochopiteľne), že žiaci v menších triedach budú

dosahovať lepšie výsledky (lebo sa im dostane viac výučby a individuálnej pozornosti), zozbierané dáta ukázali, že tento efekt nastáva *iba* so skúseným učiteľom. Ak do malej triedy obsadíme neskúseného učiteľa, žiaci budú mať rovnaké výsledky ako vo veľkej triede, pretože neskúsený učiteľ nebude schopný využiť možnosti a výhody, ktoré mu malá trieda ponúka.

Druhým pozoruhodným zistením tohto článku bolo, že v triedach štandardných (teda nie malých) veľkostí nemá skúsenosť učiteľa na študijné výsledky výrazný vplyv. To znamená, že žiaci v bežných triedach sa toho naučia rovnako od mladého ucha, ktoré práve vyšlo zo školy, ako od skúseného učiteľa s dlhoročnou praxou, pretože vo veľkých triedach nebudú mať skúsení učitelia čas a priestor svoje schopnosti patrične využiť.

Prečo je to dôležité?

1. Vedenie školy, ktoré sa rozhoduje, či sa im oplatí investovať nemalú sumu peňazí do zmenšenia tried, si musí dať pozor na to, či pre všetky tie malé triedy dokáže nájsť a zaplatiť dostatočne skúsených a kvalifikovaných učiteľov. Ak nie, tak sa im to vôbec neoplatí a peniaze, ktoré by použili na zníženie počtu žiakov v triede, budú rozumnejšie použité inde (alebo ušetrené).
2. Ako riaditeľ školy sa pri bežných veľkostiach triedy nemusím báť zamestnať začínajúceho učiteľa, pretože žiakov dokáže naučiť rovnako kvalitne ako skúsenejší (a zrejme ťažšie dostupní či drahší) učitelia.
3. Ak som nie riaditeľ, ale rovno minister školstva, musím brať na vedomie, že väčšie výdavky na školstvo, zamerané na zmenšovanie tried, môžu byť úplne zbytočné, ak viem, že nemám dosť učiteľov, ktorí túto príležitosť patrične využijú.

Jednou vetou

Talent a skúsenosti učiteľa sa prejaví, len ak na to má učiteľ priestor a čas - vo veľkých triedach si svoju prácu urobí začiatovník rovnako dobre ako starý učiteľ.

Manželský pár, ktorý pracuje spolu, je produktívnejší

Pôvodne publikované 13. februára 2013

Môžu mať rodinné podniky a iné miesta, kde manželia pracujú na tom istom, výhodu oproti ostatným? Nespôsobujú rodinné putá problémy? V marcovom vydaní *Economics Letters* sa objavil článok, ktorý presne toto skúmal - či bude tím produktívnejší, ak manželia pracujú spolu, alebo ak sú od seba oddelení.

Abstrakt článku

In Uttar Pradesh, teams of four are engaged to dig soil under the NREGA programme. In one treatment spouses work together; in the other treatment they work in separate teams. Working with spouses is associated with significantly higher output.

Čo zistili?

Manželský zväzok je pozoruhodná inštitúcia. Keďže manželia zväčša zdieľajú (okrem iného) majetok, je pravdepodobné, že sa budú pri spoločnej práci či podnikaní správať ináč ako ľudia, ktorí majú čisto profesionálny či pracovný vzťah. A keďže hlavne v chudobnejších, rozvojových krajinách zvyknú rodiny pracovať spolu (napr. na poliach alebo farmách), rozhodli sa autori v relevantnom prostredí (rurálnej Indii) skúmať, či sú manželia spolu efektívnejší alebo nie.

Pokus to bol jednoduchý. Autori zostavili štvorčlenné tímy (dvaja muži, dve ženy), ktoré mali vykopávať (úloha mužov) a následne prevážať a vysypávať (úloha žien) hlinu na posilnenie už existujúcich rybníkov. Na konci dostali finančnú odmenu na základe toho, koľko hliny dokázali vykopať a previezť.

Najprv prebehol tento experiment s tímami, v ktorých boli manželské páry oddelené. V každom tíme boli muž a žena, ktorí na mieste partnerov ani nemali, spolu s mužom a ženou, ktorí síce prišli spolu s partnerom, no každý z nich pracoval v inom tíme. Potom experiment zopakovali s tým, že manželské páry nechali pracovať spolu v tom istom tíme - úloha samozrejme ostala rovnaká.

Zozbierané dáta jasne ukázali na to, že keď manželské páry pracovali spolu, bol celý tím oveľa produktívnejší. V priemere bola v tomto prípade produktivita práce (objem prenesenej hliny) o 50 percent vyššia ako keď ľudia v tíme nemali medzi sebou žiadne vzťahy. Prieskum účastníkov taktiež zistil, že páry, ktoré viac spolupracujú doma, neboli o toľko menej produktívne, keď boli oddelené ako tie páry, ktoré doma spolu nepracujú.

Prečo je to dôležité?

1. Ako bolo spomenuté, v rozvojových krajinách sú rodinné farmy bežnou súčasťou života. Je preto dôležité mať na pamäti, že zásahy do takéhoto systému môžu produktivite danej komunity uškodiť (ak by napríklad prišiel niekto, kto by všetkých mužov zamestnal mimo ich dediny a museli by pracovať ďaleko od svojích žien).
2. Viest' rodinný podnik vyzerá byť ako naozaj rozumný nápad, keďže práca s partnerom umožní podniku byť produktívnejším ako konkurenčné "nerodinné" podniky.
3. To, ako dobre manželia spolu vychádzajú, ako dokážu spolupracovať a ako si rozumejú, má vplyv na ich prácu, aj keď spolu nerobia.

Jednou vetou

Spolupracujúci manželia sú produktívnejší ako oddelení a fungujúce manželstvá zlepšujú pracovnú morálku.

Prečo sú podnikatelia (v práci) samotári?

Pôvodne publikované 15. februára 2013

Aprílové vydanie *European Economic Review* obsahuje článok, v ktorom autori testujú, či (a prečo) podnikatelia preferujú pracovať sami alebo v tíme.

Abstrakt článku

Entrepreneurs are surprisingly unlikely to have partners. One possible explanation for this is that entrepreneurs have distinctive preferences for working alone rather than in teams. However, a number of alternative explanations exist, such as an inability to locate suitable partners or low profitability from having a partner. Utilizing a diverse subject population with a high proportion of active entrepreneurs, we use a team production experiment to directly examine whether entrepreneurs prefer to work alone or in a team. The experiment also measures an important determinant of entrepreneurs' performances within teams, and their relative tendency to free-ride. The data indicate that entrepreneurs, while no more likely to free-ride on their teammates, are substantially more interested in working alone than similar non-entrepreneurs.

Čo zistili?

Motivovaní faktom, že viac ako polovica firiem je zakladaná len jednou osobou, sa rozhodli autori tejto štúdie vyskúmať, prečo podnikatelia preferujú pracovať sami. Zostavili experiment, v ktorom mali účastníci (pozostávajúci z podnikateľov aj nepodnikateľov) riešiť otázky zo štandardizovaného testu (GMAT), ktorý americké univerzity používajú na prijímanie na "business" odbory. Ich odmena závisela od toho, koľko otázok stihli za stanovený časový limit zodpovedať. Cieľom bolo získať základné údaje o tom, kto koľko zvládne zodpovedať otázok.

To bol teda krok číslo jeden - každý sám za seba. V druhom kroku pospájali autori ľudí do párov s tým, že každý síce vyplňal svoj test samostatne, no pred začatím testu mohli určiť, či odmena za jednotlivé otázky pôjde len im, alebo sa rozdelí medzi oboch tímových hráčov (s tým, že táto odmena bola o polovicu vyššia ako samostatná). Keďže človek nemal čo stratiť, ak svojmu spoluhráčovi nič nedal, v tomto kroku autori skúmali "free-riding".

Tretí krok konečne umožnil odsledovať, či ľudia preferujú prácu v tíme alebo osamote. Pred tretím kolom mali totiž všetci možnosť zaplatiť za to, aby mohli pracovať sami, čím prejavili svoje preferencie. Keďže ľudia mohli ponúknuť aj negatívnu sumu, tá reprezentovala silnú túžbu pracovať v tíme.

Výsledky? Dlhodobí podnikatelia boli nadpriemerne ochotní zaplatiť si za to, aby v treťom kole hrali sami. To ale neznamená, že v druhom kole boli "sebeckejší" ako ostatní - to, či bol človek podnikateľ alebo nie, nijako neovplyvňovalo na to, či bol v druhom kole tímovým hráčom alebo nie.

Prečo je to dôležité?

1. Aj keď v tomto experimente mohli v tíme len získať (najhorší výsledok v druhom kole mohol byť, že obaja si všetko nechali pre seba), podnikatelia napriek tomu preferovali pracovať sami. Prečo? Hoci ľudia vo všeobecnosti môžu preferovať prácu sami, aby sa vyhli pocitu viny z toho, že sú v tíme sebeckí, to nevysvetľuje, prečo sú podnikatelia väčší samotári. Najpravdepodobnejšie vysvetlenie podľa článku je, že pre podnikateľov je dôležitejšie mať kontrolu nad tým, čo robia a spoliehať sa iba na seba ako potenciálne zarobiť viac.
2. Podnikatelia nie sú zlí tímoví hráči. Ak v tíme pracujú, nebudú sebcami, nebudú sa snažiť tím potopiť. Akurát takúto prácu nebudú preferovať.
3. Podnikatelia sa v tomto ohľade nerozhodujú racionálne - ak tímová spolupráca môže byť len pozitívna (a v článku autori aj uvádzajú, že firmy, založené viac ako jedným zakladateľom, majú väčšiu šancu na prežitie a úspech), mali by ako racionálne osoby preferovať prácu v tíme. Ich psychologické nastavenie teda potenciálne ohrozuje ich prežitie či možný zisk.

Jednou vetou

Pre podnikateľov je strata kontroly a nemožnosť spoliehať sa sám na seba väčšou stratou ako možný stratený zisk z tímovej spolupráce.

Konkurencia, ktorá zvyšuje ceny?

Pôvodne publikované 17. februára 2013

Môže uvedenie konkurencie na trh, ktorý bol pôvodne ovládaný monopolom, zvýšiť (a nie znížiť, ako by tvrdila bežná mikroekonómia) ceny produktov na danom trhu? Nejaké teórie ohľadom takéhoto javu sa v ekonomickej literatúre už objavili a preto sa autori štúdie z minuloročného decembrového vydania *Journal of Economic Behavior and Organization* rozhodli ich overiť.

Abstrakt článku

Economic intuition suggests competition lowers prices. However, recent theoretical work reveals a monopolist may prefer to charge a lower price than a seller facing a competitor with a differentiated product depending upon the joint distribution of buyer values for the products. We explore this relationship using controlled laboratory experiments. Our results indicate price increasing competition is rare due in part to overly intense competition, but after controlling for such behavioral reactions, we find some support for the model. We also explore pricing dynamics and find that sellers are more sensitive to their rivals when buyer values are positively correlated.

Čo zistili?

Logika toho, ako by konkurencia mohla zvýšiť ceny produktov oproti cenám, ktoré si pýtal monopol, je nasledovná: monopol nikdy nebude schopný dokonale naplniť potreby *všetkých* zákazníkov, lebo ponúka iba jeden produkt. Iste, nemá konkurenciu, no nie všetci jeho zákazníci by si ten produkt zvolili, ak by mali na výber.

Príklad v článku je takýto: ak je v meste len jedna reštaurácia, všetci tí, ktorí nechcú jesť doma, pôjdu tam. No jedlo, ktoré tam majú, nemusí všetkým vyhovovať. Ak následne v danom meste otvorí niekto druhú reštauráciu, ktorá ponúka čínsku kuchyňu, môže sa stať, že časť obyvateľov silno preferuje čínu, zatiaľ čo druhá časť bežné jedlo z pôvodnej reštaurácie. V takomto prípade reštaurácie ani nebudú súťažiť o zákazníkov, lebo ich zákazníci nebudú prelietaví - budú si môcť dovoliť zvýšiť cenu, lebo táto menšia klientela je ochotná viac

zaplatiť za svoje preferované jedlo, ako bol priemerný občas mesta ochotný zaplatiť za jedlo v pôvodnej monopolnej reštaurácii.

Ako sa dá takéto niečo potvrdiť alebo vyvrátiť? Autori tejto štúdie navrhli experimentálny model, v ktorom porovnávali tri druhy trhov - monopol s jedným produktom, dvoch predajcov rozličných produktov a monopol, ktorý predáva oba produkty zároveň - a dve rôzne typy správania - "bežný", kedy ľudia vnímajú oba produkty ako ekvivalentné a rozhodujú sa podľa ceny a ten, popísaný vyššie, kedy sa rozhodujú na základe iných preferencií, nie ceny.

Prvým krokom bolo vypočítať optimálne ceny pre každý z týchto šiestich prípadov pomocou základných rovníc, ktoré vás naučia tak v prvom alebo druhom ročníku na výške. Podľa týchto rovníc autori predpovedali, že pri dvoch predajcoch a správaní zákazníkov, ktoré zodpovedá tomu v úvode, bude cena oboch produktov vyššia ako pri monopole.

Druhým krokom - ktorý mňa osobne dosť prekvapil, pretože som sa s takýmto experimentom ešte nestretol - bola simulácia správania zákazníkov a firiem v týchto jednotlivých situáciach. Jednoducho všetky tie údaje nahádzali do počítača a nechali ho istý čas simulovať správanie všetkých aktérov na trhu.

Výsledky? Po spriemerovaní všetkých simulácií boli ceny najvyššie v prípade, ak monopolista ponúkal oba produkty zároveň, nasledoval monopol s jedným produktom a najnižšiu cenu vygeneroval duopol (bez ohľadu na to, ako sa správali zákazníci). Teda prechod od monopolu ku konkurencii vždy znížil ceny, čo vyvracia predpoklady, ktoré autori mali pred experimentom.

Samozrejme treba povedať aj B: ak mali zákazníci silné preferencie ohľadom jedného alebo druhého produktu, ceny neklesli až tak výrazne a jedna simulácia viedla aj k tomu predpovedanému zvýšeniu cien.

Prečo je to dôležité?

1. Napriek spomínaným teoretickým úvahám sa netreba obávať, že by prechod z monopolu do konkurenčného prostredia zvýšil ceny - konkurenčný tlak bude vždy silnejší ako zákaznícke preferencie.
2. Treba však pamätať na to, že ak tieto preferencie existujú (napríklad, ak opäť použijeme príklad reštaurácii, je v meste silná čínska komunita, ktorá bude chodiť do čínskej reštaurácie preto, lebo je čínska a nie preto, lebo má lepšie ceny), ceny neklesnú až tak výrazne, ako by teoreticky mohli.

Jednou vetou

Sila konkurencie (takmer) vždy premôže aj hlbšie zakorenené preferencie zákazníkov a monopol preto nebude mať (takmer) nikdy lepšie ceny ako konkurenčné prostredie.

Povinná účasť na voľbách nič nezlepší

Pôvodne publikované 22. februára 2013

Malo by byť volenie nie právom, ale povinnosťou? Mali by byť ľudia pokutovaní za to, že neprídu k voľbám? Článok v novembrovom *Journal of Economic Theory* sa rozhodol skúmať, či dôvody, ktoré politici uvádzajú na podporu povinnej voľby, skutočne platia. Teda či povinné volenie prináša lepšie (legitímnejšie) výsledky a, keďže autori sú ekonómovia, či takáto zmena zvyšuje alebo znižuje blaho spoločnosti.

Abstrakt článku

We compare voluntary and compulsory voting in a Condorcet-type model in which voters have identical preferences but differential information. With voluntary voting, all equilibria involve sincere voting and positive participation. Thus, in contrast to situations with compulsory voting, there is no conflict between strategic and sincere behavior. When voting is costless, voluntary voting is welfare superior to compulsory voting. Even when voting is costly, participation rates are such that, in the limit, the correct candidate is elected—that is, information fully aggregates. Because it economizes on costs, voluntary voting is again welfare superior to compulsory voting.

Čo zistili?

Jedným z hlavných argumentov za povinnú voľbu je, že keď prídu k voľbám všetci, budú výsledky volieb reprezentatívnejšie a lepšie pre krajinu, pretože budú zahrňovať preferencie a názory všetkých častí spoločnosti. Autori tohto článku sa rozhodli podrobiť toto tvrdenie testu. Porovnávali vplyv toho, ako voľby fungujú (či sú povinné alebo dobrovoľné a či volenie človeka niečo stojí alebo nie), na ich výsledky a celkové blaho obyvateľov.

Ich model síce obsahuje veľa škaredej matematiky, no v skratke sa dá zhrnúť takto: máme dvoch kandidátov - A a B - a dva možné "svety", alfa a beta. Vo svete alfa je výhodnejšie voliť kandidáta A, vo svete beta sa oplatí voliť kandidáta B. Voliči sú si viac menej istí, koho je lepšie voliť, ale nie na sto percent, preto je výsledok neistý (nie všetci budú totižto vnímať "správneho" kandidáta ako toho správneho).

Základom toho, čo autori zistili, je pochopenie, že plná účasť nemusí nutne znamenať najideálnejšiu voľbu. Ak veľa voličov zle pochopí "svet" - teda si myslia, že je výhodnejšie voliť kandidáta, ktorý je v skutočnosti zlou voľbou - čím viac ich k voľbám príde, tým horší výsledok volieb.

Druhým dôležitým záverom je, že ak je voľba dobrovoľná, každý volí úprimne. To znamená, že ak si nie je istý ani jedným kandidátom, nemusí ísť k voľbám, čo pri povinnej voľbe na výber nemá. Áno, neprídu síce k voľbám všetci, ale informácie, ktoré sa vo voľbách zozbierajú, budú presnejšie - lepšie odrážajú realitu.

A na záver, okrem toho, že dobrovoľná voľba produkuje kvalitnejšie (reprezentatívnejšie) výsledky, ak volenie nie je "zadarmo" (teda občania musia niečo obetovať, aby prišli k voľbám - toto môžu byť náklady na cestovanie, hodnota obetovanej práce či obetovaný pôžitok z vylihovania na gauči), núti povinná voľba ľudí, ktorým z akéhokoľvek dôvodu nestojí za to ísť k voľbám, tak aj napriek tomu urobiť, čím robí spoločnosť menej šťastnou, no neponúka za to nič vo forme zlepšenia volebných výsledkov.

Prečo je to dôležité?

1. Nie je pravda, že optimálne/reprezentatívne výsledky vo voľbách dosiahneme len tak, že prinútime voliť všetkých. Tieto dosiahnu dobrovoľné voľby minimálne rovnako dobre, ak nie lepšie (ak by ľudia, čo by ináč nevolili, strhli výsledok na neideálnu stranu).
2. Nielen, že neponúkajú žiadnu informačnú výhodu (výsledok nebude o nič legitímnejší), ale ešte aj časť obyvateľstva nútia robiť niečo, čo by ináč neurobili, čím oproti dobrovoľným voľbám vedú k nešťastnejšej spoločnosti (alebo, ekonomicky povedané, spoločnosti s nižším blahobytom).

Jednou vetou

Voľba by mala byť právom, nie povinnosťou, lebo ak povinnosťou je, výsledky volieb nezlepší, len ľuďom znepríjemňuje život.

Praktické problémy medziplanetárneho obchodu

Pôvodne publikované 24. februára 2013

Tento článok je trochu výnimkou, pretože nie je o nejakom novom výskume. Tento kúsok vyšiel prvýkrát v roku 1978, no bol s miernymi úpravami publikovaný v roku 2010 v časopise *Economic Inquiry*. A svojím spôsobom bude oveľa pokrokovejší ako akýkoľvek iný "nový" článok, o ktorom kedy budem písať. Autor v ňom totiž úplne vážne rieši investičné problémy medziplanetárneho obchodu.

Abstrakt článku

This article extends interplanetary trade theory to an interstellar setting. It is chiefly concerned with the following question: how should interest charges on goods in transit be computed when the goods travel at close to the speed of light? This is a problem because the time taken in transit will appear less to an observer traveling with the goods than to a stationary observer. A solution is derived from economic theory, and two useless but true theorems are proved.

Čo zistili?

Autor tohto článku sa rozhodol popasovať s veľmi vážnym problémom, ktorý vznikne, keď raz budeme obchodovať s inými planétami. Problémom, ktorý je síce ekonomický, no vzniká kvôli chudákovi Einsteinovi a jeho špeciálnej relativite.

Ako súvisí ekonómia a špeciálna relativita? Takto: keď sa rozhodujem, či investujem do nejakej možnosti, ktorá sa mi naskytla, musím si zvážiť, či bude návrat tejto investície vyšší ako zisk, ktorý by som za investovanú sumu za ten istý čas zarobil v banke. Teda si musím vypočítať súčasnú hodnotu návratu mojej investície. Ak je nižšia ako suma, ktorú do investície musím vraziť, tak sa mi to neoplatí, lebo ak by som tie peniaze odložil do banky, úrok by mi zarobil za ten istý čas viac.

To na zemi (teda v jednom zotrvačnom referenčnom rámci) nepredstavuje problém, lebo čas plynie pre všetkých rovnako. Ale ak obchodujem s inou planétou, tak mám na výber viac referenčných rámcov - planetárny (ak zostanem počas obchodu na zemi či inej

planéte a len čakám, kým sa tovar, s ktorým obchodujem, vráti) a "dopravný" (ak by som išiel spolu s tovarom a ostal na druhej planéte).

A to je problém, pretože kvôli špeciálnej relativite prejde viac rokov, ak ostanem na zemi ako keď pôjdem spolu s nákladom, pretože predpokladáme, že medziplanetárne rakety sa budú pohybovať rýchlosťou, ktorá bude významným zlomkom rýchlosti svetla.

Autor teda ten problém v článku rieši a dokazuje, že napriek tomuto problému je správne počítať súčasnú hodnotu investície s použitím času z pohľadu planéty, nie pohybujúceho sa tovaru, pretože alternatívou voči obchodu medzi planétami je vždy investícia na planéte, ktorá je teda správnym referenčným rámcom.

To však nie je všetko! Druhým problémom je arbitráž, čo v ekonómii znamená, že reálna úroková miera bude kvôli možnostiam ľahkého zárobku nakoniec rovnaká všade na svete. Toto však predpokladá, že informácie sa medzi jednotlivými krajinami pohybujú okamžite. No v medziplanetárnom priestore sme obmedzení rýchlosťou svetla - iste, informácie budú cestovať rýchlejšie ako tovar, no nie *okamžite*. Bude teda arbitráž platiť? Bude miera úroku rovnaká na Zemi aj Tatooine?

Článok dokazuje, že áno. Keďže bytosti (lebo vo vesmíre samozrejme nie sme sami!) môžu vlastniť dlhopisy či iné aktíva na viacerých planétach, bude arbitráž fungovať spoľahlivo a úroková miera bude vyrovnaná.

Prečo je to úžasné?

1. Pretože vieme, že aj v medziplanetárnom kontexte obchod *funguje* a zákonitosti výmeny a trhovej ekonomiky fungujú aj vo vesmírnom meradle.
2. Pretože sme už teraz na takúto možnosť pripravení a vieme, ako sa na medziplanetárnom trhu správať.
3. A pretože ten článok je neskutočne vtipne napísaný a odporúčam vám ho všetkým si prečítať. Pôvodná verzia z roku 1978 je dostupná zdarma [tu](#). Nebojte sa tej trochy ekonomického žargónu - článok je plný odkazov na science fiction a písaný s veľkou dávkou humoru a irónie.

4. Tento článok skutočne vyšiel v serióznom ekonomickom akademickom časopise.

Jednou vetou

Medziplanetárny obchod je napriek problémom so zákonnitostami špeciálnej relativity možný a teoreticky funkčný!

Ako symbióza hnevu a internetu zlepšuje kvalitu produktov na trhu

Pôvodne publikované 27. februára 2013

Ako reagujeme, keď sa cítime podvedení firmou, o ktorej sme si mysleli, že je kvalitná (a patrične sme za to zaplatili)? Ako vplýva hnev na naše spotrebiteľské rozhodovania? A čo sa stane, ak nahnevaným zákazníkom dáte prístup na internet? Všetky tieto otázky si kládli autori článku v decembrovom *Journal of Economic Behavior & Organization*, kde sa rozhodli navrhnúť formálny ekonomický model hnevu a elektronického word-of-mouth.

Abstrakt článku

Emotions are a significant determinant of consumer behavior. A customer may get angry if he feels that he is being treated unfairly by his supplier and that anger may make him more likely to switch to an alternative provider. We model the strategic interaction between firms that choose quality levels and anger-prone customers who pick their supplier based on their expectations of suppliers' quality. Strategic interaction can allow for multiple equilibria including some in which no firm invests in high quality. Allowing customers to voice their anger on peer-review fora can eliminate low-quality equilibria, and may even support a unique equilibrium in which all firms choose high quality.

Čo zistili?

Je celkom intuitívne, že ak ma nejaká firma či produkt sklamá, pravdepodobne ich služby už nevyužijem a prejdem ku konkurencii. Psychológia taktiež odhaľuje, že hnev je často silnejším dôvodom na zmenu ako čistý ekonomický (racionálny) kalkul, a že hnev, spôsobený nekvalitou kúpenej služby či produktu, v nás vytvára túžbu sa danej firme pomstiť. Toto všetko autori článku vedeli, no uvedomovali si, že neexistuje formálny ekonomický model, ktorý by opísal správanie firiem a zákazníkov v takýchto situáciach. Tak ho navrhli.

V tomto modeli majú zákazníci na výber dva "segmenty" - základný a značkový. Základné produkty sú lacnejšie, ale zákazníci sú si vedomí toho, že zrejme budú aj menej kvalitné. Značkové produkty sú drahšie, no zákazníci si nemôžu byť istí, či sú tieto produkty aj skutočne kvalitnejšie. Firmy síce môžu predávať svoje výrobky za vyššie ceny, no kvalita ich produkcie to nemusí vôbec odrážať.

Model taktiež má dve obdobia: prvé, kde sa firmy rozhodujú, či investujú do kvality a kde si zákazníci vyberajú produkt; a druhé, kde majú zákazníci šancu zmeniť svoju voľbu ak zistia, že ich pôvodná voľba bola zlá.

Prvým zistením v článku je, že ak zákazníci svoje voľby nemenia, vyvstávajú z tohto modelu situácie, kde značkové firmy neinvestujú do kvality.

Ak túto možnosť majú a v prvom období sa sklamú, ich viera v to, že ich zvolená firma je kvalitná, sa oslabí. Aj keď si nie sú istí, či si vybrali nekvalitnú firmu, alebo len mali smolu, že kvalitná firma mala smolu (lebo nikto nevie zaručiť úplnú bezchybnosť), majú motiváciu svoju voľbu zmeniť, lebo je menej pravdepodobné, že ich súčasná firma je kvalitná.

Autori následne ukázali, že takéto konanie motivuje firmy investovať do kvality, no tento tlak nie je veľmi silný, pretože zákazníci sa rozhodujú len na základe svojich skúseností a emócií, nie na základe skúseností ostatných zákazníkov.

Posledným krokom v ich analýze preto bolo modelovanie toho, keď ľudia, nahnevaní a sklamaní z nekvalitného produktu, majú túžbu sa firme odplatiť. Tu autori zdôrazňujú silu internetu - zatiaľ čo bez neho by nespokojný zákazník o svojej smole porozprával iba obmedzenému kruhu známych, s internetom dokáže svoje pocity a skúsenosti zdieľať s celým svetom, či už na sociálnych sieťach alebo na špeciálnych fórach a iných priestoroch, ktoré umožňujú hodnotenie produktov (autori uvádzajú príklad tripadvisor.com, rovnako fungujú recenzie na Amazone či App Store).

Keď zobrali autori do úvahy túto možnosť, zistili, že ak majú ľudia ľahký prístup k (negatívnym) skúsenostiam iných, tak ich (1) nájdu a (2) budú sa nimi riadiť. Hnev jedného zákazníka teda ovplyvní oveľa viac ľudí a aj oveľa silnejšie motivuje firmy zmeniť poskytované nekvalitné služby.

Prečo je to dôležité?

1. Hnev a sklamanie (emócie celkovo) sú neodmysliteľnou súčasťou nášho rozhodovania a tento článok sa ich viac menej prvýkrát pokúsil formálne zahrnúť do ekonomických modelov.
2. Vďaka týmto emóciám opúšťame produkty a služby, ktoré považujeme za nekvalitné, čím tlačíme na zlepšenie kvality.
3. Naša snaha pomstiť sa firme, ktorá nás "oklamala", ventilácia našich emócií na internete, to všetko má význam a firmy to ovplyvňuje oveľa viac, lebo tieto skúsenosti sa stávajú verejnými. Epizódy ako tá februárová s [UPC](#) majú zmysel, nútia firmy zlepšiť kvalitu služieb.
4. Tento článok je chválou hejterov a úplne seriózne ich správanie zahŕňa do formálnych ekonomických modelov. Nie je to úžasné?

Jednou vetou

Hnev je pre nás silnou motiváciou na opustenie firmy, ktorá nás sklamala a ak máme možnosť naše skúsenosti zdieľať so svetom, vytvárame skrz našu túžbu pomstiť sa veľký tlak na skvalitnenie služieb na trhu.

Od zmeny vlády nečakajte veľké zmeny

Pôvodne publikované 3. marca 2013

Veľmi aktuálny výskum sa objavil v januárovom čísle *Journal of Economic Theory*, kde autori skúmali ako zmena vlády vplýva na vládne

výdavky. Má význam dúfať, že po zmene strany pri moci sa výrazne zmení aj mýňanie vlády? To je otázka, na ktorú hľadali odpoveď.

Abstrakt článku

Do elections allow voters to express their policy preferences, with change in government spending patterns following the election of a new leader? How long does it take for the composition of government spending to change following a change in leadership? Or, do significant spending changes precede (rather than follow) elections, with incumbents using significant changes in spending composition as an electoral tool? Using a dataset we created on government expenditure composition in 71 democracies over 1972–2009, we examine the relation between elections and significant changes in the composition of government spending. We find that leaders' replacements have no significant short-run effect on expenditure composition, even after controlling for various political and economic variables. Over the medium-term leadership changes are associated with larger changes in expenditure composition, but only in developed countries. We also find that election years are associated with larger expenditure composition changes in established democracies, but not in new democracies, which were found in our previous work to increase their overall level of expenditures in election years.

Čo zistili?

Autori tohto článku sa rozhodli odpovedať na otázku, ktorú sa pýtame asi pri každých voľbách: má to vôbec význam? Zmení sa niečo? Nie sú všetci aj tak rovnakí?

Na skúmanie toho, ako veľmi vplýva zmena vládnucej garnitúry na štátne výdavky si autori zobrali údaje zo 71 rôznych krajín (za obdobie 1972-2009) a analyzovali, či voľby, v ktorých nastane zmena či už vládnucej strany alebo koalície, signalizujú aj výraznú zmenu politik. Ich závery boli očistené od výkyvov vo výdavkoch, spôsobených napr. recesiami či inými ekonomickými problémami, aby bolo možné ukázať priamy vplyv zmeny vedenia na výdaje.

Prvým zistením bolo, že prvé roky po voľbách žiadne veľké zmeny nenastávajú. Bez ohľadu na to, kto vystriedal pri moci koho, bez ohľadu na to, na základe akých sľubov bol kto zvolený, ostávajú vládne výdavky približne nezmenené.

Toto má niekoľko dôvodov. Po prvé, hoci sa zmenila vláda, mnoho iných "častí štátu" (predovšetkým byrokracia) ostalo takých istých - výkonná paža štátu nemá až takú moc a vplyv, ako sa na prvý pohľad môže zdať. To hlavne preto, lebo novozvolená vláda sa nebude vedieť až tak jednoducho dohodnúť so "starými mocnosťami" na rôznych úradoch a ministerstvách.

A po druhé, každá nová pozícia (aj tá vo vláde) obnáša istý proces učenia a oboznamovania sa so zaužívanými procesmi a postupmi - preto hlavne nové strany a noví politici potrebujú čas, aby sa so svojou novou rolou oboznámili, než začnú skutočne pracovať a plniť predvolebné sľuby.

Druhým zistením však bolo, že napriek tomuto zmena vlády *nakoniec* k zmene vo výdavkoch (aspoň teda v ich rozložení, ak už nie v objeme) povedie. To však trvá istý čas (aspoň 4 roky) a tiež to má niekoľko ale. Prvé ale je, že skúsenejším politikom to trvá kratšie ako novým (čo vysvetľuje potreba učiť sa) a druhým ale je, že to veľmi záleží od krajiny. V rozvinutých krajinách s dlhou demokratickou tradíciou sú tieto zmeny pomalšie ako v nových demokraciách, kde zmena vlády častejšie prináša oveľa výraznejšie zmeny systému ako takého.

Prečo je to dôležité?

1. Netreba naivne dúfať, že ak váš obľúbenec vo voľbách vyhrá, tak bude hneď všetko krásne a dokonalé. Zmeny potrebujú čas a také molochy ako štátne inštitúcie majú veľa zabehaných postupov, ktoré nejde zmeniť zo dňa na deň.
2. Naše tradičné volebné obdobia (4-5 rokov) sú zrejme nedostatočné na to, aby dali novej vláde šancu splniť svoje sľuby. Keďže závery tohto článku ukazujú na to, že to trvá aspoň tie 4 roky, aby sa zmeny začali prejavovať, je pre vládnu stranu/koalíciu nefér, ak majú ísť do volieb po štyroch rokoch. Väčšina z toho, čo chceli spraviť, ešte nemalo šancu sa naplno prejaviť a voliči teda zrejme nebudú veľmi spokojní.
3. "Ľudia v úradí", teda úradníci, byrokrati a iné nevolené pozície majú väčšiu moc ako sa môže zdať. Politici síce rozprávajú a sľubujú a ukazujú sa na kamerách, no sú to radoví úradníci, ktorí nakoniec vykonávajú a implementujú zmeny v zákonoch.

4. Nové demokracie sú oveľa nestálejšie - zmeny po voľbách zvyknú byť rýchlejšie a hlbšie ako v zabehaných demokraciách. To síce znamená, že víťazi volieb svoje sľuby implementujú rýchlejšie, no takéto prostredie je veľmi nestále, čo celkovo krajine nepomáha, hlavne ak sú tieto zmeny veľmi výrazné a zasahujú do *systému* ako takého.

Jednou vetou

Novozvolení politici potrebujú čas na to, aby implementovali svoje reformy, preto nemôžeme čakať, že sa zázrakom udeje všetko, čo sľúbili, deň po zvolení.

Ked' ľudia dávajú na charitu, neďakujte im za to (materiálne)

Pôvodne publikované 6. marca 2013

Akákoľvek charita získava väčšinu svojich zdrojov z dobrovoľných darov. Preto je pre charity dôležité vedieť, čo ľudí motivuje dávať viac a čo naopak ľudí od dávania odrádza. Veľa charít ponúka za odmenu rôzne malé darčeky (perá, odznaky, hrnčeky...), ak im darujete peniaze. Článok v októbrovom vydaní *Journal of Economic Psychology* skúma, či toto naozaj ľudí motivuje darovať viac.

Abstrakt článku

Six experiments examined the effects of thank-you gifts on charitable giving. Results indicate that although people expect that the offer of thank-you gifts will increase donations, such offers actually reduce charitable donations. This effect was obtained across a wide variety of charities and gifts types, regardless of whether the donations were hypothetical or real, the gift was desirable or undesirable, the charity was familiar or unfamiliar, or the gift was more or less valuable. Moreover, such patterns cannot solely be explained in terms of inferences about the charity's quality (e.g., either their efficacy or current wealth), the undesirability of the gift itself, or simple anchoring effects. These results are discussed within a broader theoretical framework concerning the effects of extrinsic incentives on altruistic behavior.

Čo zistili?

Autori tejto štúdie sa zamerali na prípady, kedy charity (verejne) ponúkajú drobné darčeky ako prejavenie vďaky za venovanie peňazí. Získanie tohto darčeka je teda podmienené darovaním - to je dôležité zdôrazniť, lebo niektoré charity robia aj to, že človeku najprv niečo pošlú (napr. pero) spolu s výzvou, aby ich podporil. Túto stratégiu táto štúdia neanalyzovala, išlo výlučne o poďakovanie sa malým darčekom zo strany charity po tom, čo im človek už peniaze daroval.

Prvým experimentom bolo ponúknuť účastníkom dve rozdielne žiadosti o podporenie charity - jedna nesľubovala žiadnu odmenu, zatiaľ čo druhá ponúkala za podporu pero. Ľudia mali následné odhadnúť, ktorá výzva bude úspešnejšia v získavaní darov. Veľká väčšina ľudí si myslela, že ponuka, ktorá sľubuje pero, bude úspešnejšia.

Druhý experiment bol zameraný na skutočné skúmanie toho, či darček ľudí motivuje dať viac. Noví účastníci experimentu boli rozdelení do dvoch skupín, obe dostali výzvu na podporenie tej istej charity, no jednej z nich bola prisľúbená odmena - pero. Úlohou samozrejme bolo povedať, koľko sú ochotní darovať a nakoľko sľúbená odmena ovplyvnila ich rozhodovanie (ak odmenu sľúbenú mali). A výsledky? Skupina bez odmeny bola ochotná darovať výrazne viac ako skupina s odmenou, napriek tomu, že si ľudia v prvom experimente mysleli, že darček ľudí motivuje dať viac.

Tieto dary však boli teoretické. Preto prišiel na rad tretí experiment - s reálnymi peniazmi. Dve nové skupiny účastníkov boli zaradené do charitatívnej lotérie a mali sa následne rozhodnúť, aké percento výhry darujú konkrétnej, reálnej charite, ak vyhrajú. Samozrejme, jedna skupina bola "motivovaná" darčekom (taškou), druhá nie. Výsledky boli (ne)prekvapivo zhodné s tými v druhom experimente - skupina bez darčeka darovala väčší podiel svojej výhry charite než skupina s darčekom!

Prečo je to dôležité?

1. Tieto výsledky ukazujú, že často nie sme až takí materialisti, ako si (1) sami o sebe a druhých myslíme a (2) ako ekonómia predpokladá. Ak nám niekto ponúka materiálnu odmenu za charitatívny, nezištný čin, je pravdepodobné, že nás to od toho odradí, pretože nechceme mať pocit (a tak vyzeráť), že sme to urobili len kvôli tej odmene.
2. Ak som na opačnej strane barikády - ak som charita - budem nabudúce vedieť, že ponúkať odmenu za dary môže byť kontraproduktívne. Ľudia nedávajú na charitu zo zištných dôvodov, nemá zmysel im preto nejaké zištné dôvody ponúkať.
3. Autori v štúdii poukazujú na iné výskumy, ktoré zistili, že ak sa poradie prehodí - človek najprv dostane darček, bez ohľadu na to, či charite niečo daroval - je následný "zisk" charity vyšší. Ľudia sa zrejme cítia zaviazaní dar splatiť, keďže zaň nič nedali.
4. Čo je zvláštne, pretože to poukazuje na to, že celkovo nemáme veľmi radi veci, ktoré sme si nezaslúžili či dostali zadarmo. Jednoducho, človek je skutočne iracionálny!

Jednou vetou

Materiálna odmena za nezištný skutok ľudí od vykonania tohto skutku odradí, lebo ho nerobia kvôli materiálnemu zisku.

Dávame na charitu len kvôli iným, či aj kvôli sebe?

Pôvodne publikované 10. marca 2013

V predchádzajúcom žurnáli som písal o štúdiu, ktorá skúmala, ako motivovať ľudí, aby prispeli na charitu. V tomto žurnáli s témou dávania a charít pokračujeme: v marcovom vydaní *Economics Letters* vyšiel článok, ktorý sa rozhodol na malých deťoch experimentálne zistiť, čo nás vôbec motivuje na charitu prispievať.

Abstrakt článku

An active area of research within economics concerns the underpinnings of why people give to charitable causes. This study takes a new approach to this question by exploring motivations for giving among children aged 3–5. Using data gathered from 122 children, our artefactual field experiment naturally permits us to disentangle pure altruism and warm glow motivators for giving. We find evidence for the existence of pure altruism but not warm glow. Our results suggest pure altruism is a fundamental component of our preferences, and highlight that warm glow preferences found amongst adults likely develop over time. One speculative hypothesis is that warm glow preferences are learned through socialization.

Čo zistili?

V ekonómii (a psychológii a tak vôbec) existujú dva základne dôvody (dve teórie), prečo ľudia prispievajú na charitu. Prvým je "čistý altruizmus", čo znamená, že keď sa rozhodujeme, či prispieť, trápí nás len blahobyť toho, komu náš príspevok príde - náš blahobyť vôbec nezvažujeme.

Druhou motiváciou je niečo, čo sa v angličtine volá "warm glow" a dalo by sa to preložiť ako "hrejivý pocit", čo je situácia, kedy dávame preto, lebo to prílepí nie len tomu, komu náš dar ide, ale aj nám. To môže byť preto, lebo sa potom cítime lepšie, alebo o nás majú následne iní ľudia vyššiu mienku, lebo "dávame na charitu."

Na to, aby od seba tieto dve motivácie oddelili a aby zistili, s akými motiváciami sa "rodíme" a aké si osvojíme neskôr, vymysleli autori článku experiment s deťmi predškolského veku (3-5 rokov). Deti dostali

5 cukríkov a prešli štyrmi možnosťami podelenia sa. V dvoch kolách mohli svoj cukrík darovať inému dieťaťu, ktoré nemalo to šťastie experimentu sa zúčastniť a v dvoch sa mohli podeliť s plyšovým medvedíkom.

Plyšovým medvedíkom? Áno. Krásou pracovania s deťmi je, že deti sú... deti. Pokus im bol vysvetlený takto:

1. Deti majú rady cukríky.
2. Medvede nemajú rady cukríky, no majú rady kľbká.
3. V dvoch prípadoch pôjde cukrík do "bežnej" krabice - ten na druhej strane dostane cukrík.
4. V dvoch prípadoch pôjde cukrík do "kúzelnéj" krabice - cukrík sa premení na kľbko.

Pokus mal teda dve situácie, v ktorých deti svojím darom tomu druhému nepomohli - ak dieťaťu poslali kľbko cez magickú krabicu a ak medvedíkovi poslali cukrík bežnou krabicou. Ak by v tomto prípade aj tak darovali, nemohol ich motivovať záujem o druhých - nikomu takto totižto nepomáhali.

Výsledky, ktoré našli, ukazovali jasne na to, že deti dávali viac, keď svojím činom niekomu pomohli (teda keď dieťaťu dávali cez bežnú krabicu a plyšákovi cez čarovnú) ako keď svojím darom nepomohli.

Prečo je to dôležité?

1. Už v predškolskom veku berú deti do úvahy blaho iných - v priemere dávali deti štvrtinu svojich cukríkov. To znamená, že deti netrápi len ich dobro, nie sú úplne sebecké.
2. Deti dávali výrazne viac, ak vedeli, že ich dar niekomu naozaj pomôže - čistý altruizmus je teda jednoznačne silnou motiváciou pri dobročinnosti. Sme teda ochotní pomáhať aj keď to nám žiadny úžitok neprinesie, resp. pomáhame viac, keď vieme, že to má význam. Preto je pre charity absolútne dôležité byť schopný ukázať hmatateľné výsledky svojej činnosti.
3. Zaujímavým výsledkom bolo aj to, že dievčatá dávali viac ako chlapci. Podľa tejto štúdie sú dievčatá sociálnejšie ako chlapci a viac sa zaujímajú o druhých. Neviem, čo si mám o tom ako muž myslieť...

4. Posledným dôležitým zistením bolo, že tento článok nebol schopný dokázať existenciu "hrejivého pocitu" ako motivácie dávania. To neznamená, že neexistuje, no je možné, že táto zložka nášho rozhodovania sa u nás vyvinie až neskôr a u detí sa silno neprejavuje. Ako teda rastieme, zisťujeme, že prispievanie na charitu nesie istý spoločenský kredit, čo môže zmeniť naše motivácie a prestaneme dávať len preto, lebo chceme pomôcť.

Jednou vetou

Altruizmus je nám vlastný už od detstva a slúži ako dôležitá motivácia na pomoc druhým, keď vieme, že naša pomoc má význam.

Ako nálepka "bio" mení naše vnímanie toho, čo jeme

Pôvodne publikované 13. marca 2013

Dnešný článok možno nie je úplne striktne ekonomický, no napriek tomu považujem za relevantný a podnetný, pretože skúma naše spotrebiteľské preferencie a silu "značky". V júlovom vydaní časopisu *Food Quality and Preference* vyšla štúdia, ktorá skúma, či čistý fakt, že je nejaká potravina "bio", mení naše vnímanie toho, aké je dané jedlo zdravé/chutné.

Abstrakt článku

Does simply believing that a processed food is organic improve how enjoyable it tastes, influence caloric estimations, or increase how much people are willing to pay for the item? In the present study, 115 participants recruited from a local shopping mall were asked to taste and evaluate three paired food samples (i.e., cookies, potato chips, and yogurt). Each of those food samples was labeled, specifying one of the items in the pair as 'organic' and the other label specifying its counterpart as 'regular', although they were identical and organically produced. Results found that participants estimated those foods with organic labels to be lower in calories than those without the organic label. Furthermore, foods with the organic label elicited a higher willingness-to-pay and yielded better nutritional evaluations (e.g., tastes lower in fat, higher in fiber) than foods without the organic label. Finally, results found that the effects of the organic label on caloric estimations were less pronounced among people who typically read nutritional labels, who often buy organic foods, and who often engage in pro-environmental activities. This underscores the idea that the health halo effect is primarily driven by automatic processing based on heuristics. Understanding how consumers use nutritional information on product labels has important implications for both public policy as well as processed food manufacturers who use such claims as tools to market their products.

Čo zistili?

Podstatou štúdie bolo zistiť, či vedomosť toho, že to, čo jeme, je označené ako "bio", mení naše vnímanie daného produktu, či už chuťové (napr. chutí prirodzenejšie/umelejšie...) alebo výživové (napr. vyzerá, že má viac/menej vlákniny/tuku...). Taktiež sa pokúšala zistiť, čo nálepka "bio" vplýva aj na to, koľko sme ochotní za danú vec zaplatiť.

Experiment pozostával zo skupiny ľudí, ktorá porovnávala tri páry potravín: jogurt, zemiakové lupienky a sušienky. Všetky potraviny dostali pred seba na stôl naraz s tým, že mali jasne označené, že jeden produkt v páre bol "bio", druhý nie. Dostupné mali taktiež obaly jednotlivých potravín so všetkými nutričnými hodnotami a inými informáciami. Účastníci mali všetko ochutnať a následne jednotlivé potraviny ohodniť v troch kategóriach: chuťovej, výživovej a ochote zaplatiť.

Chyták bol v tom, že v skutočnosti nebol medzi oboma produktami v pároch žiaden rozdiel. Boli to úplne totožné (bio) potraviny, objektívne teda nemali ľudia cítiť žiaden rozdiel.

Výsledky však ukázali niečo iné: "bio" potraviny boli jednoznačne ohodnotené ako obsahujúce menej kalórii a ľudia boli za ne ochotní zaplatiť viac. Bio varianty testovaných produktov taktiež dostali pozitívnejšie chuťové (chutnejšie, lákavejšie, menej umelé) aj výživové hodnotenia (mali pocit, že majú menej tuku a kalórii, že sú výživnejšie, majú viac vlákniny).

Účastníci taktiež na konci vyplňali údaje o tom, či si čítajú etikety, či nakupujú bio a či sa zaujímajú o ekológiu. Následné porovnanie výsledkov ukázalo, že tí, čo viac čítajú etikety a majú už s bio potravinami skúsenosti to s tými chválami na bio produkty v teste až tak nepreháňali.

Prečo je to dôležité?

1. Máme radi skratky. Nečítame poriadne etikety a stačí, že vidíme na obale označenie, ktoré máme v hlave spojené s niečim pozitívnym (bio) a hneď si myslíme, že daná potravina je pre nás lepšia/bude chutnejšia.
2. Keďže sme ochotní za bio potraviny platiť viac (čo súvisí s našim vnímaním bio potravín - je to lepšie/zdravšie/chutnejšie, cením si to viac), je samozrejme logické, že bio potraviny aj v obchode drahšie budú.
3. Nálepka "bio" je výborný marketingový nástroj - iste, treba splniť isté predpisy, aby si to výrobca na obal napísať mohol, no v princípe nemusí spraviť až tak veľa nadpráce na to, aby mohol pýtať oveľa viac peňazí za viac menej totožný produkt (ktorý bol

akurát ináč vypestovaný, no chuťovo či zložením môže byť úplne totožný).

4. Ak prekonáme našu náchylnosť k skratkovitosti a začneme sa viac zaujímať o to, čo jeme (začneme čítať etikety), budeme menej náchylní na naletenie prehnaným tvrdeniam predajcov.

Jednou vetou

Označenie potraviny ako "bio" má na naše rozhodovanie a subjektívne vnímanie danej potraviny (neopodstatnene) veľký vplyv.

Dátum Dňa vd'akyvzdania je hospodársky dôležitý

Pôvodne publikované 17. marca 2013

Americký Deň vďakyvzdania (*Thanksgiving*) je v USA veľkou udalosťou, plnou moriakov, tekvic a iného obžerstva. Koná sa vždy štvrtý (nie posledný, ak je štvrtkov náhodou päť) novembrový štvrtok - nie je teda každý rok v ten istý deň. Na tento fakt sa zameral článok v aprílovom vydaní *Economics Letters* z toho dôvodu, že piatok po Dni vďakyvzdania sa oficiálne začína vianočná nákupná sezóna.

Abstrakt článku

In the United States, the period between Thanksgiving and Christmas has long seen the most intense consumer sales and hence the most active economy. This period varies in length depending on the date of Thanksgiving. Years where it is longer see detectably larger seasonal increases in national employment figures, so that an earlier Thanksgiving appears to serve as economic stimulus in the labor market.

Čo zistili?

Najprv trochu kultúrneho kontextu. Oficiálna nákupná vianočná sezóna trvá v Amerike od piatka po Dni vďakyvzdania (tzv. *Black Friday*) do 24. decembra. Je to obdobie najväčších obrátov pre asi všetky obchody sveta (Ameriky, to jest), obdobie, ktoré mnoho obchodov vytrhne zo straty. Má to však háčik - zatiaľ čo jeho koniec (Vianoce) má fixný dátum, jeho začiatok je každý rok iný. Môže byť kdekoľvek medzi 23. a 29. novembrom. Teda čím skorší Deň moriaka, tým dlhšia nákupná sezóna, tým väčšia spotreba? To sa rozhodli autori tohto článku skúmať.

Logika je takáto: keďže je to najintenzívnejšie obdobie pre všetky spotrebiteľské obchody, zvyknú na toto obdobie najímať aj najviac ľudí. A zákazníci zatiaľ mýňajú najviac za celý rok. Teda čím dlhšie toto obdobie je, tým väčšia spotreba a, čo je dôležitejšie, tým vyššia zamestnanosť.

Štúdia skúmala údaje o mesačnej zamestnanosti od roku 1947. Predovšetkým ich teda zaujímal údaje z októbra a novembra - ako výrazne sa zmenila zamestnanosť z októbra v novembri. No pozerali sa aj na to, ako dlho tento nárast zamestnanosti vydrží - analyzujúc v tomto prípade dáta z decembra a januára nasledujúceho roku.

Dáta jasne ukázali, že každý pridaný deň nákupnej sezóny zvýši obrat v malobchodnom sektore o 0.07%. To možno nevyzerá na prvý pohľad ako veľké číslo, no zodpovedá to niekoľko desať tisícovému rozdielu v počte nových pracovných miest medzi nákupnou sezónou, ktorá začne 22. a tou, ktorá začne 28. novembra. A tieto čísla sa premietajú aj na december a január - zamestnanosť je vyššia, ak je v novembri viac "vianočných" dní.

Prečo je to dôležité?

1. Možno nie je Deň vďakyvzdania v európskom kontexte úplne relevantný, ale tento výskum ukazuje, aký významný efekt môže mať pár dní intenzívnej obchodnej aktivity navyše na zamestnanosť a spotrebu.
2. Aj keď síce nemáme tak presne stanovenú vianočnú nákupnú sezónu, je dobré pamätať na to, že čím skôr začne (nech je akokoľvek otravná), tým viac pracovných miest sa za ten čas v ekonomike vytvorí a tým viac ľudia minú, čo je koniec koncov lepšie pre nás všetkých.
3. PS: Američania berú Deň vďakyvzdania naozaj seriózne. To, prečo sa koná štvrtý štvrtok v novembri a nie posledný, je výsledkom lobingu v roku 1939, kedy mal tento deň padnúť na 30. november. Ľudia žiadali prezidenta Roosevelta, nech ho presunie o týždeň skôr, aby tak podporil dopyt v ekonomike, ktorá sa ešte stále spamätávala z Veľkej hospodárskej krízy.

Jednou vetou

Aj pár dní intenzívnej aktivity, ako napríklad nákupne horúčky pred Vianocami, navyše dokáže výrazne zvýšiť spotrebu a zamestnanosť v krajine.

Všimneme si zmenu kvality vzduchu, ktorý dýchame?

Pôvodne publikované 20. marca 2013

Iste, názov tohto článku je trochu zavádzajúci. Samozrejme, že si všimneme zmenu v čistote vzduchu, ak zo zaprášeného mesta, plného výfukových plynov, vypadneme na pár dní na hory. Pretože ten rozdiel bude tak prudký a tak výrazný, že sa to nebude dať odignorovať. No výskum v aprílovom vydaní *Ecological Economics* sa pozeral na to, či rozdiely v kvalite vzduchu medzi krajinami v Európe majú vplyv na spokojnosť s našim vlastným životom a jeho kvalitou.

Abstrakt článku

Concerns for environmental quality and its impact on people's welfare are fundamental arguments for the adoption of environmental legislation in most countries. In this paper, we analyze the relationship between air quality and subjective well-being in Europe. We use a unique dataset that merges three waves of the European Social Survey with a new dataset on environmental quality including SO₂ concentrations and climate in Europe at the regional level. We find a robust negative impact of SO₂ concentrations on self-reported life satisfaction.

Čo zistili?

Ako takéto niečo zmerať? Ľudia predsa (väčšinou) nevedia, či je vzduch v ich krajine v priemere čistejší alebo znečistenejší ako u susedov, nemajú si prečo teda spojiť svoju spokojnosť so životom so vzduchom, ktorý dýchajú. Ako však tento článok ukazuje, je dobré, že si to nespájame - umožnilo to totiž autorom porovnať dve nezávislé štatistiky: tú o nameranej kvalite vzduchu a tú o subjektívnej spokojnosti so životom.

Ten prvý faktor - čistota vzduchu - bol meraný pomocou údajov z meracích staníc v 23 európskych krajinách (za roky 2002-2007), kde bola kvalita vzduchu meraná na základe koncentrácie oxidu siričitého (SO₂) vo vzduchu.

Spokojnosť s kvalitou života bola hodnotená podľa úplne nezávislého výskumu z Európskeho spoločenského prieskumu (*European Social Survey*), ktorý prebiehal v troch vlnách od roku 2002 vo viac ako 30 krajinách Európy. V tomto prieskume ľudia subjektívne hodnotili svoju spokojnosť so životom ako takým a jeho kvalitou. Tieto údaje brali do

úvahy aj regionálne rozdiely (napr. v Taliansku sa na desaťbodovej škále pohybujú hodnoty medzi regiónmi od 5.6 až po 7.8).

Pikoška: priamo v článku sa spomína, že Slovensko je jedna z troch krajín s najnižšou spokojnosťou so životom, spolu s Maďarskom a Portugalskom.

Aby sa predišlo nesprávnym záverom, táto štúdia zohľadňuje aj to, aké sú v daných krajinách príjmy, v ako veľkých mestách ľudia bývajú, aká je nezamestnanosť, atď., čo sú všetko faktory, ktoré by mohli vplývať na spokojnosť s vlastným životom bez ohľadu na čistotu vzduchu.

Čo ale teda tieto údaje ukázali? Aj po očistení od všetkých týchto iných vplyvov našli autori negatívny vzťah medzi znečistením vzduchu a spokojnosťou so životom. Teda, čím čistejší vzduch, tým je človek spokojnejší so životom. Okrem toho štúdia odhalila aj pozitívny vzťah medzi nezamestnanosťou a znečistením, t.j. čím špinavší vzduch, tým je v danom regióne pravdepodobne vyššia nezamestnanosť.

Prečo je to dôležité?

1. Aj keď si toho nie sme vedomí, kvalita vzduchu, ktorý dýchame, vplýva na kvalitu nášho života. A aj keď by sme si to nikdy nespojili (som nespokojní, lebo dýcham znečistený vzduch), tieto dáta ukazujú, že zdravotné riziká SO₂ nás dostanú aj keď si ich navonok nevšimneme.
2. Keďže autori článku našli vzťah aj medzi zamestnanosťou a znečistením, dá sa tvrdiť, že bohatšie regióny (s nižšou nezamestnanosťou) majú buď (1) prísnejšie regulácie ohľadom odpadových plynov, a/alebo (2) kvalitnejšie (drahšie) technológie, ktoré majú nižšie emisie SO₂ a iných toxických plynov, a/alebo (3) menší podiel podnikov, ktoré takéto emisie produkujú (viac služieb/malobchodu, menej ťažkého priemyslu).
3. Kauzalita tu nie je síce úplne jasná (či čistota vedie k šťastiu a teda väčšiemu ekonomickému rastu, alebo či napr. ekonomický rast a spokojnosť vedie ľudí k čistejším technológiám), je ale jasné, že tieto faktory sa navzájom ovplyvňujú a človek podvedome vie, keď dýcha niečo, čo mu nerobí dobre.

Jednou vetou

V oblastiach s vyššou kvalitou (čistotou) vzduchu vedú ľudia v priemere šťastnejší a spokojnejší život ako v oblastiach s väčším znečistením.

Ako správne nastaviť daň z príjmu

Pôvodne publikované 24. marca 2013

Je to večná téma, večný zdroj sporov medzi politkami všetkých farieb a odtieňov: aká vysoká by daň z príjmu mala byť? Mala by byť progresívna, rovná, regresívna? Aký daňový systém maximalizuje blaho krajiny? Na tieto otázky sa pokúša odpovedať článok v marcovom vydaní *Economics Letters*, pozerajúc sa na rozloženie príjmov v krajine.

Abstrakt článku

This paper emphasizes the role of skill distribution in determining the optimal marginal tax rates. It rigorously shows that the optimal marginal tax rates can be strictly increasing, strictly decreasing, U-shaped, or inverse U-shaped as skill increases depending on the skill distribution.

Čo zistili?

Začnime pekne od začiatku, od toho, ako funguje progresívne zdanenie príjmu. Štát stanoví niekoľko príjmových úrovní, z ktorých každá má inú úroveň dane. Keďže ide o progresívne zdanenie, čím vyšší level príjmov, tým vyššia daň. Je však nutné pripomenúť, že ak máme napr. tri "levely" s postupným zdanením 10, 20 a 35 percent, tak človek, ktorého príjem spadá do najvyššieho levelu, neplatí 35 percent z celého svojho príjmu, ale iba z časti, ktoré presahuje hranicu medzi 20 a 35 percentnou úrovňou.

Takto môže samozrejme fungovať aj akékoľvek iné "nerovné" zdanenie, či už regresívne (daň s rastúcim príjmom klesá) alebo akokoľvek ináč náhodne rozložené. Podstatné je to, že výška dane v jednotlivých úrovniach je *marginálna* - týka sa len tej časti príjmu, ktorá spadá do danej úrovne.

Ako teda autori tohto článku zisťovali, aké rozloženie daní je najoptimálnejšie? Základom ich analýzy je počítanie s tým, že v každej krajine býva vzdelanie - a teda aj mzdy - rozdelené v obyvateľstve ináč, čo vplýva na to, aké zdanenie je optimálne. Ak chceme mať čo najvyšší blahobyť ľudí (ktorí delia svoj čas medzi prácu a voľný čas - spotrebu) a

zároveň mať dane nastavené tak, aby odradili čo najmenej ľudí od práce, musíme vziať do úvahy to, ako sú rozdelené v ekonomike mzdy.

Napríklad: ak väčšina ľudí zarába veľmi veľa, tak systém progresívneho zdanenia (najvyšší príjem = najvyššia daň), bude veľmi kontraproduktívny, lebo odradí veľa ľudí od (vysoko ohodnotenej) práce.

Presne na tento efekt sa tento článok zameral a ukázal, že neexistuje univerzálny daňový systém, ktorý by fungoval všade za každých okolností. Zistili, že ak je rozloženie príjmov posunuté doľava (viac ľudí má nižšie platy), je najvhodnejší progresívny systém, ale ak je rozloženie buď rovnomerné (každá príjmová vrstva je zastúpená v spoločnosti približne rovnomerne) alebo posunuté doprava, je najvhodnejšie regresívne zdanenie, ktoré motivuje ľudí zarábať viac.

Prečo je to dôležité?

1. Ako politik, ktorý má vplyv na nastavenie daní, si musím byť vedomý toho, ako sú v mojej krajine rozložené príjmy - bez toho nie som schopný určiť najvhodnejšiu úroveň dane pre krajinu.
2. Keďže príjmy zvyknú byť takmer všade posunuté doľava (teda oveľa viac ľudí má podpriemerné platy ako veľmi vysoké platy), tento výskum odporúča progresívne zdanenie.
3. Treba však pamätať na to, že tento výskum sa pozeral na blahobyť, čo vie byť celkom abstraktný a ťažko číselne vyjadriteľný pojem. Ako politik by som sa určite zaujímal aj o to, aký je vzťah medzi rôznymi daňovými systémami a efektívnosťou výberu daní, čo tento výskum ignoruje.
4. Je však zaujímavé čítať, že v istých prípadoch môžu byť regresívne dane, niečo, čo neexistuje takmer nikde na svete, najlepšou voľbou. To môže byť napríklad dôvod, prečo rôzne "daňové raje" a drobné mestské štáty ako Monako majú tak nízke dane - či už ako reakciu na to, akí bohatí ich obyvatelia sú, alebo ako lákadlo pre potenciálnych nových bohatých obyvateľov.

Jednou vetou

Neexistuje jeden optimálny daňový systém, ktorý sa dá uplatniť na všetky krajiny za každých okolností.

Kvalitnejšie umenie a úspešnejší umelci vďaka demokracii

Pôvodne publikované 27. marca 2013

Otázku, aké politické usporiadanie najviac podporuje tvorbu kvalitného umenia a v akých režimoch sú aj tvorcovia tohto umenia najúspešnejší, si kladie výskum v júnovom vydaní publikácie *European Journal of Political Economy*.

Abstrakt článku

This paper analyses the impact of the political environment on the value of artistic outcomes as measured by the price of paintings produced over the period from 1820 to 2007. The analysis is based on a unique dataset encompassing a global sample of 273 superstars of modern art born between 1800 and 1945, auction results of their paintings, and data on the political environment in the respective production countries. Controlling for a variety of economic and hedonic variables, there is a statistically significant, positive link between the level of democracy and the value of artistic output. Moreover, we find that democracy has a significant positive impact both on the density of superstar painters and the collective artistic human capital in a country.

Čo zistili?

Tento článok sa rozhodul skúmať to, či demokracia (a jej (ne)kvalita) vplýva na kvalitu a ohodnotenie umenia, ktoré sa v krajine vytvorí. Na nájdenie takéhoto vzťahu použili autori tri sady dát: Prvá pokrývala známych umelcov (kto je a nie je známy umelec je hodnotené úsmevnou, ale zjavne používanou metódou: čím väčší priestor je umelcovi venovaný v [Oxford Dictionary of Art](#), tým je známejší), ktorí boli aktívni v 31 krajinách sveta medzi rokmi 1820 a 2007. Druhá sada údajov sa zas pozerá na sumy, za ktoré boli ich diela predané v aukciách. A tretia hodnotí úroveň demokracie (na základe viacerých kritérií) v každej z tých 31 krajín.

Aký bol teda postup tohto výskumu? V princípe zaujímalo autorov nasledovné: ako demokratickosť krajiny vplýva na to (1), kde umelci žijú (keďže mnoho z umelcov, zahrnutých v prvej sade dát, počas svojho

života menilo krajinu pôsobnosti) a (2), akú hodnotu ľudia umeniu prikladajú (čo sa odráža na cene diel v dražbách).

Ten prvý bod je veľmi dôležitý: keďže tento výskum analyzoval veľmi dlhé obdobie, v mnohých pozorovaných krajinách sa politický režim (niekoľkokrát) zmenil, čo mohlo motivovať veľa umelcov imigrovať alebo emigrovať. Preto to, že sa v nejakej krajine slávny umelec narodil, ešte nič neznamena - dôležité je to, kde pôsobil a kam a koľkokrát sa sťahoval.

A výsledky boli jasné: čím je úroveň demokracie v krajine vyššia, tým viac umelcov chce v krajine pôsobiť (a pôsobí), tým kvalitnejšie umenie sa v krajine produkuje a tým vyššiu hodnotu kupcovia umeleckých diel umeniu prikladajú.

Prečo je to dôležité?

1. Politická stabilita a otvorenosť motivujú umelcov tvoriť (a tvoriť viac a lepšie). Čo je síce niečo, čo nám príde samozrejmé z takého širšieho hľadiska vplyvu stability na prácu a ekonomický rast, no je to rovnako dôležité aj v "odvetviach", ktoré nie sú na popredí ekonomického výskumu každý deň (umenie).
2. Keďže demokracia a otvorenosť majú taký pozitívny vplyv na kreativitu, tak je ekonomicky výhodne žiť v demokracii a nie vo vojenskej diktatúre. Kreativita totiž vedie nie len ku krajším maľbám, ale aj k inováciám, technologickému rastu a, koniec koncov, bohatšej krajine.
3. Hoci mnoho umelcov u nás plače, že ich má podporovať štát, že sa neuživí, že si nemôžu dovoliť robiť kvalitné umenie, pravdou je, že žijú v asi najlepšom systéme, aký momentálne existuje - v demokracii, kde majú slobodu tvoriť a kde ľudia sú za umenie ochotní platiť viac ako kdekoľvek inde.

Jednou vetou

Kvalita aj kvantita umenia rastú ruka v ruke s úrovňou a kvalitou demokracie a politickou stabilitou v krajine.

Ekonomickým rastom proti globálnemu otepľovaniu

Pôvodne publikované 3. apríla 2013

Človek má pri čítaní a počúvaní ekológov a rôznych zeleno orientovaných skupín či politikov pocit, že jediné, čo nás ako ľudstvo zachráni pred klimatickými zmenami, je návrat snád' až k feudalizmu. Zo všetkých strán počúvame, ako je náš rast neudržateľný a ako naše bohatstvo bude aj našou záhubou. Preto bolo veľmi občerstvujúce nájsť v marcovom vydaní *Energy Economics* článok, ktorý sa pokúsil empiricky ukázať, že medzi ekonomickým rastom a emisiami nie je úplne priamočiary vzťah.

Abstrakt článku

The effects of economic growth on the environment in Korea, for a given level of energy consumption, and fossil fuels and nuclear energy in electricity production, are examined in a dynamic cointegration framework. To that end, the autoregressive distributed lag (ARDL) approach is used. We find empirical evidence supporting the existence of the environmental Kuznets curve (EKC) hypothesis for Korea; that is, economic growth indeed plays a favorable role in influencing environmental outcomes. It is also found that, in both the short- and long-run, nuclear energy has a beneficial effect on environmental quality, whereas fossil fuels in electricity production and energy consumption have a detrimental effect on the environment.

Čo zistili?

Tento článok vychádza z teoretického modelu, ktorý sa volá [Kuznetsová krivka](#). Táto teória tvrdí, že medzi emisiami CO₂ a národným dôchodkom existuje vzťah v tvare obráteného U. To znamená, že ako krajina ekonomicky rastie, jej emisie najprv stúpajú, pretože dôraz sa kladie primárne na rast, environmentálne problémy sú v úzadí a krajina si nemôže dovoliť "čisté" zdroje energie.

Neskôr sa však dostane do bodu, v ktorom je HDP krajiny dostatočne vysoké na to, aby (1) sa ľudia začali zaujímať o kvalitu a čistotu prostredia, v ktorom žijú a (2) si mohli zároveň aj dovoliť technológie a zdroje energie, ktoré produkujú menej skleníkových plynov. Z tohto bodu emisie už s rastúcim príjmom len klesajú ako sa kapitál v krajine stáva efektívnejší a čistejší.

Tento model sa autori článku pokúsili empiricky dokázať na príklade Južnej Kórey, ktorá bola vhodným kandidátom nie len preto, že ju

konkrétne ešte nikto neskúmal, ale aj preto, že prešla za posledných niekoľko desaťročí veľmi rýchlym ekonomickým rastom - z chudobnej poľnohospodárskej krajiny na technologický "superstroj."

Štúdia sa pozerala na dve základné premenné za obdobie od roku 1971 do roku 2007: emisie oxidu uhličitého a HDP na obyvateľa. Popri tom bola ešte braná do úvahy spotreba energie na obyvateľa a podiely tepelných a jadrových zdrojov energie.

Údaje, ktoré za dané obdobie ohľadom týchto premenných zozbierali, jasne ukázali, že ako Kórea rástla, jej emisie najprv stúpali až v istom bode dosiahli maximum, z ktorého až do dnešného dňa klesajú. Ich výsledky taktiež ukázali, že používanie termálnych zdrojov energie má na kvalitu životného prostredia negatívny vplyv, zatiaľ čo jadro úplne opačný.

Prečo je to dôležité?

1. Je to významné memento toho, že ekonomický rast nie je zlo, ktoré nas všetkých raz zahubí. Na to, aby sme vôbec boli schopní čo i len uvažovať nad tým, že začneme používať obnoviteľné zdroje energie, potrebujeme dostatočný ekonomický rast a dostatočné HDP - tieto technológie sú jednoducho drahé.
2. Ekonomický rast je pre životné prostredie pozitívny. Ako autori článku píšú v závere, posledných 40 rokov rastu bolo pre životné prostredie v Kórey prospešným obdobím.
3. Preto nútiť rozvojové krajiny, aby používali "čisté" zdroje energie nedáva zmysel. Ich príjem im to jednoducho nedovolí, potrebujú čas prehupnúť sa cez ten "kopec", potom môžu začať riešiť obnoviteľné zdroje.
4. Jadrová energia hrá v redukcii emisií kľúčovú úlohu - jedným z hlavných dôvodov, prečo táto teória funguje aj v praxi, je nahrádzanie termálnych zdrojov (uhlie, plyn) jadrom, ktoré je tiež veľkou investíciou, ktorú si chudobné krajiny nemôžu dovoliť hneď. Strach z jadra a jeho odstavovanie nedáva ekonomický ani ekologický zmysel.
5. Hoci sa tento výskum zameral len na Kóreu, autori v článku citujú aj ďalšie štúdie, ktoré túto teóriu potvrdzujú pre OECD krajiny.

Jednou vetou

Len ekonomický rast a rastúca životná úroveň nám umožnia robiť naše technológie a zdroje energie čistejšie a znižovať tak naše emisie - proti klimatickým zmenám treba rásť, nie ísť späť v čase!

Zamestnanci sú verní firmám, nie konkrétnym ľuďom

Čo motivuje zamestnancov pracovať viac ako je minimálne nutné? Čo ich motivuje snažiť sa? Peniaze? Azda, no problémom je, že mzda je zriedka závislá na úsilí a býva stanovená vopred. Preto sa štúdia v januárovom vydaní *Games and Economic Behavior* pozerá na to, čo nás motivuje pracovať viac a pre koho.

Abstrakt článku

Numerous gift-exchange experiments have found a positive wage-effort relationship. In (almost) all these experiments the employer both owns and controls the firm. This paper explores to what extent the separation of ownership and control affects the wage-effort relationship. We compare the standard bilateral gift-exchange game between an owner-manager and a worker with two trilateral ones where the firm is owned by a shareholder and controlled by a manager. The wage-effort relationship is similar in all three situations. Most strikingly, workers reward higher wages with higher effort, even when the manager does not share in the firm's profits.

Čo zistili?

Autori začínajú svoj článok diskusiou o starších štúdiách, ktoré sa venovali tomu, prečo zamestnanci robia viac, keď dostanú vyšší plat, aj keď ten plat nezávisí od ich výkonu. Väčšina citovaných výsledkov ukazuje na to, že v prostredí, kde manažér/vlastník firmy stanovuje platy a zároveň aj profituje z úsilia zamestnancov, funguje akási reciprocita - zamestnanci sa snažia vlastníkovi za (vyšší) plat zavďačiť, aj keď nemusia.

Tieto štúdie však mali niečo spoločné - boli to izolované situácie jedného manažéra a jedného zamestnanca. Ignorovali napr. situáciu, keď manažér nemá žiaden alebo len čiastočný podiel na zisku firmy, pretože tú vlastnia akcionári. Manažér teda určuje výšku platov, no jeho ohodnotenie nezávisí (alebo závisí len čiastočne) na úsilí zamestnancov. Bude tu tá reciprocita fungovať tiež? To je otázka, na ktorú sa tento článok snaží odpovedať.

Za týmto účelom navrhli autori článku nasledovné experimenty:

1. Situácia, kde je len zamestnanec a manažér, ktorý zároveň firmu aj vlastní (ako kontrolná skupina).
2. Situácia, kde manažér určuje plat a má čiastkový podiel na ziskoch. Zvyšok ide akcionárom.
3. Situácia, kde manažér síce určuje plat, no nemá žiaden podiel na ziskoch, všetok ide akcionárom.
4. Situácia, kde je plat určený náhodne a manažér naň nemá vplyv.

V každej situácii boli účastníci náhodne pridelení buď do role zamestnanca alebo manažéra (alebo akcionára). Ako zamestnanci sa mali rozhodnúť, koľko by pre každé z 21 rôznych finančných ohodnotení boli ochotní pracovať (tento plat však od ich úsilia nezáležal). Ako manažéri mohli určiť mzdu zamestnancom, no nemali ako vidieť ich úsilie. A ako akcionári len čakali na zisky.

Vo všetkých situáciach boli vyššie platy odmenené vyšším úsilím. V poslednej situácii (náhodne určený plat) bol tento vzťah výrazne nižší ako v ostatných, no vo zvyšných troch sa prakticky nelíšil.

Prečo je to dôležité?

1. Vyššia mzda je spoľahlivý motivátor vyššieho úsilia aj bez toho, aby táto mzda (pracovná zmluva) nejako úsilie kontrolovala či merala.
2. Zamestnancov až tak netrápi, koho konkrétne ich úsilie vo firme odmení. Preto aj veľké firmy so zložitými hierarchiami môžu tohto faktu využiť. Manažér, ktorý platy určuje, síce nie je priamo odmenený na základe ich úsilia, no zamestnanci aj tak do práce viac snahy dajú. Dá sa teda tvrdiť, že sú verní firme ako takej, nie konkrétnym osobám, ktoré majú vplyv na ich zárobok.
3. V každom pokuse bola aj výrazná skupina zamestnancov, ktorí takúto reciprocitu nevykazovali. Za hocijakú plácu by si odrobili len povinné minimum. Taktíto ľudia vždy existovať budú a treba to brať do úvahy.
4. Treba si samozrejme uvedomiť možné obmedzenia tohto experimentu: Zamestnanci v skutočnosti žiadnu prácu robiť nemuseli (iba si navolili, aké úsilie by za akú sumu vydali). Okrem toho to bol jednorázový experiment, kde teda neprichádzali do úvahy možné vplyvy ako strach o prácu, snaha

o zapôsobenie na kolegov, vybudovanie si dobrého mena či tlak okolia. Taktiež mnoho pracovných zmlúv istú formu kontroly úsilia má, či už sú to podiely z predaja alebo jednoducho len možnosť vyhadzovu, keď je nadriadený nespokojný.

Jednou vetou

Výška mojej mzdy síce neodráža moje úsilie, no aj tak som pravdepodobne ochotný za viac peňazí robiť viac ako prejav istého pocitu zaviazanosti a vernosti firme/človeku, pre ktorú/ktorého pracujem.

Drahsie jedlo? Cítíme sa subjektívne horšie aj keď ekonomika rastie.

Pôvodne publikované 17. apríla 2013

Za posledné roky išli ceny jedla výrazne hore. Jednou z krajín, kde bol tento trend naozaj citelný, bola Etiópia. Autori článku v aprílovom vydaní *Social Indicators Research* sa kvôli tomu pozreli na Etiópiu podrobnejšie, s cieľom zistiť, či rastúce ceny jedla vplývajú na našu subjektívnu spokojnosť so životom.

Abstrakt článku

The world has experienced dramatic food price inflation in recent years, which sparked social unrest and riots in various developing countries. In this paper, we use a novel approach to measure the impact of food price inflation on subjective well-being of urban households in Ethiopia, a country which exhibited one of the highest rates of food price inflation during 2007–2008. Using an ordered probit regression, we show that being negatively affected by a food price shock reduced subjective well-being of households significantly, although the economy was growing rapidly. We also show that relative standing has a large negative effect on subjective well-being of respondents.

The fact that rapid economic growth was accompanied by a decline in citizens' average reported level of life satisfaction brings its pro-poorness into question. We argue that controlling the rise in food price and ensuring that economic growth trickles down to the average urban citizen would enhance welfare significantly.

Čo zistili?

Subjektívne zhodnotenie kvality vlastného života je zapeklitá vec. Závisí totiž od množstva rôznych faktorov a tým, že je *subjektívne*, to bude vždy ťažko merateľná veličina.

Napriek tomu o nej dokážeme povedať nejaké všeobecné fakty: SWB (subjective well-being) napr. stúpa s príjmom, no tento rast vykazuje (podobne ako mnoho iných vecí v ekónómii) klesajúci hraničný úžitok (každých ďalších, povezdme 1000 dolárov ročne naše SWB zvyšuje menej a menej). A naopak SWB klesá s relatívnym príjmom. To

znamená, že bez ohľadu na to, koľko mám z absolútneho hľadiska peňazí, nebudem spokojný, ak je okolo mňa veľa ľudí, čo majú výrazne viac ako ja (a budem nespokojnejší a nespokojnejší, ak sa tento rozdiel medzi mnou a *nimi* bude prehlbovať).

Faktor, ktorý sa autori tohto nového článku rozhodli skúmať, sú ceny potravín a ich rast. Keďže v Etiópii prebehla za obdobie medzi rokmi 2007 a 2008 výrazná inflácia cien potravín, vybrali si autori práve túto krajinu na skúmanie ich vplyvu. Spoločili sa na subjektívne hodnotenia - domácnosti sami hodnotili, ako výrazne ich táto inflácia zasiahla a ako to vplývalo na ich pocit spokojnosti so životom.

Boli to predovšetkým domácnosti, žijúce v mestách, o ktorých vieme, že (a) veľká väčšina z nich žiadne jedlo sama nepestuje ani nevyrába a (b) míňa okolo 70 percent svojho príjmu na potraviny. Taktiež autori vedeli, že počas skúmaného obdobia zažívala krajina ekonomický rast - príjem obyvateľov mal preto rásť.

Výsledok pozorovaní ukázal, že v dobe prudkého ekonomického rastu, no dvojciferej inflácie, bola spokojnosť so životom veľmi nízka (a klesajúca). Iba 39 percent opýtaných bolo spokojných alebo veľmi spokojných so svojím životom. Štúdia taktiež potvrdila, že vyšší príjem znamená vyššiu spokojnosť, a že relatívne rozdiely túto spokojnosť znižujú.

Prečo je to dôležité?

1. Ekonomický rast nie je svätý grál, ktorý všetko okamžite zachráni, hlavne ak sa mu podmiene všetko ostatné. Za dané obdobie bola Etiópia jednou z najrýchlejšie rastúcich krajín sveta (cez 10 percent ročne), no tento rast prišiel za cenu vysokej inflácie (rekord dosiahla minulý rok, cez 36 percent). Rásť je pekné, no keď ceny rastú rýchlejšie ako príjmy, je ten rast absolútne zbytočný.
2. Ľudská spokojnosť nie je jednoduchý tvor. Áno, viac peňazí nás robí spokojnejšími, no iba do istej miery. Oveľa väčší vplyv zohrá okolie, porovnávanie sa s ľuďmi naokolo, závisť, vek, pozitívne výhliadky do budúcnosti, atď. Naivne dúfať, že ekonomický rast (a teda rastúce absolútne príjmy) ľudí spasia a všetci budú šťastní je len to - naivné.

3. Pre všetkých ľudí v pozíciach moci: ak zvažujete "nakopnúť" ekonomický rast vyššou infláciou, zadržte. Postihne to najviac tých najzraniteľnejších a najchudobnejších v spoločnosti, váš nový rast pomôže azda tak tým, ktorí nemusia na základné potreby dávať výraznú časť svojho príjmu a väčšina spoločnosti ostane nespokojnejšia (a chudobnejšia) ako predtým.

Jednou vetou

Napriek mohutnému ekonomickému rastu je vysoká miera inflácie silnejším faktorom pri určovaní spokojnosti ľudí so životom a pohltí akékoľvek pozitíva rastu.

Spôsobuje spotreba energie ekonomický rast, alebo je to naopak?

Pôvodne publikované 21. apríla 2013

Klimatické zmeny. Treba šetriť energiou. Treba prejsť na čisté zdroje energie. Vznešené výzvy, pekné ideály. Ale ako to všetko ovplyvní ekonomický rast? Nebude menej energie (alebo drahšia energia) znamenať nižší rast? Existuje viac teórii ohľadom vzťahu medzi spotrebou energie a rastom (hlavne o smere kauzality) a preto autori štúdie v marcovom vydaní *Energy Economics* skúmajú tento vzťah empiricky na príklade Švajčiarska.

Abstrakt článku

This paper investigates the relationships between energy consumption and economic growth in Switzerland over the period 1950–2010. We apply bounds testing techniques to different energy types separately. Robustness tests are performed by including additional variables and restricting the analysis to the period after 1970. The results show that there exist robust long-run relationships going from real GDP toward heating oil and electricity consumption. The relationship between heating oil and GDP is in fact bidirectional, although weaker from heating oil toward GDP than in the reverse direction. When investigating the period 1970–2010 only, the estimate of the long-run income elasticity of electricity consumption loses statistical significance and that for heating oil becomes negative. Those results imply a possible decoupling between GDP growth and energy consumption, so that energy conservation policies are not necessarily expected to have a negative impact on Swiss economic growth.

Čo zistili?

Motiváciou pre tento výskum bol čoraz väčší tlak na opustenie lacných fosílnych zdrojov energie v prospech obnoviteľných zdrojov či celkového obmedzenia spotreby energie. Ale, problém: energia poháňa ekonomický rast (viď *Ekonomickým rastom proti globálnemu otepľovaniu* vyššie). Tak ako človek nemôže pribrať, ak neje veľa, tak ani ekonomika nemôže rásť, ak nemá dostatok energie na poháňanie tohto rastu.

Kontroverzný je však vzťah medzi týmito dvoma veličinami (podobne ako to známe o vajci a sliepke): čo spôsobuje čo? Smeruje šípka kauzality od rastu k spotrebe energie (to by znamenalo, že šetrenie by ničomu neublížilo), alebo je to naopak (v takom prípade by šetrenie

viedlo k poklesu ekonomickej aktivity)? Alebo je to možno ešte zložitejšie a namiesto jednoduchej šípky máme medzi oboma veličinami obojstranné zacyklené šípky, ktoré sa navzájom ovplyvňujú. Nikto sa na tom samozrejme nevie zhodnúť (autori v úvode spomínajú približne 100 (*sto*) rôznych empirických štúdií, ktoré si rôznorodými spôsobmi navzájom protirečia).

Autori v tomto článku použili na skúmanie tohto vzťahu Švajčiarsko. Prečo? Veľmi bohatá krajina, relatívne nízka závislosť na energiách (2/3 pracovnej sily v službách, ktoré sú energeticky menej náročné ako priemysel či poľnohospodárstvo), veľmi energeticky efektívna krajina a prakticky všetka ich energia pochádza z jadra a vody (40% a 60%). Minimálne skleníkové emisie z produkcie energie. Avšak plánom je v budúcnosti prechod z jadra na obnoviteľné zdroje - je preto dôležité vedieť, či tento prechod môže ovplyvniť ich budúci rast.

V štúdiu použili dáta ohľadom celkovej spotreby energie (a jednotlivých zdrojov tejto energie) a reálneho (očisteného od inflácie) HDP za obdobie medzi rokmi 1950-2010. Za toto obdobie našli aj štatisticky významný (väčšina vzťahov má 99% percentnú spoľahlivosť, čo je v spoločenských vedách viac než štandard) vzťah, smerujúci *od HDP ku spotrebe energie*. Teda rast HDP vedie k vyššiemu dopytu po energiách, no vyššia spotreba energie nevytvára rast. Avšak z dlhodobého hľadiska nie je ani tento vzťah významný a pri rope sa dokonca stáva negatívnym.

Prečo je to dôležité?

1. Navrhnuté budúce šetrenie energie by nemalo priamo ovplyvniť ekonomický rast Švajčiarska - prechod k obnoviteľným zdrojom by preto nemal byť pre krajinu pridrahý.
2. Ešte zaujímavejší je však podľa mňa všeobecnejší záver, ktorý autori až tak nespomínajú: *kauzalita vedie od rastu k spotrebe*, nie naopak. Umelo nafúknutou spotrebou rast nevytvoríme. Ak by to tak bolo, stačilo by začať páliť v kríze viac ropy a uhlia a všetko by bolo vyriešené. Na(ne)šťastie to tak nefunguje a bez rastu spotreba rásť nebude.
3. Okrajovo tento výskum naznačuje aj to, že s veľmi vysokým HDP spotreba energie klesá (tak, ako to ukázal aj už spomínaný článok

o Južnej Kórey). Áno, proti globálnemu otepľovaniu ekonomickým rastom, už to tak asi bude.

Jednou vetou

Palivo pálime len vtedy, keď to potrebujeme; pálením zbytočného paliva tú potrebu umelo nevytvoríme.

Vzťah medzi ochranou duševného vlastníctva a inováciou nie je taký jednoduchý

Pôvodne publikované 24. apríla 2013

Naozaj podporujú patenty a iné formy ochrany duševného vlastníctva výskum a technologický rast? Existuje akýkoľvek vzťah medzi úrovňou ochrany "copyrightov" a mierou inovácie v krajine? A je v tomto nejaký rozdiel medzi rozvinutými a rozvojovými krajinami? Všetky tieto

otázky si kládli autori štúdie v júnovom vydaní *World Development* a výsledky boli všelijaké, len nie primitívne.

Abstrakt článku

Two important strands of literature investigate the way the effect of intellectual property rights (IPR) on innovation depends on either the initial IPR level or the level of economic development. We expand on this by studying their joint effect, in a single, unified, empirical framework. We find that the effect of IPR on innovation is more complex than previously thought, displaying important nonlinearities depending on the initial levels of both IPR and per capita GDP. The policy implications of this are examined and include the conclusion that a single global level of IPR is in general sub-optimal.

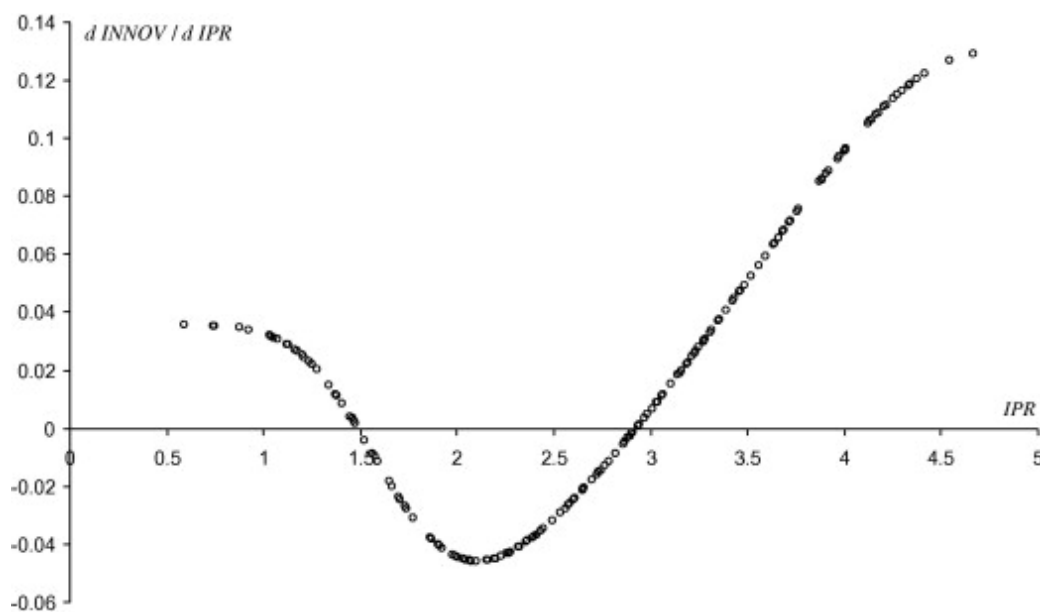
Čo zistili?

Argumenty z oboch strán sme už asi počuli všetci: "Patenty potrebujeme, bez nich by nič nové a inovatívne nevznikalo, lebo nikto by nemal motiváciu investovať do výskumu!" či "Patenty dusia kreativitu, obmedzujú naše možnosti, koncentrujú všetku moc do rúk korporácií" Ako myšlienkové experimenty sú to síce pekné teórie, no empiria chýba. Tú však nachádzame v tomto novom článku, ktorý skúmal spoločný efekt ochrany duševného vlastníctva a ekonomickej vyspelosti krajiny na inovácie.

Ako možno takéto niečo merať? Autori použili údaje zo 62 rôznych krajín, rozvinutých aj rozvojových, za obdobie 1980-2009. Za toto obdobie sa pozerali na nasledovné veličiny:

- výdavky na výskum a počet patentov (inovácia)
- index sily ochrany duševného vlastníctva
- reálny (očistený od inflácie) HDP na obyvateľa (ekonomická vyspelosť)

Prvým krokom bolo vyjadrenie závislosti inovácie na sile ochrany duševného vlastníctva (zatiaľ bez brania HDP do úvahy). V tomto prípade model, ktorý autori použili, ukázal veľmi zaujímavý vzťah - najlepšie ho ukáže obrázok:



Vzťah medzi ochranou duševného vlastníctva (IPR)
a jej efektom na inováciu ($d \text{ INNOV} / d \text{ IPR}$)

Teda pri veľmi nízkom štandarde ochrany patentov a práv sa sprísniť túto ochranu oplatí, no len po istú hranicu. Po nej prevážia negatíva, inovácia začne pokrívkať a trvá veľmi dlhé obdobie, kým výhody prísnej ochrany duševného vlastníctva opäť prevážia negatíva.

A čo zistili v druhom kroku? Hoci sa základný vzťah, ktorý našli v prvom kroku, nezmenil, povšimnutia hodné je, že pre každú krajinu (v závislosti od jej HDP/obyvateľ'a) je táto krivka trochu iná. Každá krajina teda má to "dno" v strede niekde trochu inde a každá krajina sa momentálne nachádza v inom bode na tej krivke.

Prečo je to dôležité?

1. Patenty a iné formy ochrany duševného vlastníctva sú často dvojsečná zbraň. Treba veľmi rozumne zvážiť (zistiť, v akom bode na krivke sa nachádzam), či ich treba sprísňovať alebo uvoľňovať (ak som v negatívnej časti a som bližšie ľavému koncu krivky, oplatí sa ich uvoľniť). V tomto ohľade majú pravdu obe strany - patenty a copyrighty môžu inováciu aj podporiť, aj udusiť. Kontext je kráľ.
2. Každá krajina je iná a potrebuje práve v tomto momente inú úroveň ochrany duševného vlastníctva. Preto sú akékoľvek

súčasné trendy, smerujúce k univerzálnym, celosvetovým štandardom, nežiadané - tento štandard môže vyhovovať niektorým krajinám, no udusiť inovácie v iných krajinách.

3. Ešte raz to zopakujem, pretože sa to netýka len tejto štúdie. Kontext je kráľ.

Jednou vetou

Ochrana duševného vlastníctva vie byť privysoká aj prinízka, všetko závisí od ekonomickej situácie a kontextu konkrétnej krajiny.

Zlato nemusí vždy ochrániť majetok pred infláciou

Pôvodne publikované 28. apríla 2013

Neveríte papierovým menám, ktoré nie sú ničím kryté a centrálné banky ich môžu kedykoľvek znehodnotiť? Bojíte sa Bitcoinu, netušíte ako funguje? Investujte do zlata, hučia do vás zo všetkých strán. Zlato nestráca na hodnote, zlato je výborná ochrana pred infláciou. Či je to však naozaj (historicky) tak, to skúmali autori článku v januárovom vydaní *The North American Journal of Economics and Finance*.

Abstrakt článku

This study analyzes the question whether gold provides the ability of hedging against inflation from a new perspective. Using data for four major economies, namely the USA, the UK, the Euro Area, and Japan, we allow for nonlinearity and discriminate between long-run and time-varying short-run dynamics. Thus, we conduct a Markov-switching vector error correction model (MS-VECM) approach for a sample period ranging from January 1970 to December 2011. Our main findings are threefold: first, we show that gold is partially able to hedge future inflation in the long-run and this ability is stronger for the USA and the UK compared to Japan and the Euro Area. In addition, the adjustment of the general price level is characterized by regime-dependence, implying that the usefulness of gold as an inflation hedge for investors crucially depends on the time horizon. Finally, one regime approximately accounts for times of turbulence while the other roughly corresponds to 'normal times'.

Čo zistili?

Ako to teda funguje? Ako chráni zlato majetok pred infláciou? Teória je relatívne jednoduchá: ak ľudia očakávajú, že sa blíži obdobie inflácie alebo inej hospodárskej neistoty, stúpne dopyt po zlato, v ktorom ľudia vidia útočisko proti možným stratám na majetku. Keďže celkový objem zlata na svete je viac menej fixný (resp. trvá veľmi dlho, kým narastie, lebo ho treba vyťažiť zo zeme, nestačí ho vytlačiť - hovorí sa tomu nízka elasticita ponuky), zlata cena začne stúpať. A teda čím vyššia očakávaná inflácia, tým vyššia cena zlata (ktorá sa v tomto prípade hýbe opačne ako hodnota papierových peňazí).

To je teda teória. Deje sa to však naozaj? A ovplyňujú tento proces zmeny režimov významných krajín, či iné ekonomické míľniky? Na to sa autori tohto článku pozerali. Analyzovali dáta zo štyroch veľkých trhov - USA, Veľká Británia, Eurozóna a Japonsko - za obdobie od 1969 (1980 pre Eurozónu) do 2011. Použité dáta obsahovali údaje o cene zlata a dvoch mierach inflácie (CPI - index spotrebiteľských cien, PPI - index výrobných cien) v daných oblastiach, resp. krajinách.

Zistenia boli viaceré. Prvým - najdôležitejším - bol dlhodobý vzťah medzi infláciou a cenou zlatou. Vo všetkých skúmaných menových oblastiach bol tento vzťah pozitívny (cena zlata stúpala spolu s infláciou, resp. ako reakcia na očakávanú infláciu), no sila tejto korelácie (ako "presne" či výrazne cena zlata na infláciu reagovala) nebola až taká vysoká. To znamená, že aj keď si zlato udrží hodnotu lepšie ako papierové peniaze, nedokáže uchovať všetok majetok - istá strata majetku kvôli inflácii nastáva aj tu.

Ďalšími zisteniami bolo, že tento vzťah sa správa ináč počas "bežných časov" a ináč počas "turbulencií" (veľké zmeny, neistota...). A to teda ukázalo, že v krátkodobom horizonte nemusí investícia do zlata ponúknuť žiadnu ochranu, pretože nie vždy sa stihne cena zlata rýchlo prispôsobiť veľkým výkyvom v hodnote peňazí.

Prečo je to dôležité?

1. Zlato nie je dokonalý všeliak či ochrana proti inflácii. Iste, z dlhodobého hľadiska pomôže (čiastočne), no stavať *všetko* na zlato by asi nebolo rozumné. Diverzifikácia (rozdelenie investícií do viacerých akcií, fondov či komodít) je bezpečnejšia.
2. Zlato potrebuje čas. Pri investíciách do zlata vás krátkodobé výkyvy nemôžu vystrašiť. Zlato nemá veľký investičný návrat, no z dlhodobého hľadiska je (celkom) dobrým uchovávateľom hodnoty.
3. Naskočiť na "zlatý vlak" sa nemusí vyplatiť. Ak všetci začínajú kvôli niečomu neočakávanému (kríza, pád vlády, poplašné správy v médiach) vo veľkom skupovať zlato, dúfať, že na tom hneď rýchlo zarobíte, nemusí byť pravda.

Jednou vetou

Zlato je dobrou ochranou majetku pred infláciou (len) na veľmi dlhé trate, no ani vtedy nie je dokonalé.

Bibliografia použitých článkov

Zoradené podľa dátumu vydania jednotlivých žurnálov

- Chavas, J. P. (2013). On the microeconomics of food and malnutrition under endogenous discounting. *European Economic Review*, 59, 80-96. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0014292113000093>
- Utikal, V., & Fischbacher, U. (2013). Disadvantageous lies in individual decisions. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 85, 108-111. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167268112002570>
- Mueller, S. (2013). Teacher experience and the class size effect — Experimental evidence. *Journal of Public Economics*, 98, 44-52. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0047272712001363>
- Munro, A., Verschoor, A., & Dubey, A. (2013). Does working with spouses make teams more productive? A field experiment in India using NREGA. *Economics Letters*, 118 (3), 506-508. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0165176512006623>
- Cooper, D. J., & Saral, K. J. (2013). Entrepreneurship and team participation: An experimental study. *European Economic Review*, 59, 126-140. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S001429211300010X>
- Deck, C., & Gu, J. (2012). Price increasing competition? Experimental evidence. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 84 (1), 730-740. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167268112001825>
- Krishna, V., & Morgan, J. (2012). Voluntary voting: Costs and benefits. *Journal of Economic Theory*, 147 (6), 2083-2123. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0022053112000993>

- Krugman, P. (2010). The Theory of Interstellar Trade. *Economic Inquiry*, 48 (4), 1119-1123. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1465-7295.2009.00225.x/abstract>
- Heyes, A., & Kapur, S. (2012). Angry customers, e-word-of-mouth and incentives for quality provision. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 84 (3), 813-828. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167268112002065>
- Brender, A., & Drazen, A. (2013). Elections, leaders, and the composition of government spending. *Journal of Economic Theory*, 97, 18-31. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S004727271200989?np=y>
- Newman, G. E., & Shen, Y. J. (2012). The counterintuitive effects of thank-you gifts on charitable giving. *Journal of Economic Psychology*, 33 (5), 973-983. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167487012000530>
- List, J. A., & Samak, A. C. (2013). Exploring the origins of charitable acts: Evidence from an artefactual field experiment with young children. *Economics Letters*, 118 (3), 431-434. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0165176512006040>
- Lee, W. J., Shimizu, M., Wansink, B., & Kniffin, K. M. (2013). Do Organic Labels Bias Taste Perceptions? *Food Quality and Preference*, 29 (1), 33-39. www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0950329313000141
- Urbatsch, R. (2013). Employment effects of Thanksgiving timing. *Economics Letters*, 119 (1), 42-44. www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0165176513000372
- Ferreira, S., Akay, A., Brereton, F., Cuñado, J., Martinsson, P., Moro, M., & Ningal, T. F. (2013). Life satisfaction and air quality in Europe. *Ecological Economics*, 88, 1-10. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0921800913000050>

- Li, J., Lin, S., & Zhang, C. (2013). Skill distribution and the optimal marginal income tax rate. *Economics Letters*, 118 (3), 515-518. www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0165176512006581
- Hellmanzik, C. (2013). Democracy and economic outcomes: Evidence from the superstars of modern art. *European Journal of Political Economy*, 30, 58-69. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0176268013000025>
- Baek, J., & Kim, H. S. (2013). Is economic growth good or bad for the environment? Empirical evidence from Korea. *Energy Economics*, 36, 744-749. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0140988312003180>
- Maximiano, S., Sloof, R., & Sonnemans, J. (2013). Gift exchange and the separation of ownership and control. *Games and Economic Behavior*, 77 (1), 41-60. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S089982561200098X>
- Alem, Y., & Köhlin, G. (2013). The Impact of Food Price Inflation on Subjective Well-being: Evidence From Urban Ethiopia. *Social Indicators Research*. Advance online publication. doi: 10.1007/s11205-013-0318-7. <http://link.springer.com/article/10.1007/s11205-013-0318-7>
- Baranzini, A., Weber, S., Bareit, M., & Mathys, N. A. (2013). The causal relationship between energy use and economic growth in Switzerland. *Energy Economics*, 36, 464-470. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0140988312002290?np=y>
- Hudson, J., & Minea, A. (2013). Innovation, Intellectual Property Rights, and Economic Development: A Unified Empirical Investigation. *World Development*, 46, 66-78. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0305750X13000296>

Beckmann, J., & Czudaj, R. (2013). Gold as an inflation hedge in a time-varying coefficient framework. *The North American Journal of Economics and Finance*, 24, 208-222. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1062940812000927>

metjush.bkclb.co