

COMPARTIMENTUL

ȘTIINȚE ECONOMICE

CZU 330.16

DOI [https://doi.org/10.52388/1812-2566.2025.1\(102\).05](https://doi.org/10.52388/1812-2566.2025.1(102).05)

ECONOMIA COMPORTAMENTALĂ. O NOUĂ PARADIGMĂ

Doina Aurora TĂTARU

Doctor în științe, cercetător științific, Centrul de Economie a Industriei și Serviciilor, Academia Română, București, România

e-mail: dt.doina@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0003-1089-7130>

Raluca-Nicoleta STANCIU (GARIMOVICI)

Târgu Jiu, România,

Doctorandă la Universitatea de Studii Politice și Economice Europene „Constantin Stere”

e-mail: rgarimovici@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0007-0209-3203>

Economia comportamentală a devenit în ultima perioadă un domeniu de studiu esențial, oferind o alternativă realistă și interdisciplinară la modelele tradiționale ale economiei clasice. Combinând psihologia, sociologia și neuroștiințele, această paradigmă propune o înțelegere mai profundă a comportamentului uman în contextul deciziilor economice. Economia comportamentală nu anulează modelul homo oeconomicus, ci îl completează și îl contextualizează, oferind o înțelegere mai profundă a realității economice și sociale. Ea susține că, pentru a formula politici eficiente și etice, este esențial să înțelegem cum funcționează cu adevărat mintea umană, dincolo de raționalitatea teoretică. Scopul acestui articol este de a explora fundamentele teoretice ale economiei comportamentale, principalele contribuții științifice, precum și impactul asupra politicilor publice și deciziilor manageriale.

Cuvinte-cheie: economie, economie comportamentală, interdisciplinaritate, psihologie, decizii, raționalitate, inadecvare.

BEHAVIORAL ECONOMICS. A NEW PARADIGM

Behavioral economics has recently become an essential field of study, offering a realistic and interdisciplinary alternative to traditional classical economic models. By combining psychology, sociology, and neuroscience, this paradigm provides a deeper understanding of human behavior in the context of economic decision-making. Behavioral economics does not abolish the homo oeconomicus model, but rather complements and contextualizes it, providing a deeper understanding of economic and social reality. It argues that in order to formulate effective and ethical policies, it is essential to understand how the human mind really works, beyond theoretical rationality. The purpose of this article is to explore the theoretical foundations of behavioral economics, its main scientific contributions, as well as its impact on public policies and managerial decisions.

Keywords: economics, behavioral economics, interdisciplinarity, psychology, decision-making, rationality, inadequacy.

L'ÉCONOMIE COMPORTEMENTALE. UNE NOUVELLE PARADIGME

L'économie comportementale est récemment devenue un domaine d'étude essentiel, offrant une alternative réaliste et interdisciplinaire aux modèles traditionnels de l'économie classique. En combinant la psychologie, la sociologie et les neurosciences, ce paradigme propose une compréhension plus approfondie du comportement humain dans le contexte des décisions économiques. L'économie comportementale n'abolit pas le modèle de l'homo oeconomicus, mais le complète et le contextualise, offrant une compréhension plus approfondie de la réalité économique et sociale. Elle soutient que pour formuler des politiques efficaces et éthiques, il est essentiel de comprendre le fonctionnement réel de l'esprit humain, au-delà de la rationalité théorique. Le but de cet article est d'explorer les fondements théoriques de l'économie comportementale, les principales contributions scientifiques ainsi que l'impact sur les politiques publiques et les décisions managériales.

Mots-clés: économie, économie comportementale, interdisciplinarité, psychologie, décisions, rationalité, inadéquation.

ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА. НОВАЯ ПАРАДИГМА

Поведенческая экономика в последнее время стала важной областью исследований, предлагая реалистичную и междисциплинарную альтернативу традиционным моделям классической экономики. Объединяя психологию, социологию и нейронауки, данная парадигма способствует более глубокому пониманию человеческого поведения в контексте экономических решений. Поведенческая экономика не отменяет модель homo oeconomicus, а скорее дополняет и контекстуализирует её, обеспечивая более глубокое понимание экономической и социальной реальности. Она утверждает, что для разработки эффективной и этичной политики необходимо понимать, как на самом деле работает человеческий разум, выходящий за рамки теоретической рациональности. Цель данной статьи – исследование теоретических основ поведенческой экономики, основных научных вкладов, а также её влияния на государственную политику и управленческие решения.

Ключевые слова: экономика, поведенческая экономика, междисциплинарность, психология, решения, рациональность, несоответствие.

Introducere

Modelul homo oeconomicus, definitiv pentru teoriile economice clasice și neoclasicе, a constituit multă vreme fundamentul conceptual al analizei deciziilor economice. Potrivit acestui model, indivizii sunt percepuți ca agenți raționali, capabili să proceseze toate informațiile relevante, să anticipeze consecințele acțiunilor lor și să aleagă în mod sistematic opțiunile care le maximizează utilitatea. În această viziune, comportamentul economic este determinat exclusiv de logica eficienței și a calculului cost-beneficiu, independent de emoții, norme sociale sau factori psihologici.

Cu toate acestea, realitatea a demonstrat în mod repetat că oamenii rareori se comportă în acest mod idealizat. Studiile empirice derulate în psihologie

cognitivă, sociologie și științe comportamentale au relevat faptul că deciziile economice sunt profund influențate de biasuri cognitive (precum efectul de ancorare, aversiunea față de pierdere, supraîncrederea sau confirmarea informațiilor care susțin credințele deja existente), de factori emoționali (cum ar fi frica, speranța sau stresul) și de cadrul social sau cultural în care individul este plasat.

Această disonanță între modelul teoretic și comportamentul real al indivizilor a condus la apariția și dezvoltarea economiei comportamentale - o direcție interdisciplinară care integrează perspective din psihologie, economie, neuroștiințe și științe sociale. Economia comportamentală oferă un cadru de analiză mai realist al deciziilor umane, explicând de ce indivizii pot lua decizii suboptimе, chiar și atunci

când informațiile sunt disponibile și consecințele sunt clare.

De exemplu, prin conceptele de „nudging” (împingere blândă spre o alegere benefică), „preferințe instabile în timp” sau „raționalitate limitată”, economia comportamentală a contribuit semnificativ la reformularea politicilor publice, în special în domenii precum sănătatea, economiile personale, educația financiară și consumul sustenabil. În loc să presupună perfecțiunea comportamentului uman, această ramură recunoaște imperfecțiunea, dar propune mecanisme prin care indivizii pot fi sprijiniți să ia decizii mai bune.

Astfel, economia comportamentală nu anulează modelul homo oeconomicus, ci îl completează și îl contextualizează, oferind o înțelegere mai profundă a realității economice și sociale. Ea susține că, pentru a formula politici eficiente și etice, este esențial să înțelegem cum funcționează cu adevărat mintea umană, dincolo de raționalitatea teoretică.

Astfel a apărut economia comportamentală, ca reacție la limitările teoriilor convenționale [1, p. 12-29].

Fundamentele teoretice ale economiei comportamentale

Economia comportamentală s-a dezvoltat ca un răspuns la limitările modelului economic clasic, care presupune că actorii economici sunt complet raționali și orientați spre maximizarea utilității. Această abordare își are rădăcinile în lucrările inovatoare ale unor autori precum Herbert A. Simon, Daniel Kahneman și Amos Tversky, care au demonstrat că procesul decizional uman este adesea influențat de factori psihologici și cognitivi.

Herbert Simon [2] a introdus conceptul de „raționalitate limitată”, afirmând că indivizii, în contextul unor informații incomplete și a capacității cognitive reduse, nu pot lua întotdeauna decizii optime. În schimb, aceștia optează pentru soluții satis-

făcătoare, care sunt suficient de bune în contextul dat. Această idee a pus bazele unei noi paradigme în analiza deciziilor economice, una care ia în considerare constrângerile reale ale procesului cognitiv.

Pe această direcție, Daniel Kahneman și Amos Tversky [3, p. 1124-1131] au adus contribuții semnificative prin dezvoltarea teoriei perspectivei (Prospect Theory), care explică modul în care indivizii evaluează alegerile în condiții de incertitudine. Cei doi cercetători au demonstrat că oamenii nu evaluează rezultatele strict în termeni de câștiguri și pierderi absolute, ci în raport cu un punct de referință, și că reacția la pierderi este de obicei mai puternică decât reacția la câștiguri echivalente – un fenomen cunoscut sub numele de „aversiune față de pierdere” (loss aversion).

Un alt concept fundamental identificat de Kahneman și Tversky este efectul de ancorare (anchoring effect), prin care estimările sau deciziile indivizilor sunt influențate puternic de prima informație oferită, chiar dacă aceasta este irelevantă sau arbitrară [3, p. 1126]. Aceste fenomene comportamentale contrazic ipoteza raționalității pure și evidențiază importanța contextului psihologic în luarea deciziilor economice.

Astfel, economia comportamentală oferă un cadru complex de înțelegere a comportamentului uman, îmbinând psihologia cognitivă cu analiza economică. Această abordare a condus la dezvoltarea unor politici publice mai eficiente, orientate spre comportamente reale ale indivizilor, și a contribuit la regândirea modului în care funcționează piețele, instituțiile și mecanismele de luare a deciziilor.

Euristici și biasuri: decizii iraționale, dar previzibile

Economia comportamentală reprezintă o ramură interdisciplinară, care integrează cunoștințele din psihologie în analiza comportamentelor economice,

punând sub semnul întrebării premisele tradiționale ale raționalității absolute și ale maximizării utilității. Una dintre contribuțiile fundamentale ale acestui domeniu constă în evidențierea faptului că indivizii, confrunțați cu situații de incertitudine sau complexitate informațională, nu dispun întotdeauna de capacitatea sau resursele cognitive necesare pentru a lua decizii optime. În acest context, oamenii utilizează **euristici** – reguli mentale simplificate sau „scurtături cognitive” – care le permit să ia decizii rapide, însă nu întotdeauna corecte.

Un exemplu clasic este **euristica disponibilității** (*availability heuristic*), detaliată de Tversky și Kahneman (1974), potrivit căreia indivizii evaluează probabilitatea unor evenimente pe baza ușurinței cu care își amintesc exemple similare [3, p. 1128]. Această disponibilitate în memorie este influențată adesea de recența, dramatismul sau frecvența cu care un eveniment este prezentat în mass-media. Astfel, indivizii pot supraestima riscurile zborului cu avionul imediat după o tragedie aeriană, în timp ce subestimează riscurile obișnuite, dar mai puțin mediatizate, precum accidentele rutiere [3, p. 1129].

Această tendință nu este doar o curiozitate cognitivă, ci are **implicații sistematice și măsurabile asupra comportamentelor economice**. În piețele financiare, de exemplu, investitorii pot reacționa exagerat la informații recente sau senzaționaliste, conducând la comportamente de tip „panică” sau „entuziasm irațional” – fenomene care pot destabiliza piețele. De asemenea, biasul de disponibilitate afectează și comportamentul consumatorilor: deciziile de cumpărare pot fi distorsionate de campanii publicitare intense sau de amintiri emoționale asociate cu un anumit produs, nu de o evaluare rațională a raportului calitate-preț.

Totodată, în procesul decizional investițional, indivizii pot ignora analiza fundamentală în favoarea unor semnale recente sau opinii dominante pe rețelele sociale. Această orientare spre „trenduri” contribu-

ie la formarea bulelor speculative și la instabilitatea piețelor. Astfel, **biasurile cognitive nu sunt accidente izolate**, ci factori structurali care trebuie înțeleși și gestionați prin politici publice, educație financiară și instrumente de nudging comportamental.

În concluzie, economia comportamentală atrage atenția asupra necesității reconfigurării modelului clasic de agent rațional. Heuristica disponibilității și biasurile cognitive asociate constituie elemente esențiale în explicarea deciziilor economice reale. În acest sens, o mai bună înțelegere a acestor mecanisme nu doar că îmbogățește teoria economică, dar oferă și un cadru practic pentru proiectarea de intervenții eficiente în sfera financiară, de consum și de politici publice.

Aplicații ale economiei comportamentale

a. Aplicații în politici publice

Una dintre cele mai cunoscute aplicații ale economiei comportamentale în politici publice este teoria „nudge”, promovată de Thaler și Sunstein [4, p. 56-102]. Aceste intervenții subtile pot orienta comportamentele cetățenilor fără a restricționa opțiunile. De exemplu, înscrierea automată în programele de pensii voluntare a dus la o creștere semnificativă a participării.

În Uniunea Europeană, unități de tip „Behavioural Insights Team” au fost create pentru a îmbunătăți eficiența politicilor publice, aplicând metode de tip „nudging” în domenii precum sănătatea publică, energia și plata taxelor [5, p. 110-135].

b. Aplicații în marketing și comportamentul consumatorului

Economia comportamentală oferă explicații relevante pentru deciziile de cumpărare ale consumatorilor, inclusiv modul în care aceștia reacționează la prețuri, promoții sau ambalaje. Ariely demonstrează că oamenii nu sunt întotdeauna sensibili la preț în mod rațional, ci reacționează la ancorări sau la contextul ofertei [6, p. 89-120].

Campaniile de marketing care utilizează apelul la pierdere („numai azi”, „stoc limitat”) folosesc în mod eficient principiul aversiunii față de pierdere descris de Kahneman [7, p. 289-305].

c. Aplicații în sănătate

În sănătate publică, comportamentele legate de alimentație, fumat sau exerciții fizice pot fi influențate prin tehnici de nudging. Reorganizarea alimentelor într-o cantină școlară pentru a evidenția opțiunile sănătoase este o intervenție simplă care duce la îmbunătățiri semnificative în alegerile alimentare [4, p. 103-108].

De asemenea, feedback-ul personalizat pentru pacienți și notificările automate pentru vaccinări sau controale medicale sunt aplicări directe ale principiilor economiei comportamentale [8, p. 67-92].

d. Aplicații în educația financiară

Economia comportamentală este din ce în ce mai utilizată în programele de educație financiară, ajutând indivizii să înțeleagă și să evite capcanele financiare comune precum supraîndatorarea, cheltuielile impulsive sau lipsa economisirii.

Potrivit lui Richard Thaler, „majoritatea oamenilor nu sunt ‘econs’ (ființe perfect raționale), ci mai degrabă ‘umani’, predispuși la erori cognitive și comportamentale” [4, p. 7].

Dan Ariely, în lucrarea sa de referință, argumentează că „iraționalitatea noastră este previzibilă și are un model identificabil”, ceea ce înseamnă că putem dezvolta instrumente pentru a contracara aceste tendințe în comportamentul financiar [6, p. 239].

Cercetările efectuate de Mullainathan și Shafir au demonstrat că sărăcia și lipsa educației financiare creează o „mentalitate de deficit” care afectează capacitatea de luare a deciziilor financiare sănătoase. Autorii subliniază că „deficitul de resurse captează atenția și reduce capacitatea cognitivă disponibilă pentru alte sarcini” [9, p. 47].

În contextul românesc, Sorin Burnete evidențiază că „prejudecățile cognitive influențează comportamentul financiar al populației, în special în rândul persoanelor cu venituri reduse și educație financiară limitată” [10, p. 183].

Programele de educație financiară care implementează principii ale economiei comportamentale au obținut rezultate semnificative. Lusardi și Mitchell au demonstrat că „intervențiile care utilizează strategii de auto-angajare și obiective concrete de economisire cresc rata economisirii cu până la 25% în rândul participanților” [11, p. 95].

Instrumentele de tip „nudge” (împingere blândă) s-au dovedit deosebit de eficace în modificarea comportamentului financiar. Benartzi și Thaler au constatat că „programele de înscriere automată în planuri de economisire, cu opțiunea de retragere, cresc participarea la aceste programe cu peste 40%” [12, p. 170].

Cercetările efectuate de Behavioural Insights Team din Marea Britanie au arătat că „mesajele personalizate care evidențiază costurile reale ale împrumuturilor pe termen scurt reduc intenția de a contracta astfel de credite cu aproximativ 30%” [5, p. 213].

Conform studiilor realizate de Banca Mondială, „intervențiile comportamentale în domeniul educației financiare au avut un impact de trei ori mai mare decât programele tradiționale bazate exclusiv pe furnizarea de informații” [13, p. 120].

Cercetările recente ale lui Cass Sunstein relevă că „economia comportamentală permite conceperea unor programe de educație financiară care respectă libertatea de alegere, dar orientează indivizii către decizii mai bune” [14, p. 78].

Așadar, integrarea principiilor economiei comportamentale în educația financiară reprezintă o direcție promițătoare pentru îmbunătățirea alfabetizării financiare și a bunăstării economice a populației, oferind instrumente concrete pentru

depășirea barierelor cognitive și comportamentale care împiedică luarea unor decizii financiare optime. Intervențiile de tip „commitment devices” - angajamente prealabile de a economisi - s-au dovedit eficiente în îmbunătățirea comportamentului financiar [9, p. 180-205].

Critici și limite ale economiei comportamentale

Economia comportamentală a devenit, în ultimele decenii, un domeniu esențial pentru înțelegerea deciziilor economice într-un mod mai realist, bazat pe psihologie cognitivă și observații empirice. Totuși, în ciuda succesului și aplicabilității sale practice, această disciplină a fost supusă unor critici teoretice și metodologice relevante, care merită discutate pentru a contura limitele actuale ale domeniului.

Una dintre cele mai frecvent întâlnite critici se referă la fragmentarea teoretică a economiei comportamentale. Spre deosebire de economia neoclasică, care se bazează pe un cadru axiomatic coerent, economia comportamentală cuprinde o serie de teorii parțiale și adesea incompatibile între ele. Gerd Gigerenzer, în lucrarea *Rationality for Mortals: How People Cope with Uncertainty*, subliniază că multe dintre modelele comportamentale, deși utile în anumite contexte, nu se integrează într-un cadru teoretic unitar, ceea ce limitează capacitatea științei economice de a formula predicții generale și robuste [15, p. 49-64].

O altă limitare semnificativă este legată de metodologia bazată preponderent pe experimente de laborator, care, deși controlate și riguroase, nu reflectă întotdeauna complexitatea mediilor economice reale. Vernon Smith, laureat al Premiului Nobel pentru economie, a atras atenția în *Rationality in Economics: Constructivist and Ecological Forms* asupra faptului că rezultatele obținute în condiții artificiale pot să nu fie valide în contexte economice autentice, unde agenții se confruntă cu incertitu-

dine, constrângeri instituționale și dinamici sociale multiple [16, p. 118-132].

De asemenea, economia comportamentală a fost criticată pentru implicațiile etice ale politicilor publice bazate pe „nudge” – concepte de influențare subtilă a comportamentelor individuale fără a restrânge opțiunile disponibile [16, p. 118-132]. Deși tehnicile de tip „nudge” pot conduce la îmbunătățirea deciziilor privind sănătatea, economiile personale sau protecția mediului, ele pot fi percepute ca forme de manipulare psihologică. Richard Thaler și Cass Sunstein, în volumul *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness* [17, p. 236-247], au pledat pentru un „paternalism libertarian”, dar critici precum Sunstein însuși au recunoscut riscul ca intervențiile de tip nudge să fie aplicate în mod arbitrar, subiectiv sau într-un mod care încalcă autonomia decizională a indivizilor [18, p. 103-115].

În plus, economia comportamentală este vulnerabilă la ceea ce John List numește „criza replicabilității”, adică dificultatea de a reproduce rezultatele unor experimente în alte contexte sau populații. În *The Voltage Effect: How to Make Good Ideas Great and Great Ideas Scale* [19, p. 88-102], List arată că multe intervenții comportamentale funcționează doar la scară redusă, dar eșuează atunci când sunt extinse la nivel sistemic, din cauza heterogenității populațiilor și a costurilor ascunse ale implementării.

Așadar, deși economia comportamentală a reușit să umanizeze analiza economică și să ofere perspective inovatoare asupra comportamentului uman, ea rămâne un domeniu în dezvoltare, cu limite teoretice și aplicative importante. Viitorul disciplinei depinde de capacitatea sa de a integra teoriile fragmentare într-un cadru coerent, de a îmbunătăți validitatea externă a experimentelor și de a trata în mod responsabil implicațiile etice ale intervențiilor comportamentale.

Concluzii

Economia comportamentală s-a conturat în ultimele decenii ca un domeniu fundamental în științele economice, aducând o abordare transdisciplinară care combină analiza economică cu psihologia cognitivă și comportamentală. Această paradigmă se distanțează de modelul economic clasic al „agentului rațional” și oferă o perspectivă mai fidelă realității, în care deciziile indivizilor sunt influențate de biasuri cognitive, emoții, constrângeri de timp și informații imperfecte.

Prin intermediul unor concepte precum „nudge”, „heuristici” sau „aversiunea față de pierdere”, economia comportamentală oferă explicații solide pentru comportamente aparent iraționale, dar frecvent întâlnite în realitate – de la lipsa economisirii până la adoptarea unor decizii de consum dezavantajoase. Aceste instrumente analitice permit formularea de politici publice mai adaptate comportamentului uman real, contribuind la creșterea eficienței intervențiilor statului și la îmbunătățirea calității vieții cetățenilor.

Într-un context global marcat de incertitudine economică, crize de sănătate publică și schimbări sociale accelerate, economia comportamentală devine esențială pentru a înțelege și anticipa reacțiile populației la politici, reforme sau produse. Aplicațiile sale sunt multiple: în domeniul sănătății, poate stimula adoptarea unor comportamente preventive; în educația financiară, poate contribui la creșterea gradului de alfabetizare economică; în marketing și antreprenoriat, poate fundamenta strategii de comunicare mai persuasive.

Mai mult, economia comportamentală susține procesul de luare a deciziilor bazat pe date empirice și pe experimentare controlată, ceea ce permite o calibrare fină a politicilor publice și a strategiilor instituționale. Astfel, integrarea acestei paradigme în guvernanta, afaceri și educație oferă oportuni-

tatea de a construi o societate mai informată, mai responsabilă și mai echitabilă.

Așadar, economia comportamentală nu doar că îmbogățește înțelegerea comportamentului economic, dar oferă și un cadru practic pentru inovare și reformă în multiple sectoare ale societății. Este, fără îndoială, o direcție de cercetare și aplicabilitate cu relevanță strategică pentru viitorul economiei globale și al deciziilor individuale.

Referințe bibliografice

1. THALER, H. Richard. *Misbehaving: The Making of Behavioral Economics*, W.W. Norton & Company, 2015, New York.
2. SIMON, A. Herbert. *Administrative Behavior*, Free Press, 1997, New York.
3. TVERSKY, Amos, KAHNEMAN, Daniel. *Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases*, Science, vol. 185, 1974.
4. THALER, H. Richard, SUNSTEIN, Cass R. *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*, Yale University Press, New Haven, 2008.
5. HALPERN, David. *Inside the Nudge Unit*, Ebury Press, London, 2015.
6. ARIELY, Dan. *Predictably Irrational: The Hidden Forces That Shape Our Decisions*, HarperCollins, New York, 2008.
7. KAHNEMAN, Daniel. *Thinking, Fast and Slow*, Farrar, Straus and Giroux, New York, 2011..
8. OLIVER, Adam. *Behavioural Public Policy*, Cambridge University Press, Cambridge, 2017.
9. MULLAINATHAN, Sendhi, SHAFIR, Eldar, *Scarcity: Why Having Too Little Means So Much*, Times Books, New York, 2013.
10. BURNETE, S. *Economie comportamentală: fundamentare și aplicații*, Editura ASE, București, 2018.
11. LUSARDI, A., MITCHELL, O. *Financial Literacy and Planning: Implications for Retirement Well-being*, Oxford University Press, Oxford, 2011.
12. BENARTZI, S., THALER, H. Richard. *Save*

More Tomorrow: Using Behavioral Economics to Increase Employee Saving, *Journal of Political Economy*, Chicago, 2004, p. 170-189.

13. World Bank, *Mind, Society, and Behavior: World Development Report*, Washington DC, 2015.

14. SUNSTEIN, Cass R. *On Freedom*, Princeton University Press, Princeton, 2019.

15. GIGERENZER, Gerd. *Rationality for Mortals: How People Cope with Uncertainty*, Oxford University Press, Oxford, 2008.

16. SMITH, Vernon. *Rationality in Economics: Con-*

structivist and Ecological Forms, Cambridge University Press, Cambridge, 2008, p. 118-132.

17. THALER, H., Richard, SUNSTEIN, Cass R. *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*, Yale University Press, New Haven, 2008.

18. SUNSTEIN, Cass, R. *Why Nudge? The Politics of Libertarian Paternalism*, Yale University Press, New Haven, 2014.

19. LIST, John. *The Voltage Effect: How to Make Good Ideas Great and Great Ideas Scale* Currency, New York, 2022.

