

Changing Preferences: An Experiment and Estimation of Market-Incentive Effects on Altruism

1. What is the main question?

行為經濟學在研究市場與誘因時，偏好通常是外生給定的，因為人們並不完全了解偏好的形成。而作者的研究方向則是，市場或誘因本身會不會影響人們對於利他主義的偏好。

2. Why should we care about it?

這類研究困難的地方在於，我們只能觀察行為，而不是直接觀察到偏好，然而行為的改變也是偏好與市場、誘因交互作用的結果。若能證明市場和誘因能改變偏好，對於相關研究會有很大助益。

3. What is the author's answer?

最後的實驗結果發現，市場和誘因確實改變了受試者對利他的偏好，而市場的影響力又比誘因還來得大。當市場愈趨競爭時，受試者對利他的偏好愈低，且偏好分配的變異也較小。

4. How did the author get there?

作者設計了一個健康照護實驗，受試者擔任醫生，面對的誘因是診療價格、成本以及病患的效用(考量利他主義)，而市場設計則分別有獨佔與寡佔(兩位醫生與四位醫生)。受試者會選擇診療品質 q 以極大化效用，愈高的品質形同更多的成本，會減低效用，但也會增加病患的效用，並藉由替代率 α 轉換成自身效用，這裡 α 便是我們感興趣的偏好(對利他主義的偏好)。透過一階條件可將 q 表達成 α 的函數，由於無法直接觀察 α ，作者是藉由實驗數據得到 q ，再回推 α 。透過調控不同的醫生數(市場)以及診療價格、成本和病患效用的數值(誘因)，可得到不同的 q 與 α 值，藉此便可分析得到上述的結果。