Ekonomia jako rekonstrukcja rozumu i mechanizm wyborów

AUTOR

Fundacja Dobre Państwo

STRESZCZENIE / ABSTRACT

Tekst przedstawia ekonomię nie jako zbiór suchych wzorów, lecz jako głęboką analizę ludzkich wyborów i intuicji. Autor wychodzi z założenia, że zasoby są zawsze ograniczone w stosunku do ludzkich pragnień, co czyni każdy wybór aktem rezygnacji z alternatywy. Artykuł łączy klasyczne fundamenty teorii wyboru z nowoczesną ekonomią behawioralną, wskazując na rolę błędów poznawczych i ograniczonej racjonalności. Czytelnik dowie się, jak mechanizmy rynkowe, takie jak elastyczność popytu czy analiza krańcowa, wpływają na codzienne życie. Poruszono również kwestie globalne, w tym teorię przewagi komparatywnej oraz współczesne wyzwania reglobalizacji. To kompleksowe spojrzenie na gospodarkę jako systematyczną rekonstrukcję rozumu, która pozwala lepiej zrozumieć ukryty ład otaczającego nas świata i konsekwencje podejmowanych decyzji finansowych oraz społecznych.

This text presents economics not as a collection of dry formulas, but as a profound analysis of human choices and intuitions. The author assumes that resources are always limited relative to human desires, making every choice an act of forgoing an alternative. The article combines the classical foundations of choice theory with modern behavioral economics, highlighting the role of cognitive biases and bounded rationality. The reader will learn how market mechanisms, such as demand elasticity and marginal analysis, impact everyday life. Global issues are also addressed, including the theory of comparative advantage and the contemporary challenges of reglobalization. This comprehensive view of the economy as a systematic reconstruction of reason allows for a better understanding of the hidden order of the world around us and the consequences of financial and social decisions.

Artykuł dekonstruuje tradycyjne rozumienie ekonomii, odrywając ją od abstrakcyjnych modeli i osadzając w realiach ludzkich wyborów i ograniczeń. Teza centralna głosi, że zasady ekonomii nie są dogmatami, lecz odzwierciedleniem intuicyjnych działań,

których motorem jest nieustanny konflikt między ograniczonymi zasobami a nieograniczonymi pragnieniami. Autor argumentuje, że kluczowe pojęcia, takie jak koszt alternatywny, elastyczność popytu i podaży, czy koszty utopione, nabierają nowego znaczenia w kontekście psychologicznych i kulturowych uwarunkowań. Współczesna ekonomia behawioralna nie obala klasycznych zasad, lecz mapuje granice ich stosowalności, uwzględniając awersję do straty, przywiązanie do status quo i inne irracjonalności. W efekcie, gospodarki, które traktują zasady ekonomii jako zestaw roszczeń do uznania, a nie nienaruszalne dogmaty, lepiej radzą sobie ze zmianami technologicznymi i demograficznymi.

SŁOWA KLUCZOWE

koszt alternatywny | ekonomia behawioralna | analiza krańcowa | koszty utopione | elastyczność popytu | przewaga komparatywna | racjonalność ograniczona | zysk ekonomiczny | krzywa Laffera | zbędna strata społeczna | mechanizm rynkowy | błędy poznawcze | reglobalizacja | interwencjonizm | podaż i popyt

Ekonomia: technika obliczeń vs. rekonstrukcja rozumu

Gdyby potraktować ekonomię nie jako technikę manipulowania zmiennymi, lecz jako systematyczną rekonstrukcję tego, co ludzie od zawsze czynią intuicyjnie, jej klasyczne zasady przestałyby być szkolnym katechizmem. Stałyby się opisem ukrytego ładu naszego świata przeżywanego, którego fundamentalna reguła jest prosta: zasobów jest zawsze mniej niż pragnień. Każdy wybór oznacza zatem rezygnację z alternatywy, a każdy akt wydatkowania jest milczącą deklaracją, że inne możliwe scenariusze naszego życia uznajemy w tej chwili za mniej istotne.

W tym świetle teza, że prawdziwym kosztem dobra jest jego koszt alternatywny, nie jest wyrafinowaną definicją, lecz doprowadzonym do świadomości faktem. Jeśli studiuję, to nie pracuję; jeśli lokuję kapitał w obligacjach, to nie finansuję własnego przedsiębiorstwa; jeśli państwo subsydiuje kredyty mieszkaniowe, to nie inwestuje w badania nad nową generacją leków. Ta logika wyrzeczenia staje się, w swojej najbardziej przejrzystej postaci, przedmiotem analizy ekonomii pozytywnej, która opisuje faktyczną tkankę decyzji i konsekwencji, oraz ekonomii normatywnej, która stawia pytanie o to, które z tych konfiguracji są godne społecznej aprobaty.

Jednocześnie właśnie tutaj rodzi się napięcie, o którym należy mówić bez konformistycznego łagodzenia tonu. Realne podmioty nie są bowiem ani chłodnymi maszynami maksymalizującymi użyteczność, ani czystymi nośnikami funkcji celu. Jesteśmy osadzeni w kontekście wspólnoty, w której decyzje podlegają ocenie nie tylko pod kątem efektywności, ale także słuszności, przyzwoitości czy siły symbolicznej. Dlatego współczesna ekonomia, zwłaszcza w jej nurcie behawioralnym, nie tyle obala klasyczne zasady, ile precyzyjnie mapuje warunki ich realnego zastosowania i granice ich empirycznej trafności.

Kiedy powtarzamy, że ludzie reagują na bodźce, mówimy coś zarazem banalnego i szokującego. Banalnego, gdyż trudno sobie wyobrazić istotę obojętną na zmiany w otoczeniu. Szokującego, ponieważ polityka gospodarcza wciąż zdaje się zakładać, że można projektować podatki i regulacje tak, jakby ich adresatem był abstrakcyjny „podatnik", a nie żywy organizm, obdarzony awersją do straty, skłonnością do odkładania trudnych decyzji i silnym przywiązaniem do status quo.

W tym miejscu można zaryzykować pierwszą tezę o charakterze profetycznym. Gospodarki, które będą traktowały fundamentalne zasady ekonomii jako zestaw roszczeń do uznania w publicznym dyskursie, a nie jako nienaruszalne dogmaty, okażą się lepiej przygotowane na gwałtowne zmiany technologiczne i demograficzne. Zdolność do krytycznego odnawiania tych zasad będzie w przyszłości znacznie cenniejsza niż ich literalne głoszenie.

Koszt alternatywny: zysk księgowy vs. ekonomiczny

W centrum mikroekonomicznego obrazu świata stoi pojęcie kosztu, którego dwoisty charakter wyznacza dwa porządki racjonalności. Koszt jawny, przybierający postać policzalnego wydatku pieniężnego, narzuca się z siłą faktu i jest łatwy do zaksięgowania. Jednak to koszt ukryty, czyli koszt alternatywny utraconych możliwości, wymaga intelektualnej dyscypliny i odsłania głębszą prawdę o każdym wyborze. W konsekwencji zysk księgowy, liczony jako prosta różnica między przychodami a kosztami jawnymi, pozostaje miarą istotną dla aparatu fiskalnego, podczas gdy zysk ekonomiczny, uwzględniający także niewidzialne wyrzeczenia, jest jedynym wiarygodnym kompasem dla racjonalnego decydenta.

W tym punkcie wyłania się fundamentalny podział na decyzje typu „albo-albo" oraz decyzje typu „ile". W pierwszym przypadku podmiot staje przed wyborem kompletnych, wzajemnie wykluczających się scenariuszy działania: studiować czy pracować, utrzymać linię produkcyjną czy ją zamknąć, wejść na rynek zagraniczny czy pozostać w granicach kraju. Zamiana jednego scenariusza na drugi oznacza tutaj całkowite przemodelowanie strumieni przyszłych przychodów i kosztów, jest więc wyborem o charakterze niemal egzystencjalnym.

W drugim przypadku decydujemy nie o naturze działania, lecz o jego intensywności: ile godzin pracować, ile jednostek dobra wyprodukować, ile środków przeznaczyć na marketing. Tutaj właśnie wkracza analiza krańcowa, czyli sztuka myślenia na krawędzi decyzji, i jej naczelna zasada, że optymalna wielkość zostaje osiągnięta tam, gdzie korzyść krańcowa zrównuje się z kosztem krańcowym. Gdy korzyść z kolejnej jednostki przewyższa jej koszt, decyzja o zwiększaniu skali działania jest uzasadniona; gdy spada poniżej tego progu, racjonalność nakazuje się zatrzymać.

Koszty utopione: pułapka kontynuacji błędnych decyzji

Na pierwszy rzut oka mamy do czynienia ze zwykłą rachunkowością. Jednak już samo rozróżnienie między kosztami utopionymi a tymi istotnymi dla przyszłych decyzji pokazuje, że w praktyce organizacyjnej dokonuje się fundamentalne rozstrzygnięcie między logiką rachunku a logiką honoru. Koszt utopiony jest bowiem obiektywnie nieodwracalny i jako taki powinien być pomijany w dalszych kalkulacjach. Subiektywnie jednak w kulturze nastawionej na unikanie przyznania się do porażki staje się on psychicznym ciężarem, który wymusza kontynuowanie nieracjonalnych z ekonomicznego punktu widzenia projektów.

Kiedy przedsiębiorstwo z uporem trwa przy linii produktów, która od lat przynosi ujemny zysk ekonomiczny, ponieważ „zbyt dużo już zainwestowano w markę", nie mamy do czynienia z jakąś alternatywną racjonalnością, lecz z klasycznym błędem poznawczym. Jednocześnie nie należy popadać tu w tani moralizm. Błąd kosztów utopionych bywa w praktyce rewersem lojalności wobec własnego dorobku i podjętych wcześniej zobowiązań. Niezdolność do uznania strat ma swoje antropologiczne zakorzenienie w potrzebie zachowania ciągłości biografii, w chęci postrzegania własnego życia jako spójnej i sensownej narracji.

Współczesna ekonomia behawioralna w swoich najbardziej ambitnych wersjach próbuje tę złożoną ambiwalencję uchwycić. Nie ogranicza się już ona do katalogu anomalii poznawczych, lecz staje się teorią uporządkowanego odchylenia od ideału czystej racjonalności. Wskazuje, że racjonalność ograniczona, czyli tak zwana bounded rationality, jest nie tyle defektem ludzkiego umysłu, ile jego adaptacją do świata, w którym koszt poszukiwania optymalnej decyzji może z łatwością przewyższyć korzyści z jej znalezienia.

Rozważmy zatem cztery zdania, by poddać tę intuicję próbie.

A. Jeżeli popyt na dobro jest nieelastyczny, to nałożenie podatku jednostkowego na to dobro powoduje mniejszą zbędną stratę społeczną niż w przypadku dobra o popycie elastycznym.

B. Jeżeli podaż jest bardziej elastyczna niż popyt, to większość ciężaru podatku poniosą producenci.

C. Jeżeli przedsiębiorstwo ignoruje koszty utopione, to zwiększa szanse na osiągnięcie dodatniego zysku ekonomicznego.

D. Jeżeli popyt na dobro jest elastyczny, to podwyższenie ceny przez monopolistę zawsze zwiększa jego przychód całkowity.

Czytelnik ma za zadanie ustalić, którym z tych zdań można przypisać wartość prawdy zgodną ze współczesną wiedzą ekonomiczną, przy założeniu standardowych, podręcznikowych definicji. Rozwiązanie, które nastąpi, nie jest sprawdzianem wiedzy, lecz testem spójności myślenia.

Zdanie A jest prawdziwe. Wiemy, że im bardziej elastyczny jest popyt lub podaż, tym silniej podatek redukuje wolumen transakcji rynkowych, a co za tym idzie – tym większa jest zbędna strata społeczna. Przy nieelastycznym popycie podatek w mniejszym stopniu dławi rynkową wymianę.

Zdanie B jest fałszywe. Fundamentalna zasada głosi, że ciężar podatku spada w większym stopniu na stronę rynku, która jest mniej elastyczna, czyli ma mniejszą zdolność do reakcji na zmianę ceny. Przy bardziej elastycznej podaży i mniej elastycznym popycie to nabywcy, a nie producenci, poniosą większą część obciążenia.

Zdanie C jest co do zasady prawdziwe. Ignorowanie kosztów utopionych jest warunkiem koniecznym racjonalnego rachunku ekonomicznego, który koncentruje się na przyszłych kosztach i przychodach. Przedsiębiorstwo, które się tym kieruje, zwiększa prawdopodobieństwo, że kontynuowane będą tylko projekty o dodatniej wartości. Nie jest to oczywiście gwarancja sukcesu, lecz istotna poprawa szans.

Zdanie D jest fałszywe. Przy popycie elastycznym procentowy spadek popytu jest większy niż procentowy wzrost ceny. W efekcie podwyższenie ceny przez monopolistę prowadzi nie do wzrostu, lecz do spadku jego przychodu całkowitego.

Jeżeli zdefiniujemy p jako koniunkcję zdań prawdziwych (A i C), a q jako koniunkcję zdań fałszywych (B i D), to racjonalny agent powinien akceptować tylko te tezy, które należą do zbioru p. W ten sposób otrzymujemy czysto logiczną reprezentację ekonomicznej racjonalności: zbiór zdań akceptowalnych zawiera A i C, a odrzuca B i D. W ten sposób rachunek zdań staje się narzędziem dyscyplinującym nasze intuicje. Ktoś, kto w swoim rozumowaniu jednocześnie akceptuje B i D, a zarazem twierdzi, że kieruje się „zdrowym rozsądkiem ekonomicznym”, ujawnia jedynie, że jego zdrowy rozsądek nie wytrzymuje konfrontacji z minimalną procedurą weryfikacji spójności.

Elastyczność popytu i podaży rozdziela ciężar podatku

Model podaży i popytu jest jednym z tych abstrakcyjnych tworów, które w osobliwy sposób współtworzą rzeczywistość, którą rzekomo tylko opisują. Przedstawia on rynek konkurencyjny jako samoregulujący się mechanizm, w którym niezliczone indywidualne decyzje koordynują się bez potrzeby istnienia centralnego planisty, stając się opisem ukrytego ładu naszego świata przeżywanego. Cena równowagi jawi się tu jako cichy kompromis między gotowością do zapłaty a skłonnością do produkcji, podczas gdy nadwyżki konsumenta i producenta opisują w matematycznie eleganckiej formie to, co w języku potocznym nazywamy po prostu opłacalnością transakcji.

Presja polityczna prowadzi jednak niemal systematycznie do ingerencji w ten delikatny mechanizm. Cena maksymalna, ustalona poniżej punktu równowagi, ma w teorii chronić nabywców, lecz w praktyce generuje niedobór, kolejki, erozję jakości i czarne rynki. Z kolei cena minimalna, narzucona powyżej równowagi, ma chronić dostawców, lecz jej nieuchronnym skutkiem jest nadwyżka, marnotrawstwo zasobów i przerzucanie kosztów na podatników. Takie interwencje są zrozumiałe z perspektywy polityki jako gry o poparcie grup interesu, ale ich ekonomiczne konsekwencje pozostają niezmienne i dobrze rozpoznane.

Kluczem do zrozumienia tych zjawisk jest elastyczność – parametr wrażliwości, który decyduje nie tylko o skali reakcji rynku, lecz także o faktycznym rozkładzie obciążeń. To, że w przypadku dóbr o bardzo nieelastycznym popycie ciężar podatku spoczywa głównie na konsumentach, nie jest oceną moralną, lecz logiczną konsekwencją faktu, że strona mniej zdolna do wycofania się z rynku ponosi koszty za pozostałych.

Z tej perspektywy krzywa Laffera nie jest kaprysem konserwatywnej wyobraźni, lecz formalnym przypomnieniem, że nie istnieje prosta proporcjonalność między stawką podatku a dochodami budżetu. W pewnym momencie rosnąca stawka zaczyna bowiem dławić bazę podatkową tak silnie, że wpływy maleją. W polemice z naiwnym fiskalizmem warto jednak zaznaczyć, że sama możliwość istnienia takiego punktu zwrotnego nie rozstrzyga, gdzie on leży. Używanie krzywej Laffera jako uniwersalnego argumentu przeciw każdej podwyżce podatków jest intelektualnym nadużyciem, które ignoruje potrzebę empirycznego oszacowania elastyczności podaży pracy, oszczędności i inwestycji.

Dla globalnego biznesu właśnie w tym miejscu otwiera się pole do gry strategicznej. Korporacje transnarodowe mogą swobodnie wybierać jurysdykcje podatkowe, dokonywać arbitrażu między systemami i przenosić zyski za pomocą cen transferowych, czyli wewnętrznych transakcji fakturowanych tak, by zysk był wykazywany tam, gdzie podatki są najniższe. Państwa, które nie

rozumieją fundamentalnego związku między elastycznością a rzeczywistym ciężarem podatkowym, są skazane na bycie peryferyjnymi dostarczycielami ulg albo biernymi ofiarami erozji własnej bazy podatkowej.

Protekcjonizm: bariery celne vs. efektywność handlu

Jednym z najbardziej uporczywych paradoksów ekonomii jest fakt, że jej najprostsze i najlepiej ugruntowane twierdzenie pozostaje zarazem przedmiotem nieustającej kontestacji w debacie publicznej. Mowa o teorii przewagi komparatywnej, która głosi, że kraj powinien specjalizować się w produkcji tych dóbr, w których ma najniższy koszt alternatywny, rezygnując tym samym z najmniejszej ilości innych dóbr. Wniosek, że handel pozwala wszystkim partnerom konsumować więcej niż w stanie autarkii, czyli gospodarczej samowystarczalności, jest logicznie niepodważalny i stanowi fundament myślenia o międzynarodowej wymianie.

Problem wyłania się jednak w momencie, gdy od abstrakcyjnego poziomu państwa przechodzimy do opisu ukrytego ładu naszego świata przeżywanego przez konkretne grupy zawodowe. Otwarcie granic przynosi bowiem rozproszone zyski konsumentom i podnosi ogólną efektywność, lecz jednocześnie niszczy kapitał i miejsca pracy w tych branżach, które przegrywają globalną konkurencję. Dla pracownika fabryki tekstylnej w zamożnym kraju teoria przewagi komparatywnej nie jest obietnicą „zwiększonej nadwyżki całkowitej", lecz brutalnym doświadczeniem utraty zatrudnienia i poczucia sensu.

Na tej fundamentalnej rozbieżności perspektyw żeruje protekcjonizm. Polityk, który decyduje się na podniesienie ceł importowych na stal, może liczyć na wdzięczność krajowych producentów i ich pracowników, mimo że całościowy bilans dla gospodarki jest ujemny. Zbędna strata społeczna, generowana przez cła i kontyngenty, staje się nieuchronną konsekwencją sytuacji, w której firmy i jednostki reorganizują swoją działalność nie w odpowiedzi na realne koszty, lecz na arbitralnie zniekształcone przez państwo ceny.

Niemniej także tutaj czysta teoria napotyka twarde ograniczenia rzeczywistości. Argument bezpieczeństwa narodowego, przywoływany w kontekście energii, żywności czy technologii o znaczeniu strategicznym, nie jest jedynie retoryczną zasłoną. Stanowi on próbę wprowadzenia do analizy trzeciego wymiaru, którego rynek nie jest w stanie samodzielnie wycenić – mianowicie ryzyka systemowego. Zależność od jednego, nawet najbardziej efektywnego kosztowo dostawcy kluczowych surowców, może w długiej perspektywie okazać się geopolityczną katastrofą.

Współczesna nauka ekonomii jest w tej kwestii znacznie bardziej wyrafinowana niż jej publicystyczna karykatura. Nie traktuje wolnego handlu jako nienaruszalnego dogmatu, lecz jako domyślne, najbardziej efektywne rozwiązanie, od którego można odstąpić w ściśle określonych i dobrze uzasadnionych okolicznościach. Ochrona dóbr publicznych, przeciwdziałanie katastrofie klimatycznej czy utrzymanie zdolności do samodzielnej produkcji w kluczowych sektorach to racjonalne powody do interwencji. Globalny biznes zdaje się podążać tą ścieżką, przechodząc w stronę tak zwanej reglobalizacji, czyli przebudowy łańcuchów dostaw w sposób, który łączy korzyści płynące z handlu z redukcją geopolitycznej wrażliwości.

Izraelska chucpa vs. francuska hierarchia korporacyjna

Porównanie Izraela i Francji przenosi nas na płaszczyznę, gdzie fundamentalne zasady ekonomii przenikają się z antropologią kulturową. Mimo iż oba kraje należą do kręgu zaawansowanych gospodarek rynkowych, ich praktyka podejmowania decyzji jest głęboko zakorzeniona w odmiennych wzorach świata przeżywanego. Różnice te dają się uchwycić za pomocą narzędzi takich jak typologie kulturowe Geerta Hofstedego, które odsłaniają ukryte założenia leżące u podstaw racjonalności ekonomicznej.

Izrael, często opisywany jako narodowy ekosystem dla startupów, cechuje się wysokim poziomem indywidualizmu, niskim dystansem władzy i ambiwalentnym stosunkiem do niepewności. Ta kulturowa konfiguracja przekłada się na znacznie większą gotowość do podejmowania ryzyka niż w przypadku europejskiej średniej. Znajduje to swoje odzwierciedlenie w intensywnej aktywności w sektorach informacyjnie nieprzejrzystych, czyli tam, gdzie przyszłość jest z definicji trudna do przewidzenia – w technologii finansowej, cyberbezpieczeństwie czy biotechnologii.

Francja natomiast reprezentuje model o wyższym wskaźniku unikania niepewności i większym dystansie władzy. Implikuje to silne oczekiwanie stabilnych reguł, przypisanie państwu roli gwaranta porządku oraz przywiązywanie dużej wagi do formalnych procedur i kwalifikacji. Francuski ład korporacyjny jest mocno osadzony w europejskiej tradycji interesariuszowskiej, gdzie przedsiębiorstwo postrzega się nie tyle jako wehikuł do maksymalizacji zysku akcjonariuszy, ile jako instytucję z szerokimi zobowiązaniami wobec pracowników, lokalnej społeczności i państwa.

Izraelskie modele biznesowe, z powodzeniem eksportowane na inne kontynenty, mają charakter radykalnie przedsiębiorczy. Tamtejszy ekosystem kapitałowy promuje szybkie iteracje, akceptuje wysokie prawdopodobieństwo porażki i nagradza sprzedaż firm na wczesnym etapie rozwoju międzynarodowym gigantom. Istnieje tam swoista normatywna zgoda na krótką biografię

przedsiębiorstwa, bowiem startupu nie mierzy się długością jego istnienia, lecz intensywnością generowania wiedzy i wartością potencjalnych opcji wyjścia.

We francuskich grupach kapitałowych dominuje natomiast tradycja długiego trwania, wspierana silną rolą państwa jako akcjonariusza i większą stabilnością kadr menedżerskich. W konsekwencji obserwujemy odmienny stosunek do kosztów utopionych, czyli nakładów, których nie da się już odzyskać. Podczas gdy w Izraelu przerywanie nierokujących projektów jest wpisane w pragmatykę systemu, we Francji bywa inaczej. Tam, gdzie pamięć instytucjonalna jest silnie powiązana z prestiżem narodowych marek, skłonność do kontynuowania nieefektywnych inwestycji bywa większa, choć i ten model ewoluuje w stronę zrównoważonego rozwoju.

Z perspektywy globalnego biznesu oba modele generują całkowicie odmienne profile ryzyka. Korporacje wyrosłe z izraelskiego wzorca kulturowego wykazują skłonność do ekspansji w sektorach granicznych, szybciej wchodzą na rynki o niepewnym otoczeniu regulacyjnym i agresywniej wykorzystują arbitraż podatkowy. Ceną za tę dynamikę jest jednak większa podatność na szoki polityczne, które mogą w krótkim czasie wymusić relokację kapitału i talentów, czego dowiodły niedawne spory wokół reformy sądownictwa.

Korporacje francuskie, szczególnie te z sektorów tradycyjnych, charakteryzuje z kolei większa ciągłość relacji z państwem i mocniejsze osadzenie w europejskim reżimie regulacyjnym. Przekłada się to na bardziej ostrożne podejście do ryzyka i wolniejsze tempo adaptacji technologicznej, ale

Ekonomia behawioralna: koniec mitu homo oeconomicus

Klasyczna teoria konsumenta, z całym swoim technicznym instrumentarium w rodzaju użyteczności krańcowej, linii budżetowej czy krzywych obojętności, jest w swej istocie próbą przełożenia na język równań tego, co w naszym doświadczeniu codziennym pojawia się jako nieustanny kompromis między pragnieniem pełni a ograniczeniami portfela. Użyteczność jest tu abstrakcyjną miarą satysfakcji, przy czym nie musi być liczona w realnych „utilach". Wystarczy, że stanowi uporządkowanie preferencji, które pozwala orzec, iż dany koszyk dóbr jest dla konsumenta lepszy od innego albo przynajmniej z nim równoważny.

Z perspektywy profesjonalisty gospodarczego należy jednak pamiętać, że teoria użyteczności nie jest naiwną psychologią szczęścia, lecz narzędziem porządkowania obserwowalnych wyborów. Malejąca użyteczność krańcowa nie opisuje zatem subiektywnego faktu, że dziesiąty łyk kawy „smakuje mniej", lecz obiektywną prawidłowość, wedle której konsument, mając możliwość

wyboru, rzadziej sięgnie po kolejną kawę, a częściej po inne dobro. Ten ruch od fenomenu przeżywanego do formalnej struktury wyboru stanowi istotę neoklasycznej rekonstrukcji ludzkiego zachowania.

Gdy do tego obrazu dodamy ograniczenie budżetowe, otrzymujemy portret człowieka zmuszonego do selekcji. Optymalny koszyk konsumpcji lokuje się w punkcie styczności linii budżetowej z najwyższą osiągalną krzywą obojętności. W tym właśnie miejscu krańcowa stopa substytucji, czyli gotowość do zamiany jednego dobra na inne przy zachowaniu tego samego poziomu satysfakcji, zrównuje się z relacją cen rynkowych. Mówiąc bardziej brutalnie: konsument przestaje płacić za kolejne jednostki dobra, gdy każda następna przynosi mu tak znikomą dodatkową satysfakcję, że rozsądniej jest przeznaczyć środki na coś zupełnie innego.

Współczesna ekonomia behawioralna nie tyle kwestionuje tę strukturę, ile pokazuje, że w realnych wyborach działają systematyczne odchylenia. Awersja do straty, księgowanie mentalne, czyli tendencja do odrębnego traktowania pieniędzy w zależności od ich źródła, efekt status quo czy błąd kosztów utopionych – wszystkie te zjawiska przesuwają rzeczywisty punkt wyboru w inne miejsce, niż sugerowałyby gładkie krzywe obojętności. Ludzie trwają przy nisko oprocentowanych kontach bankowych, ponieważ lęk przed zmianą przewyższa spodziewaną korzyść. Odrzucają inwestycje o dodatniej wartości bieżącej netto, gdyż wyobrażona porażka boli znacznie mocniej, niż cieszy potencjalny sukces.

Dla biznesu płynie stąd jednoznaczny wniosek, którego nie sposób już ignorować. Projektowanie produktów, cenników i interfejsów bez uwzględnienia tych odchyleń jest nie tylko marnotrawstwem potencjału, lecz również dowodem, że kierownictwo mentalnie tkwi w epoce, w której „racjonalny konsument” był co najwyżej użyteczną idealizacją. W świecie, gdzie dane pozwalają personalizować ofertę do granic etycznej dopuszczalności, ignorowanie mechanizmów behawioralnych staje się oznaką niekompetencji, a nie analitycznej cnoty.

W tym kontekście szczególnie przewrotną aktualność zyskuje zdanie Keynesa, który pisał, że trudnością nie jest wymyślenie nowych idei, lecz ucieczka od starych, głęboko zakorzenionych w naszych umysłach. W odniesieniu do zachowań konsumenckich oznacza to, że przedsiębiorstwa fetyszyzujące dawną wiedzę o klientach jako prawdę niepodważalną stają się podatne na przejęcie przez tych, którzy traktują każdą preferencję jako hipotezę, a nie dogmat.

Rynek polityczny: mikroekonomia walki o głosy

Gdy obnażyć ją z retorycznych szat, ekonomiczna logika kampanii wyborczych przypomina bardziej podręcznik mikroekonomii niż album z patetycznymi plakatami. W tej chłodnej analizie wyborca staje się konsumentem, jego głos rzadkim dobrem, a cała kampania procesem optymalizacji funkcji celu przy twardych ograniczeniach budżetowych i regulacyjnych. To, co w teorii występuje jako analiza popytu i użyteczności, w politycznej praktyce Unii Europejskiej, USA, Izraela czy Indii przybiera postać wyrafinowanych mechanizmów. Mowa tu o segmentacji i mikrocelowaniu, czyli precyzyjnym docieraniu z komunikatem do wąskich grup odbiorców, wspieranym dziś przez sztuczną inteligencję i analitykę danych na skalę, o jakiej pionierom tej myśli, takim jak Anthony Downs, nawet się nie śniło.

W tle tej maszynerii pobrzmiewa fundamentalna intuicja, którą Joseph Schumpeter wyraził z brutalną szczerością: demokracja nie jest rządami ludu, lecz procedurą konkurencji elit o prawo do rządzenia. Przekładając to na język mikroekonomii, partie polityczne jawią się jako przedsiębiorstwa, które oferują pakiety obietnic niczym zróżnicowane produkty na półce. Wyborcy zaś stanowią stronę popytową, reagującą na ceny, postrzegane ryzyko i ramy narracyjne z równą siłą, co na samą treść programową.

Jeśli spojrzeć na kampanię jako na problem optymalizacyjny, jej pierwsza warstwa to czysta, klasyczna mikroekonomia. Partie dysponują ograniczonym budżetem, który musi zostać rozdzielony między różne kanały komunikacji w taki sposób, aby polityczny efekt ostatniej złotówki, dolara, rupii czy szekla był zbliżony w każdym z nich. W praktyce reklama telewizyjna, spot w internecie czy praca wolontariuszy traktowane są jako substytuty o różnej elastyczności. Jednak empiryczne badania z USA brutalnie podważają naiwne przekonanie o prostym przekuwaniu budżetu w głosy, pokazując, że średni efekt perswazyjny kontaktu z kampanią jest zaskakująco bliski zeru.

Druga warstwa analizy to teoria wyboru publicznego i model medianowego wyborcy. Klasyczne twierdzenie Duncana Blacka, rozwinięte przez Downsa, przewiduje, że w systemie dwupartyjnym obie siły polityczne będą przesuwać swoje programy w stronę centrum, by zdobyć głosy wyborcy sytuującego się pośrodku ideologicznego spektrum. W praktyce oznacza to nieustanną próbę odgadnięcia, gdzie leży mentalna linia podziału między akceptowalnym kompromisem a zdradą ideałów. Krzywa popytu politycznego nie jest już gładką funkcją dochodu i cen, lecz sejsmografem rejestrującym społeczne normy, tożsamości i polityczne traumy.

Trzecia warstwa, która dziś zdaje się dominować, czerpie z ekonomii behawioralnej. Partie zrozumiały, że wyborca nie jest chłodnym analitykiem maksymalizującym użyteczność. Jest raczej

istotą, której ból straty dokucza znacznie bardziej niż cieszy ekwiwalentny zysk i która woli trzymać się opcji domyślnej, jeśli tylko zostanie ona odpowiednio opakowana. Cały repertuar efektów opisanych w literaturze, od awersji do straty i efektu status quo po zakotwiczenie i ramowanie, przekuto w narzędzia kampanijne. Przekaz, że przeciwnik chce coś ludziom odebrać, odwołuje się do tej samej funkcji wartości, którą opisali Kahneman i Tversky, a obrona istniejących świadczeń jest świadomym budowaniem punktu odniesienia, przy którym każda zmiana jawi się jako zagrożenie.

W tym miejscu warto wprowadzić obiecaną zagadkę logiczną, która zdyscyplinuje naszą intuicję. Niech trzy tezy opisują upros

Polaryzacja niszczy model medianowego wyborcy

W Stanach Zjednoczonych logika kampanii wyborczej jest najbliższa klasycznemu modelowi rynkowemu. Wysoka koncentracja mediów, gigantyczne budżety reklamowe i relatywnie słaba regulacja targetowania politycznego tworzą środowisko, w którym partie i komitety działają niczym firmy stosujące zaawansowaną dyskryminację cenową trzeciego stopnia: różnym segmentom rynku oferują odmienne pakiety narracji przy zmiennym poziomie intensywności. Ich działaniami kieruje rachunek elastyczności popytu na mobilizację i perswazję. Rozległe badania terenowe wskazują jednak, że w wyborach powszechnych efekty perswazyjne tych zabiegów są zaskakująco małe, podczas gdy znacznie większe znaczenie mają efekty mobilizacyjne, zwłaszcza wśród wyborców o niskim poziomie poinformowania politycznego. Można zatem powiedzieć, że krzywa popytu na zmianę preferencji politycznych jest w USA silnie nieelastyczna, podczas gdy popyt na samą aktywizację okazuje się znacznie bardziej reaktywny.

Unia Europejska, przynajmniej na poziomie norm prawnych, ucieleśnia intuicję przeciwstawną. Po skandalu Cambridge Analytica i w obliczu rosnącej świadomości ryzyka, jakie niesie personalizowane mikrotargetowanie, ustawodawca europejski przyjął w 2024 roku rozporządzenie w sprawie przejrzystości i targetowania reklamy politycznej. Radykalnie ogranicza ono wykorzystanie danych osobowych i narzuca drobiazgową transparentność kryteriów targetowania. Dalszym, niemal sejsmicznym efektem jest zapowiedź koncernów Google i Meta, że od jesieni 2025 roku całkowicie wycofają płatne reklamy polityczne na terenie UE, aby uniknąć ryzyka gigantycznych kar za naruszenie nowych regulacji. W języku mikroekonomii oznacza to gwałtowny wzrost kosztu krańcowego, czyli kosztu dotarcia do tego jednego, dodatkowego wyborcy za pomocą reklamy cyfrowej. Zmusza to partie do powrotu do bardziej pracochłonnych, niemal rzemieślniczych form działania, ukierunkowanych na wzajemne zrozumienie – a więc do sieci

lokalnych aktywistów, kontaktu bezpośredniego i deliberacji w mikroskali. Elastyczność podaży komunikatów cyfrowych gwałtownie maleje, a w jej miejsce rośnie znaczenie ograniczonej, lecz znacznie bardziej wiarygodnej podaży kontaktów twarzą w twarz.

RODO i DSA: europejska bariera dla marketingu politycznego

Izrael jawi się jako swoiste laboratorium skrajnej komodyfikacji uwagi politycznej, funkcjonujące w warunkach permanentnego kryzysu bezpieczeństwa i cyklicznie powtarzających się wyborów. Analizy kampanii cyfrowych z lat 2019–2021 malują obraz środowiska, w którym algorytmiczne targetowanie, zautomatyzowane boty, nielegalne gromadzenie danych i agresywne media społecznościowe tworzą nieprzejrzysty ekosystem o niskiej zgodności z obowiązującym prawem. Dominująca strategia polega na maksymalizacji intensywności przekazu w obrębie stosunkowo niewielkiego, lecz silnie spolaryzowanego elektoratu. W takich warunkach koszt krańcowy dodatkowego bodźca emocjonalnego jest znikomy, a ryzyko zniechęcenia twardego jądra zwolenników praktycznie nie istnieje. Klasyczny model medianowego wyborcy, który zakłada dążenie partii do centrum, zostaje tu zawieszony na rzecz logiki mobilizacji skrajnych segmentów, co przywodzi na myśl rynek dóbr veblenowskich, gdzie sam sygnał radykalizmu staje się wartością.

Indie z kolei wprowadzają do tej analizy wymiar, który dodatkowo radykalizuje problem mikroekonomicznej racjonalności. Podstawową infrastrukturą kampanijną stały się tam tanie smartfony, wszechobecny internet mobilny i masowe wykorzystanie komunikatorów, z WhatsAppem na czele. Badania indyjskich kampanii pokazują, jak partie polityczne wykorzystują hierarchiczne struktury grupowe, lokalnych koordynatorów i nieformalne rynki danych do dystrybucji komunikatów, które zręcznie łączą propagandę, dezinformację i obietnice klientelistyczne. Wybory w 2024 roku przyniosły dodatkowo szeroką obecność narzędzi sztucznej inteligencji, w tym deepfake'ów i personalizowanych materiałów wideo. Można rzec, że koszt krańcowy wygenerowania kolejnego komunikatu politycznego zbliżył się do zera. Z perspektywy mikroekonomii oznacza to, że ograniczeniem nie jest już budżet, lecz uwaga i zdolność poznawcza odbiorcy, a krzywa popytu na informację polityczną przestaje być funkcją ceny, stając się funkcją zmęczenia i zdolności do odróżniania sygnału od szumu.

Na tym tle rysują się frapujące analogie i różnice między Izraelem a Francją, a w szerszym ujęciu całą Unią Europejską. Oba porządki polityczne funkcjonują w warunkach wysokiej polaryzacji i gęstych tradycji ideowych, jednak izraelski model kampanijny jest nastawiony na skrajnie elastyczne wykorzystanie narzędzi cyfrowych przy słabym egzekwowaniu reguł. Tymczasem

francuskie partie działają pod ciężarem rozbudowanych regulacji dotyczących finansowania, czasu antenowego i przejrzystości reklam. Firmy z kapitałem izraelskim, budujące technologie kampanijne na innych kontynentach, często eksportują kulturę eksperymentu i skłonność do testowania granic prawnych, co przypomina ich dynamikę w sektorze start-upów. Z kolei korporacje francuskie, obsługując kampanie w Afryce czy Ameryce Łacińskiej, przenoszą ze sobą normatywny etos republikański i ostrożność wobec jawnej segmentacji etnicznej lub religijnej, co samo w sobie ogranicza wachlarz dopuszczalnych strategii, nawet przy identycznych możliwościach technicznych.

Indie i Izrael: AI i mikrocelowanie w służbie polityki

Aby zrozumieć, jakie mikroekonomiczne prawidła rzeczywiście rządzą tymi praktykami, należy przyjrzeć się kilku powtarzającym się motywom. Po pierwsze, zasadniczym zasobem, którym operują kampanie, nie jest budżet, lecz elastyczność reakcji wyborców. Badania nad tak zwanym efektem status quo, czyli skłonnością do trzymania się opcji domyślnej, pokazują, że wyborcy wykazują silną awersję do zmiany, szczególnie jeśli wiąże się ona z niepewnością. Z perspektywy partii rządzącej oznacza to możliwość traktowania części elektoratu jak segmentu o nieelastycznym popycie na stabilność, który można utrzymać przy sobie ostrożną retoryką i selektywną dystrybucją świadczeń. Programy socjalne, stające się później fundamentem kampanii reelekcyjnych, są tu modelowym zastosowaniem tej teorii: gdy raz zinternalizujemy świadczenie jako należne, każda próba jego ograniczenia jest odbierana jako bolesna strata, a nie neutralna korekta.

Po drugie, kampanie stosują w praktyce coś, co w mikroekonomii nazwalibyśmy dyskryminacją cenową, skrojoną jednak do preferencji behawioralnych. W USA i Izraelu mikrocelowanie reklam pozwala, przynajmniej tam, gdzie nie jest to wprost zakazane, na oferowanie diametralnie różnych narracji różnym segmentom wyborców, przy założeniu, że ich preferencje i uprzedzenia zostały wcześniej wydedukowane z danych. W Indiach funkcję tę pełnią zhierarchizowane grupy na komunikatorach, w których treść jest korygowana tak, aby maksymalizować rezonans z lokalnymi normami. Unia Europejska formalnie dąży do ograniczenia tej praktyki, lecz równolegle rozwijają się metody miękkiego profilowania kontekstowego, które próbują obchodzić klasyczne pojęcie danych osobowych, a tym samym także dosłowne brzmienie regulacji.

Po trzecie, widoczna jest rosnąca rola modeli przenoszących logikę podaży i popytu wprost na pole informacji politycznej. Z jednej strony mamy publikacje ostrzegające przed ryzykiem mikrocelowania i wzywające do regulacji, z drugiej zaś rozwijającą się literaturę, która wskazuje, że w wielu sytuacjach elastyczność popytu na przekaz jest tak niska, iż kolejne jednostki wydatku mają

znikomy efekt marginalny. To napięcie stanowi jedną z głównych aporii współczesnej demokracji cyfrowej: jednocześnie obawiamy się wszechmocy algorytmicznych kampanii i obserwujemy ich realne, często rozczarowujące, ograniczenia.

W tym miejscu warto przytoczyć dwa kluczowe spostrzeżenia. Anthony Downs zauważył, że partie formułują politykę nie po to, aby ją realizować, lecz aby wygrać wybory. W języku naszego tematu można by rzec, że zestaw obietnic jest instrumentem maksymalizacji funkcji celu w krótkim okresie, a nie odwrotnie. Amartya Sen z kolei przypominał, że demokracja nie jest jedynie metodą agregacji preferencji, lecz instytucją kształtującą to, co ludzie uważają za możliwe i słuszne. Jeżeli te dwie myśli zderzyć ze sobą, powstaje paradoks: kampania jako mikroekonomiczna optymalizacja działa wewnątrz procesu, który zarazem współtworzy preferencje, których rzekomo jest tylko biernym zwierciadłem.

W perspektywie przyszłości globalny biznes polityczny jawi się jako sektor, w którym marginalny koszt technicznej personalizacji przekazu będzie nadal spadał, a jedynymi realnymi barierami pozostaną regulacje, normy i zorganizowany opór obywateli wobec bycia traktowanymi wyłącznie jako zbiory cech w bazie danych. Raporty analizujące ryzyko mikrocelowania podkreślają konieczność przejścia od zachwytu nad marketingową efektywnością do pytania o trwałość instytucji, które wymagają minimalnego poziomu równości ekspozycji na argumenty.

Gdyby chcieć sformułować profetyczną, lecz op

> Ekonomia, odsłaniając mechanizmy naszych wyborów, ujawnia jednocześnie paradoks ludzkiej natury: pragniemy racjonalności, a ulegamy emocjom. Czy w świecie algorytmicznej optymalizacji, gdzie każdy wybór staje się przewidywalny, pozostanie jeszcze miejsce na spontaniczność i irracjonalne, a więc prawdziwie ludzkie decyzje? Może właśnie w tej nieprzewidywalności tkwi nasza nadzieja na ocalenie własnej tożsamości w ekonomicznym labiryncie?

Inspiracje

[1] **"Microeconomics"** Paul Krugman, Robin Wells

2024 | Worth Publishers

Amerykański ekonomista, laureat Nagrody Nobla (2008) za wkład w nową teorię handlu i geografię ekonomiczną. Wybitny profesor w CUNY Graduate Center. Były felietonista „New York Timesa". Znany z prac na temat ekonomii międzynarodowej, pułapek płynności i kryzysów walutowych.

American economist, Nobel laureate (2008) for contributions to new trade theory and economic geography. Distinguished Professor at CUNY Graduate Center. Former NY Times columnist. Known for work on international economics, liquidity traps, and currency crises.

City University of New York (CUNY)

Robin Wells jest amerykańską ekonomistką specjalizującą się w finansach międzynarodowych i teorii kontraktów. Najbardziej znana jest ze współautorstwa z Paulem Krugmanem podręczników ekonomicznych, w tym powszechnie używanej książki „Economics". Wykładała na uniwersytetach Princeton, Stanford, MIT i innych.

***Robin Wells** is an American economist specializing in international finance and contract theory. She is best known for co-authoring economics texts with Paul Krugman, including the widely used **Economics**. She has taught at Princeton, Stanford, MIT, and others.*

Literatura uzupełniająca

Książki

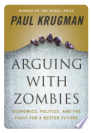
Autorzy przywoływani w artykule:



[1] **"International Economics: Theory and Policy"**

Paul Krugman, Maurice Obstfeld

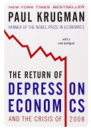
2014 | Pearson Higher Ed | ISBN: 9781292074542



[2] "Arguing with Zombies: Economics, Politics, and the Fight for a Better Future"

Paul Krugman

2020 | W. W. Norton & Company | ISBN: 9781324005025



[3] "The Return of Depression Economics and the Crisis of 2008"

Paul Krugman

2008 | National Geographic Books | ISBN: 9780393071016

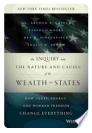
Literatura pokrewna (Google Scholar):



[4] "Taxes Have Consequences: An Income Tax History of the United States"

Arthur Laffer, Brian Domitrovic, Jeanne Sinquefield

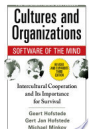
2024 | Princeton University Press | ISBN: 9780691225555



[5] "An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of States"

Arthur B. Laffer, Stephen Moore, Rex A. Sinquefield, Travis H. Brown

2014 | John Wiley & Sons | ISBN: 9781118921227



[6] "Cultures and Organizations: Software of the Mind"

Geert Hofstede, Gert Jan Hofstede, Michael Minkov

2010 | McGraw Hill Professional | ISBN: 9780071770156



[7] "Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations"

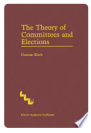
Geert Hofstede

2001 | SAGE | ISBN: 9780803973244

[8] "Capitalism, Socialism and Democracy"

Joseph Schumpeter

2021 | Harper & Brothers | ISBN: 9798513889403



[9] "The Theory of Committees and Elections"

Duncan Black

2012 | Springer Science & Business Media | ISBN: 9789400942257



[10] "Thinking, Fast and Slow"

Daniel Kahneman

2013 | Sourcebooks, Inc. | ISBN: 9781623151324

Artykuły naukowe

Autorzy przywoływani:

[1] "Downs's Law of Peak-Hour Traffic Congestion"

Anthony Downs

1962

[2] "The Creative Response in Economic History"

Joseph A. Schumpeter

1947 | The Journal of Economic History

[3] "Research on Loss Aversion and Its Formation in Prospect Theory"

Ruiyi Gao

2023

[4] "Long- versus short-term orientation: new perspectives"

Geert Hofstede, Michael Minkov

2010 | Asia Pacific Business Review

[5] "American culture and the 2008 financial crisis"

Geert Hofstede

2009 | European Business Review

[6] "How Economics Shapes Life and Business"

Hosoya, Y.

2025 | Preprints.org

Google Scholar

[7] "Science and Ideology"

Joseph A. Schumpeter

1949 | The American Economic Review

[8] "On the Rationale of Group Decision-making"

Duncan Black

1948 | Journal of Political Economy

Google Scholar

[9] "The unity of political and economic science"

Duncan Black

1950 | Economic Journal

[10] "Traditional Organization Meeting Style Is Not Conducive to Group Decision-Making"

Terry L. Oroszi

2020 | Advances in Applied Sociology

[11] "Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases"

A Tversky, D Kahneman

1974 | Science

Google Scholar

[12] "Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk"

Daniel Kahneman, Amos Tversky

1979 | Econometrica

[13] "Advances in Prospect Theory: Cumulative Representation of Uncertainty"

Amos Tversky, Daniel Kahneman

1992 | Journal of Risk and Uncertainty

[14] "The Preconceptions of Economic Science"

Thorstein Veblen

1899 | The Quarterly Journal of Economics

[15] "Maximization and the Act of Choice"

Amartya Sen

1997 | Econometrica

[16] "Social Choice and Justice: A Review Article"

Amartya Sen

1985 | Journal of Economic Literature

[17] "Comparing the Costs of Intermittent and Dispatchable Electricity Generating Technologies"

Paul L. Joskow

2011 | American Economic Review

Artykuły pokrewne (Google Scholar):

[18] "Increasing Returns and Economic Geography"

Paul Krugman

1991 | Journal of Political Economy

[19] "Increasing returns, monopolistic competition, and international trade"

Paul Krugman

1979 | Journal of International Economics

[20] "A Model of Balance-of-Payments Crises"

Paul Krugman

1979 | Journal of Money, Credit and Banking

[21] "We Are Greg Mankiw... or Not?"

Robin Wells

2011 | Institute for New Economic Thinking

Google Scholar

Tekst opracowany z udziałem sztucznej inteligencji.
Redakcja i kontrola merytoryczna: Fundacja Dobre Państwo.
APA ONE Publishing System

Fundacja Dobre Państwo © 2026

Article ID: d9d6c304-9654-437a-a57d-bc245d038b70