



AKADEMIA
LEONA KOŹMIŃSKIEGO

25
LAT



Akademickie Stowarzyszenie Psychologii Ekonomicznej

oraz

Akademia Leona Koźmińskiego

zapraszają na

XII Konferencję

„Psychologia Ekonomiczna”

XII KONFERENCJA PSYCHOLOGIA EKONOMICZNA

Konstancin-Jeziorna, 16-18 maja 2018 roku

/ wersja programu: 14.05.2018 /

SPIS TREŚCI

Informacje organizacyjne	1
Ramowy plan konferencji	3
Szczegółowy plan konferencji	4
Wykład plenarny	9
Warsztaty.....	10
Streszczenia wystąpień	11
Lista uczestników	57

Sponsorzy:



NeuroDevice

ariadna
ogólnopolski panel badawczy

Obiekty konferencyjne

Wydarzenia konferencyjne odbywają się w trzech różnych miejscach zlokalizowanych w Parku Zdrojowym w odległości krótkiego spaceru od siebie:

1. Nieformalne otwarcie konferencji w czasie kolacji grillowej w środę w Centrum Szkoleniowo-Konferencyjne ARM (ul. Sienkiewicza 11/13)
2. Sesje równoległe w czwartek i piątek oraz towarzyszące im lunche w hotelu przy tężni solankowej: EVA Park Life & Spa (ul. Sienkiewicza 2)
3. Uroczysta kolacja w czwartek w restauracji Park Cafe Konstancin, zlokalizowanej w neoklasycystycznej willi, przypominającej pawilony łaźni Królewskich przy wejściu do Parku Zdrojowego (ul. Sienkiewicza 3)



Wifi:

Nazwa sieci: EVA Park Life & Spa

Hasło: evapark1984

Tężnia Solankowa

Uczestnicy konferencji, za okazaniem identyfikatora, mają darmowy wstęp na Tężnię Solankową (w godzinach jej otwarcia: 10:00-20:00)

Konkurs „ARIADNA IMPRESIV 2018”

Konkurs na najlepszą prezentację na #ASPE2018 organizowany przez sponsora konferencji, firmę ARIADNA - Ogólnopolski Panel Badawczy Sp. z o.o.

Szczegółowy regulamin konkursu opublikowano na stronie [www.pod linkiem.](#)

Głosowanie: poprzez karty do głosowania załączone do materiałów konferencyjnych składane do urny. Na kartach proszę wpisać numer prezentacji (wyłącznie 1 głos na 1 wybraną prezentację)

Rozstrzygnięcie: Po ostatniej prezentacji, w czasie lunchu w piątek, 18 maja.

Nagroda dla zwycięzcy: voucher na realizację badań na próbie 250 osób badanych (pomiar do 10 minut, dowolna próba) w panelu badawczym ARIADNA o wartości 2.000,00 PLN (dwa tysiące złotych) brutto

Kontakt

Email: aspe@kozminski.edu.pl

W sprawach pilnych prosimy o kontakt telefoniczny: 602 222 087

Komitet naukowy:

Dr Łukasz Markiewicz (przewodniczący)

Dr Sabina Kołodziej

Dr Katarzyna Idzikowska

Dr Michał Biątek

Dr Marcin Malawski

Dr Jakub Traczyk

Dr Elżbieta Kubińska

Dr Przemysław Kuszczak

Dr Agata Trzcicka

Komitet organizacyjny:

Dr Sabina Kołodziej (przewodnicząca)

Dr Łukasz Markiewicz

Dr Katarzyna Idzikowska

Dr Przemysław Sawicki

Czwartek 17.05.2018

	Sala "Szkłana"	Sala "Tężnia"
08:00-09:00	REJESTRACJA w foyer EVA Park Life & Spa (piętro I.)	
09:00-10:20	Sesja 1A: MORALNOŚĆ	Sesja 1B: PROCESY POZNAWCZE 1
10:20-10:40	Przerwa kawowa	
10:40-12:00	Sesja 2A: PROCESY POZNAWCZE 2	Sesja 2B: EKONOMIA BEHAWIORALNA
12:00-12:20	Przerwa kawowa	
12:20-13:00	Sesja 3: PIĘCIOMINUTÓWKI (CZ.1)	
13:00-14:00	Lunch	
14:00-15:00	WYKŁAD PLENARNY: "Wpływ starzenia się na podejmowanie decyzji i dokonywanie sądów"; prof. dr hab. Grzegorz Sędek	
15:00-15:20	Przerwa kawowa	
15:20-16:40	Sesja 4A: FINANSE BEHAWIORALNE	Sesja 4B: MATERIALIZM
16:40-17:00	Przerwa kawowa	
17:00-18:00	Sesja 5A: PSYCHOLOGIA PIENIĄDZA	Sesja 5B: PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ
18:00-18:15	Przerwa kawowa	
18:15-19:00	Walne zgromadzenie ASPE	
20:00-23:00	Uroczysta kolacja w Park Cafe Konstancin ul. Sienkiewicza 3 (Park Zdrojowy)	

Piątek 18.05.2018

	Sala "Szkłana"	Sala "Tężnia"
09:40-10:40	Sesja 6A: RÓŻNICE INDYWIDUALNE	Sesja 6B: ZACHOWANIA KONSUMENCKIE
10:40-11:00	Przerwa kawowa	
11:00-11:45	Sesja 7: PIĘCIOMINUTÓWKI (cz.2)	
11:45-12:00	Przerwa kawowa	
12:00-13:20	Sesja 8A: SOCJALIZACJA EKONOMICZNA	Sesja 8B: DECYZJE
13:20-14:30	Lunch i ogłoszenie wyników konkursu „ARIADNA IMPRESIV 2018”	
14:30-16.00	Warsztaty "Aktywność elektrodermalna w badaniach nad podejmowaniem decyzji" prowadzenie Neuro Device; obowiązują zapisy	

Czwartek 17.05.2018

	SALA „SZKLANA”		SALA „TĘŻNIA”	
17.05.2018	CZWARTEK			
8:00-9:00	REJESTRACJA w foyer EVA Park Life & Spa (piętro I.)			
9.00-10.20	Sesja 1A: MORALNOŚĆ	prowadzący: Łukasz Markiewicz	Sesja 1B: PROCESY POZNAWCZE – cz. I	prowadząca: Katarzyna Sekścińska
	Sprawiedliwość proceduralna, korzyści własne i orientacja społeczna w przestrzeni podatkowej. Kiedy akceptujemy decyzje podatkowe? (25)	Małgorzata Niesiołbódzka*, Sabina Kołodziej	Ufaj swoim lękom (i lękom swoich znajomych). Obiektywne szanse na śmierć w przypadku zachorowania są związane z subiektywnymi ocenami strachu (58)	Kamil Fuławka*, Dominik Lenda, Jakub Traczyk
	Socjalizacja ekonomiczna w rodzinach romskich (64)	Magdalena Poraj-Weder*, Barbara Weigl	Wysokość i prawdopodobieństwo strat a ocena i akceptacja ryzyka inwestycji wielowymiarowych (43)	Aleksandra Muda*, Joanna Sokołowska, Marta Boczkowska
	Wielowymiarowy model decyzji moralnych (21)	Łukasz Markiewicz*, Marcin Malawski, Tadeusz Tyszka	Psychologiczne czynniki wyjaśniające funkcjonowanie poznawcze osób oboższych (20)	Przemysław Korotusz*, Agata Gąsiorowska
	Dynamiczne ryzyko moralne: jak poprzednie nietuczne decyzje wpływają na kolejne - w kontekście zysków i strat (22)	Marcin Czupryna*, Łukasz Markiewicz	Chroniczne i sytuacyjne perspektywy czasowe a ryzykowne wybory finansowe (9)	Katarzyna Sekścińska*, Joanna Rudzińska-Wojciechowska, Dominika Maison
10:20-10:40	Przerwa kawowa			
10.40 - 12.00	Sesja 2A: PROCESY POZNAWCZE – cz. II	prowadzący: Jakub Traczyk	Sesja 2B: EKONOMIA BEHAWIORALNA	prowadzący: Michał Krawczyk
	Super Size Me, Super Discount Me. Moderujący wpływ wielkości posiłku na tempo dyskontowania (46)	Przemysław Sawicki, Rafał Muda*, Michał Ginszt Karolina Goral, Katarzyna Wiśniewska, Michał Skrzypek	Karanie ma negatywny wpływ na współpracę w eksperymencie wspólnego pastwiska (8)	Karolina Safarzyńska*
	Wpływ treningu linii mentalnej wartości numerycznych na zadania matematyczne, zdolności numeryczne i podejmowanie decyzji (37)	Agata Sobków*, Kamil Fuławka, Paweł Tomczak, Piotr Zjawiony, Jakub Traczyk	Reakcje na nieokazywanie zaufania w grze zaufania opisywanej jako zaufanie lub inwestycja (30)	Anna Macko*
	Zdolności numeryczne a integralny oraz incydentalny afekt w decyzjach z doświadczenia (40)	Dominik Lenda*, Jakub Serek, Kamil Fuławka, Paweł Tomczak, Anna Połec, Karol Strzyżyk, Piotr Zjawiony Agata Sobków, Jakub Traczyk	Badanie skłonności do zemsty - analiza zachowań uczestników teleturnieju (27)	Natalia Starzykowska*
	Zdolności numeryczne a gęstość i objętość istoty szarej w mózgu (44)	Jakub Traczyk*, Kamil Fuławka, Agata Sobków	Czy (nadmierna) pewność siebie zależy od trudności zadania? Badanie w oparciu o bieg długodystansowy (28)	Michał Krawczyk*, Maciej Wilamowski
12:00-12:20	Przerwa kawowa			
12.20-13.00	Sesja 3: PIĘCIOMINUTÓWKI (cz. 1)	prowadząca: Agata Trzcicka		

13.00-14.00	Lunch			
14.00-15.00	WYKŁAD PLENARNY: Wpływ starzenia się na podejmowanie decyzji i dokonywanie sądów	Grzegorz Sędek		
15.00-15:20	Przerwa kawowa			
15.20-16.40	Sesja 4A: FINANSE BEHAWIORALNE	prowadząca: Agnieszka Lewandowska	Sesja 4B: MATERIALIZM	prowadzący: Łukasz Jach
	Intuicja czy racjonalne inwestowanie? Zachowanie inwestorów giełdowych, a efekt nominału na przykładzie polskiego rynku kapitałowego (60)	Magdalena Jasiniak*	Brak poczucia bezpieczeństwa jako moderator materialistycznych wpływów społecznych nastolatka (51)	Anna Maria Zawadzka*, Tim Kasser, Małgorzata Niesiobędzka, Aleksandra Lewandowska-Walter, Małgorzata Górnik-Durose
	Znaczenie optymizmu przy podejmowaniu decyzji w finansach (67)	Radosław Pastusiak*	Korzystanie z mediów społecznościowych a materializm nastolatków (57)	Magdalena Iwanowska*, Anna Maria Zawadzka
	Jak wykorzystać wiedzę z zakresu psychologii ekonomicznej do promowania długoterminowego inwestowania wśród Polaków (69)	Michał Paszkowski*	Osobowościowe źródła kłopotów ze szczęściem u materialistów (19)	Małgorzata Górnik-Durose*
	Strategie inwestycyjne w czasie hossy i bessy (23)	Agnieszka Lewandowska*, Joanna Sokołowska	Sklonność do wręczania świątecznych podarunków oraz ich preferowana minimalna wartość a częstotliwość praktyk religijnych, czyli o prezentach raz jeszcze (16)	Łukasz Jach*, Magdalena Krzyżanowska, Krystian Kurczenko
16:40-17:00	Przerwa kawowa			
17.00-18.00	Sesja 5A: PSYCHOLOGIA PIENIĄDZA	prowadząca: Katarzyna Samson	Sesja 5B: PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ	prowadzący: Artur Domurat
	Stosunek do pieniędzy a preferencje Polaków wobec pieniądza elektronicznego i tradycyjnego (62)	Witold Siekierzyński*, Grażyna Wąsowicz, Dorota Zaborska, Michał Dubrawski	Czynniki różnicujące skłonności do ryzyka w grupie przedsiębiorców i pracowników etatowych w odniesieniu do kontekstu sytuacjach biznesowych i niebiznesowych (32)	Tomasz Zaleśkiewicz, Adriana Bernady*, Jakub Traczyk
	Cechy osobowości i cechy funkcjonowania finansowego a satysfakcja z życia (61)	Grażyna Wąsowicz*	Znaczenie porażki w procesie przedsiębiorczym: Wnioski z badania eksperymentalnego (11)	Piotr Wójcik*, Mariola Ciszewska-Mlinaric
	Status społecznoekonomiczny a zaufanie (15)	Katarzyna Samson*, Tomasz Zaleśkiewicz	Przedsiębiorczość: mity i rzeczywistość (41)	Artur Domurat*
18:00-18:15	Przerwa kawowa			
18.15-19.00	Zebranie ASPE			
20.00-23:00	Uroczysta kolacja w Park Cafe Konstancin, ul. Sienkiewicza 3 (Park Zdrojowy)	rozstrzygnięcie konkursu „Szare Komórki 2018”		

Sesja 3: PIĘCIOMINUTÓWKI (cz. 1) – wykaz prezentacji:

17.05.2018 CZWARTEK	prowadząca: Agata Trzcińska
W jaki sposób komunikować ryzyko związane ze smogiem? Wpływ formatu prezentacji informacji oraz treści komunikatu na percepcję ryzyka oraz działań zapobiegawczych (24)	Joanna Malcherek* , Agata Sobków
Nudne te decyzje. Wpływ doświadczenia nudy na dokonywanie wyborów w loteriach ekonomicznych (31)	Agata Kocimska-Zych* , Jakub Serek
(Nie)prawdopodobna wygrana. Związek cech temperamentu z przekonaniem hazardzistów dotyczącymi wygranej i z zaangażowaniem w hazard (34)	Angelika Olszewska* , Agata Sobków, Czesław Nosal
Eksperti o smogu we Wrocławiu. Wpływ efektu sformułowania (framing) na postrzeganie spójności ekspertów (39)	Adrian Matukiewicz* , Erik Løhre, Angelika Olszewska, Agata Sobków
Pieniądze szczęścia nie dają? – w poszukiwaniu predyktorów subiektywnego sukcesu zawodowego (66)	Piotr Pilch*
Wpływ rywalizacji na decyzje ekonomiczne, jak obecność rywala wpływa na zaangażowanie w podejmowanie decyzji ekonomicznych na przykładzie dyskontowania (68)	Witold Siekierzyński*
Wpływ aktywizacji idei pieniądza na samoocenę dzieci 8-10 letnich (17)	Agata Trzcińska*

Piątek 18.05.2018

18.05.2018		PIĄTEK	
9.40 – 10.40	Sesja 6A: RÓŻNICE INDYWIDUALNE	prowadząca: Joanna Rudzińska-Wojciechowska	Sesja 6B: ZACHOWANIA KONSUMENCKIE
	Związek różnic indywidualnych z poziomem medialnej wielozadaniowości i sposobami korzystania z mediów społecznościowych (47)	Agnieszka Popławska-Boruc*	Korelaty kongruencji z marką wśród dorosłych konsumentów (35)
	Proces uzgadniania decyzji w negocjacjach w zależności od Potrzeby Domknięcia Poznawczego (50)	Łukasz Jochemczyk*	Korelaty osobowe porównań nastolatków z typowymi użytkownikami marek (45)
	Chroniczne i sytuacyjnie wzbudzone perspektywy czasowe a skłonność do nabywania ubezpieczenia (49)	Katarzyna Sekścińska, Joanna Rudzińska-Wojciechowska*, Dominika Maison	Wpływ norm społecznych na preferencje konsumentów dotyczące zarządzania popytem na energię elektryczną (10)
10:40-11:00	Przerwa kawowa		
11.00-11.45	Sesja 7: PIĘCIOMUNTÓWKI (cz.2)	prowadząca: Katarzyna Sekścińska	
11:45-12:00	Przerwa kawowa		
12.00-13.20	Sesja 8A: SOCJALIZACJA EKONOMICZNA	prowadząca: Alicja Grochowska	Sesja 8B: DECYZJE
	Socjalizacja ekonomiczna jako transakcja wiązana – intencjonalny i nieintencjonalny transfer wiedzy, wzorców zachowań, wartości i emocji rodziców wobec finansów (48)	Dominika Maison, Aleksandra Furman*, Katarzyna Sekścińska, Agata Trzcicka, Magdalena Poraj-Weder	Głosowanie za pomocą różnych metod opartych o głosowanie aprobujące. Analiza i interpretacja wyników eksperymentów (14)
	Postawy wobec pieniędzy nastolatków a prospołeczność i samoocena (42)	Jakub Wierzbicki*	Wpływ efektu ramowania oraz błędu wynikającego z hipotetyczności pytania na wycenę prywatnych dóbr konsumpcyjnych - weryfikacja eksperymentalna (59)
	Eksperyment terenowy: dzieci 7-8 lat są racjonalne w oszukiwaniu (55)	Łukasz Markiewicz*, Katarzyna Gawryluk, Katarzyna Idzikowska	Efekt kontrastu jako wyjaśnienie dla zjawiska asymetrycznej dominacji w podejmowaniu decyzji (36)
	Skuteczność wybranych środków perswazji w reklamach skierowanych do dzieci, na przykładzie marki Kubuś (33)	Paulina Ślęzak*, Alicja Grochowska	Efekt status quo a metoda PROMETHEE, w zastosowaniu do decyzji wielokryterialnych w spółkach miejskich Krakowa (52)
13:20-14:30	Lunch	rozstrzygnięcie konkursu „ARIADNA IMPRESIV 2018”	
14:30-16:00	WARSZTATY "Aktywność elektrodermalna w badaniach nad podejmowaniem decyzji ". Prowadzenie: Neuro Device	Uczestnictwo nieodpłatne na podstawie zapisów	

Sesja 7: PIĘCIOMUNTÓWKI (cz.2) – wykaz prezentacji:

18.05.2018 PIĄTEK	prowadząca: Katarzyna Sekścińska
Opcje domyślne w polskiej polityce publicznej (56)	Radosław Zyzik*
Psychologiczne aspekty rachunkowości w zakresie decyzji podejmowanych przez księgowych (65)	Nelli Artienwicz*
Zasoby poznawcze a samokontrola impulsów: podejście neuroekonomiczne (63)	Łukasz Tanajewski*
Wpływ optymizmu na skuteczność decyzji inwestycyjnych na rynku kapitałowym (53)	Michał Radke*
Podwójny proces perswazji dotyczący dat ważności i marnotrawstwa żywności (12)	Ewelina Marek*
Osobiste uprawnienia do emisji dwutlenku węgla: Czy etykieta budżetu może zadziałać? (13)	Ewelina Marek*
Czynniki kształtujące poparcie dla inicjatyw przeciwdziałających Globalnemu Ociepleniu (18)	Zbigniew Bohdanowicz*
Mroczna osobowość a podejmowanie ryzyka przez osoby zatrudnione na stanowiskach kierowniczych i nie-kierowniczych (54)	Mateusz Jaworski*, Katarzyna Sekścińska

Prof. dr hab. Grzegorz Sędek
SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny



Wpływ starzenia się na podejmowanie decyzji i dokonywanie sądów

Streszczenie

W pierwszej części prezentacji omówię podstawowe zmiany w procesach poznawczych i motywacyjnych, które zachodzą na przestrzeni dorosłego życia i przedstawię klasyczne i nowe psychologiczne koncepcje starzenia się, które mają bezpośrednie odniesienie do problematyki prowadzonych badań. Następnie przedstawię serię badań własnych (zarówno niedawno opublikowanych jak i jeszcze nie opublikowanych), które dotyczą dokonywania sądów oraz podejmowania decyzji. W trakcie prezentacji będę wskazywał z jednej strony na różnice wiekowe w dokonywaniu sądów (akceptacja stereotypowych sądów czy myślenia spiskowego) jak również w jakości rozwiązywania zadań decyzyjnych (decyzje ryzykowne, decyzje sekwencyjne, decyzje kompensacyjne). Z drugiej strony, będę też wskazywał na rolę różnic indywidualnych w zakresie czynników poznawczych (np. pojemność pamięci roboczej, szybkość i elastyczność procesów poznawczych) oraz motywacyjnych (np. potrzeba domykania poznawczego) jako mediatorów i moderatorów uzyskiwanych zależności.

W odniesieniu do decyzji ryzykownych będę się koncentrował na zadaniu BART (Balloon Analogue Risk Task), opisując wyniki serii badań, które pokazują bardzo różne efekty wiekowe (w tym zastanawiające wyniki wskazujące na istotnie polepszone wykonanie ludzi starszych w stosunku do młodych dorosłych) w zależności od dodatkowych manipulacji warunkami tego zadania. W odniesieniu do sekwencyjnych zadań decyzyjnych opiszę wykryty przez nas mechanizm kompensacyjny, który umożliwia pewnej grupie starszych dorosłych utrzymanie poziomu rozwiązywania tych zadań decyzyjnych przy zmniejszonym poziomie wysiłku. Na koniec dość dokładnie omówię badanie z zastosowaniem metodologii okulograficznej, dotyczące różnic wiekowych w rozwiązywaniu złożonych (kompensacyjnych) zadań decyzyjnych, ponieważ zastosowana metodologia pozwala na bezpośrednie testowanie konkurencyjnych hipotez na temat przyczyn wyraźnego pogorszenia u starszych ludzi w trafnym podejmowaniu tego typu decyzji.

„AKTYWNOŚĆ ELEKTRODERMALNA W BADANIACH NAD PODEJMOWANIEM DECYZJI”

Prowadzenie: Neuro Device

termin: Piątek 18.05.2018, godz. 14:30-16.00

Warsztaty zostanie poświęcony wykorzystaniu pomiaru aktywności elektrodermalnej (EDA) w badaniach nad podejmowaniem decyzji. Uczestnicy zapoznają się z metodologią badań oraz sposobem przetwarzania i analizy danych. Podczas zajęć przeprowadzony zostanie przykładowy eksperyment. Uczestnicy zostaną przeprowadzeni przez zagadnienia istotne przy planowaniu eksperymentu, jak również będą mogli samodzielnie przeanalizować dane pochodzące z badania EDA.

Liczba miejsc ograniczona. Rezerwacja obowiązkowa.

SESJA 1A: MORALNOŚĆ			
17.05.2018 (czwartek)	9:00-10:20	Sala „SZKLANA”	prowadzący: Łukasz Markiewicz
Sprawiedliwość proceduralna, korzyści własne i orientacja społeczna w przestrzeni podatkowej. Kiedy akceptujemy decyzje podatkowe?			
Małgorzata Niesiołędzka¹, Sabina Kołodziej²			
¹ Uniwersytet w Białymstoku			
² Akademia Leona Koźmińskiego			
<p>Jednym z istotnych czynników kształtujących skłonność jednostki do sumiennego regulowania zobowiązań podatkowych jest postrzegana sprawiedliwość systemu podatkowego, w tym sprawiedliwość proceduralna. Odnosi się ona do jakości interakcji podatnik - administracja skarbową, stopnia uczestnictwa i kontroli decyzji dotyczących podatków oraz jakości informacji dostarczanych przez twórców i egzekutorów prawa podatkowego. Należy przy tym zaznaczyć, że dla decyzji podejmowanych przez podatników istotna jest subiektywna ocena sprawiedliwości systemu podatkowego i działań organów skarbowych, która pozostaje pod wpływem troski o interes własny - badania wykazują, że za bardziej sprawiedliwe uznaje się te zasady podziału dóbr, które są zgodne z interesem jednostki. W dotychczasowych badaniach wpływu sprawiedliwości proceduralnej podatków stwierdzono, że może mieć ona wpływ na akceptację decyzji podatkowej w przypadku decyzji niekorzystnych dla podatnika. Decyzje korzystne są akceptowane bez względu na poziom związanej z nią sprawiedliwości proceduralnej. Celem przeprowadzonych badań było poznanie wpływu postrzeganej sprawiedliwości proceduralnej podatków, korzyści własnych (lub grupy społecznej, do której podatnik należy) oraz orientacji społecznych na stopień akceptacji decyzji administracji podatkowej. W badaniu 1 analizowano wpływ postrzeganej sprawiedliwości proceduralnej odnoszącej się do wprowadzanych przez rząd zmian podatkowych, korzystności zmian oraz orientacji społecznych (wspólnotowa i sprawcza) na ocenę skutków tych zmian. Badanie 2 dotyczyło wpływu sprawiedliwości proceduralnej podatków w odniesieniu do decyzji wydanej przez urząd skarbowy, korzystności tej decyzji oraz orientacji społecznych (indywidualistyczna, rywalizacyjna, kooperacyjna i altruistyczna) na akceptację wydanej decyzji. Badania wykazały istotny wpływ rodzaju zastosowanej procedury wprowadzania zmian prawnych na ocenę ich słuszności oraz stopnia ich akceptacji. Ponadto, odnotowano wpływ orientacji sprawczej na akceptację zmian prawa podatkowego - badani zorientowani sprawczo istotnie wyżej oceniali zmiany prawne wiążące się z indywidualnymi korzyściami, bez względu na sprawiedliwość procedury. Nie udało się potwierdzić wpływu orientacji wspólnotowej na ocenę zmian prawa podatkowego w zależności od rodzaju procedury jej wprowadzania. Pomiar orientacji społecznych w oparciu o metodę gier rozłożonych (decomposed games) ujawnił jedynie dominację orientacji indywidualistycznej.</p>			

Socjalizacja ekonomiczna jako transakcja wiązana – intencjonalny i nieintencjonalny transfer wiedzy, wzorców zachowań, wartości i emocji rodziców wobec finansów

Aleksandra Furman¹, Dominika Maison¹

¹Wydział Psychologii Uniwersytetu Warszawskiego

Socjalizacja i edukacja ekonomiczna są ważnym elementem w rozwoju dziecka. Edukacja ekonomiczna jest zazwyczaj rozumiana jako przekazywanie dziecku wiedzy z obszaru ekonomii, zarówno w skali makro, jak i codziennego funkcjonowania. Odpowiedzialnych za edukację ekonomiczną dzieci uznaje się przede wszystkim szkoły i organizacje (np. fundacje, instytucje finansowe). Nieco innym i zarazem szerszym zagadnieniem jest socjalizacja ekonomiczna, która ma charakter mniej formalny i jest przekazywaniem szeroko rozumianych umiejętności związanych z funkcjonowaniem w świecie finansów. W tym obszarze ogromne znaczenie mają rodzice. Przeprowadzony projekt badawczy miał na celu eksplorację procesu socjalizacji ekonomicznej dzieci w rodzinie, a w szczególności tego, jak rodzice rozumieją swoją rolę w tym zakresie oraz jakie strategie stosują. Zrealizowano dwa badania z udziałem rodziców dzieci w wieku 4-11 lat: jakościowe (9 diad, n=18) oraz ilościowe (n=109). Na podstawie uzyskanych danych opisano dwie strategie, jakie mogą stosować rodzice. Strategia aktywizująca polega na pobudzaniu dziecka do działania i wchodzenia w rolę aktywnego uczestnika życia finansowego, strategia inhibicyjna – na braku oddziaływania lub wręcz podejmowaniu działań opóźniających rozwój ekonomiczny dziecka, np. odcinaniu go od wiedzy ekonomicznej. Zarówno dane jakościowe, jak ilościowe sugerują, że to, jaka strategia jest stosowana w danej rodzinie, jest związane z jej statusem społeczno-ekonomicznym, jednak przyczyny wydają się sięgać głębiej – są związane z wartościami i postawami wobec finansów samych rodziców. Stosowanie strategii aktywizującej jest częstsze w przypadku rodziców o wysokim poczuciu własnej kompetencji, zadowolonych ze swojej sytuacji materialnej, przejawiających pozytywne emocje wobec pieniędzy. Z kolei strategia inhibicyjna pojawia się częściej, gdy rodzice mają niskie poczucie własnej kompetencji, a pieniądze budzą u nich takie emocje jak lęk, frustracja, zazdrość. Wyniki badania pokazały znaczącą rolę rodziców nie tylko w intencjonalnym, ale również w nieintencjonalnym transferze wzorców zachowań, wartości i emocji. Dzieje się tak dlatego, że wartości i emocje rodziców mają wpływ na wybór określonej strategii, ale też dlatego, że na dziecko oddziałuje nie tylko to, co rodzice mu mówią lub czego je uczą, ale także to, co przemilczają, co obserwuje i odczuwa. Tymczasem informacje przekazywane przez rodziców różnymi kanałami często są niespójne. Na przykład pragną oni przekazać dziecku pewne zasady, jednak sami postępują wbrew tym zasadom – mówią dziecku o tym jak oszczędzanie jest ważne, podczas gdy sami mają problem z tworzeniem rezerw finansowych. Rozbieżne mogą być także treści przekazywane kanałem werbalnym i emocjonalnym. Jako przykład warto podać zjawisko tabuizacji tematów finansowych. Niektórzy rodzice intencjonalnie unikają rozmów na tematy finansowe z dziećmi. Na poziomie świadomym pragną chronić dzieci przed trudnym poznawczo i emocjonalnie tematem, jakim jest w ich odczuciu ekonomia. W istocie jednak nieintencjonalnie przekazują dzieciom lęk, niepokój i niepewność, jakie sami odczuwają. W takich rodzinach nie jest budowane podejście funkcjonalne, oparte na wiedzy i kompetencjach ekonomicznych. W konsekwencji dziecko może mieć deficyty odpowiednich wzorców funkcjonowania w świecie finansów nie tylko w dzieciństwie, ale również w dorosłości. Projekt pomógł lepiej zrozumieć złożoność uwarunkowań efektywnej socjalizacji ekonomicznej dziecka w rodzinie. Pokazał, że jest to proces holistyczny, w którym dziecko nie tyle jest poddawane pojedynczym, obliczonym na określony cel oddziaływanom, co zanurzone w rzeczywistości ekonomicznej rodziny. W efekcie przekazywane są mu postawy, wartości i emocje, które mogą kształtować przyszłe dobre, ale również złe funkcjonowanie ekonomiczne dziecka. Badanie zostało zrealizowane w ramach grantu NCN OPUS 2013/11/B/HS6/01163 „Determinanty zachowań finansowych dzieci w wieku 10-11 lat”.

Wielowymiarowy model decyzji moralnych

Łukasz Markiewicz¹, Marcin Malawski¹, Tadeusz Tyszka¹

¹Akademia Leona Koźmińskiego

Ekonomiczny model procesu decyzyjnego kłamców zakłada porównanie użyteczności prawdomówności z użytecznością kłamstwa. Ludzie winni kłamać więc wtedy, kiedy im to się opłaca. Skłonność do oszukiwania powinna zależeć od: wielkości zysku jaki można uzyskać poprzez kłamstwo (I), prawdopodobieństwa ujawnienia kłamstwa (P) oraz rozmiaru ewentualnych negatywnych konsekwencji (L). Nowsze teorie (podsumowanie w publikacji Jacobsen, Fosgaard, and Pascual-Ezama (2017) podkreślają tymczasem wagę względów moralnych i straty na samoocenie, które decydent może rozważyć w procesie decyzyjnym. W szczególności Dan Ariely (2012) przekonuje, iż decydenci nie są wrażliwi na wielkość I , kłamiąc jedynie niezależnie zarówno w sytuacji małej jak i dużej pokusy, aby nie tracić zbyt wiele na samoocenie. Ekonomiści włączający rozważania Arielego w ekonomiczny model procesu decyzyjnego kłamców zakładają fakt, iż uszczerbek na samoocenie jest proporcjonalny do wielkości kłamstwa, niemniej jednak wazą go prawdopodobieństwem ujawnienia kłamstwa (Yaniv & Siniver, 2016) – to tak jakby założyć, że przy nikłym prawdopodobieństwie ujawnienia kłamstwa, dokonane kłamstwo nie powodowało spadku na samoocenie. W naszym modelu zakładamy, iż decydenci pozostają wrażliwi na aspekty moralne, a wykroczenia moralne powodują spadek samooceny niezależny od prawdopodobieństwa ujawnienia czynu. Tym samym użyteczność działania może być opisana równaniem: $(1 - \alpha) us(x) - \alpha um(x)$ gdzie, $us(x)$ – funkcja użyteczność czynu x $um(x)$ – funkcja (dys)użyteczności uszczerbku na samoocenie α – waga, jaką decydent przywiązuje do względów moralnych. x - wielkość kłamstwa Model został poddany weryfikacji empirycznej w badaniu, w którym różnicujemy kształt funkcji $us(x)$ i współczynnik α . W szczególności hipotezy zakładają: H1: Decydenci oszukują więcej przy większej pokusie H2: Decydenci oszukują więcej w sytuacji strat w porównaniu do sytuacji zysków H3: Decydenci oszukują więcej w sytuacji bardziej niejednoznacznej W badaniu wzięło udział 50 uczestników. Uczestnicy obserwowali szereg plansz z losowo rozlokowanym układem 21 kropek, mając za zadanie decyzję, czy więcej kropek znajduje się po lewej (L) czy prawej (R) stronie planszy. Obie odpowiedzi (L/R) wiązały się z (innymi) wypłatami dla osób badanych. Tym samym w części wyborów badani stawali przed decyzją, czy udzielić odpowiedzi poprawnej czy fałszywej a lepiej płatnej. Nieszczerość (DV) mogła zależeć od 3 zmiennych niezależnych (IV): kontekstu zysku lub straty (2 poziomy), poziomu pokusy (3 poziomy), poziomu niejednoznaczności (3 poziomy). Zgodnie z oczekiwaniami zaobserwowaliśmy, iż wraz ze wzrostem pokusy rośnie skłonność do kłamania (H1), kontekst strat skłania bardziej do kłamania niż kontekst zysków (H2), w sytuacji niejednoznacznych bodźców decydenci kłamią częściej niż przy mniej niejednoznacznych bodźcach (H3). Uzyskane wyniki pozytywnie weryfikują sugerowany model.

**Dynamiczne ryzyko moralne: jak poprzednie nietyczne decyzje wpływają na kolejne
- w kontekście zysków i strat.**

Marcin Czupryna¹ Łukasz Markiewicz²

¹Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

²Akademia Leona Koźmińskiego

Model procesu decyzyjnego potencjalnych sprawców przestępstw oparty na teorii oczekiwanej użyteczności (Becker, 1968) zakłada, iż chęć popełnienia czynu zabronionego zależy od bilansu jego użyteczności i użyteczności czynu alternatywnego. Tym samym decydent rozważa: wielkość zysku jaki może uzyskać (I), prawdopodobieństwo bycia przyłapanym (P) oraz wielkość możliwej kary (L). Skupiając się na pojedynczych wyborach, poprzednie badania pokazały tymczasem brak wrażliwości decydenta na I. Pozostając w paradygmacie powtarzanych wyborów weryfikujemy to ustalenie, wskazując na trafność ekologiczną takiego rozwiązania: większość dylematów etycznych to powtarzalne drobne sposobności do popełnienia wykroczenia, przed którymi stajemy (prawie) codziennie. Zrealizowano dwa badania. Pierwsze z nich to implementacja paradygmatu "roll a die" do zadania wielorundowego. Osoby badane (N=54) dokonują wielokrotnego (x48) rzutu wirtualną kością sześciocienną, za każdym razem raportując na kolejnym ekranie wynik. Od ich raportu (a nie rzeczywistego wyniku rzutu) zależy jednak wypłata osoby badanej. Każda runda charakteryzuje się jednak innymi (znanymi badanemu) parametrami: mnożnikiem zadeklarowanych punktów (2 poziomy), prawdopodobieństwem audytu (2 poziomy), mnożnikiem dla ujawnionych „pomyłek” (2 poziomy). Badani wykonują zadanie dwukrotnie – raz w kontekście zysków (mogą samodzielnie odkryć strategię kłamania aby zarobić więcej), oraz strat (kłamanie aby stracić mniej). Wyniki wskazują, iż skłonność do kłamania jest większa w kontekście strat niż zysków, pozostając w obu zadaniach tak samo wrażliwa na zmiany badanych parametrów (I,P,L). Pokazujemy również iż chęć do kłamania rośnie wraz ze wzrostem dystansu między wynikiem rzutu a wynikiem rzutu potencjalnie najbardziej korzystnym dla decydenta. Drugie badanie zostało zrealizowane po miesiącu z osobami biorącymi udział w badaniu 1, prosząc ich o dokonanie tych samych wyborów co w Badaniu 1, jednak przedstawionych w formie loterii (a więc po odizolowaniu „grzesznego” kłamania z wyboru). Oszacowane zostały parametry funkcji wartości i funkcji wag dla wyborów w sytuacji ryzyka w obu reprezentacjach loterii: neutralnym (Badanie 2) i uwzględniającym aspekt etyczny (Badanie 1). Zastosowano dwa podejścia szacując (1) dwa niezależnie zestawy parametrów (dla obu reprezentacji loterii) (2) jeden wspólny model korzystając z podejścia uwzględniającego nadmierną reprezentację wartości 0 (zero-inflated).

SESJA 1B: PROCESY POZNAWCZE – CZ. I			
17.05.2018 (czwartek)	9:00-10:20	Sala „TĘŻNIA”	prowadząca: Katarzyna Sekścińska
Ufaj swoim lękom (i lękom swoich znajomych). Obiektywne szanse na śmierć w przypadku zachorowania są związane z subiektywnymi ocenami strachu.			
Kamil Fuławka¹, Dominik Lenda¹, Jakub Traczyk¹			
¹ SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, Filia we Wrocławiu, II Wydział Psychologii			
<p>Wprowadzenie W 2012 roku w Polsce, głównymi przyczynami zgonów w populacji były choroby układu krążenia (CHUK) – 46,15%, oraz nowotwory (N) – 25,62% (WHO, 2015, 2016). W ICD-10 (World Health Organization, 2016). Bezwzględna liczba zgonów spowodowana daną chorobą jest determinowana przez dwie wartości: (1) wskaźnik zachorowań (Morbidity Rate; MR) oraz (2) wskaźnik śmiertelności przypadków (Case Fatality Rate, CFR), czyli liczba osób które umarły, z populacji osób zdiagnozowanych. Z ewolucyjnego punktu widzenia strach jako reakcja emocjonalna jest silnie powiązany z zagrożeniem życia i zdrowia (LeDoux, 2012; Öhman, 1986). Proponujemy więc, że to, jak bardzo straszna wydaje się dana choroba, zależy jest od jej CFR. Chociaż liczne dowody wskazują, że ludzie nieświadomie rejestrują częstotliwości zdarzeń (Hasher & Zacks, 1984; Reber & Millward, 1968) istnieje mała szansa, aby jedna osoba doświadczyła reprezentatywnej liczby przypadków zachorowań i śmierci. Postulowany przez nas efekt powinien więc być widoczny przede wszystkim na poziomie zagregowanym. Dodatkowym podłożem teoretycznym dla naszej hipotezy jest teoria decyzji poprzez próbkowanie (Stewart, Chater, & Brown, 2006), zgodnie z którą ludzie nie kodują surowych częstości a jedynie częstości względne. Oznacza to, że ludzie są w stanie wskazać, które z dwóch zjawisk jest częstsze, bez dostępu do dokładnych statystyk. Przewidywaliśmy, że średnie oceny strachu jednostek diagnostycznych z dwóch kategorii (CHUK i N), będą związane z wartościami względnych CFR, pomimo tego, że statystyki te nie będą prezentowane uczestnikom badania. Metoda Przeprowadziliśmy dwa badania, na próbie 75 oraz 239 studentów. Zadaniem uczestników była ocena 110 jednostek diagnostycznych z ICD-10 z dwóch kategorii: CHUK oraz N. Na ekranie zawsze prezentowano pełną nazwę choroby oraz jej kategorię. Każdą z chorób oceniano na trzech wymiarach: strachu (1-wcale nie straszna, 10-bardzo straszna), typowości (1-w ogóle nie typowa dla swojej kategorii, 10-bardzo typowa) i wstrętu (1-wcale nie wstrętne, 10-bardzo wstrętne). Dodatkowo, w drugim badaniu, w osobnym bloku uczestnicy szacowali (1) ile osób w Polsce zmarło na daną chorobę w latach 2003-2012 oraz (2) ile osób w Polsce zachorowało na daną chorobę w latach 2003-2012. Zarówno prezentacja skal wewnątrz pojedynczej choroby jak i chorób oraz bloków eksperymentalnych była w pełni randomizowana. Wyniki Analizę przeprowadziliśmy za pomocą Bayesowskiego modelu regresji wielopoziomowej (Gelman & Hill, 2007). Jako zmienną objaśnianą wprowadziliśmy indywidualne oceny strachu, natomiast jako predyktory kontrolne na poziomie pojedynczej obserwacji oceny typowości, wstrętu oraz (jedynie w badaniu 2) subiektywnych CFR i MR. W celu przetestowania hipotezy badawczej do modelu włączyliśmy wektor reprezentujący średnią ocenę strachu dla każdej choroby. Tutaj predyktory stanowiły względne CFR oraz MR i kategoria choroby. Odnotowaliśmy, że średnie oceny strachu jednostek diagnostycznych były zależne od CFR (bad.1 = .22 [.11, .33]; bad.2 = .19 [.08, .29]) oraz kategorii (bad.1 = -.14 [-.25, -.02]; bad.2 = -.17 [-.29, -.08] – wyższe oceny strachu dla N) przy jednoczesnym braku relacji z MR (bad.1 = .05 [-.07, .14]; bad.2 = .1 [-.01, .18]). W obu badaniach predyktory te wyjaśniały ponad 30% wariancji średnich ocen strachu. Wnioski Wykazaliśmy, że średnie oceny strachu jednostek diagnostycznych CHUK i N z ICD-10 są zależne od względnego CFR oraz kategorii choroby, nawet przy kontroli związków pomiędzy ocenami strachu a typowością, obrzydzeniem oraz subiektywnymi oszacowaniami CFR i MR. Wyższe oceny strachu dla N w porównaniu z CHUK są prawdopodobnie związane z faktem, iż N charakteryzuje znacznie wyższe CFR (.25 vs .08). Nasze wyniki sugerują, że ludzie mogą traktować intensywność strachu jako wskaźnik realnego poziomu zagrożenia ze strony danej choroby, szczególnie po konsultacji z rodziną i znajomymi.</p>			

Wysokość i prawdopodobieństwo strat a ocena i akceptacja ryzyka inwestycji wielowynikowych

Aleksandra Muda¹, Joanna Sokołowska¹, Marta Boczkowska¹

¹SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny

Cel: Celem badania było sprawdzenie, w jaki sposób wysokość i prawdopodobieństwo strat są przetwarzane w procesie oceny ryzyka. Jako bodźców użyto dwu i trzy-wynikowych inwestycji. Do analizy sposobu składania informacji o stratach zastosowano podejście multiplikatywne i dymensionalne. Różnica w wysokościach wyników negatywnych została uwzględniona jako czynnik wpływający na sposób przetwarzania informacji. Drugim celem badania było sprawdzenie, czy postrzegane ryzyko jest kryterium decyzji, to znaczy czy na jego podstawie można przewidywać akceptację. Podstawy teoretyczne Pomimo zainteresowania deskryptywnymi modelami wyborów ryzykownych, nie ma jednej powszechnie akceptowanej definicji postrzeganego ryzyka. Wykazano, że negatywne aspekty sytuacji mają większe znaczenie dla percepcji ryzyka niż pozytywne aspekty, jednak pytanie w jaki sposób informacje te są składane pozostaje otwarte. Aby na nie odpowiedzieć należy odwołać się do dwóch grup modeli postrzeganego ryzyka: multiplikatywnych (zgodnie z którymi w procesie oceny ryzyka ludzie mnożą wyniki przez ich prawdopodobieństwa) oraz dymensionalnych (wyniki i ich prawdopodobieństwa są składane w sposób addytywny). Modele multiplikatywne nie są odporne na wykazane empirycznie odstępstwa od reguły oczekiwania. Natomiast dotychczasowe badania w podejściu dymensionalnym ograniczają się tylko do sytuacji dwuwynikowych. Modele dymensionalne mogłyby zostać rozszerzone na sytuacje wielowynikowe, przy założeniu, że ludzie kategoryzują wyniki, przydzielając je do jednej z dwóch grup: pozytywnych lub negatywnych. Powstaje jednak pytanie, w jaki sposób taka kategoryzacja zachodzi. Obecna praca stanowi próbę zastosowania dymensionalnych modeli postrzeganego ryzyka do sytuacji wielowynikowych. Zakładamy, że sposób w jaki zachodzi składanie zależy od dystansu między wynikami. Gdy dystans między stratami jest duży (np. -5000 zł i -500 zł), mniejsza strata i jej prawdopodobieństwo są ignorowane. Gdy dystans jest mały (np. -3000 zł i -2500 zł), wysokość mniejszej straty jest ignorowana, a prawdopodobieństwo jej wystąpienia jest dodawane do prawdopodobieństwa wyższej straty. Procedura W badaniu wzięło udział 170 studentów ekonomii. Oceniali oni ryzykowność i atrakcyjność 27 trójwynikowych i 3 dwuwynikowych inwestycji (od 0 do 10) oraz decydowali, czy chcieliby się w nie zaangażować (tak lub nie). Pozytywny komponent trójwynikowych inwestycji był stały (10000 zł na 55%). Negatywny komponent (dwie straty) występował w różnych wersjach, jednak skumulowane prawdopodobieństwo straty wynosiło 45%. Zastosowano trzy poziomy dystansu między wysokością strat: duży (-5000 zł i -500 zł), średni (-4000 zł i -1500 zł) i mały (-3000 zł i -2500 zł). Prawdopodobieństwo strat było rozlokowane pomiędzy wypłaty w następujący sposób: 40% i 5%, 35% i 10% oraz 25% i 20%. Sytuacje dwuwynikowe zawierały wysoką stratę (-5000, -4000 lub -3000 zł z prawdopodobieństwem 45%) oraz wygraną (10000 zł na 55%). Pozwoliły one na przetestowanie hipotezy o składaniu parametrów. Jeśli mniejsza strata i jej prawdopodobieństwo były ignorowane, postrzegane ryzyko dwu i trzy-wynikowej inwestycji powinno być takie samo. Wyniki Okazało się, że oczekiwana strata w umiarkowanym stopniu tłumaczyła oceny ryzyka ($R^2=0,61$). Nie wykazano także interakcji między wysokością i prawdopodobieństwem straty, co jest niezgodne z regułą oczekiwania. Wbrew przewidywaniom, gdy dystans między stratami był duży, mniejsza strata nie była ignorowana. Gdy dystans był mały, wysokość straty również nie była ignorowana a prawdopodobieństwa strat nie były do siebie dodawane. Wydaje się jednak, że zależnie od dystansu między stratami, ocena ryzyka może bazować na różnych parametrach inwestycji. Gdy dystans jest mały, mniejsza strata może być przeważana, gdy dystans jest duży, większa strata ma większe znaczenie dla ocen ryzyka. Zgodnie z hipotezą wykazano silny negatywny związek między postrzeganym ryzykiem a oceną atrakcyjności ($R^2=0.93$) oraz akceptacją ($R^2=0.91$).

Psychologiczne czynniki wyjaśniające funkcjonowanie poznawcze osób uboższych.

Przemysław Korotusz¹, Agata Gąsiorowska¹

¹SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, II Wydział Psychologii we Wrocławiu

Większość badań nad związkiem statusu społecznoekonomicznego (SES) i funkcjonowania poznawczego ujmuje SES w kategoriach obiektywnych (poziom dochodu), a nie subiektywnych (postrzeganie własnej zamożności). Wydaje się jednak, że to subiektywny SES ma psychologicznie większe znaczenie niż obiektywne wskaźniki (Gąsiorowska, 2014). Celem przeprowadzonych badań było sprawdzenie roli postaw wobec pieniędzy, subiektywnie postrzeganego SES oraz poczucia kontroli dla relacji między dochodem i zdolnościami do wnioskowania i myślenia, zoperacjonalizowanymi jako zdolności numeryczne. Badanie 1 (N = 301) było konceptualną replikacją wcześniejszych badań nad wpływem SES na funkcjonowanie poznawcze (Mani, Mullainathan, Shafir, Zhao, 2013). Poziom dochodu był istotnym predyktorem dla zdolności numerycznych. W Badaniu 2 (N = 314) weryfikowaliśmy rolę postaw wobec pieniędzy, SES oraz poczucia kontroli w modelu mediacji sekwencyjnej dla związku dochodu oraz zdolności numerycznych (obiektywnych i subiektywnych). Kontrolowanie tych mediatorów skutkowało brakiem istotności związku dochodu i subiektywnie ocenianych zdolności numerycznych, podczas gdy efekt zapośredniczony przez symboliczne myślenie o pieniądzach i obiektywnie mierzone zdolności numeryczne był istotny statystycznie, podobnie jak efekt zapośredniczony przez subiektywną ocenę własnej sytuacji ekonomicznej oraz poczucie kontroli. Wyniki te świadczą o dwojakim wpływie dochodu na postrzeganie własnych zdolności numerycznych: po pierwsze, przez oddziaływanie na obiektywnie mierzone zdolności, a po drugie, przez ogólne postrzeganie swojej osoby jako posiadającej kontroli nad życiem, prawdopodobnie zwiększając poczucie skuteczności mogące wpływać na postrzeganie własnych zdolności. W badaniu 3 (N = 287) wykluczyliśmy alternatywne wyjaśnienia i potwierdziliśmy, że jedynie lęk w odniesieniu do finansów mediuje analizowane zależności.

Chroniczne i sytuacyjne perspektywy czasowe a ryzykowne wybory finansowe

Katarzyna Sekścińska¹, Joanna Rudzińska-Wojciechowska², Dominika Maison¹

¹University of Warsaw Faculty of Psychology

²SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, II Wydział Psychologii

Preferencje wobec ryzyka stanowią przedmiot zainteresowania zarówno ekonomistów jak i psychologów. Wieloletnie badania doprowadziły do wielu wniosków w kontekście roli czynników psychologicznych w objaśnianiu ryzykownych wyborów finansowych. Prezentowane badania koncentrują się na roli perspektyw czasowych (Time Perspectives, TPs, Zimbardo i Boyd, 1999; 2008) w objaśnianiu ryzykownych wyborów finansowych. Głównym celem było sprawdzenie zależności między perspektywami czasowymi (chronicznymi i sytuacyjnymi) a skłonnością ludzi do inwestowania i podejmowania ryzykownych wyborów inwestycyjnych. Przeprowadzono trzy badania na ogólnopolskich reprezentatywnych próbach (N1 = 1093; N2 = 1081, N3 = 1563) i jedno badanie na próbie dorosłych Polaków (N4 = 246). Wyniki pokazały, że wyższy poziom Przyszłej TP jest związany ze skłonnością do inwestowania i dokonywania bezpiecznych wyborów inwestycyjnych. Wyższy poziom Teraźniejszej Hedonistycznej TP jest związany z niską skłonnością do inwestowania i ze skłonnością do podejmowania ryzykownych wyborów inwestycyjnych. Ponadto, sytuacyjne wzbudzenie Przyszłej i Teraźniejszej Hedonistycznej TP prowadzi do wyników podobnych do tych uzyskanych w badaniach nad chronicznymi perspektywami czasowymi.

SESJA 2A: PROCESY POZNAWCZE – CZ. II			
17.05.2018 (czwartek)	10:40-12:00	Sala „SZKLANA”	prowadzący: Jakub Traczyk
Super Size Me, Super Discount Me. Moderujący wpływ wielkości posiłku na tempo dyskutowania.			
Przemysław Sawicki ¹ , Rafał Muda ² , Michał Ginszt ³ , Karolina Goral ³ , Katarzyna Wiśniewska ³ , Michał Skrzypek ³			
¹ Akademia Leona Koźmińskiego			
² Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej			
³ Uniwersytet Medyczny w Lublinie			
<p>Wcześniejsze badania wykazały, że poziom zasobów energetycznych może warunkować preferencje odnośnie tempa dyskutowania. Okazuje się, że im wyższy poziom glukozy we krwi w organizmie (który rośnie przy dostarczaniu pożywienia), tym tempo dyskutowania jest niższe (Wang i Dvorak, 2010). Innymi słowy, dostarczenie do organizmu pożywienia, które powoduje podniesienie poziomu glukozy sprawia, że zaczynamy w większym stopniu preferować większe wypłaty odroczone niż mniejsze wypłaty natychmiastowe. Dotychczasowe badania dotyczące wpływu poziomu glukozy na dyskutowanie testowały jednak jedynie dwa warunki: warunek, w którym badani byli poddani manipulacji mającej zwiększyć ich poziom glukozy we krwi vs. warunek, w którym poziom glukozy we krwi nie był podnoszony. Co ciekawe, jak pokazują doniesienia z obszarów w dziedzinie zdrowia i procesów poznawczych (Michaud i in., 1991), związek poziomu glukozy we krwi z podejmowaniem decyzji nie musi być prostoliniowy. Okazuje się, że przyjmowanie zbyt dużych ilości pożywienia może dawać takie same efekty, jakie obserwujemy u osób w stanie głodu, m.in. spadek koncentracji (Pollitt i in., 1981). Przyglądając się bliżej procesom fizjologicznym człowieka, zaobserwować możemy również zjawisko tzw. termogenezy poposiłkowej, czyli okresowego wzrostu natężenia przemiany materii i wydatków energetycznych związanych z trawieniem, wchłanianiem, transportem składników odżywczych oraz magazynowaniem składników pokarmowych (Gawędzki i Hryniewiecki, 2010). Same procesy fizjologiczne niezbędne do przeprowadzania magazynowania składników pokarmowych wymagają aż 60-70% całociowych nakładów energetycznych związanych z przemianą materii. Stąd też, spożycie nadmiernie dużego posiłku prowadzić może do zużycia znacznych pokładów energetycznych na radzenie sobie ze skutkami przejedzenia, co z kolei może prowadzić do obniżenia poziomu glukozy we krwi. Zjawisko to, może potencjalnie tłumaczyć, dlaczego w niektórych obszarach wpływ głodu i przejedzenia przekłada się na takie same funkcjonowanie organizmu. Do tej pory jednak żadne badania nie testowały tej kwestii. Celem obecnych badań było sprawdzenie, czy wielkość spożytego posiłku w różny sposób wpływa na tempo dyskutowania. Aby to sprawdzić, przeprowadziliśmy badanie, w którym uczestnicy (N=104) zostali przydzieleni do jednego z trzech warunków: (1) osoby, które nie otrzymywały posiłku; (2) osoby, które otrzymywały posiłek normalnej wielkości; (3) osoby, które otrzymywały powiększony posiłek (odczuwające wyraźny stan przejedzenia). Każdy z uczestników badania wykonywał zadania na dyskutowanie dwukrotnie: pierwszy raz – od razu po pojawieniu się w laboratorium (na czczo) oraz drugi raz – godzinę po spożyciu posiłku (grupa nieotrzymująca posiłku odczekiwała godzinę od momentu pierwszego pomiaru). Wykorzystana przez nas procedura opierała się na procedurze wykorzystanej we wcześniejszych badaniach przez Wanga i Dvoraka (2010). Zakładaliśmy, że osoby spożywające normalny posiłek będą charakteryzować się niższym tempem dyskutowania, oraz że grupy osób głodnych i przejedzonych nie wykażą istotnej zmiany. Wyniki naszych badań pokazały, że tempo dyskutowania wypłat obniżyło się jedynie u osób spożywających posiłek normalnej wielkości. W pozostałych dwóch grupach nie zaobserwowaliśmy istotnych statystycznie różnic. Wydaje się, że mechanizm ten jest analogiczny do mechanizmu opisującego podejmowanie ryzyka przez managerów w przedsiębiorstwach: w sytuacji, w której managerowie znajdowali się poniżej określonego targetu byli skłonni do podejmowania</p>			

większego ryzyka; będąc nieznacznie powyżej wytyczonych celów wykazywali oni awersję do ryzyka; z kolei gdy znajdowali się znacznie powyżej swoich celów, znów byli skłonni do podjęcia większego ryzyka.

Wpływ treningu linii mentalnej wartości numerycznych na zadania matematyczne, zdolności numeryczne i podejmowanie decyzji.

Agata Sobków¹, Kamil Fuławka¹, Paweł Tomczak¹, Piotr Zjawiony¹, Jakub Traczyk¹

¹SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, Filia we Wrocławiu, II Wydział Psychologii

Cel: Celem badania było stworzenie i empiryczne zweryfikowanie skuteczności poznawczego treningu mogącego wpłynąć na zdolności numeryczne oraz podejmowanie decyzji. Dotychczasowe badania wykazały, że zdolności numeryczne są istotnym predyktorem lepszych decyzji zarówno w warunkach laboratoryjnych jak i naturalnych (przewidują np. lepsze zdrowie i zamożność; Cokely et al., 2016; Estrada-Mejia, de Vries, & Zeelenberg, 2016; Ghazal, Cokely, & Garcia-Retamero, 2014). Peters i Bajkebring (2015) uważają, że prekursorem obiektywnych zdolności numerycznych może być zdolność do różnicowania wielkości numerycznych, a dotychczasowe badania (np. Kucian et al., 2011; Park & Brannon, 2013) pokazały, że trening nakierowany na różnicowanie wielkości oraz umiejscawianie ich na tzw. linii mentalnej może skutecznie wpływać na wyniki uzyskiwane w zadaniach arytmetycznych (np. u dzieci z dyskalkulią rozwojową). Metoda: Badanie rozpoczęły (uczestniczyły w preteście) 122 osoby. W ramach tej pierwszej sesji badania, uczestnicy wypełnili w losowej kolejności miary zdolności numerycznych (obiektywnych, subiektywnych i mapowania liczb na osi), podejmowania decyzji (zadania finansowe, zadanie podawania ekwiwalentów pewnych loterii w domenie zysków), matematyki (zadania matematyczne osadzone w codziennych sytuacjach, szacowanie wartości paragonów) oraz pamięci roboczej (zadanie N-wstecz). Następnie, osoby badane były losowo przydzielane do jednego z dwóch warunków eksperymentalnych: treningu linii mentalnej wartości numerycznych (TLM) lub aktywnej grupy kontrolnej (AGK). Jediną różnicą między warunkami był sposób udzielania odpowiedzi w zadaniach: w TLM odpowiedzi udzielane były przy pomocy suwaka, natomiast w AGK odpowiedzi wpisywane były za pomocą klawiatury numerycznej. W trakcie kolejnych ośmiu sesji osoby badane wykonywały trening o rosnącej trudności. W trakcie każdej sesji (ok 20-30 minut) osoby badane udzielały odpowiedzi w pięciu blokach (każdy z nich składał się z 40 operacji matematycznych, np. 5 + 128). Aby awansować do kolejnego bloku, osoba badana powinna udzielić przynajmniej 50% odpowiedzi mieszczących się w zdefiniowanym zakresie (w przeciwnym wypadku musiała powtarzać dany blok). Po każdej próbie oraz na koniec każdego bloku osoby badane otrzymywały informację zwrotną. W trakcie ostatniej sesji (posttest) uczestnicy wypełniali te same zadania co w preteście. Badanie ukończyły 104 osoby. Wyniki: Efekt TLM testowany był przy pomocy regresji Bayesowskich. Każdy wynik w postteście przewidywany był przez odpowiadający mu wynik w preteście oraz przez warunek eksperymentalny (TLM vs. AGK). Zgodnie z naszymi oczekiwaniami, TLM wpłynął na zdolności na szacowania umiejscowienia liczb na osi, ale nie na pamięć roboczą. Dodatkowo, zaobserwowaliśmy efekt transferu na zadanie polegające na szacowaniu sumarycznej wartości zakupów (po TLM osoby badane szacowały [przy pomocy suwaka] te wartości bardziej precyzyjnie). Pomimo, że nie zaobserwowaliśmy efektu treningu na obiektywne zdolności numeryczne, zadania matematyczne czy decyzje finansowe, osoby badane w postteście (w porównaniu do pretestu) charakteryzowały się wyższymi subiektywnymi zdolnościami numerycznymi oraz podawały ekwiwalenty pewne loterii bliższe wartościom oczekiwanym. Podsumowując, wykazaliśmy, że nawet krótkotrwały trening linii mentalnej wartości numerycznych może przyczynić się do podejmowania lepszych decyzji.

Zdolności numeryczne a integralny oraz incydentalny afekt w decyzjach z doświadczenia

Dominik Lenda¹, Jakub Serek², Kamil Fuławka¹, Paweł Tomczak¹, Anna Połec¹, Karol Striżyk¹, Piotr Zjawiony¹,
Agata Sobków¹, Jakub Traczyk¹

¹SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, Filia we Wrocławiu, II Wydział Psychologii

²SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny

Ostatnimi czasy liczne badania wykazują, że osoby o wyższych zdolnościach numerycznych (ZN) podejmują lepsze decyzje (Garcia-Retamero i Cokely, 2017). Przykładowo, osoby z wyższym poziomem ZN, tzn. ludzie, którzy lepiej rozumieją ideę prawdopodobieństwa i potrafią w skuteczny sposób wykorzystywać informacje statystyczne (Cokely i in., 2012), dokonują normatywnie lepszych decyzji w warunkach ryzyka (Pachur & Galesic, 2013) i są mniej podatne na błędy w interpretacji statystycznych informacji dotyczących zdrowia (Garcia-Retamero i in., 2015). Efekty te są częściowo tłumaczone tym, że osoby o wyższym poziomie ZN poświęcają więcej czasu na deliberację przed podjęciem decyzji (Ghazal, Cokely i Garcia-Retamero, 2014) oraz gromadzą więcej informacji na temat potencjalnych wyników decyzji oraz przypisanym im prawdopodobieństwom (Ashby, 2017). Badania prowadzone nad zależnością afektu i zdolności numerycznych pokazują, że ludzie o wyższych ZN są mniej podatni na afekt incydentalny, czyli afekt niezwiązany z zadaniem decyzyjnym (Traczyk i Fuławka, 2016). Z drugiej strony, okazuje się, że osoby o wyższym poziomie ZN są bardziej wrażliwe na afekt integralny, który wynika z problemu decyzyjnego (Petrova, van der Pligt i Garcia-Retamero, 2014). Oczekiwaliśmy, że osoby o wyższych ZN włożą większy wysiłek w poszukiwanie informacji o problemie decyzyjnym. Ponadto, przewidywaliśmy, że zaangażowanie w poszukiwanie informacji o zadaniu decyzyjnym będzie zależało od źródła afektu. Ponadto oczekiwaliśmy również, że incydentalny strach wpłynie na zaangażowanie w poszukiwanie informacji o problemie decyzyjnym u osób z niskimi ZN, ale nie u osób wysoko numerycznych. Z drugiej strony, przewidywaliśmy, że lęk integralny wpłynie na zachowanie eksploracyjne jedynie osób o wysokich ZN. Nasze hipotezy testowaliśmy w dwóch eksperymentach przeprowadzonych w nurcie decyzji z doświadczenia (Hertwig i in., 2004; Hertwig i Erev, 2009). W zaprojektowanych przez nas eksperymentach przedstawialiśmy badanym dwa szare pola, które reprezentowały dwie loterie. Kliknięcie w jedno z pól powoduje losowanie jednego wyniku z określonego rozkładu wyników oraz wyświetlenie go na ekranie. Wykorzystaliśmy dziewięć problemów decyzyjnych, które były zastosowane w innych badaniach (np. Frey, Hertwig i Rieskamp, 2014). Uczestnicy badania początkowo nie mieli wiedzy na temat rozkładu prawdopodobieństwa wyników. Proces eksploracji zależał całkowicie od woli badanych (Wulff i in., 2017). Po zakończeniu etapu eksploracji, badani wskazywali, która opcja jest dla nich atrakcyjniejsza. Więcej „odkrytych” pól świadczyło o większym zaangażowaniu w poszukiwanie informacji na temat problemu decyzyjnego. W pierwszym eksperymencie indukowaliśmy incydentalny afekt, prosząc badanych o to, by przypominali i wyobrażali sobie doświadczenia ze swojego życia związane z emocją strachu lub radości (schemat międzygrupowy). W badaniu drugim osoby były losowo przypisane do jednej z dwóch grup, w których manipulowaliśmy integralnym relatywnie większym strachem (warunek medyczny) vs. relatywnie mniejszym strachem (warunek pieniężny). W obu eksperymentach do pomiaru zdolności numerycznych wykorzystaliśmy Berliński Test Zdolności Numerycznych (Cokely i in., 2012). Do oceny zmiany w afektywnych stanach osób badanych przed i po eksperymencie zastosowaliśmy kwestionariusz PANAS-X (Watson i Clark, 1999). Zaobserwowaliśmy wzrost na skali strachu w post-ście w obu eksperymentach, co świadczy o tym, że manipulacja zadziałała. Wstępne analizy danych z zastosowaniem modeli regresyjnych wskazują, że osoby o wyższych ZN bardziej angażują się w eksplorację problemów decyzyjnych. Zaobserwowaliśmy również efekt interakcyjny ZN z warunkiem afektywnym, osoby o wyższych ZN włożyły większy wysiłek w eksplorację w warunkach o większym afekcie integralnym. Niniejsze badania m.in. pokazują, że relacja między ZN a wysiłkiem włożonym w interakcje może być moderowana przez źródło lęku.

Zdolności numeryczne a gęstość i objętość istoty szarej w mózgu

Jakub Traczyk¹, Kamil Fuławka¹, Agata Sobków¹,

¹SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, Filia we Wrocławiu, II Wydział Psychologii

Wprowadzenie i cel badania Zgodnie z niedawno opublikowaną teorią umiejętnego podejmowania decyzji (ang. Skilled Decision Making; Cokely et al., 2016), ludzie różnią się między sobą jakością podejmowanych decyzji. Te względnie stałe różnice w kompetencjach decyzyjnych mogą być obserwowane w różnorodnych obszarach (np. zdrowie, finanse, szczęście) i odzwierciedlają to, w jaki sposób ludzie myślą o problemie decyzyjnym, rozumieją go i przetwarzają w odniesieniu do swoich przeszłych doświadczeń reprezentowanych w pamięci długotrwałej. U podstaw tej teorii leży założenie, wedle którego podejmowanie lepszych decyzji związane jest z: 1) wyćwiczonym wykorzystywaniem wyczerpującego i wnikliwego przetwarzania heurystycznego, 2) zrozumieniem struktury sytuacji/problemu decyzyjnego, które wchodzi w interakcję i kieruje 3) adaptacyjnym przetwarzaniem heurystycznym. To znaczy, teoria przewiduje, że dobre decyzje (np. w obszarze finansowym) nie są efektem stosowania racjonalnych, logicznych i abstrakcyjnych reguł (np. opartych na wyliczaniu wartości oczekiwanej), a raczej prowadzi do nich lepsze zrozumienie struktury problemu decyzyjnego oraz wyrafinowany proces przekształcania elementów tego problemu, który pomaga dokonywać adaptacyjnych wyborów w oparciu o stosowanie prostych, szybkich i oszczędnych heurystyk. Te umiejętności są wykształcane na bazie obiektywnych zdolności numerycznych w oparciu o przeszłe doświadczenia, które są gromadzone na przestrzeni lat i mogą być magazynowane w postaci śladów pamięciowych w pamięci długotrwałej. Opierając się na przewidywaniach teorii umiejętnego podejmowania decyzji, w obecnym badaniu sprawdzaliśmy hipotezę dotyczącą związków między zdolnościami numerycznymi, pamięcią długotrwałą (mierzoną za pomocą analizy gęstości i objętości istoty szarej metodą morfometrii opartej na woxelach; voxel-based morphometry, VBM) oraz podejmowaniem decyzji w zadaniu loteryjnym. Metoda Dwadzieścia osiem osób zostało zaproszonych do badania z wykorzystaniem rezonansu magnetycznego. Osoby badane rozwiązywały Berliński Test Zdolności Numerycznych (ang. Berlin Numeracy Test, BNT; Cokely et al. 2012) oraz dokonywały wyceny loterii w serii problemów decyzyjnych zaczerpniętych z poprzednich badań (Millroth & Juslin, 2015). Następnie, w rezonansie magnetycznym dokonywano skanów strukturalnych istoty szarej (ang. grey matter), w celu określenia jej gęstości i objętości w poszczególnych obszarach kory mózgowej. Wyniki Stosując standardowe podejście do analizy VBM, zaobserwowano dwa obszary neuronalne, które były skorelowane z poziomem zdolności numerycznych. W przypadku lewego hipokampa (struktury odpowiadającej za transfer informacji z pamięci krótkotrwałej do pamięci długotrwałej) zanotowano pozytywny związek gęstości i objętości istoty szarej w tym obszarze z wynikiem w teście BNT. Natomiast, w obszarach przyśrodkowego zakrętu obręczy (struktury związanej z umiejętnościami matematycznymi) związek z BNT był negatywny, co może świadczyć o kompensacyjnej roli tego obszaru. Dodatkowo, przeprowadzono analizę mediacji, w której predyktorem był wynik w teście BNT, zmiennymi pośredniczącymi – gęstość i objętość istoty szarej w hipokampie i przyśrodkowym zakręcie obręczy, a zmienną objaśnianą - parametr zakrzywienia funkcji wag decyzyjnych. Okazało się, że gęstość i objętość istoty szarej w hipokampie mediuje zależność między BNT a kształtem funkcji wag decyzyjnych. Wnioski Wstępne wyniki badania wskazują, że na poziomie neuronalnym struktury mózgu odpowiedzialne za magazynowanie śladów w pamięci długotrwałej są powiązane z wyższym poziomem zdolności numerycznych, co stanowi wstępne potwierdzenie przewidywań teorii umiejętnego podejmowania decyzji. Dodatkowo, wyniki analizy mediacji mogą sugerować, że w przypadku przetwarzania informacji o prawdopodobieństwie, to doświadczenie i pamięć długotrwała, a nie kalkulacje wartości oczekiwanej mogą być związane z mniejszym zniekształcaniem prawdopodobieństw w wagach decyzyjnych.

SESJA 2B: EKONOMIA BEHAWIORALNA			
17.05.2018 (czwartek)	10:40-12:00	Sala „TĘŻNIA”	prowadzący: Michał Krawczyk
Karanie ma negatywny wpływ na współpracę w eksperymencie wspólnego pastwiska			
Karolina Safarzyńska¹			
¹ Uniwersytet Warszawski			
<p>W tym artykule badamy, w jaki sposób różne mechanizmy nakładania sankcji za nadmierną eksploatację wspólnych zasobów naturalnych wpływa na zachowanie uczestników eksperymentu wspólnego pastwiska oraz prawdopodobieństwo wyczerpania zasobów naturalnych. W pracy porównujemy wyniki w przypadku, kiedy (1) uczestnicy mogą nakładać kary na siebie wzajemnie ponosząc tego każdorazowo koszt indywidualny; (2) gdzie uczestnicy kolektywnie decydują kogo ukarać w przypadku gdy choć jedna osoba zapłaci podatek na instytucje karania; oraz (3) gdzie kary są nakładane nie tylko na osoby, które nadmiernie eksploatują zasoby, ale także na te, które nie zapłaciły podatku (tzw. karanie drugiego stopnia). Nasze wyniki potwierdzają, że instytucja karania jest stabilna tylko w trzecim przypadku, karania drugiego stopnia. Eksperyment ujawnia jednak ciemną stronę karania: uczestnicy rekompensują koszty poniesione na ustanowienie instytucji nakładającej kary, eksploatując nadmiernie zasoby. Paradoksalnie prawdopodobieństwo wyczerpania zasobów jest najwyższe w przypadku karania drugiego stopnia, choć instytucja karania jest tam najbardziej stabilna. Co więcej, w 28% przypadkach, uczestnicy, którzy zapłacili podatek, głosowali jednocześnie, aby na nikogo nie nakładać kary. Prowadzi to do paradoksu: uczestnicy chcą instytucji karania, ale która nie nakłada kar. Ogólnie rzecz biorąc, nasze badanie wskazuje, że karanie drugiego stopnia pogarsza współpracę, co jest sprzeczne z wynikami z eksperymentów dóbr publicznych.</p>			
Reakcje na nieokazywanie zaufania w grze zaufania opisywanej jako zaufanie lub inwestycja			
Anna Macko¹			
¹ Akademia Leona Koźmińskiego			
<p>Wyniki badań sugerują, że okazywanie zaufania nie jest normą, gdyż ludzie nie spodziewają się karania i nie karzą nieokazywania zaufania w grach zaufania (są natomiast skłonni karać nieodwzajemnienie zaufania). W badaniach tych karanie przyjmowało formę pomniejszania zasobów Gracza 1, który nie okazał zaufania. Wydaje się jednak, że karanie nie zawsze musi przyjmować aktywną postać – pomniejszania zasobów – lecz również bardziej pasywną formę – unikania współpracy z nieokazującym zaufania w przyszłości. Celem przeprowadzonego badania było więc sprawdzenie, czy nieokazywanie zaufania prowadzi jednak do karania osób nieokazujących zaufania, które wyraża się większą skłonnością do unikania osoby nieokazującej zaufania niż okazującej choć niewielkie zaufanie, w przyszłych interakcjach. W badaniu porównywałam więc reakcje na nieokazywanie zaufania vs okazanie niewielkiego zaufania w klasycznej grze zaufania przedstawianej albo jako gra zaufania, albo jako gra inwestycji. Spodziewałam się: - słabszych negatywnych emocji i mniejszego niezadowolenia z ewentualnej współpracy z Graczem 1 okazującym pewne zaufanie (niewielkie, bo 1/10 zasobów) w porównaniu z perspektywą współpracy z Graczem 1 nieokazującym zaufania; - mniejszej skłonności do wyboru do współpracy innej osoby niż Gracz 1, gdy Gracz 1 okazał pewne zaufanie w porównaniu z sytuacją, gdy nie okazał zaufania. - gorszej percepcji Gracza 1, szczególnie na wymiarze uspołecznienia, gdy będzie nie przekazywał niczego w grze, w porównaniu z sytuacją gdy przekaże niewielką część swoich zasobów (1/10). - większych różnic w reakcjach na brak vs okazanie niewielkiego zaufania, gdy gra będzie przedstawiana jako zaufanie niż gdy będzie przedstawiana jako inwestycja. W badaniu wzięło udział</p>			

141 osób (76 K i 65 M, średni wiek $M = 21,60$, $SD = 2,30$). Badanie zostało przeprowadzone w schemacie 2 (wielkość transferu w grze: 0 lub 1/10 zasobów) x 2 (sposób opisu gry: zaufanie lub inwestycja). Badani czytali scenariusz opisujący rozegranie gry zaufania/inwestycji, a następnie oceniali: - jak czuliby się na miejscu Gracza 2 (któremu Gracz 1 przekazał 0 lub 1/10 zasobów) - 12 cech Gracza 1 (mierzących percepcję Gracza 1 na wymiarach moralności, uspołecznienia i kompetencji) - jak zadowoleni czuliby się, gdyby Gracz 1 był ich partnerem w innym zadaniu wymagającym współpracy - czy wybraliby Gracza 1 czy inną, nieznaną osobę, jako partnera w innym zadaniu wymagającym współpracy. Wyniki ujawniły następujące efekty: (1) negatywne emocje były, niezależnie od sposobu opisu gry – jako zaufania lub inwestycji, słabsze, gdy Graczowi 2 przekazane została niewielka część zasobów Gracza 1; (2) w grupie, w której Gracz 1 przekazał niewielką część swoich zasobów Graczowi 2 badani deklaruowali niższe niezadowolenie z faktu przydzielenia im Gracza 1 jako partnera do zadania wymagającego współpracy, oraz że ujawniali słabszą skłonność wybierania innej osobą niż Gracz 1 jako partnera do zadania wymagającego współpracy, niż w grupie, w której Gracz 1 nie przekazał niczego; (3) Gracz 1 był spostrzegany jako mniej uspołeczniony i mniej kompetentny, gdy nie przekazał nic w porównaniu z sytuacją, gdy przekazał w grze 1/10 swoich zasobów, nie pojawiły się natomiast żadne różnice w percepcji moralności Gracza 1; (4) w porównaniach reakcji badanych na nieokazywanie zaufania vs okazanie niewielkiego zaufania (transfer 1/10 zasobów) częściowo istotny okazał się wpływ tego, czy gra była prezentowana jako gra zaufania czy gra inwestycji; różnice w poziomie niezadowolenia z faktu przydzielenia Gracza 1 jako partnera do zadania wymagającego współpracy oraz w skłonności do wybierania innej niż Gracz 1 osoby, jako partnera do zadania wymagającego współpracy, osiągały poziom istotności statystycznej jedynie w grupach, w których gra była prezentowana jako gra zaufania.

Badanie skłonności do zemsty - analiza zachowań uczestników teleturnieju.

Natalia Starzykowska¹

¹Uniwersytet Warszawski

Bowles et al. (1997) zaproponowali pojęcie Homo Reciprocans określające jednostkę, która nagradza pozytywne zachowania członków społeczności, a sankcjonuje te niepożądane. Postawy te były weryfikowane m.in. w grach dotyczących dóbr publicznych (Fehr i Gächter 2000, Carpenter i Seki 2005). Część badań (Dohmen et al. 2006) stawia pytanie czy zachowania oparte na wzajemności mogą zwiększać prawdopodobieństwo sukcesu. Dziać się tak może na przykład wtedy, gdy pracodawca preferuje tego typu zachowania (Akerlof 1982, Bewley 1999). Zagadnienie negatywnej wzajemności może być szczególnie istotne z punktu widzenia korporacji, gdzie tego typu zachowanie może występować m.in. przy przekazywaniu zadań niechcianych, których wykonanie nie przynosi dużej korzyści, a obarczone jest istotnym ryzykiem porażki. Powyższe badania realizowane były w oparciu o metody eksperymentalne. Jednak w związku z ograniczeniami eksperymentów laboratoryjnych, obecnie rozwijane są również metody nakierowane na osiągnięcie podobnej kontroli poza laboratorium. Możliwość takie może dawać między innymi wykorzystanie danych pochodzących z teleturniejów. Dzięki usystematyzowanemu przebiegowi gry i jej jasnym regułom podejmowane przez graczy decyzje są łatwo obserwowalne i kwantyfikowalne. Ponadto badacz posiada wiedzę dotyczącą informacji, w oparciu o które zostały one podjęte. W trakcie samej gry praktycznie nie występują nieznanne badaczowi czynniki, które mogłyby zaburzać obserwowane decyzje. Jest to pewna przewaga w stosunku do danych pochodzących choćby z rynku pracy, gdzie prawdopodobieństwo wystąpienia nieobserwowalnych czynników jest stosunkowo wysokie. Niniejsze badanie jest próbą analizy skłonności do zemsty ujawnionej w wyborach dokonywanych przez uczestników programu telewizyjnego „Jeden z Dziesięciu” oraz jej relacji z płcią, wykształceniem i zmiennymi demograficznymi gracza. Wybory dotyczą wskazania uczestnika, który ma odpowiedzieć na następne pytanie. Ponieważ zmniejsza to szansę wskazanego na wygraną odcinka, wskazanie zwrotne można uznać za wyraz negatywnej wzajemności (negative reciprocity) albo prościej: zemsty. Do ekonometrycznej analizy danych wykorzystany został model mixed logit, ponieważ odpowiada powtarzalnemu charakterowi gry oraz dopuszcza heterogeniczność preferencji uczestników. Bazę danych

tworzy 117 odcinków, co przekłada się na ponad 6 000 indywidualnych decyzji. Dotychczas zgromadzone w bazie odcinki pochodzą z lat 1994 – 2014. Wedle mojej wiedzy, jest to pierwsze badanie negatywnej wzajemności oparte o dane z teleturnieju. Zaletą tego typu źródła danych jest liczba analizowanych wyborów - znacząco większa niż w wypadku eksperymentów laboratoryjnych. Ponadto, jak się wydaje, jest to pierwszy projekt poruszający to zagadnienie zrealizowany na polskich danych. Horyzont czasowy próbki potencjalnie może również pozwalać na podjęcie próby identyfikacji zmian w wyżej wymienionych zachowaniach na przestrzeni ostatnich 25 lat.

Czy (nadmierna) pewność siebie zależy od trudności zadania? Badanie w oparciu o biegu długodystansowe.

Michał Krawczyk¹, Maciej Wilamowski¹

¹Uniwersytet Warszawski

W tym projekcie badamy wpływ trudności zadania na nadmierną pewność siebie w oparciu o dane dla 1,6 miliona biegaczy-amatorów. Podobnie jak w naszym poprzednim badaniu (Krawczyk i Wilamowski 2016, JBDM) wykorzystujemy dwie miary nadmiernej pewności siebie: pierwszą z nich jest względny błąd explicite poczynionej prognozy czasu biegu, a drugą względne zwalnianie w drugiej części biegu (świadczące o zbyt szybkim starcie). Wychodzimy z założenia, że biegi dłuższe (szczególnie maraton w porównaniu do biegów dziesięciokilometrowych) oraz biegi wolniejsze (w porównaniu z innymi biegami na tym samym dystansie) były trudniejszymi zadaniami niż biegi krótsze i szybsze. Podobnie, przyjmujemy, że względnie powolni biegacze napotykali relatywnie trudne zadanie. W oparciu o te sposoby identyfikacji stwierdzamy, że w badanej przez nas próbie występuje wyraźna tendencja do wykazywania się silniejszą nadmierną pewnością siebie w relatywnie trudnych zadaniami. Ta generalna tendencja jest jedynie w niewielkim stopniu moderowana przez zmienne demograficzne takie jak płeć i wiek.

SESJA 3: PIĘCIOMINUTÓWKI (CZ. 1)			
17.05.2018 (czwartek)	12:20-13:00	Sala „SZKLANA”	prowadząca: Agata Trzcńska
W jaki sposób komunikować ryzyko związane ze smogiem? Wpływ formatu prezentacji informacji oraz treści komunikatu na percepcję ryzyka oraz działań zapobiegawczych.			
Joanna Malcherek¹, Agata Sobków¹			
¹ SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, Filia we Wrocławiu, II Wydział Psychologii			
<p>Smog jest poważnym zagrożeniem (szacuje się, że w jego wyniku umiera rocznie w Polsce około 45 tysięcy osób), niestety jest ono niedoceniane. Przede wszystkim dlatego, iż jest to zjawisko niezauważalne, a jego skutki są odroczone w czasie. Trudność z wyobrażeniem sobie konsekwencji smogu oraz brak zrozumienia mechanizmu ich powstawania, mogą dodatkowo sprzyjać zaniżonym ocenom tego ryzyka. Co więcej, ludzie często nie zdają sobie sprawy z przyczyn smogu, np. przeceniają wpływ przemysłu i transportu, a nie doceniają roli zanieczyszczeń powietrza pochodzących z tzw. niskiej emisji tj. domowych pieców, kominków oraz kotłów grzewczych opalanych paliwem o niskiej jakości. W literaturze przedmiotu jest relatywnie mało badań, które dotyczą percepcji ryzyka związanego ze smogiem. Badania z obszaru komunikacji ryzyka (np. zdrowotnego) wskazują na to, że forma przekazywania informacji o ryzyku może mieć znaczenie, a przedstawianie informacji w formie frekwencyjnych pomocy wizualnych, może zwiększać rozumienie prawdopodobieństwa i ryzyka. W celu sprawdzenia, które czynniki mogą wpłynąć na percepcję ryzyka związanego ze smogiem oraz na subiektywną ważność różnych działań rozmyślających (zmniejszających) to ryzyko, przeprowadziliśmy badanie, w którym manipulowaliśmy zarówno formą (tekstowa vs graficzna) prezentacji informacji o smogu jak i treścią (konsekwencje smogu vs. konsekwencje oraz przyczyny smogu). W komunikatach posługiwaliśmy się rzeczywistymi danymi obrazującymi to ryzyko oraz jego przyczyny. Wyniki badania pokazały, że format prezentacji informacji nie miał znaczenia ani dla percepcji ryzyka ani zabezpieczeń. Natomiast zawarcie w komunikacie informacji o przyczynach smogu zwiększyło subiektywną ważność różnych działań, które mogą zarówno zmniejszać smog (np. wymiana starego pieca tzw. kopciucha), jak i zmniejszać wpływ smogu na zdrowie swoje i swoich bliskich (np. zakup domowego oczyszczacza powietrza).</p>			
Nudne te decyzje. Wpływ doświadczania nudy na dokonywanie wyborów w loteriach ekonomicznych.			
Agata Kocimska-Zych¹, Jakub Serek¹			
¹ SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny			
<p>Zachowania impulsywne można zdefiniować jako niewrażliwość na konsekwencje podejmowanych działań. Tendencja do takich zachowań, w teoriach psychologicznych, często łączona jest z cechami osobowościowymi, w szczególności z wysokim natężeniem ekstrawersji. Jednakże, warto również uwzględnić fakt, że impulsywne zachowania mogą być uwarunkowane sytuacyjnie. Z dotychczas przeprowadzonych badań wnioskować możemy, że podwyższony poziom znużenia, poprzez wywoływanie poczucia bezsensowności i potrzeby poszukiwania sensu, zwiększa tendencję do impulsywności. Silnie znudzone osoby, próbując poradzić sobie z brakiem poczucia sensu, często uciekają się do zachowań impulsywnych przejawianych podczas różnych procesów decyzyjnych. Z perspektywy podejmowania decyzji, w swoich badaniach J.B.Richards i współpracownicy wykazali, że podwyższona impulsywność prowadzi do preferencji związanej z mniejszymi, ale natychmiastowymi wypłatami, ponad większymi, ale odroczonymi w czasie wynagrodzeniami. W naszym badaniu, osoby badane zostaną losowo przydzielone do dwóch grup (zwiększony poziom znużenia vs. poziom bazowy). Każdy badany będzie dokonywać serii decyzji ekonomicznych (tzw. decyzji z opisu), stawiających ich przed wyborem jednej z dwóch rodzajów loterii: pewnej wygranej o niskiej wartości vs. wysokiej wygranej o</p>			

niższym prawdopodobieństwie otrzymania wypłaty oraz niskiego, natychmiastowego wynagrodzenia vs. wysokiego wynagrodzenia odroczonego w czasie. Przewidujemy, że badani poddani manipulacji eksperymentalnej wykażą silniejszą tendencję do wyborów opcji pewnych i natychmiastowych niż osoby z grupy kontrolnej.

(Nie)prawdopodobna wygrana. Związek cech temperamentu z przekonaniem hazardzistów dotyczącymi wygranej i z zaangażowaniem w hazard.

Angelika Olszewska¹, Agata Sobków¹, Czesław Nosal¹

¹SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, Filia we Wrocławiu, II Wydział Psychologii

Celem przeprowadzonych badań było zweryfikowanie związków między cechami temperamentu, przekonaniem gracza dotyczącymi wygranej i zaangażowaniem się w gry hazardowe. Dotychczasowe badania wskazują na związek temperamentu z zaangażowaniem się w hazard. Dodatkowo badacze podkreślają, że zniekształcenia myśli związanych z grą łączą się z rozwojem patologicznego hazardu. Dotychczas w literaturze nie określono jednak jaką rolę pełnią przekonania graczy. Czy przekonania graczy związane są z utrzymywaniem dalszej motywacji do grania? Czy stanowią raczej operacjonalizację podjętych działań? Przeprowadzone badanie stanowi zarys odpowiedzi na powyższe pytania. W badaniu wzięło udział 353 hazardzistów, którzy wypełnili stworzony przez nas Kwestionariusz Przekonań i Zachowania Gracza. Otrzymane rezultaty wskazują na istotny związek temperamentu z przekonaniem hazardzistów: osoby o większej impulsywności, wytrwałości w dążeniu do celu i wrażliwości na nagrodę charakteryzowały się silniejszym poczuciem, że wygrana jest możliwa i prawdopodobna. W dodatku przekonania gracza pozwalały istotnie przewidzieć zaangażowanie w hazard nawet przy kontroli cech temperamentu i wrażliwości na niepewność.

Eksperti o smogu we Wrocławiu. Wpływ efektu sformułowania (framing) na postrzeganie spójności ekspertów.

Adrian Matukiewicz¹, Erik Løhre², Angelika Olszewska³, Agata Sobków³

¹SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny

²Simula Research Laboratory

³SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, Filia we Wrocławiu, II Wydział Psychologii

Obecnie opinia publiczna opiera się w dużej mierze na wypowiedziach ekspertów. Zwykle ich pozycja i autorytet skłaniają „niespecjalistów” do obdarowania ich kredytem zaufania i przyjęcia wydawanych przez nich sądów za wiarygodne. Co się stanie, jeśli w wypowiedziach ekspertów pojawią się sprzeczne informacje? Jak zareagują odbiorcy takich komunikatów? Jakie wypowiedzi uważane zostaną za niespójne? Przeprowadziliśmy dwa badania, w których uczestnicy mieli za zadanie zapoznać się z dwiema opiniami dwóch różnych ekspertów (badanie 1) lub dwiema opiniami tego samego eksperta wydanymi w odstępie roku (badanie 2). Osoby badane były losowo przydzielane do jednego z trzech warunków eksperymentalnych, w których opinie różniły się wartością procentową (45% lub 55%) i/lub sformułowaniem wypowiedzi (zanieczyszczenie powietrza wpłynie vs nie wpłynie na zdrowie mieszkańców). Następnie, osoby badane były proszone o udzielenie odpowiedzi na pytania, które dotyczyły spójności wypowiedzi, wiarygodności badań nad smogiem oraz postrzegania smogu jako zagrożenia dla zdrowia. Wyniki badania wykazały, że faktycznie sposób sformułowania (wpłynie versus nie wpłynie) wypowiedzi wpływał na spostrzeganą spójność ekspertów (pomimo iż obiektywnie wypowiedzi oznaczały to samo).

Pieniądze szczęścia nie dają? – w poszukiwaniu predyktorów subiektywnego sukcesu zawodowego

Piotr Pilch¹

¹Akademia Leona Koźmińskiego

W psychologicznym nurcie badań nad problematyką sukcesu zawodowego, szczególnie jego subiektywnego wymiaru, rozumianego jako rezultat skumulowanego, związanego z pracą zawodową dorobku jednostki w każdym momencie jej kariery, wyrażającego się w percepcji i autoewaluacji przez jednostkę jej osiągnięć, zadawane są pytanie o jego uwarunkowania. W tym kontekście istotna jest weryfikacja badawczych ustaleń Bozionelosa (2004), zgodnych z dyspozycyjnym traktowaniem postaw wobec pracy, w ramach którego to podejścia uważa się, że pewne jednostki są predysponowane do bycia zadowolonym lub niezadowolonym z efektów swojej pracy, niezależnie od obiektywnych faktów, takich jak np. wysokość wynagrodzenia. Zatem cechy osobowości, co potwierdziły badania Bozionelosa, mają decydujący wpływ na subiektywny sukces zawodowy, szczególnie takie jak stabilność emocjonalna i ugodowość (pozytywnie), z niejasnym statusem sumienności – odmiennym niż w badaniach Judge'a, Higginsa, Thorensena i Barricka (1999). Celem prezentowanego badania było poszukiwanie odpowiedzi na pytanie o relacje cech osobowości, inteligencji ogólnej i wynagrodzenia z subiektywnym sukcesem zawodowym. Istotne było zidentyfikowanie znaczenia każdego z tych elementów, jego ważności dla poczucia odniesienia sukcesu zawodowego. Badaniem objęci byli studenci studiów podyplomowych z zakresu zarządzania i dziedzin pokrewnych (302 osoby - 151 kobiet i 126 mężczyzn). Badanie typu audytoryjnego zostało przeprowadzone w pierwszej połowie 2017 roku i miało charakter ilościowy (model korelacyjny). Wykorzystano zestaw technik psychometrycznych – testów psychologicznych adaptowanych do warunków polskich. Diagnoza cech osobowości bazowała na Pięciodzennikowym Modelu Osobowości Costy i McRea (polska adaptacja Ten Item Personality Inventory). Inteligencja ogólna była zoperacjonalizowana jako suma zdolności poznawczych w obszarze inteligencji werbalnej oraz logicznego rozumowania i mierzona za pomocą Testu Rozumienia Słów (Wersja dla Zaawansowanych) oraz skali B testu 16 PF Cattela. Do pomiaru subiektywnego sukcesu zawodowego wykorzystano popularną skalę CSS (Career Satisfaction Scale) autorstwa Greenhousa, Parasuramana i Wormley'a (1990) w adaptacji własnej. Badanie wykazało większą rolę wynagrodzenia jako predyktora subiektywnego sukcesu zawodowego niż innych zmiennych, w tym dyspozycji osobowościowych.

Wpływ rywalizacji na decyzje ekonomiczne, jak obecność rywala wpływa na zaangażowanie w podejmowanie decyzji ekonomicznych na przykładzie dyskontowania

Witold Siekierzyński¹

¹Interdyscyplinarne Studia Doktoranckie, Wydział Psychologii, Uniwersytet Humanistycznospołeczny SWPS

Badanie eksplorowało tematykę wpływu rywalizacji na sposób w jaki ludzie podejmują decyzje ekonomiczne. Mierzony był wpływ obecności rywala i jego płci w opisie sytuacji na dyskontowanie, czyli zmianę subiektywnej wartości nagrody materialnej w zależności od przedstawionych w opisie sytuacji parametrów dostępności (prawdopodobieństwa jej uzyskania lub jej odroczenia). W badaniu uczestniczyli ochotnicy (N=344), osoby pełnoletnie, które zostały podzielone losowo na sześć grup. Eksperyment wykazał, że obecność rywala wpływa na zaangażowanie badanych wyrażane przez czas poświęcony wykonywaniu zadania. Na bazie innych badań z obszaru wpływu rywalizacji na zaangażowanie badanych (za: Doliński, 1998) oczekiwano, że czas wykonywania zadań w obecności rywala będzie istotnie krótszy. Okazało się, że w przypadku decyzji ekonomicznych związanych z sytuacją dyskontowania, czas ten był istotnie dłuższy dla obecności rywala w sytuacji dyskontowania prawdopodobieństwem i dłuższy na poziomie tendencji dla dyskontowania odroczeniem. Jednocześnie siła wpływu była moderowana przez zgodność płci rywala z płcią badanego i przez czynnik dyskontujący (prawdopodobieństwo vs. odroczenie). W przypadku prawdopodobieństwa istotnie silniejszy wpływ występował w przypadku rywala innej płci niż badany (w porównaniu z grupą bez rywala). Natomiast w przypadku odroczenia, istotne wydłużenie czasu dotyczyło obecności rywala tej samej płci

(różnica istotna względem grup bez rywala i z rywalem innej płci). Doliński, D. (1998). Ciemna strona rywalizacji. *Przeгляд Psychologiczny*, 41(3/4).

Wpływ aktywizacji idei pieniądza na samoocenę dzieci 8-10 letnich.

Agata Trzcńska¹, Karolina Kubicka¹

¹Uniwersytet Warszawski

Według hipotezy postawionej przez Zhanga (2009) samoocena i pieniądze mogą stanowić „wymienne” zasoby. Badania Gąsiorowskiej (2014) pokazały, że samo wzbudzanie myśli o pieniądzu może (w porównaniu z grupą kontrolną) podnosić poziom samooceny mierzonej jako samoocena jawna, samoocena utajona oraz narcyzm. Wspomniane badania były prowadzone wyłącznie wśród osób dorosłych. Powstaje jednak pytanie, kiedy w trakcie rozwoju dziecka pojawia się owa symboliczna wymiennosc pieniędzy i samooceny? Prezentowane przeze mnie badanie ma służyć jako pilotaż większego projektu badawczego, w którym analizowane będą mechanizmy kształtowania się u dzieci powiązań między pieniędzmi a samooceną. W zrealizowanym badaniu wzięło udział 83 dzieci w wieku 8-10 lat. Pierwszym etapem była manipulacja eksperymentalna, która polegała na wzbudzaniu (bądź nie) myślenia o pieniądzu. W drugiej części badania dzieci wypełniały skalę Self-Perception Profile for Children (SPPC) (Harter, 1985; Gacek i in., 2014), skonstruowaną jako narzędzie do pomiaru globalnej samooceny oraz jej specyficznych obszarów (kompetencje szkolne, akceptacja społeczna, kompetencje fizyczne, wygląd oraz kontrola zachowania) u dzieci od ósmego roku życia. Uzyskane wyniki pokazały, że aktywizacja myślenia o pieniądzu wpływa znacząco na postrzeganie przez dzieci swoich kompetencji szkolnych oraz fizycznych. Nie stwierdzono natomiast natomiast związku myślenia o pieniądzu z pozostałymi specyficznymi obszarami samooceny, ani z samooceną globalną.

SESJA 4A: FINANSE BEHAWIORALNE			
17.05.2018 (czwartek)	15:20-16:40	Sala „SZKLANA”	prowadząca: Agnieszka Lewandowska
Intuicja czy racjonalne inwestowanie? Zachowanie inwestorów giełdowych, a efekt nominalu na przykładzie polskiego rynku kapitałowego			
Magdalena Jasiniak¹ ¹ University of Lodz			
<p>Artykuł przedstawia wyniki własnego badania ankietowego, przeprowadzonego w listopadzie 2016 wśród 564 inwestorów indywidualnych w Polsce. Celem przeprowadzonego badania jest ocena wpływu wybranych cech osobowościowych oraz doświadczenia inwestycyjnego inwestorów giełdowych na kierunki i przyjęty sposób inwestowania. W ramach artykułu przeprowadzona została analiza uwarunkowań decyzyjnych inwestorów giełdowych w kontekście postrzegania ceny akcji jako istotnego czynnika warunkującego podejmowanie decyzji inwestycyjnych. Biorąc pod uwagę założenia teorii efektywności rynku, cena akcji nie ma wpływu na stopy zwrotu, jednakże inwestorzy ulegając efektowi nominalu, wykazują większą skłonność do zakupu walorów o relatywnie niskiej cenie. Ma to swoje przełożenie w decyzjach menedżerów i dążeniu do utrzymania cen akcji spółki w granicach optymalnego przedziału cenowego (np. poprzez dokonanie podziału akcji) celem zapewnienia efektywnej alokacji kapitału i płynności obrotu akcji danej spółki. Zdaniem Autorki, inwestorzy o mniejszym doświadczeniu oraz inwestorzy mniejszościowi są bardziej podatni na uleganie skrzywieniom behawioralnym i w większym stopniu opierają swoje decyzje na subiektywnym odczuciu i intuicji. Wykazują oni również większą skłonność do kupowania akcji o niskiej cenie nominalnej, ulegając złudzeniu, że akcje te przyniosą ponadprzeciętne zyski. Występuje jednak dolna granica ceny, poniżej której inwestorzy uważają akcje za zbyt tanie by mogły stanowić atrakcyjny cel inwestycyjny.</p>			
Znaczenie optymizmu przy podejmowaniu decyzji w finansach			
Radosław Pastusiak¹ ¹ University of Lodz			
<p>Celem artykułu jest pokazanie zjawiska optymizmu oraz jego wpływu na decyzje w finansach. Pojęcie optymizmu przy podejmowaniu decyzji inwestycyjnych na rynku finansowym jest ściśle związane z jednym z nowoczesnych nurtów nauki finansów, którym są finanse behawioralne. Punktem wyjścia rozważań finansów behawioralnych stanowi podważenie dotychczasowego dorobku naukowego podejścia neoklasycznego. Oznacza to, że ekonomiści zainteresowani nową koncepcją z dziedziny finansów kwestionują efektywność rynku finansowego, przy jednoczesnym uwzględnieniu założenia, że uczestnicy życia gospodarczego nie zawsze podejmują racjonalne decyzje, na co ma wpływ psychologia człowieka, a w tym jego emocje, nastawienie do życia oraz uwarunkowania psychiczne. W związku z tym, finanse behawioralne uważa się za połączenie nauk dotyczących ekonomii, psychologii oraz socjologii. Wedle założeń nurtu finansów behawioralnych nieracjonalność zachowań uczestników rynku kapitałowego wynika przede wszystkim ze skłonności psychologicznych inwestorów, takich jak nadmierna pewność siebie, złudzenie kontroli, nadmierny optymizm, konserwatyzm. Skłonności psychologiczne ludności zostały także uwzględnione w zagadnieniach dotyczących awersji do strat, efektu predyspozycji, efektu utopionych kosztów czy też mentalnego księgowania. W niniejszej pracy uwaga zostanie skupiona na omówieniu występowania problemu optymizmu wśród uczestników rynku finansowego, a przedstawienie wspomnianego zagadnienia będzie możliwe na podstawie przeglądu literatury zarówno polskiej, jak i zagranicznej.</p>			

Jak wykorzystać wiedzę z zakresu psychologii ekonomicznej do promowania długoterminowego inwestowania wśród Polaków

Michał Paszkowski¹

¹PKO Finat

Przez blisko 30 lat jakie upłynęło od początków transformacji systematycznie rośnie w Polsce poziom wiedzy ekonomicznej (w tym dotyczącej inwestowania). Nie towarzyszy temu jednak wzrost świadomości w zakresie psychologii inwestowania. W efekcie, drobni inwestorzy osiągają często efekty znacznie poniżej możliwości rynkowych co utrudnia tworzenie w Polsce kultury inwestowania długoterminowego – warunku powstawania społeczeństwa zamożnego. W ramach Izby Zarządzających Aktywami i Funduszami (podmiot zrzeszający m.in TFI) powstała inicjatywa stworzenia nowej mapy komunikacji z obecnymi i potencjalnymi klientami funduszy. Celem tego przedsięwzięcia miałyby być budowanie większej świadomości możliwości budowania majątku osobistego przez długoterminowe inwestowanie. Działania te miałyby obejmować nie tylko aspekty dotyczące instrumentów i rynków finansowych, ale także psychologiczną stronę inwestowania. Nowa mapa komunikacji powinna uwzględniać obserwowane często wśród drobnych inwestorów takie zjawiska jak: - skrajna awersja do ryzyka, - skłonność do inwestowania krótkoterminowego, spekulacyjnego, - nadmiernie emocjonalne przeżywanie wahań wartości inwestycji, - skłonność do inwestowania na „szczycie” (kiedy giełda staje się tematem medialnym) i wychodzenia z inwestycji na „dnie” cyklu koniunkturalnego (zmęczenie negatywnymi emocjami), - poddawanie się ograniczającym schematom myślowym czy błędom poznawczym przy podejmowaniu decyzji inwestycyjnych. Aby sprostać temu wyzwaniu inicjatorzy projektu poszukują możliwości nawiązania współpracy ze środowiskiem naukowym w obszarach psychologii ekonomicznej z uwzględnieniem finansów behawioralnych.

Strategie inwestycyjne w czasie hossy i bessy

Agnieszka Lewandowska¹, Joanna Sokołowska¹

¹Uniwersytet SWPS

Głównym celem badania było sprawdzenie czy istnieją różnice w strategiach inwestycyjnych w czasie hossy i bessy. Oczekiwano, że w czasie hossy inwestorzy będą poszukiwać ryzyka, stosując strategie takie jak Maxi Max i Long Shot, i unikać ryzyka w bessie, stosując strategie takie jak Mini Max i Short Shot. Strategie te mogą być modyfikowane przez różnice indywidualne w poszukiwaniu doznań, które również były kontrolowane w badaniu. Metoda: Uczestnikom przedstawiano 12 par opcji inwestycyjnych w dwóch warunkach: hossy i bessy. W każdej z par jedna z opcji faworyzowała strategię poszukiwania ryzyka, a druga – unikanie ryzyka (np. Mini Max i Maxi Max; Long Short i Short Shot). Trendy giełdowe: manipulacja. Respondenci byli przypisywani losowo do jednej z dwóch grup. Jednej z nich prezentowano opis hossy, a drugiej – opis bessy. Opisy trendów giełdowych, charakteryzujących hossę lub bessę, składały się z historycznych wartości indeksów giełdowych (takich jak Dow Jones Industrial, NASDAQ, WIG) oraz ze wskaźników rynkowych takich jak PKB, stopa bezrobocia, wskaźnik koniunktury, sprzedaż detaliczna. Konstrukcja opcji inwestycyjnych. Respondentom prezentowano pary składające się z 5 wynikowych opcji, spośród których jedna faworyzowała strategię ryzykowną (Maxi Max lub Long Shot), a druga strategię unikania ryzyka (Mini Max lub Short Shot). Opcje różniły się rozkładem wyników oraz wypłatami, a jednocześnie CPT albo EV oraz wariancja obu opcji były wyrównane. Na przykład jedna z prezentowanych par składała się z Opcji A (Mini Max) gdzie stopa zwrotu wynosiła -30, -25, 10, 65 i 100, z prawdopodobieństwami 0.05, 0.3, 0.3, 0.3, 0.05 oraz z Opcji B (Maxi Max) gdzie wypłaty wynosiły: -70, -20, 15, 38, 150, z prawdopodobieństwami 0.05, 0.2, 0.35, 0.35 i 0.05. Obie opcje mają EV równe 18.5, CPT około 2.5 i odchylenie standardowe wypłat około 41. Zadanie. Respondenci byli proszeni o ocenę ryzykowności i atrakcyjności każdej z opcji inwestycyjnych na skali od 1 do 10, a następnie o wybranie jednej z opcji. Zadanie było powtarzane dla wszystkich 12 par opcji. Opcje były wyświetlane losowo. Pomiar różnic indywidualnych w poszukiwaniu doznań. Różnice indywidualne były mierzone za pomocą skali SSS-V Zuckermana, składającej się z 40 twierdzeń z wymuszonym wyborem. Aspiracje. Respondenci proszeni byli o określenie stopy zwrotu, którą uważają za dobrą, złą i satysfakcjonującą w opisanych warunkach rynkowych (hossa lub bessa). Dodatkowe pomiary. Uczestnicy byli pytani o to czy inwestują, a jeśli tak, to jaka jest wartość ich portfela. Kontrolowany był wiek, płeć oraz wykształcenie. Uczestnicy. Eksperyment był zaplanowany w schemacie międzygrupowym. Przebadano dwie, 90 osobowe grupy studentów finansów. Jedna grupa otrzymała scenariusz wskazujący na hossę, druga – na bessę. Motywacja. Aby zmotywować uczestników do udzielania starannych odpowiedzi rozlosowano 6 nagród w wysokości 50 zł. Wylosowani uczestnicy mieli możliwość zatrzymania nagrody lub rozegrania jednej z loterii, spośród dokonanych przez siebie wyborów. Wyniki: Wstępne wyniki w warunkach hossy wskazują na wyższe oceny atrakcyjności dla opcji Maxi Max ($M = 6.37$, $SD = 1.08$) w porównaniu z opcją Mini Max ($M = 5.9$, $SD = 1.05$), $t(91) = 4.1$; $p < 0.001$. Podobnie, oceny atrakcyjności opcji Long Shot ($M = 6.73$, $SD = 1.28$) są wyższe od ocen atrakcyjności opcji Short Shot ($M = 6.03$, $SD = 1.21$), $t(91) = -4.22$; $p < 0.001$. Respondenci wyżej oceniali ryzykowność opcji Maxi Max ($M = 6.06$, $SD = 1.35$) w porównaniu z Mini Max ($M = 5.38$, $SD = 1.11$), $t(91) = 5.9$; $p < 0.001$, i podobnie opcje Long Shot ($M = 5.67$, $SD = 1.38$) były oceniane jako bardziej ryzykowne w porównaniu z opcjami Short Shot ($M = 4.17$, $SD = 1.45$), $t(91) = -11.67$, $p < 0.001$. Dalsze analizy są w toku.

SESJA 4B: MATERIALIZM			
17.05.2018 (czwartek)	15:20-16:40	Sala „TĘŻNIA”	prowadzący: Łukasz Jach
Brak poczucia bezpieczeństwa jako moderator materialistycznych wpływów społecznych nastolatka			
<p>Anna Maria Zawadzka¹, Tim Kasser², Małgorzata Niesiołowska³, Aleksandra Lewandowska-Walter¹, Małgorzata Górnik-Durose⁴</p> <p>¹Uniwersytet Gdański ²Knox College ³Uniwersytet w Białymstoku ⁴Uniwersytet Śląski w Katowicach</p>			
<p>Celem badania było sprawdzenie jak brak poczucia bezpieczeństwa (tj. rozwód i niski status socjoekonomiczny rodziny) moderuje związek materializmu matki, ojca, rodzeństwa i rówieśnika z materializmem nastolatka. Przebadano 199 rodzin – nastolatka, jego matkę, ojca, jego jedno z rodzeństwa i jego rówieśnika. Zbadano materializm jawny rodziców, rodzeństwa i rówieśników oraz materializm jawny i utajony nastolatka. Analiza moderacji wskazała na cztery istotne efekty moderacji: a) rozwodu - w związku materializmu rodzeństwa z materializmem jawnym nastolatków i materializmu ojców z materializmem utajonym nastolatków oraz b) SES - w związku materializmu rodzeństwa i rówieśników z materializmem jawnym nastolatka. Wnioskiem z badania jest, że brak poczucia bezpieczeństwa wzmacnia oddziaływanie materialistycznych wpływów społecznych na nastolatka.</p>			
Korzystanie z mediów społecznościowych a materializm nastolatków			
<p>Magdalena Iwanowska¹, Anna Maria Zawadzka¹</p> <p>¹Uniwersytet Gdański</p>			
<p>Materializm, czyli przekonanie, że pieniądze – i wszystko, co można za nie kupić – dadzą człowiekowi spełnienie i przyniosą szczęśliwe życie, stał się jednym z wyznaczników współczesnej kultury. Jednocześnie wyniki badań pokazują, że dążenia materialistyczne zamiast podwyższać szczęście powodują jego obniżenie oraz mają negatywny związek z samooceną oraz psychicznym i fizycznym dobrostanem (np. Dittmar i in., 2014; Niemiec i in., 2009; Ryan i in., 1999). Podobne wyniki uzyskano w badaniach dzieci i młodzieży. Wysoki poziom materializmu wiąże się z niższą satysfakcją z życia, niższą witalnością, wyższym poziomem niepokoju, większą liczbą symptomów depresyjnych oraz problemami zdrowotnymi o naturze somatycznej (np. z częstszymi bólami głowy) (np. Cohen i Cohen, 1996; Kasser i in., 2013; Zawadzka, 2013). Wśród najważniejszych źródeł materializmu badacze wymieniają – obok rodziny i przyjaciół – media, które pełnią istotną funkcję socjalizacyjną i są źródłem wiedzy o wartościach dominujących w danym społeczeństwie. Wykazano, że ekspozycja na tradycyjne media i reklamę ma duże znaczenie w kształtowaniu postaw materialistycznych młodzieży (np. Chaplin, John, 2007; Churchill, Moschis, 1979; Bujzen, Valkenburg, 2003). Nieliczne badania wskazują na podobny związek w przypadku mediów społecznościowych, które są coraz powszechniej używane przez dzieci i młodzież. Wykazano, że wśród dorosłych korzystanie z mediów społecznościowych, szczególnie z Facebooka, wiąże się pozytywnie z materializmem (Kamal, Chu, Pedram, 2013; Ozimek, Baer, Forster, 2017). Celem referatu jest przedstawienie wyników badania korelacyjnego, w którym określono rolę mediów społecznościowych w kształtowaniu się materializmu polskich nastolatków. Badanie odpowiadało na pytania, jak ekspozycja, preferowany rodzaj oraz sposób użytkowania mediów społecznościowych wiążą się z</p>			

materializmem adolescentów. Odwołując się do wyników badań poprzedników, w badaniu założono, że częstość ekspozycji na media społecznościowe (nośniki wartości materialistycznych) będzie wiązać się pozytywnie z materializmem nastolatków. Sprawdzone także, jak rodzaj preferowanych mediów społecznościowych oraz sposób korzystania z mediów społecznościowych wiążą się z materializmem. W badaniu udział wzięło N = 200 uczniów szkół gimnazjalnych z woj. pomorskiego i warmińsko-mazurskiego. W badaniu wykorzystano: 1) Indeks Aspiracji (Aspiration Index, Kasser i Ryan 1996; wersja eksperymentalna, Zawadzka i in., 2015), który bada materializm rozumiany jako dominacja trzech aspiracji w życiu – sukcesu finansowego, popularności i atrakcyjnego wyglądu, 2) Kwestionariusz Częstości Używania Mediów Społecznościowych (inspirowany J. Schor, 2003) oraz 3) Kwestionariusz Sposobów Używania Mediów Społecznościowych (Iwanowska, 2016), który obejmuje cztery funkcje: interpersonalną, eksploracyjną, rozrywkową, ekspresyjną. Wyniki przeanalizowano za pomocą analizy regresji. Wykazano, że predyktorami materializmu jest sposób korzystania z mediów. Wykazano, że funkcja eksploracyjna i interpersonalna wiążą się negatywnie z materializmem, natomiast funkcja ekspresyjna wiąże się pozytywnie z materializmem nastolatków. Przeprowadzone badanie wskazuje na istotną rolę sposobu użytkowania mediów w kształtowaniu materializmu nastolatków. Jednocześnie dowodzi, że czas spędzany w mediach społecznościowych oraz preferowany typ mediów społecznościowych nie mają znaczenia w kształtowaniu ich materializmu.

Osobowościowe źródła kłopotów ze szczęściem u materialistów

Małgorzata Górnik-Durose¹

¹Uniwersytet Śląski w Katowicach

Wiązanie materializmu z obniżonym dobrostanem ma długą tradycję w psychologii i jest wsparte wieloma doniesieniami z badań, które doczekały się już solidnej meta-analizy Helgi Dittmar i jej współpracowników. Jednakże - jak wskazuje wspomniana meta-analiza - związek ten nie jest specjalnie silny, a mechanizmy leżące u podstaw relacji nie do końca jasne. Próbując wyjaśnić jeden z możliwych mechanizmów, w referacie odnoszę się do powiązań w trójkącie materializm – osobowość (neurotyczność i narcyzm) – dobrostan psychiczny, na które wskazuje szereg doniesień empirycznych. Nawiązuję przy tym do wyodrębnionych wcześniej dwóch typów materializmu – „pawiego”, charakteryzującego się niską neurotycznością i wysokim narcyzmem jawnym, oraz „mysiego”, któremu towarzyszy wysoka neurotyczność i niski poziom jawnego narcyzmu. Wyniki trzech niezależnych badań, prezentowanych w referacie, wskazują na istotne różnice w zakresie dobrostanu psychicznego pomiędzy „pawiami” (wyższy) i „myszami” (niższy). Uzyskane rezultaty świadczą również o tym, że relacja pomiędzy materializmem i dobrostanem psychicznym jest mediowana przez właściwości osobowości – neurotyczność odpowiada jednoznacznie za obniżenie poziomu dobrostanu u materialistów, natomiast narcyzm powoduje, że nawet będąc materialistą można doświadczać relatywnie wysokiego poziomu dobrostanu psychicznego i satysfakcji życiowej.

Skłonność do wręczania świątecznych podarunków oraz ich preferowana minimalna wartość a częstotliwość praktyk religijnych, czyli o prezentach raz jeszcze

Łukasz Jach¹, Magdalena Krzyżanowska¹, Krystian Kurczenko¹

¹Uniwersytet Śląski w Katowicach

Podczas konferencji ASPE w 2017 autorzy zaprezentowali wyniki badań dotyczących skłonności do obdarowywania prezentami bożonarodzeniowymi i ich preferowanej minimalnej wartości w kontekście typu prezentu, relacji z obdarowywanym oraz przekonań religijnych. Wziąwszy pod uwagę usłyszane wówczas komentarze i sugestie, w okresie poprzedzającym święta Bożego Narodzenia w 2017 roku przeprowadzono kolejne badanie dotyczące wymienionych kwestii. Wzięło w nim udział 417 osób (322 kobiety i 95 mężczyzn),

w wieku między 19. a 50. rokiem życia. Podobnie jak w poprzedniej procedurze, badani pytani byli o skłonność do wręczenia prezentu oraz preferowaną minimalną wartość prezentu w zależności od jego formy i relacji z obdarowanym, jednak tym razem poziom religijności zoperacjonalizowany został w oparciu o częstotliwość uczestnictwa w mszy świętej, a pytanie o tę kwestię pojawiało się nie na początku, ale na końcu badania. Zebrane dane odnoszące się do skłonności do wręczenia prezentu oraz jego preferowanej minimalnej wartości poddano analizie wariancji w modelu 3 (typ prezentu: materialny, bon, gotówka) x 3 (relacja z obdarowywanym: bliski, przyjaciel, znajomy) x 3 (częstotliwość uczestniczenia we mszy świętej: niska, średnia, wysoka). Wychodząc od założeń mówiących, że obdarowywanie prezentami może dostarczać przyjemnych doznań ludziom o różnych przekonaniach światopoglądowych oraz pełni ważne funkcje społeczne przypuszczano, że poziom zaangażowania religijnego nie będzie stanowił czynnika powiązanego ze skłonnością do wręczania prezentów bożonarodzeniowych. Ponadto, biorąc pod uwagę to, że bardziej wierzące osoby czerpią przeżycia powiązane ze świętami z szerszego spektrum kontekstów (nie tylko rodzinnego czy materialnego, ale również sakralnego), założono, że osoby słabo zaangażowane religijnie będą deklarowały najwyższą wartość wręczanych bożonarodzeniowych prezentów, zaś najniższą ich wartość będzie wskazywana przez wysoce zaangażowanych badanych. Uzyskane rezultaty potwierdziły pierwsze z przedstawionych przypuszczeń, wykazując, że na skłonność do wręczania prezentów miały wpływ relacja z obdarowywaną osobą oraz interakcja wymienionych aspektów, ale w żaden sposób nie wiązała się z nią częstotliwość uczestnictwa w mszy. Druga z wymienionych hipotez uzyskała jedynie częściowe potwierdzenie. Co prawda preferowana wartość prezentu powiązana była nie tylko z jego typem, relacją z obdarowywanym oraz interakcją wymienionych czynników, ale również z częstotliwością uczestniczenia we mszy świętej oraz interakcją tej zmiennej z typem prezentu, jednak najwyższa deklarowana wartość prezentów charakteryzowała osoby o średnim poziomie zaangażowania religijnego, zwłaszcza gdy osobą obdarowywaną miał być ktoś bliski. Wskazane rezultaty dotyczące skłonności do obdarowywania można interpretować jako wskaźnik współczesnego wykraczania rytuałów bożonarodzeniowych poza ścisły kontekst religijny. Wyniki dotyczące minimalnej preferowanej wartości prezentów sugerują zaś, że wartość prezentu preferowana przez osoby najrzadziej i najczęściej uczestniczące w mszy świętej jest podobna, choć może wynikać to z różnych przyczyn.

SESJA 5A: PSYCHOLOGIA PIENIĄDZA			
17.05.2018 (czwartek)	17:00-18:00	Sala „SZKLANA”	prowadząca: Katarzyna Samson
Stosunek do pieniędzy a preferencje Polaków wobec pieniądza elektronicznego i tradycyjnego			
Witold Siekierzyński¹, Grażyna Wąsowicz², Dorota Zaborska³, Michał Dubrawski³			
¹ Interdyscyplinarne Studia Doktoranckie, Wydział Psychologii, Uniwersytet Humanistycznospołeczny SWPS			
² Uniwersytet Warszawski			
³ Intytut Badawczy ARC Rynek i Opinia			
<p>Celem badania (eksploracyjnego) było opisanie związków między stosunkiem do pieniędzy a preferencjami Polaków wobec pieniądza bezgotówkowego i bezgotówkowych form płatności. Wykorzystano w nim Hierarchiczny Model Stosunku do Pieniądzy, zgodnie z którym jednostki można opisać w zakresie dziewięciu charakterystyk. Pochodzą one z poziomu postawy wobec pieniędzy (kontrola pieniędzy – komponent behawioralny, traktowanie pieniędzy jako środka realizacji wartości – komponent poznawczy i przyjemności towarzyszącej zajmowaniu się pieniędzmi – komponent emocjonalny) oraz poziomu poznawczo-behawioralnych kompetencji finansowych przekonania na temat inwestowania, ubezpieczania i korzystania z usług bankowych oraz zachowania związane z zarządzaniem pieniędzmi, księgowaniem wydatków i spontanicznym wydawaniem pieniędzy). W badaniu uczestniczyli ochotnicy (N=1000), w wieku 18-55 lat. Rozkład zmiennych demograficznych był kontrolowany pod względem zgodności z rozkładem w badaniu Diagnozy Społecznej 2015 (Czapiński, Panek, 2016). Wykorzystano w nim Kwestionariusz Stosunku do Pieniądza (Wąsowicz-Kiryło, 2013), rozszerzony o pytania dotyczące znajomości i preferencji wobec różnych form pieniądza i płatności. Badanie zostało przeprowadzone w Internecie na platformie ePanel.pl przez Instytut Badawczy ARC Rynek i Opinia na zlecenie eService sp. z o.o. Wyniki wskazują, że ponad połowa Polaków (56%) preferuje pieniądź w formie elektronicznej. Ponadto, wykazano, że niektóre wymiary stosunku do pieniędzy istotnie statystycznie różnicują preferencje wobec pieniądza gotówkowego i bezgotówkowego. Na podstawie zróżnicowania stosunku do pieniędzy i preferencji wobec pieniądza (bez)gotówkowego można wyodrębnić sześć segmentów osób, które różnią się także w zakresie spontanicznej znajomości rodzajów płatności i motywów korzystania z różnych form pieniądza. Bibliografia Czapiński J., Panek T. (red.) (2016). Diagnoza społeczna 2015. www.diagnoza.com Wąsowicz-Kiryło, G. (2013). Postawy wobec pieniędzy: pomiar, struktura, determinanty. Warszawa: Difin SA.</p>			
Cechy osobowości i cechy funkcjonowania finansowego a satysfakcja z życia			
Grażyna Wąsowicz¹			
¹ Uniwersytet Warszawski			
<p>Celem badania była opisanie zależności zachodzących między cechami osobowości i cechami funkcjonowania finansowego a satysfakcją z życia. Badanie przeprowadzono z wykorzystaniem Kwestionariusza skali SES Rosenberga (pomiar samooceny), Inwentarza Osobowości NEO-FFI Costy i McRae (Model osobowości tzw. Wielka Piątka), Inwentarza cechy lęku Spielberga, Kwestionariusza Reakcji na Zdarzenia Higginsa (orientacje regulacyjne), Kwestionariusza Cech Funkcjonowania Finansowego Wąsowicz oraz Skali Satysfakcji z Życia Dienera. Wzięło w nim udział 680 osób (po równo kobiet i mężczyzn), zróżnicowanych pod względem charakterystyk demograficzno-ekonomicznych. Analizy wykazały, że zarówno w grupie kobiet i mężczyzn można wyodrębnić trzy skupienia, obejmujące odpowiednio w grupie kobiet 36, 30 i 34% badanych oraz 32, 19 i 40% mężczyzn. Skupienia kobiet i mężczyzn mają podobną charakterystykę w zakresie cech osobowości,</p>			

lecz różnią się rozkładem natężenia cech funkcjonowania finansowego. Natomiast jeśli chodzi o związek z satysfakcją z życia kobiety ze skupienia I., o wysokiej samoocenie, wysoce sumienne, o niskim poziomie neurotyczności i lęku mają najwyższe natężenie cech funkcjonowania finansowego (np. zapotrzebowania na wiedzę) i wysokie poczucie satysfakcji z życia. Natomiast najmniej zadowolone ze swojego życia są kobiety ze skupienia III., o niskiej samoocenie, niesumienne, wysoce neurotyczne i lękowe, które w refleksyjny sposób podejmują decyzje finansowe i są średnio sprawne w sprawach finansowych. Mężczyźni ze skupienia I. charakteryzują się średnim natężeniem cech funkcjonowania finansowego i wysokim poczuciem satysfakcji z życia. Najniższy poziom tej ostatniej cechy reprezentują mężczyźni o niskiej samoocenie, umiarkowanie neurotyczni i lękowi, odczuwający niskie zapotrzebowanie na wiedzę finansową i wykazujący średnią sprawność w sprawach finansowych.

Status społecznoekonomiczny a zaufanie

Katarzyna Samson¹, Tomasz Zaleśkiewicz¹

¹SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny

W swoim funkcjonowaniu społeczno-poznawczym, osoby o wysokim statusie społecznoekonomicznym skupiają się własnych stanach wewnętrznych, celach oraz motywacjach, zaś osoby o niskim statusie zwracają większą uwagę na czynniki zewnętrzne, pozostające poza ich kontrolą. W tej pracy pokazujemy, w jaki sposób powyższe różnice znajdują odzwierciedlenie w odmiennych wzorcach zaufania interpersonalnego, wykorzystując grę w zaufanie oraz metody kwestionariuszowe. W pierwszym badaniu osoby o niskim statusie różnicują swój poziom zaufania do partnera w zależności od otrzymanych na jego temat informacji, zaś osoby o wysokim statusie nie. W drugim badaniu tylko osoby o niskim statusie przejawiają niższą ufność w reakcji na zagrożenie. W trzecim badaniu, aby zinterpretować zdradę ich zaufania, osoby o niskim statusie częściej używają atrybucji sytuacyjnych, zaś osoby o wysokim statusie chętniej korzystają z atrybucji dyspozycyjnych.

SESJA 5B: PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ			
17.05.2018 (czwartek)	17:00-18:00	Sala „TĘŻNIA”	prowadzący: Artur Domurat
Czynniki różnicujące skłonności do ryzyka w grupie przedsiębiorców i pracowników etatowych w odniesieniu do kontekstu sytuacjach biznesowych i niebiznesowych.			
Tomasz Zaleśkiewicz ¹ , Adriana Bernady ¹ , Jakub Traczyk ¹			
¹ SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, Filia we Wrocławiu, II Wydział Psychologii			
<p>W psychologii ekonomicznej nie ma jasności co do tego, na czym polegają różnice w percepcji i podejmowaniu ryzyka między przedsiębiorcami a nie-przedsiębiorcami. Pewne badania świadczą o tym, że obie grupy nie różnią się między sobą, jeśli chodzi o ogólną (zgeneralizowaną) skłonność do ryzykowania, która może się wyrażać np. w wyborze sposobów spędzania wolnego czasu lub podejmowania działań w kontekście społecznym. Z drugiej strony, meta-analizy zbierające wyniki wielu badań wskazują na to, że w kontekstach związanych ściśle z biznesem przedsiębiorcy wykazują wyższą skłonność do wybierania ryzykownych rozwiązań niż kierownicy zatrudnieni na etatach (np. jako menedżerowie). Celem naszego badania było zaproponowanie i empiryczne przetestowanie mechanizmów psychologicznych, które mogą przyczynić się do wyjaśnienia powyższej niejasności. Opieramy się na modelu teoretycznym zaproponowanym wcześniej przez Zaleśkiewicza, Traczyka i Sobków, w którym się zakłada, że ważną częścią procesu percepcji i podejmowania ryzyka jest tworzenie wyobrażeń umysłowych i uleganie emocjom. Ci autorzy przyjmują, że gdy ludzie stoją przed ryzykownym wyborem, to wizualizują sobie w wyobraźni przyszłe skutki (pozytywne lub negatywne) różnych działań. Wyobrażenia pozostają w związkach z emocjami i ocenami poznawczymi, wpływając ostatecznie na skłonność do wybrania ryzyka lub ostrożności. Przyjmujemy, że różnica między przedsiębiorcami i nie-przedsiębiorcami może polegać na tym, że gdy są skonfrontowani z ryzykownym wyborem, to generują różne co do nasilenia i znaku wyobrażenia, co skutkuje odmiennym nasileniem przeżywanych emocji i wpływa na proces ryzykownego wyboru. Zakładamy też, że te różnice dotyczą w większym stopniu sytuacji bezpośrednio związanych z biznesem, niż sytuacji niebiznesowych. W konsekwencji, w sytuacjach biznesowych pojawia się różnica między tymi dwiema grupami, jeśli chodzi o skłonność do ryzykowania, a w sytuacjach niebiznesowych owa różnica zanika. W przeprowadzonym badaniu uczestniczący czytali krótkie scenariusze sytuacji ryzykownych a następnie oceniali swoje reakcje w doniesieniu do wyrazistości wyobrażeń, intensywności emocji im towarzyszących, oceny ryzyka, skłonności do ryzyka oraz lęku. Specyficzne różnice między grupą przedsiębiorców i pracowników etatowych wykryliśmy w odniesieniu do wyrazistości generowanych wyobrażeń, intensywności emocji oraz oceny towarzyszącego wyobrażeniom konsekwencji lęku. Z przeprowadzonych analiz wariancji wynika, że przedsiębiorcy oraz pracownicy etatowi nie różnią się ogólnym wskaźnikiem skłonności do ryzyka. Różnice występują dopiero po uwzględnieniu podziału na ocenianą scenariuszowo skłonność do ryzyka w kontekście sytuacji biznesowych, gdzie można zaobserwować istotne różnice skłonności do ryzyka między grupami. W celu sprawdzenia charakteru różnic w trakcie badania przeprowadzono Balloon Analogue Risk Task jako szeroko udokumentowaną w badaniach behawioralną miarę ryzyka. W wynikach Testu BART nie wykryto różnic między grupami, co pozwala wnioskować, że różnice nie występują w ogólnej skłonności do ryzyka a ujawniają się dopiero w specyficznym dla grup badawczych kontekście (podziału na sytuacje biznesowe i niebiznesowe). Spójne z przedstawionymi wnioskami są także wyniki analiz uwzględniające ocenę lęku towarzyszącego wyobrażeniom konsekwencji sytuacji ryzykownych w kontekście biznesowym, gdzie istotne różnice występują w odniesieniu do czynnika grupującego (przedsiębiorca vs. pracownik etatowy) oraz różnic w ocenie lęku w zależności od kontekstu sytuacji (biznesowy vs. niebiznesowy). Podsumowując różnicujące zmienne to wyrazistość tworzonych wyobrażeń, intensywność emocji oraz ocena lęku. Na podstawie wyników badania wnioskować można, że przedsiębiorcy tworzą bardziej wyraziste wyobrażenia sytuacji biznesowych, towarzyszą im bardziej</p>			

intensywne emocje, które prawdopodobnie są odczuwane jako bardziej pozytywne niż w grupie pracowników etatowych.

Znaczenie porażki w procesie przedsiębiorczym: Wnioski z badania eksperymentalnego

Piotr Wójcik¹, Mariola Ciszewska-Mlinaric¹

¹Akademia Leona Koźmińskiego

Badanie dotyczy wyborów strategicznych dokonywanych przez przedsiębiorców i nie-przedsiębiorców w reakcji na porażkę. Biorąc pod uwagę fakt, że porażka jest nieunikniona i jest znacznie częstszym zjawiskiem niż sukces w procesie przedsiębiorczym, powinna potencjalnie odgrywać główną rolę w badaniu nad przedsiębiorczością. Celem przeprowadzonego badania jest odpowiedź na pytanie jak i dlaczego porażka wpływa na wybory w kategoriach eksploracji przyszłych i eksploatacji obecnych okazji. Dokonując analizy przez pryzmat teorii behawioralnej, testowane są elementy teorii perspektywy. W tym celu, przeprowadzono 2-etapowe badanie wśród przedsiębiorców i nie-przedsiębiorców (studentów). W pierwszym etapie, testujemy empirycznie efekt porażki na wybory 34 przedsiębiorców i 33 studentów w formie eksperymentalnej. Uczestnicy zostali poproszeni o ustosunkowanie się do hipotetycznej sytuacji biznesowej opisanej w scenariuszu, zawierającym pierwszy czynnik eksperymentalny (wysoki poziom niepewności). Odpowiedzi dotyczyły dwóch rodzajów strategii (po 4 pytania na każdą) (konstrukty: eksploracja i eksploatacja mierzone na skali Likerta). Następnie, na ekranie pojawiła się informacja o tym, że ich decyzje doprowadziły ich firmę do utraty pozycji rynkowej (drugi czynnik: porażka). Uczestnicy ponownie zostali poproszeni o ustosunkowanie się do tych samych dwóch strategii. Wyniki stanowiły podstawę dla badania w drugim etapie - w drodze wywiadów. Celem była odpowiedź na pytanie: dlaczego przedsiębiorcy dokonują takich wyborów. Podsumowując, wyniki sugerują, że to co odróżnia przedsiębiorców od nie-przedsiębiorców to sposób, w jaki radzą sobie z porażką. Po pierwsze, porażka zwiększyła intencje przedsiębiorców do bardziej ryzykownego zachowania. Po drugie, zidentyfikowaliśmy 3 mechanizmy radzenia sobie z porażką. Doświadczanie porażek jest istotnym, choć niewystarczającym warunkiem dla odniesienia sukcesu przez przedsiębiorców. Bardziej istotne jest jak sobie z nią radzą.

Przedsiębiorczość: mity i rzeczywistość

Artur Domurat¹

¹Akademia Leona Koźmińskiego

Zarówno w opinii potocznej, wypowiedziach praktyków biznesu, jak i w poglądach zawartych w koncepcjach ekonomicznych, zawarte jest przekonanie, że przedsiębiorców wyróżniają pewne cechy lub predyspozycje psychologiczne. Poglądy te były niezgodne już w klasycznej myśli ekonomicznej. Twierdzono na przykład, że głównym wyróżnikiem przedsiębiorczości jest skłonność do ryzyka (Cantillon), kreatywność (Schumpeter), tolerancja niepewności (Knight), umiejętność rozpoznawania okazji (Kirzner) i specyficzny stosunek do pracy i bogactwa (Weber). W pracach socjologicznych lub z dziedziny zarządzania wymienia się całe zestawy takich cech i działań przedsiębiorczych, często nie opartych na jakiegokolwiek weryfikacji empirycznej. W efekcie, to co jedni badacze uznają za typowe dla przedsiębiorców, inni uznają za mity. W swoim wystąpieniu chciałbym podsumować własne badania weryfikujące takie przekonania. Ich głównym celem było sprawdzenie różnic między osobami pracującymi „na swoim” i podejmującymi pracę „dla kogoś” pod względem skłonności do podejmowania ryzyka, motywacji, kreatywności i rozpoznawania okazji oraz cech osobowości kojarzonych z przedsiębiorczością. Założywszy ogólnie, że przedsiębiorczość jest aktywnością ekonomiczną, przedsiębiorczość zdefiniowano na trzy sposoby: wąsko i konkretnie jako działalność gospodarczą i szerzej – jako zaangażowanie przedsiębiorców w prowadzony biznes (przedsiębiorcy z chęci vs. przedsiębiorcy z konieczności) oraz jako aktywność innowacyjną w miejscu pracy (intraprzedsiębiorczość), którą mogą

charakteryzować się również osoby pracujące „dla kogoś”. Uczestnikami referowanych badań byli przede wszystkim przedsiębiorcy, pracownicy najemni i menedżerowie. Badania pokazały, że w warunkach polskich przedsiębiorcy mają mniej zróżnicowane motywy niż opisane w literaturze przedmiotu. Mniej ważne są dla nich prestiż i uznanie społeczne, bardziej - autonomia działania, niezależność i możliwość decydowania o realizacji własnych pomysłów. Chociaż przedsiębiorcy nie różnią się hierarchią wartości od innych ludzi, w wyższym stopniu uznają zasady składające się na protestancką etykę pracy. Badania nad twórczością potwierdziły, że przedsiębiorcy są ludźmi twórczymi, wewnątrzsterownymi, o silnej woli i umiejętności hierarchizacji celów i wysokiej giętkości struktur poznawczych. W przedsięwzięciach nowatorskich przedsiębiorcy częściej niż inni dostrzegali okazje, które sami chcieliby realizować. Badania ujawniły także pozytywną zależność między kreatywnością a innowacyjnością w pracy. Badania nad cechami osobowości potwierdziły – znany z metaanaliz obecnych w literaturze przedmiotu – profil osoby przedsiębiorczej. Jak się jednak okazuje, wśród przedsiębiorców relatywnie więcej jest też osób o osobowości nietypowej, nawet sprzecznej z opisywanym profilem. Powszechny pogląd, że przedsiębiorcą trzeba się urodzić, jest mitem: specyficzne cechy, takie jak motywację osiągnięć i wewnętrzną sterowność, można z czasem rozwinąć. W świetle przeprowadzonych badań największym mitem okazało się przekonanie o tym, że przedsiębiorcy są skłonni do ryzyka. Faktem jest, że przedsiębiorcy podejmują więcej ryzyka finansowego niż inni ludzie. Nie jest to jednak wynik jakiejś szczególnej ich skłonności: nie różnią się oni od innych ludzi częstością podejmowania ryzyka w innych dziedzinach. Na przykład, biorąc udział w rzeczywiście realizowanych loteriach pieniężnych, wybierają loterie relatywnie bezpieczne, podobnie jak pracownicy etatowi. Przedsiębiorcy w wyższym stopniu akceptują natomiast niepewność – są skłonni podejmować decyzje mimo niepełnej informacji. Mając zaniżoną percepcję ryzyka w różnych sytuacjach, są przekonani o swoich kompetencjach w radzeniu sobie z nim i wierzą, że ich sukces zależy bardziej od ich umiejętności, a nie od szczęścia i sprzyjającego losu. Wyniki te skłoniły mnie do przypuszczenia, że to nie skłonność do ryzyka, lecz odwaga jest cechą charakteryzującą osoby przedsiębiorcze.

SESJA 6A: RÓŻNICE INDYWIDUALNE			
18.05.2018 (piątek)	9:40-10:40	Sala „SZKLANA”	prowadząca: Joanna Rudzińska- Wojciechowska
Związek różnic indywidualnych z poziomem medialnej wielozadaniowości i sposobami korzystania z mediów społecznościowych.			
Agnieszka Popławska-Boruc¹ ¹ Uniwersytet SWPS			
<p>Media społecznościowe w dzisiejszych czasach są praktycznie wpisane w życie każdego człowieka. Z badań wynika, że najpopularniejszym portalem społecznościowym w Polsce jest Facebook - ma on aż 14 mln użytkowników w kraju, a 79% użytkowników deklaruje, iż korzysta z niego codziennie (statystyki Facebook'a: Market Snapshot, 2016). Przyczyny skłaniające do korzystania z mediów społecznościowych są rozmaite, a każdy użytkownik kreuje swoją 'wirtualną osobowość' na swój sposób. Intensywna eksploracja świata on-line jest powiązana ściśle ze zjawiskiem „media multitaskingu” (Ophir, Nass, Wagner 2009; Zhang, Zhang, 2012; Sanbonmatsu, Strayer, Medeiros-Ward, Watson, 2013). Dotyczy ono przełączania się z jednego medium do drugiego (np. Internet i telewizja) albo z jednej czynności na inną w obrębie tego samego medium (np. Facebook i przeglądanie stron internetowych), co może być w różnym stopniu efektywne i zależne międzyosobniczo. Konsekwencją korzystania z mediów społecznościowych jest występowanie wysokiego w nie zaangażowania, czy pojawienia się strachu przed byciem pominiętym (FoMO) (Przybylski, Murayama, DeHaan, Gladwell, 2013). Przeprowadzone badania internetowe pokazały, że ludzie z wysokim poziomem wielozadaniowości medialnej charakteryzują się wyższym poziomem strachu przed byciem pominiętym i wyższym poziomem zaangażowania w media społecznościowe. Zgodnie z oczekiwaniami, osoby o wysokim poziomie samooceny charakteryzują się niższym poziomem strachu przed byciem pominiętym. Zaprezentowane zostaną także wyniki dotyczące wzorców używania poszczególnych rodzajów mediów społecznościowych oraz wskaźniki postaw utajonych wobec nich.</p>			
Proces uzgadniania decyzji w negocjacjach w zależności od Potrzeby Domknięcia Poznawczego			
Łukasz Jochemczyk¹ ¹ Uniwersytet Warszawski			
<p>Celem negocjacji jest wspólne uzgodnienie decyzji przez rozmawiające ze sobą strony. Większość negocjacji kończy się suboptymalnymi decyzjami ze względu na różne trudności związane z procesem komunikacji pomiędzy negocjatorami oraz ich procesami przetwarzania informacji. Przeprowadziliśmy badania, w których prosiliśmy uczestników o wynegocjowanie porozumienia zgodnie z zadanymi scenariuszami. Osoby badane zostały wprowadzone w stan wysokiego vs niskiego poziomu Potrzeby Domknięcia Poznawczego (PDP), po czy rozpoczynały się negocjacje. Proces negocjacji był nagrywany na wideo, a komunikacja została zakodowana metodą Dynamicznych Sieci Negocjacji. Dzięki temu mogliśmy formalnie formalnie proces komunikacji z podjędą decyzją. Uzyskane wyniki wskazują na to, że osoby o różnych poziomach PDP nie różnią się pod względem jakości podejmowanych decyzji, ale same decyzje są w odmienny sposób powiązane z procesem komunikacji.</p>			
Chroniczne i sytuacyjne wzbudzone perspektywy czasowe a skłonność do nabywania ubezpieczenia			
Katarzyna Sekścińska ¹ , Joanna Rudzińska-Wojciechowska ² , Dominika Maison ¹			

¹Wydział Psychologii Uniwersytetu Warszawskiego

²SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, II Wydział Psychologii;

W świecie, w którym ubezpieczyć można praktycznie wszystko, od życia, domu czy telefonu począwszy, a na nogach, palcach czy uśmiechu celebrytów skończywszy, kluczowe wydaje się zrozumienie kiedy i dlaczego ludzie decydują się na wykupienie polisy ubezpieczeniowej. Pomimo udokumentowanego ogromną ilością badań wpływu, jaki mają różnice indywidualne na zachowania finansowe, czynnikiem psychologicznym mogącym wyjaśnić decyzje związane z nabywaniem ubezpieczeń poświęcono zdecydowanie zbyt mało uwagi. Celem przeprowadzonych badań było ustalenie jaki wpływ na decyzje ubezpieczeniowe ma chroniczna jak i eksperymentalnie wzbudzona Perspektywa Czasowa. Przeprowadzono trzy badania, zarówno o charakterze korelacyjnym jak i eksperymentalnym, w których pokazano istotne znaczenie tej zmiennej, a w szczególności Przeszłościowej Negatywnej oraz Przyszłościowej Perspektywy Czasowej dla zrozumienia decyzji o wykupieniu ubezpieczenia. W pierwszym badaniu, przeprowadzonym na ogólnopolskiej próbie reprezentatywnej (N=1093) sprawdzano, czy istnieje związek pomiędzy chroniczną Perspektywą Czasową a posiadaniem dobrowolnych ubezpieczeń. Zaobserwowano, że osoby, które zdecydowały się na wykupienie ubezpieczenia, osiągają wyższe wyniki na skali Przyszłościowej oraz niższe na skali Przeszłościowej Negatywnej Perspektywy Czasowej. W badaniu drugim (N=545) analizowano skłonność do ubezpieczania się w warunkach dysponowania większą niż zazwyczaj sumą pieniędzy. Jego wyniki potwierdziły wcześniejsze obserwacje. Osoby o wyższych wynikach na skali Przyszłościowej oraz niższych na skali Przeszłościowej Negatywnej skłonne były przeznaczyć większą część dodatkowych pieniędzy na ubezpieczenia. Trzecie badanie (N=668) przeprowadzono w celu sprawdzenia czy i w jaki sposób eksperymentalnie wzbudzona Perspektywa Czasowa wpłynie na skłonność do ubezpieczania się. Wzbudzenie Przyszłościowej Perspektywy Czasowej sprawiało, że osoby badane decydowały się na przeznaczenie większej kwoty pieniędzy na ubezpieczenia w porównaniu do grupy kontrolnej oraz osób z grupy, w której wzbudzono Przeszłościową Negatywną Perspektywę Czasową. Co więcej, wzbudzenie tej perspektywy sprawiało, że byli oni bardziej skłonni wykupić ubezpieczenie AC, NNW, oraz nieruchomości, podczas gdy wzbudzenie perspektywy Przeszłościowej Negatywnej przynosiło odwrotny efekt. Wyniki badań wskazują na ważną rolę czynników psychologicznych w wyjaśnianiu decyzji ubezpieczeniowych.

SESJA 6B: ZACHOWANIA KONSUMENCKIE			
18.05.2018 (piątek)	9:40-10:40	Sala „TĘŻNIA”	prowadząca: Bernadeta Gołębiowska
Korelaty kongruencji z marką wśród dorosłych konsumentów			
Anna Kapinos¹, Oleg Gorbaniuk¹, Monika Tylutki¹, Patrycja Powałka¹, Milena Wójtowicz¹, Szymon Moczydłowski¹, Amanda Wróbel¹, Katarzyna Wawryniuk¹, Katarzyna Lewandowska¹			
¹ Katolicki Uniwersytet Lubelski im. Jana Pawła II w Lublinie			
<p>Kongruencja Ja vs użytkownik marki odnosi się do zgodności obrazu siebie konsumentów z typowym wizerunkiem użytkownika marki. Celem przeprowadzonych badań było zbadanie korelatów kongruencji z marką wśród dorosłych konsumentów, w szczególności czy istnieje związek pomiędzy kongruencją a procesami samoregulacji, konstruowaniem siebie poprzez marki, konsumpcją ostentacyjną, materializmem oraz zmiennymi osobowościowymi. Pomiar kongruencji na podstawie Wielokomponentowego modelu kongruencji, uwzględniający pozytywne i negatywne cechy, z uwagi na które użytkownik porównuje się z typowym wizerunkiem konsumenta marki. Badanie kongruencji zostało przeprowadzone za pomocą wywiadu indywidualnego. Do zbadania korelatów użyto metodę ankiety roznoszonej. Zbadano próbę 310 osób w wieku 18-70 lat. Opracowane wyniki badań pozwolą sprawdzić od czego zależy postrzeganie większej zgodności marek z obrazem siebie w 3 aspektach: postrzegania, potwierdzania i włączania do obrazu siebie cech typowego użytkownika marki. Słowa kluczowe: kongruencja, wizerunek użytkownika marki, obraz siebie, materializm, konsumpcja ostentacyjna, samoregulacja</p>			
Korelaty osobowe porównań nastolatków z typowymi użytkownikami marek			
Kolańska Magdalena¹, Oleg Gorbaniuk², Radosław Świątek¹, Eliza Budzan¹, Aleksandra Gołębiowska¹			
¹ Uniwersytet Zielonogórski			
² Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II			
<p>Cel badań. Teoria zbieżności obrazu siebie stanowi kontekst dla zrozumienia relacji marka-jaźń. Teorię tę wykorzystano do przewidywania preferencji konsumentów (Ericksen, 1996, Sirgy i in., 1997), pozytywnych postaw (Graeff, 1996, Quester i in., 2000) oraz intencji zakupu marki (Heath i Scott, 1998). Sugeruje ona, że konsumenci częściej wybierają określoną markę od innych w ramach kategorii produktu, jeśli uważają, że marka ta ma wizerunek podobny do ich własnej koncepcji (Aaker, 1997, Sirgy, 1982). Jaźń w okresie nastoletnim rozwija się poprzez percepcję i reakcje rodziców, rówieśników i innych znaczących osób. Z tego powodu młodzież stara się kierować zachowaniem, aby uzyskać pozytywną reakcję od innych i tym samym wspierać samodoskonalenie jaźni (Grubb i Grathwohl, 1967). Konsumenci kupują pewne marki produktów, aby poprawić i ulepszyć własną koncepcję, poprzez konsumpcję towarów jako symboli (Graeff, 1996, Feinberg i wsp., 1992, Schwer & Daneschvary, 1995, Fournier, 1998). O ile teorie budowania koncepcji siebie w oparciu o dobra materialne wyraźnie wskazują na związki z motywami samoewaluacji, to jednak teza ta nie została udowodniona empirycznie. Celem badania było zidentyfikowanie psychologicznych korelatów kongruencji obrazu siebie nastolatków z wizerunkiem typowych użytkowników marki., w szczególności czy istnieje związek pomiędzy kongruencją a zmiennymi osobowymi. Metodyka. Łączną liczbę 315 nastolatków w wieku 13-17 lat zbadano za pomocą wywiadów indywidualnych na przykładzie 50 marek produktów. Lista deskryptorów marki dla porównania z obrazem siebie została opracowana na podstawie wywiadów ze 100 nastolatkami. Jako korelaty osobowe kongruencji Ja-wizerunek użytkownika marki wzięto pod uwagę: motywy samoewaluacji (wzorując się na skali Gregg, Hepper, Sedikides ,2011), materializm nastolatków (Zawadzka, Lewandowska-</p>			

Walter, 2016), procesy samoregulacji (Lockwood, Jordan & Kunda, 2002), samoobserwację (Lennox, Wolfe, 1984), konsumpcję ostentacyjną (Souiden, M'Saad & Pons, 2011), konstruowanie siebie poprzez marki (Sprott, Czellar, Spangenberg, 2009), osobowość (Gosling, P.J. Rentfrow, W. B. Jr. Swann, 2003). Wyniki. Wyniki pokazały, że nastolatki porównują się z typowymi użytkownikami marki w sześciu wymiarach (stylowość, towarzyskość, snobizm, odpowiedzialność, oryginalność, inteligencja finansowa). W porównaniach z użytkownikami marek wśród nastolatków ważną rolę odgrywają zmienne osobowe: motyw samoevaluacji, materializm nastolatków, procesy samoregulacji, samoobserwację, konsumpcję ostentacyjną, konstruowanie siebie poprzez marki, osobowość. Badanie wykazało, że młodzież kupuje markę - nie tylko po to, aby poprawić, czy też potwierdzić własną charakterystykę, ale także w celu uniknięcia niepożądanego obrazu. Implikacje. Wyniki pozwalają zidentyfikować (1) wymiary porównań, które są ważne dla nastolatków i ich uwarunkowań, wskazując na ich szerszy aspekt niż wcześniej sądzono, (2) osobowe korelaty porównań z typowymi użytkownikami marek. Dostarcza to marketingowcom informacji jak dostosowywać komunikację marki do specyfiki potrzeba nastolatków, a z drugiej zwraca uwagę na dojrzałość w zaspokajaniu potrzeb przez nastolatki przez rzeczy materialne o znaczeniu symbolicznym.

Wpływ norm społecznych na preferencje konsumentów dotyczące zarządzania popytem na energię elektryczną

Bernadeta Gołębiowska¹

¹Wydział Nauk Ekonomicznych UW

Na konferencji zostaną przedstawione wstępne wyniki w ramach realizacji badania wpływu norm społecznych na preferencje konsumentów wobec zarządzania popytem na energię elektryczną w Polsce. W szczególności zostaną zaprezentowane wnioski z przeprowadzonych grupowych wywiadów zogniskowanych oraz projekt eksperymentu (Choice Experiment): wstępny scenariusz, wybrane do analizy atrybuty kontraktów na zakup energii, poziomy atrybutów oraz kwestionariusz norm społecznych. Zarządzanie stroną popytową (Demand Side Management – DSM) to jedna z metod zapewnienia efektywności energetycznej z uwzględnieniem ograniczeń systemu elektroenergetycznego. Dzięki planowanemu badaniu możliwe będzie poznanie preferencji konsumentów oraz ich gotowości do akceptacji różnych programów zarządzania popytem: kontroli zewnętrznej (ze względu na pobór energii i porę dnia), ograniczania dostaw, ujawniania informacji na temat zużycia. Celem jest określenie jaką wartość konsumenci przypisują zmianie nawyków związanych ze zużywaniem energii elektrycznej, np. przesuwaniu zużycia energii w czasie. Dzięki badaniu zostanie oszacowana utrata użyteczności konsumentów, których zużycie energii elektrycznej jest kontrolowane przez dystrybutora. Analizowaną zmienną będzie WTA (ang. Willingness To Accept - WTA), która odzwierciedla w tym wypadku gotowość do przyjęcia rekompensaty za udział w programach DSM. Będzie ona wyrażona w złotych. Im niższa wartość WTA, tym większa akceptacja dla DSM – konsument zgadza się na udział w programie za niższą kwotę. Badanie będzie nawiązywać do Teorii Planowanego Zachowania Ajzena i zweryfikuje hipotezę o wpływie norm społecznych na wybory dotyczące umów na zakup energii elektrycznej. Zostaną zbadane zależności pomiędzy zmiennymi socjoekonomicznymi (m.in. wykształcenie, dochód, miejsce zamieszkania), a preferencjami wobec programów DSM. Dalsza analiza będzie oparta na danych z eksperymentu wykorzystującego metodę preferencji deklarowanych, który będzie przeprowadzony na próbie 1 000 respondentów w Polsce. Każdy uczestnik będzie proszony o dokonanie wyborów między kontraktami na zakup energii elektrycznej, opisanych różnymi poziomami atrybutów: cel wykorzystania prądu, pora dnia, liczba dni w roku, w których może zostać odcięty dopływ prądu oraz zgoda na ujawnianie informacji na temat zużycia. Po dokonaniu serii decyzji, osoby badane zostaną poproszone o odpowiedzi na pytania o zmienne socjoekonomiczne oraz wypełnienie kwestionariusza dotyczącego norm społecznych (jakie normy odnośnie oszczędzania energii osoba badana postrzega jako obowiązujące). Zostanie oszacowanie wynagrodzenie jakie zrekompensowałoby konsumentom utratę elastyczności wykorzystywania energii elektrycznej. Dzięki wykorzystaniu metod statystycznych (w tym wypadku Random Parameter Logit model – RPL) możliwe będzie

oszacowanie jakie wynagrodzenie zrekompensuje konsumentom zwiększenie elastyczności popytu. Wyniki modelu – współczynniki wraz z odpowiadającymi wartościami błędów standardowych – mierzą prawdopodobieństwo wyboru danej alternatywy. Poszukiwana wartość rekompensaty za podpisanie kontraktu będzie odpowiadać znormalizowanej wartości współczynnika.

SESJA 7: PIĘCIOMINUTÓWKI (cz.2)			
18.05.2018 (piątek)	11:00-11:45	Sala „SZKLANA”	prowadząca: Katarzyna Sekścińska
Opcje domyślne w polskiej polityce publicznej			
Radosław Zyzik¹			
¹ Akademia Ignatianum w Krakowie			
<p>Celem prezentacji będzie przedstawienie tezy, że władza publiczna w Polsce wykorzystuje wiedzę z zakresu nauk behawioralnych, a w szczególności posługuje się opcjami domyślnymi, w celu skutecznego wpływania na decyzje obywateli z jednoczesnym zachowaniem formalnej wolności wyboru. W trakcie wystąpienia przedstawione zostaną dwie sytuacje, w ramach których przedstawiciele władzy publicznej posługują się opcjami domyślnymi, a tym samym zmieniają sytuację decyzyjną z symetrycznej na niesymetryczną, jednocześnie nie informując o możliwym wpływie opcji domyślnej na treść decyzji. Pierwsza sytuacja decyzyjna jest związana z wyborem pomiędzy Otwartymi Funduszami Emerytalnymi a Zakładem Ubezpieczeń Społecznych, przed którym stanęli ubezpieczeni w 2014 roku. Sposób prezentacji możliwych wyborów pomiędzy OFE a ZUS faworyzował wybór ZUS, ponieważ brak decyzji ubezpieczonego skutkowało przeniesieniem jego środków z OFE do ZUS. Druga sytuacja związana jest z planowanym wprowadzeniem Pracowniczych Planów Kapitałowych (PPK). Podobnie jak w pierwszym przykładzie opcja domyślna zaburza sytuację decyzyjną i silnie faworyzuje przystąpienie pracowników do PPK. Jeśli pracownicy nic nie zrobią, to zostaną automatycznie zapisani do konkretnego planu. Jeśli jednak zrezygnują z PPK, to po kolejnych dwóch latach znów staną przed możliwością automatycznego wpisania do PPK, chyba że kolejny raz złożą stosowane oświadczenie. Za skłonnością do polegania na opcjach domyślnych kryją się trzy głębsze przyczyny, które można określić skrótowo: wysiłek, implikowane poparcie i zjawisko niechęci do straty. Po pierwsze ludzie unikają wysiłku, po drugie zakładają, że skoro władza publiczna wybiera opcję domyślną to działa w ich interesie, oraz po trzecie w sytuacji, gdy opcja domyślna zostanie sformułowana w języku korzyści, to jak pokazują badania, skłoni to osoby podejmujące decyzje do bierności i zaakceptowania wcześniej dla nich przygotowanego domyślnego rozwiązania. Choć nie ma czegoś takiego jak idealnie neutralna sytuacja decyzyjna, to na treść podejmowanych wyborów w mniejszym lub w większym stopniu wpływają jej poszczególne elementy. Opcje domyślne są bardzo potężnym i skutecznym narzędziem w rękach osób odpowiedzialnych za kształtowanie polityk publicznych. Tym samym sposób ich wykorzystania ma duże znaczenie i powinien być starannie monitorowany i sygnalizowany zwłaszcza w przypadku istotnych projektów legislacyjnych, do których niewątpliwie należą reformy systemu emerytalnego.</p>			
Psychologiczne aspekty rachunkowości w zakresie decyzji podejmowanych przez księgowych			
Nelli Artienwicz¹			
¹ Uniwersytet Gdański			
<p>Działy księgowości i systemy rachunkowości jednostek gospodarczych, organizacji non-profit, a nawet jednostek budżetowych są głównym „producentem” informacji finansowych o tych jednostkach. To na podstawie danych generowanych w systemie rachunkowości podejmowane są decyzje ekonomiczne, finansowe i inwestycyjne, zarówno na poziomie strategicznym, jak i operacyjnym. Rachunkowość, mimo że jest głównym dostawcą informacji finansowych oraz niezwykle ważnym elementem wspierającym procesy finansowe, najczęściej traktowana jest w świecie finansów w sposób automatyczny i domyślny. W związku z tym mało uwagi poświęca się na analizowanie, jakie czynniki stoją za ostatecznym kształtem sprawozdań finansowych. Z reguły zakłada się, że to przepisy i zdarzenia gospodarcze mające miejsce w</p>			

przedsiębiorstwie decydują o kształcie i treści raportów rocznych. Natomiast człowiek stojący za danymi generowanymi w systemie rachunkowości jest całkowicie pomijany. Mimo, że większość procesów księgowych jest zautomatyzowana i agregacja danych następuje bez udziału człowieka, to jednak za ramami i zasadami ujmowania, wyceny i prezentacji transakcji zawsze stoi księgowy i jego indywidualne wybory. Celem wystąpienia jest zasygnalizowanie problemów badawczych z zakresu decyzji podejmowanych przez księgowych i ich powiązanie z czynnikami psychologicznymi. Do decyzji takich należy zaliczyć: - wybór podstawy prawnej sporządzania sprawozdań finansowych w sytuacji, gdy jednostka ma taką możliwość, - wybory dotyczące metod wyceny, szacunków i wariantów rozliczania poszczególnych pozycji bilansowych i wynikowych, - wybór podatkowych zasad rozliczania transakcji zamiast zastosowania przepisów prawa bilansowego, - wybór wariantu sporządzania sprawozdania finansowego oraz zakresu i szczegółowości ujawnień informacji finansowych, - wybór w zakresie jakości i celu prezentowanych informacji - przedstawienia jak najbardziej prawdziwego i rzetelnego obrazu przedsiębiorstwa w sprawozdaniu, czy manipulowania wynikami. Wybory te można analizować pod kątem: - funkcjonowania procesów myślowych, w tym wykorzystania w decyzjach podejmowanych przez księgowych heurystyk myślenia i ulegania przez nich błędom poznawczym, - nastroju i uczuć, - osobowości oraz płci osoby podejmującej decyzję, - presji czasu. Zawód księgowego należy do zawodów zaufania publicznego, a rachunkowość, ze względu na swój kluczowy „produkt” jakim jest sprawozdanie finansowe, wpisuje się w kategorię odpowiedzialności biznesowej przedsiębiorstwa. Dlatego podejmowanie w rachunkowości badań psychologicznych, które pomogą odpowiedzieć na pytanie, czy i jak indywidualne czynniki psychologiczne mają wpływ na jakość sporządzanych przez księgowych sprawozdań i raportów, jest niezwykle istotne.

Zasoby poznawcze a samokontrola impulsów: podejście neuroekonomiczne

Łukasz Tanajewski¹

¹Akademia Leona Koźmińskiego

Samokontrola impulsów jest ważnym procesem warunkującym zdrowie i sukcesy w życiu. Przykładowo, zdrowa dieta, istotna dla prewencji wielu chorób, wymaga samokontroli impulsów związanych z przyjemnymi doznaniem smakowymi. Wybory żywieniowe pomiędzy zdrowszymi a smaczniejszymi produktami, jak również decyzje o ilości spożywanej żywności, są na ogół podejmowane przy jednoczesnym obciążeniu pamięci roboczej innymi zadaniami. Wyniki dotychczasowych badań pokazują, że zwiększenie obciążenia pamięci roboczej w momencie podejmowania decyzji może prowadzić zarówno do obniżonej samokontroli w wyborach żywieniowych, jak i jej poprawy. Sugeruje to, że zasoby poznawcze w pamięci roboczej służą kierowaniu uwagi nie tylko na zdrowotne skutki wyborów żywieniowych, ale także na ich hedonistyczne konsekwencje (przyjemne doznania smakowe). Inne badania wskazują na znaczenie zasobów poznawczych w hamowaniu impulsów i pokazują, że możliwa jest lepsza koncentracja uwagi na zdrowotności produktów po wykonaniu innego zadania wymagającego hamowania reakcji automatycznych. Celem projektu jest wyjaśnienie znaczenia zasobów poznawczych dla samokontroli impulsów w wyborach żywieniowych. W szczególności, zbadamy: 1. Cechy indywidualne, warunki eksperymentalne i mechanizmy neuronalne, przy których manipulacje ograniczające dostępność zasobów poznawczych w pamięci roboczej obniżają samokontrolę; 2. Czy i w jaki sposób uprzednie uaktywnienie zasobów poznawczych poprzez inne zadanie wymagające hamowania reakcji automatycznych, może poprawić samokontrolę impulsów. Metody planowanych w projekcie eksperymentów, które oparto na paradygmacie badania samokontroli w seriach wyborów żywieniowych (Hare, Science, 2009), zaczerpnięte zostały z neuroekonomii. To interdyscyplinarne podejście do studiowania neuronalnych podstaw decyzji jednostek, dostarcza także ram teoretycznych dla sformułowania hipotez projektu oraz analizy i interpretacji uzyskanych wyników, także na poziomie behawioralnym. Cele, hipotezy i plan badań wynikają z krytycznej analizy literatury przedmiotu oraz – z opartego na niej – własnego modelu neuroekonomicznego wyjaśniającego rolę zasobów poznawczych (odświeżających pamięć roboczą i hamujących impulsy (Miyake, Cogn Psych, 2000)) w samokontroli.

Pierwszym etapem projektu będą badania kwestionariuszowe i testy, w których ocenimy impulsywność, wrażliwość na doznania smakowe w konsumpcji żywności, samokontrolę jako cechę oraz skłonność do unikania wysiłku poznawczego. Drugim etapem będą dwa eksperymenty behawioralne, w których zbadamy, jak poniższe manipulacje wpływają na samokontrolę w wyborach żywieniowych: (1) ograniczenie zasobów poznawczych w pamięci roboczej np. obciążenie pamięci, (2) 'gotowość do kontroli' tj. uprzednio wykonane zadanie wymagające hamowania reakcji automatycznych. Eksperymenty posłużą weryfikacji hipotez na poziomie behawioralnym. W szczególności, sprawdzimy, jak warunki eksperymentalne (sposób prezentacji wyborów żywieniowych) oraz cechy indywidualne (wrażliwość na doznania smakowe) wpływają na skutki ww. manipulacji dla samokontroli. Kolejnym etapem projektu będą dwa eksperymenty z wykorzystaniem metody funkcjonalnego rezonansu magnetycznego (fMRI), która pozwala rejestrować zmiany w aktywności poszczególnych obszarów mózgu związane z wykonywaniem określonych zadań. Posłużą to weryfikacji hipotez na poziomie neuronalnym. W szczególności, w każdym z eksperymentów, zbadamy procesy neuronalne leżące u podstaw sprawdzonych behawioralnie efektów dwóch z ww. manipulacji dla samokontroli. Projekt przyczyni się do zrozumienia, dlaczego mechanizmy samokontroli często zawodzą i ludzie dokonują impulsywnych wyborów. Dotychczas nie zbadano, w jaki sposób obciążenie pamięci roboczej może obniżać samokontrolę, jak i ją poprawiać. Planowane badania wypełnią tę lukę, dostarczając też nowych wyników o zasobach poznawczych hamujących impulsy. Projekt będzie pierwszą próbą zrozumienia mechanizmów neuronalnych leżących u podstaw tych efektów.

Wpływ optymizmu na skuteczność decyzji inwestycyjnych na rynku kapitałowym

Michał Radke¹

¹Uniwersytet Łódzki

Na rynkach kapitałowych proces podejmowania decyzji inwestycyjnych jest uwarunkowany wieloma czynnikami, obok czynników ekonomicznych istotną rolę odgrywają uwarunkowania psychologiczne. Rozwój finansów behawioralnych jest dowodem na postrzeganie emocji jako istotnego elementu wpływającego na decyzje uczestników rynku kapitałowego. Emocje na rynkach kapitałowych oznaczają procesy psychiczne wyrażające się pobudzeniem organizmu inwestora. Nastroje optymizmu czy pesymizmu wywierają wpływ na sprawność działania (myślenie, pamięć) i procesy decyzyjne inwestorów. Optymizm definiuje się jako względnie trwałą skłonność do przewidywania i oczekiwania przyszłych mniej lub bardziej konkretnych wydarzeń związanych z podmiotem jako raczej dla niego pomyślnych niż niepomyślnych w przypadku niepewności odnośnie do możliwości zaistnienia tych wydarzeń. Celem referatu jest ukazanie wpływu optymizmu na podejmowane decyzje inwestycyjne na rynku kapitałowym przez inwestorów indywidualnych, sprawdzenie jakie nastroje panują wśród inwestorów indywidualnych i czy mają przełożenie na kształtowanie się trendu na giełdzie oraz czy sygnały generowane przez Wskaźnik Optymizmu Inwestorów mogą być pomocne w podejmowaniu decyzji inwestycyjnych.

Podwójny proces perswazji dotyczący dat ważności i marnotrawstwa żywności

Ewelina Marek¹

¹Uniwersytet Mikołaja Kopernika

Kwestia dat ważności jest szczególnie ważna w odniesieniu do marnotrawstwa żywności. Na przykład, przeciętne brytyjskie gospodarstwo domowe wyrzuca w ciągu tygodnia równowartość sześciu posiłków (Quesed, 2013). Niezspożyta żywność staje się odpadem, co zwiększa dwójakie zanieczyszczenie. Po pierwsze, generuje gazy cieplarniane w momencie produkcji, a także magazynowania. Po drugie, generuje gazy cieplarniane, gdy są one utylizowane do kosza na śmieci, ponieważ musiały być właściwie wykorzystywane. W sumie obywatele Europy marnują około 88 milionów artykułów żywnościowych rocznie, a Polska zalicza się

do czołówki najbardziej rozrzutnych państw europejskich (Stenmarck, 2016). W moich badaniach przyglądam się, jak konsumenci reagują na daty ważności, przed i po tym, jak zostali poinformowani o różnicach między nimi. W tym celu korzystam z metody śledzenia gałki ocznej (tj. okulografii), która umożliwia testowanie modelu podwójnego procesu perswazji, w szczególności modelu prawdopodobieństwa opracowania (Patty and Cacioppo, 1986). Proces perswazji odbywa się za pomocą dwóch różnych sposobów przyswajania informacji. Jeden wymaga dużo uwagi i skupienia, podczas gdy drugi wymaga znacznie mniej uwagi i wysiłku poznawczego. Aby objąć ten model, zaprojektowałam odpowiedni eksperyment. Testuję w nim wysiłek poznawczy i uwagę przy pomocy fiksacji oka lub jak często badani przyglądają się informacjom o produkcie, w tym datom wygaśnięcia. Analizuję również wielkość źrenicy, która wskazuje na uwagę badanych w eksperymencie laboratoryjnym. Podobne badanie przeprowadziła Yang (2015), stosując śledzenie wzroku do metody analizy prawdopodobnych zakupów w Internecie. Ponadto testuję teorię planowanego zachowania Ajzena i Fishbeina (1977) oraz postawy prooszczędnościowe i proekologiczne za pomocą ankiety. Obecnie rozpoczynam ten eksperyment i z przyjemnością przedstawię wstępne wyniki na konferencji.

Osobiste uprawnienia do emisji dwutlenku węgla: Czy etykieta budżetu może zadziałać?

Ewelina Marek¹

¹Uniwersytet Mikołaja Kopernika

W tym badaniu, osoby jednocześnie zarządzały osobistymi uprawnieniami do emisji dwutlenku węgla (ang. Personal Carbon Allowances - PCAs) i tokenami (tutaj jest to eksperymentalna waluta) i przeznaczali swój budżet na transport prywatny lub publiczny. Uczestniczyli w czterech zabiegach, które różniły się pod względem dostępnego budżetu. Warunki 1 i 2 służyły jako punkt odniesienia i dotyczyły zarządzania tylko tokenami. W warunku 3 PCA stworzyły etykiety na budżecie. W warunku 4, PCA objęły etykiety budżetową dla transportu publicznego. Oznaczając część budżetu przeznaczoną na transport publiczny, podmioty zwiększyły wydatki na ten rodzaj transportu. Ustalenia te stanowią cenny wkład w dyskusje akademickie i polityczne na temat tego, czy PCA mogą stanowić skuteczne narzędzie walki z rosnącym poziomem zanieczyszczenia pochodzącego z transportu.

Czynniki kształtujące poparcie dla inicjatyw przeciwdziałających Globalnemu Ociepleniu.

Zbigniew Bohdanowicz¹

¹WNE UW

Referat przedstawi założenia oraz pilotażowe wyniki badania sprawdzającego, co kształtuje postawy wobec Globalnego Ocieplenia. Temat postaw wobec Globalnego Ocieplenia i poparcia dla rozwiązań mających mu przeciwdziałać jest blisko związany psychologią i ekonomią. Ekonomia jest istotna, bo obecnie obserwowany gwałtowny wzrost stężenia gazów cieplarnianych to efekt uboczny wytwarzania energii potrzebnej do rozwoju i utrzymania cywilizacji przemysłowej. Jest to zatem problem bezpośrednio związany z aktywnością gospodarczą ludzi. Proponowane przez naukowców działania przeciwdziałające negatywnym skutkom GO również najczęściej mają charakter ekonomiczny - na podstawie kalkulacji korzyści i strat proponowane są opłaty zwiększające koszty działań niekorzystnych lub inwestycje w działania pożądane. Teorie psychologiczne opisują ten problem z perspektywy przeciętnego człowieka, którego opinie zależne są od możliwości poznawczych, emocji, oceny ryzyka i innych zmiennych. Psychologia pomaga zrozumieć, jak ludzie reagują na informacje o GO, jak kształtują się ich poglądy i postawy wobec tego zjawiska. Projekt badawczy został zainspirowany następującą obserwacją: Literatura naukowa obszernie i szczegółowo opisuje przyczyny GO, modele pokazują wiarygodne prognozy zmian klimatycznych w nadchodzących dekadach, a naukowcy proponują na konkretne działania, które redukują ryzyko najgroźniejszych konsekwencji. Głównym źródłem podsumowującym aktualną wiedzę o stanie klimatu jest obszerny raport IPCC (Intergovernmental Panel on

Climate Change), który jest cyklicznie publikowany od 1990 roku i jednoznacznie przedstawia stanowisko środowiska nauki. W 2014 roku została opublikowana piąta edycja raportu. Niepokojące jest, że pomimo ogromnej wagi problemu i dokładnego przeanalizowania przez naukowców zarówno przyczyn jak i możliwych rozwiązań, wciąż nie udało się podjąć działań, które istotnie zmniejszyłyby zagrożenie. Pomimo wielu politycznych deklaracji, stężenie gazów cieplarnianych rośnie w coraz szybszym tempie (szacunkowe zmiany stężenia CO₂: 1970-79: wzrost o 1.3 ppm/rocznie; 1990-99: 1.5 ppm/rocznie; 2000-10: 2.5 ppm/rocznie; obecny poziom stężenia CO₂ 410 ppm vs 280 ppm przed rewolucją przemysłową). Ograniczona skuteczność wysiłków naukowców, przekazujących informacje o konieczności podjęcia zdecydowanych działań jest źródłem dużej zawodowej frustracji osób profesjonalnie zajmujących się ekonomią środowiska i zmianami klimatycznymi. Takie opinie wyrażają m. inn.: William Rees (prof. University of British Columbia, twórca koncepcji 'Ecological Footprint'), James Hansen (dyrektor instytutu Goddarda NASA, obecnie profesor Columbia University), Herman Daly (założyciel dyscypliny ekonomii ekologicznej), Dennis Meadows (współautor pracy Klubu Rzymskiego 'Granice Wzrostu'), Al Gore (Laureat Pokojowej Nagrody Nobla 2007). Literatura wskazuje na wiele motywów wyjaśniających niską świadomość społeczną problemu. Publikacje naukowe wskazują na np. zrozumienie fizyki tego zjawiska, ocenę konsekwencji, poczucie odpowiedzialności, mechanizm zaprzeczania (ang. Denial), preferencje polityczne i inne. Zamierzeniem przedstawionego projektu jest ocena w jednym badaniu znaczenia czynników wskazywanych przez różne podejścia, aby ocenić relacje pomiędzy nimi i ich siłę wpływu na postawy. Obecnie realizowane jest badanie pilotażowe (w Polsce, jakościowe i ilościowe), którego wyniki zostaną przedstawione w trakcie referatu. Na podstawie wniosków z tego pomiaru zostanie przygotowane i wykonane właściwe badanie ilościowe, zaplanowane do realizacji w Polsce i w Niemczech. Porównanie tych krajów jest istotne, ponieważ są to kraje podobne kulturowo, leżące w tym samym rejonie świata, posiadające zbliżoną gęstość zaludnienia, ale też istotnie różniące się wielkością gospodarki, poziomem dochodów oraz stosunkiem do ochrony środowiska i polityki energetycznej.

Mroczna osobowość a podejmowanie ryzyka przez osoby zatrudnione na stanowiskach kierowniczych i nie-kierowniczych.

Mateusz Jaworski¹, Katarzyna Sekścińska¹

¹Wydział Psychologii Uniwersytetu Warszawskiego

Rola cech Mrocznej Triady (makiawelizmu, narcyzmu i psychopatii) w objaśnianiu zachowań i preferencji ludzi cieszy się od lat niestabnym zainteresowaniem badaczy. Dotychczas przeprowadzone badania dostarczają przesłanek by sądzić, że cechy Mrocznej Triady mogą być powiązane z podejmowaniem ryzykownych wyborów w różnych obszarach funkcjonowania jednostki. Dowiedziono, że cechy Mrocznej Triady są pozytywnie związane z preferencjami ryzyka w różnych dziedzinach życia. Wiążą się między innymi z (1) nieetycznymi i społecznie nieakceptowanymi (a więc społecznie ryzykownymi) zachowaniami, np. oszustwo, "white-collar crime", (2) zachowania związane z ryzykiem utraty zdrowia lub życia, np. agresywna jazda, częste i intensywne spożywanie alkoholu (3) ryzykowne zachowania finansowe, np. hazard, chęć przyjmowania nieracjonalnych zakładów, preferencji do inwestycji w akcje charakteryzujące się dużą zmiennością wartości w czasie. Celem przeprowadzonego badania było wskazanie związku między narcyzmem, makiawelizmem i psychopatią a tendencją do podejmowania ryzyka w różnych obszarach funkcjonowania jednostki w zależności od zajmowanego stanowiska w pracy (stanowisko kierownicze vs nie kierownicze). Natężenie cech Mrocznej Triady mierzono kwestionariuszem Short Dark Triad zaś tendencję to ryzyka kwestionariuszem DOSPERT. Przeprowadzono badanie on-line w systemie LimeSurvey na próbie 471 dorosłych Polaków. Wyniki badania wskazują pozytywny związek wszystkich cech Mrocznej Triady ze skłonnością do podejmowania ryzykownych zachowań. Najsilniejszy związek zaobserwowano w przypadku Psychopatii, niższy w przypadku Narcyzmu i najniższy w przypadku Makiawelizmu. Ponadto, analiza wykazała, że osoby na stanowiskach kierowniczych charakteryzują się większym natężeniem cech Mrocznej Triady, a zarazem wyższą ogólną tendencją do ryzyka, zwłaszcza w sferze społecznej i finansowej niż pracownicy na niższych stanowiskach. Ponadto menadżerowie

wykazywali także wyższy poziom narcyzmu oraz psychopatii od pracowników na stanowiskach nie-kierowniczych.

SESJA 8A: SOCJALIZACJA EKONOMICZNA			
18.05.2018 (piątek)	12:00-13:20	Sala „SZKLANA”	prowadząca: Alicja Grochowska
Socjalizacja ekonomiczna jako transakcja wiązana – intencjonalny i nieintencjonalny transfer wiedzy, wzorców zachowań, wartości i emocji rodziców wobec finansów			
Aleksandra Furman¹, Dominika Maison¹			
¹ Wydział Psychologii Uniwersytetu Warszawskiego			
<p>Socjalizacja i edukacja ekonomiczna są ważnym elementem w rozwoju dziecka. Edukacja ekonomiczna jest zazwyczaj rozumiana jako przekazywanie dziecku wiedzy z obszaru ekonomii, zarówno w skali makro, jak i codziennego funkcjonowania. Odpowiedzialnych za edukację ekonomiczną dzieci uznaje się przede wszystkim szkoły i organizacje (np. fundacje, instytucje finansowe). Nieco innym i zarazem szerszym zagadnieniem jest socjalizacja ekonomiczna, która ma charakter mniej formalny i jest przekazywaniem szeroko rozumianych umiejętności związanych z funkcjonowaniem w świecie finansów. W tym obszarze ogromne znaczenie mają rodzice. Przeprowadzony projekt badawczy miał na celu eksplorację procesu socjalizacji ekonomicznej dzieci w rodzinie, a w szczególności tego, jak rodzice rozumieją swoją rolę w tym zakresie oraz jakie strategie stosują. Zrealizowano dwa badania z udziałem rodziców dzieci w wieku 4-11 lat: jakościowe (9 diad, n=18) oraz ilościowe (n=109). Na podstawie uzyskanych danych opisano dwie strategie, jakie mogą stosować rodzice. Strategia aktywizująca polega na pobudzaniu dziecka do działania i wchodzenia w rolę aktywnego uczestnika życia finansowego, strategia inhibicyjna – na braku oddziaływania lub wręcz podejmowaniu działań opóźniających rozwój ekonomiczny dziecka, np. odcinaniu go od wiedzy ekonomicznej. Zarówno dane jakościowe, jak ilościowe sugerują, że to, jaka strategia jest stosowana w danej rodzinie, jest związane z jej statusem społeczno-ekonomicznym, jednak przyczyny wydają się sięgać głębiej – są związane z wartościami i postawami wobec finansów samych rodziców. Stosowanie strategii aktywizującej jest częstsze w przypadku rodziców o wysokim poczuciu własnej kompetencji, zadowolonych ze swojej sytuacji materialnej, przejawiających pozytywne emocje wobec pieniędzy. Z kolei strategia inhibicyjna pojawia się częściej, gdy rodzice mają niskie poczucie własnej kompetencji, a pieniądze budzą u nich takie emocje jak lęk, frustracja, zazdrość. Wyniki badania pokazały znaczącą rolę rodziców nie tylko w intencjonalnym, ale również w nieintencjonalnym transferze wzorców zachowań, wartości i emocji. Dzieje się tak dlatego, że wartości i emocje rodziców mają wpływ na wybór określonej strategii, ale też dlatego, że na dziecko oddziałuje nie tylko to, co rodzice mu mówią lub czego je uczą, ale także to, co przemilczają, co obserwuje i odczuwa. Tymczasem informacje przekazywane przez rodziców różnymi kanałami często są niespójne. Na przykład pragną oni przekazać dziecku pewne zasady, jednak sami postępują wbrew tym zasadom – mówią dziecku o tym jak oszczędzanie jest ważne, podczas gdy sami mają problem z tworzeniem rezerw finansowych. Rozbieżne mogą być także treści przekazywane kanałem werbalnym i emocjonalnym. Jako przykład warto podać zjawisko tabuizacji tematów finansowych. Niektórzy rodzice intencjonalnie unikają rozmów na tematy finansowe z dziećmi. Na poziomie świadomym pragną chronić dzieci przed trudnym poznawczo i emocjonalnie tematem, jakim jest w ich odczuciu ekonomia. W istocie jednak nieintencjonalnie przekazują dzieciom lęk, niepokój i niepewność, jakie sami odczuwają. W takich rodzinach nie jest budowane podejście funkcjonalne, oparte na wiedzy i kompetencjach ekonomicznych. W konsekwencji dziecko może mieć deficyty odpowiednich wzorców funkcjonowania w świecie finansów nie tylko w dzieciństwie, ale również w dorosłości. Projekt pomógł lepiej zrozumieć złożoność uwarunkowań efektywnej socjalizacji ekonomicznej dziecka w rodzinie. Pokazał, że jest to proces holistyczny, w którym dziecko nie tyle jest poddawane pojedynczym, obliczonym na określony cel oddziaływanom, co zanurzone w rzeczywistości ekonomicznej rodziny. W efekcie przekazywane są mu postawy, wartości i emocje, które mogą kształtować przyszłe dobre, ale również złe funkcjonowanie</p>			

ekonomiczne dziecka. Badanie zostało zrealizowane w ramach grantu NCN OPUS 2013/11/B/HS6/01163 „Determinanty zachowań finansowych dzieci w wieku 10-11 lat”.

Postawy wobec pieniędzy nastolatków a prospołeczność i samoocena.

Jakub Wierzbicki¹

¹Uniwersytet Gdański, Instytut Psychologii

Kapitalizm jest dominującym systemem ekonomicznym w XXI wieku wpływającym na funkcjonowanie większości społeczeństw na świecie oraz na organizację życia wielu ludzi (zob. Kasser, Cohn, Kanner i Ryan, 2007; Kasser, 2011; Kasser, 2016). Sprzyja on powstawaniu u ludzi orientacji materialistycznej, której wynikiem jest wiara, że szczęście i sukces osiąga się dzięki pieniądзом i gromadzeniu dóbr, a także wydawaniu pieniędzy na zaspokajanie własnych potrzeb (Kasser i in., 2007; Kasser, 2011). Celem obecnej prezentacji jest odpowiedź na pytanie jakie są postawy wobec pieniędzy późnych adolescentów oraz jak poszczególne komponenty postawy wobec pieniędzy korelują z prospołecznością i samooceną. W badaniu korelacyjnym przeprowadzonym w trzech poznańskich szkołach średnich wzięło udział 433 nastolatków i nastolatek. Do pomiaru postaw wobec pieniędzy użyto Kwestionariusza Ja i Pieniądże (Wąsowicz-Kiryło, 2013), mierzącego trzy komponenty postawy wobec pieniędzy, tj. komponent behawioralny – czyli brak kontroli nad wydawaniem pieniędzy, komponent poznawczy – czyli pieniądze jako środek do realizacji wartości oraz komponent emocjonalny – czerpanie przyjemności z kontaktu z pieniędzmi. Do pomiaru poziomu samooceny użyto Skali Samooceny SES M. Rosenberga (1965, w polskiej adaptacji M. Łaguny, K. Lachowicz-Tabaczek, i I. Dzwonkowskiej, 2008), natomiast do pomiaru prospołeczności Skali Prospołeczności Dorosłych APS (2005, Caprara, Steca, Zelli, Capanna, wersja eksperymentalna Piotrowski, Żemojtel-Piotrowska). Wyniki badania korelacyjnego pokazały, że czerpaniu przyjemności z kontaktu z pieniędzmi towarzyszy wyższa samoocena. Równocześnie wykazano, że im wyższe jest poczucie braku kontroli nad wydawaniem pieniędzy tym niższa samoocena nastolatków. Ponadto wykazano, że u nastolatków podwyższonej samoocenie towarzyszy niższa prospołeczność. Przeprowadzone badania pokazały także różnice płciowe w postawach wobec pieniędzy. Mianowicie, chłopcy i dziewczęta różnią się komponentem poznawczym i emocjonalnym postawy wobec pieniędzy. Postawa chłopców wobec pieniędzy jest bardziej instrumentalna tzn. w większym stopniu traktują oni pieniądze jako środek do realizacji wartości i w większym stopniu czerpią przyjemność z kontaktu z pieniędzmi.

Eksperyment terenowy: dzieci 7-8 lat są racjonalne w oszukiwaniu.

Łukasz Markiewicz¹, Katarzyna Gawryluk¹, Katarzyna Idzikowska¹

¹Akademia Leona Koźmińskiego

Ekonomiczny model procesu decyzyjnego kłamców zakłada porównanie użyteczności szczerości z użytecznością kłamstwa. Dan Ariely, rozszerzając ekonomiczny model, sugeruje iż decydenci biorą pod uwagę również aspekty moralne, ważąc jak wiele mogą na kłamstwie zyskać i jak wiele stracą na samoocenie kłamiąc. Bazując na założeniu, iż aspekty moralne są słabiej rozwinięte u dzieci niż dorosłych, zakładaliśmy, iż zachowanie dzieci będzie bardziej zbliżone do ekonomicznego modelu procesu decyzyjnego kłamców. Tym samym stopień kłamania u dzieci powinien zależeć także od wielkości pokusy. Co więcej, zakładaliśmy, iż popełnienie wykroczenia moralnego (skłamanie) sprawia, że decydent staje się mniej wrażliwy na względy moralne w kolejnych decyzjach, kłamiąc wraz czasem więcej (staczając się po „równi pochyłej”). Hipotezy zostały zweryfikowane w eksperymencie terenowym z udziałem dzieci 7 i 8 letnich. Osoby badane rzucały wielokrotnie kością sześciocienną, aby zdecydować o ilości nagród które mogą wziąć z każdej ich kategorii. Tak jak oczekiwano, dzieci kłamały (biorąc większą liczbę nienależnych im nagród) w przypadku bardziej

atrakcyjnych kategorii nagród. Zarówno upływ czasu jak i kłamstwo w poprzedniej rundzie, zwiększały prawdopodobieństwo kłamstwa w rundzie kolejnej.

Skuteczność wybranych środków perswazji w reklamach skierowanych do dzieci, na przykładzie marki Kubuś

Paulina Ślęzak¹, dr hab., profesor Uniwersytetu SWPS Alicja Grochowska¹

¹SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, Warszawa

Nowe technologie towarzyszą obecnie dziecku od najmłodszych lat, korzystanie z mediów jest elementem zabawy i nauki każdego dnia. Te sytuacje oraz rozwój rynku wpływają na powstawanie nowych form reklam. Marketerzy dostosowują rozwiązania do zmieniających się zachowań dzieci, ich potrzeb oraz zasobów technologicznych. Powoduje to, że reklamy są coraz bardziej obecne w przestrzeni dziecka, przybierając przy tym bardzo subtelne formy perswazji i manipulacji. Nowoczesne reklamy są dla dzieci często niemożliwe do rozpoznania jako narzędzie manipulacyjne, ze względu na zabawną formę przypominającą grę czy bajkę dostępną w sieci. Z tego powodu istotna jest edukacja dzieci jako młodych konsumentów, aby potrafiły rozpoznawać reklamy oraz były świadome ich celów. Aby taka edukacja była możliwa, niezbędne jest jednak najpierw poznanie, w jaki sposób dzieci rozumieją i zapamiętują nowe reklamy oraz jakie procesy emocjonalne i motywacyjne aktywizują się pod wpływem nowych form reklam. Podstawą teoretyczną są współczesne koncepcje rozwoju emocjonalno-poznawczego dzieci. Badanie przeprowadzono wśród dzieci w wieku 6-7 lat (N=60). Zastosowano cztery nowoczesne formy reklamy z wykorzystaniem internetu tj. reklama video, video animowane, mini-bajka (content) oraz adverggame. Wszystkie formy są reklamą marki soków Kubuś. Badanie miało na celu sprawdzenie, w jaki sposób perswazja, techniki wykorzystywane w wymienionych reklamach wpływają na wiedzę, motywację oraz procesy poznawcze i emocjonalne młodych konsumentów. Testowano zapamiętywanie i rozumienie reklam, decyzje żywieniowe (sok, marchew czy czekolada) oraz emocje wzbudzone przez reklamy (Self Assessment Manikin). Wyniki omówiono w odniesieniu do etapu rozwoju dzieci oraz zaproponowano kierunki programów edukacyjnych dla dzieci i ich opiekunów. Wskazano potencjalne kierunki rozwoju badań w tym obszarze. Refleksji poddano trudności związane z prowadzeniem badań nad reklamą wśród dzieci.

SESJA 8B: DECYZJE			
18.05.2018 (piątek)	12:00-13:20	Sala „TĘŻNIA”	prowadząca: Elżbieta Kubińska
Głosowanie za pomocą różnych metod opartych o głosowanie aprobowane. Analiza i interpretacja wyników eksperymentów.			
Honorata Sosnowska¹, Krzysztof Przybyszewski² ¹ Warsaw School of Economics ² Akademia Leona Koźminkiego			
<p>Celem niniejszego artykułu jest zbadanie podobieństw pomiędzy głosowaniami opartymi na metodzie aprobowanej oraz jak te metody głosowania są związane z preferencjami głosujących. Badane były zarówno głosowania polityczne, jak i konsumpcyjne. W klasycznym głosowaniu większościowym każdy głosujący wybiera co najwyżej jedną alternatywę. W głosowaniu aprobowanym (Brams, Fishburn, 1978, 1983) może wybrać tyle alternatyw, ile chce. W obu głosowaniach wygrywa ta alternatywa, która otrzymała największą liczbę głosów. Odwrotnym z matematycznego (ale psychologicznego punktu widzenia, Przybyszewski, Sosnowska, 2016) punktu widzenia głosowaniem w stosunku do głosowania aprobowanego jest głosowanie dezaprobowane (Mercik, 1990), gdy głosujący zaznacza te alternatywy, których nie aprobuje. Wygrywa ta alternatywa, która ma najmniejszą liczbę zaznaczeń. Jeszcze inną metodą jest głosowanie kategoryzujące (Malawski et al. 2010) znane jako kombinowane aprobowane z dezaprobowanym, aprobowane i dezaprobowane, wartościujące (odpowiednio Felsenthal 1989. Laruelle 2014, Hillinger 2005). W tej metodzie głosujący stawia plus, gdy aprobuje, minus gdy nie aprobuje i 0 gdy jest neutralny lub nie wie co zaznaczyć. Następnie liczone jest saldo: od liczby plusów odejmuje się liczbę minusów. W 2017 przeprowadziliśmy eksperyment na próbie reprezentatywnej gdzie ankietowani wybierali prezydenta wszystkimi czterema metodami i porównaliśmy wyniki głosowań oraz otrzymane porządki alternatyw. Okazuje się, że mimo różnic w wynikach, przy porównaniu porządków testami rangującymi uzyskaliśmy podobieństwa w obrębie metod o tej samej (pozytywnej lub negatywnej) ewaluacji. Powtórzyliśmy ten eksperyment na grupach studenckich zarówno w obrębie głosowań politycznych, jak i wyboru konsumenta. Dodatkowo, badani mieli zagłosować także metodą Thurstona (kwalifikacja do „pudełek” o wartościach od -5 do 5) po to aby określić, które z głosowań najlepiej odzwierciedla preferencje wyborców. Analiza tych wyników potwierdziła poprzednie rezultaty. Klasyczna metoda większościowa stosunkowo najslabiej odzwierciedla preferencje w porównaniu z metodami bazującymi na głosowaniu aprobowanym.</p>			
Wpływ efektu ramowania oraz błędu wynikającego z hipotetyczności pytania na wycenę prywatnych dóbr konsumpcyjnych - weryfikacja eksperymentalna.			
Magdalena Brzozowicz¹ ¹ Uniwersytet Warszawski			
<p>Wiele z metod badawczych powszechnie używanych do określania granicznych cen kupna (ang. <i>willingness to pay</i>, WTP) wykorzystuje pytania hipotetyczne, które nie niosą rzeczywistych konsekwencji finansowych dla respondentów. Wielokrotnie w literaturze przedmiotu wskazywano, że hipotetyczne wartości WTP przewyższają wartości rzeczywiste, a zjawisko to określane jest mianem błędu wynikającego z hipotetyczności pytania (ang. <i>hypothetical bias</i>, HB). W omawianym badaniu podjęto próbę sprawdzenia, czy dane hipotetyczne cechują się niższą jakością aniżeli dane rzeczywiste. Zbadano, czy skłonność do kierowania się pewnymi przesłankami, sprzecznymi z paradygmatem racjonalności rośnie, gdy zgłaszane wartości WTP nie</p>			

mają rzeczywistych konsekwencji dla uczestników. W tym celu wybrano jeden z efektów behawioralnych - efekt ramowania cechy (ang. *attribute framing effect*), którym określa się różnice w podejmowanych decyzjach w zależności od sposobu prezentowania informacji. W toku badania dokonana została eksperymentalna weryfikacja wspomnianych efektów behawioralnych dla prywatnych dóbr konsumpcyjnych oraz ich wpływu na skłonność do zapłaty. Postawione zostały następujące hipotezy badawcze: H1: Błąd wynikający z hipotetyczności pytania wpływa na wycenę produktu. H2: Efekt ramowania cechy wpływa na wycenę produktu. H3: Występuje wzajemne oddziaływanie błędu wynikającego z hipotetyczności pytania i efektu ramowania. W celu weryfikacji przedstawionych hipotez badawczych wykorzystane zostały metody ekonomii eksperymentalnej. Przeprowadzono eksperyment laboratoryjny wraz z badaniami ankietowymi (kwestionariusze post-eksperymentalne), w którym przedmiotem wyceny były tusze do rzęs. W badaniu uczestniczyły studentki Wydziału Nauk Ekonomicznych UW. Respondentki zostały przydzielone do poszczególnych warunków eksperymentalnych (hipotetyczne vs. realne określanie WTP oraz pozytywne ramowanie cechy produktu vs. negatywne ramowanie cechy). W warunkach hipotetycznych zastosowana została technika bezpośredniego szacowania wartości WTP. W celu pozyskania rzeczywistych wartości WTP użyto natomiast efektywnej i poprawnej pod względem motywacyjnym techniki BDM z realnymi transakcjami kupna (Becker, DeGroot, Marschak, 1964). Dane eksperymentalne analizowano z użyciem metod ekonometrycznych oraz statystycznych. Weryfikacja wybranych efektów behawioralnych ma duże znaczenie ze względu na powszechność stosowania metod deklaracyjnych w badaniach marketingowych oraz wykorzystywanie mechanizmów zbliżonych do efektu ramowania w przekazach reklamowych. Przeprowadzone badanie może także wypełnić swoistą lukę w literaturze eksperymentalnej.

Efekt kontrastu jako wyjaśnienie dla zjawiska asymetrycznej dominacji w podejmowaniu decyzji.

Maciej Kościelniak¹

¹Uniwersytet SWPS

Efekt asymetrycznej dominacji (zwany inaczej efektem wabika) jest jednym z najczęściej opisywanych odstępstw od założeń klasycznej ekonomii. Dołączenie do zbioru alternatyw opcji jednostronnie zdominowanej (podobnej, ale jednoznacznie gorszej od innej z alternatyw) prowadzi do zaburzenia wcześniejszych preferencji i większego prawdopodobieństwa wyboru opcji dominującej. Zjawisko to próbowano wyjaśnić w badaniach neuropsychologicznych oraz poprzez zaawansowane modele poznawcze, natomiast metody te nie pozwoliły na jednoznaczne zidentyfikowanie głównych źródeł podatności na manipulację dominacją. Aby poszerzyć tę wiedzę, postanowiono empirycznie zweryfikować hipotezę o możliwych uwarunkowaniach efektu asymetrycznej dominacji na poziomie percepcji. Zaprojektowano badanie, w którym badano związek pomiędzy uległością wobec iluzji kontrastu (zadanie Ebbinghausa) oraz podatnością na manipulację kontekstem w zadaniu percepcyjnym. Udało się potwierdzić, że istnieje silna współzależność pomiędzy tymi dwoma efektami, co pozwala na potwierdzenie hipotezy o iluzji kontrastu jako istotnym źródle skuteczności efektu asymetrycznej dominacji. Stwierdzono jednocześnie, że siła tej współzależności jest moderowana przez wiek osób badanych (słabnie na przestrzeni życia). Podczas wystąpienia zaplanowane jest omówienie szczegółów tego badania oraz jego praktycznych implikacji.

Efekt status quo a metoda PROMETHEE, w zastosowaniu do decyzji wielokryterialnych w spółkach miejskich Krakowa

Elżbieta Kubinska¹, Magdalena Łojewska¹, Mariusz Andrzejewski¹, Jakub Bator¹, Stelios Rozakis^{2,3}

¹Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

²Zakład Biogospodarki i Analiz Systemowych IUNG-PIB w Puławach

³Technical University of Crete, Grecja

Jedną z najczęściej stosowanych metod podejmowania decyzji wielokryterialnych jest metoda PROMETHEE (ang. Preference Ranking Organization Method for Enrichment Evaluation). Poprzez wprowadzenie do metody PROMETHEE elementów teorii perspektywy takich jak punkt odniesienia oraz awersja do strat, został uwzględniony efekt status quo w przypadku decyzji wielokryterialnych. Proponujemy następującą modyfikację metody PROMETHEE: (1) status quo jest przyjęty za punkt odniesienia, (2) współczynnik awersji do strat (λ) jest użyty do modyfikacji funkcji preferencji w porównywań parami, gdzie pierwsza alternatywa jest punktem odniesienia. Zaproponowana modyfikacja PROMETHEE została zastosowana do wyboru optymalnego modelu współpracy spółek miejskich MPO i KHK działających w Krakowie. Jako kryteria uwzględniono aspekty formalno-prawne, aspekty podatkowe, analizę finansową, efektywność gospodarki odpadami, aspekty społeczne oraz doświadczenia analizowanych spółek komunalnych. Zaproponowane kryteria są ilościowe, np. analiza finansowa jak i jakościowe np. akceptacja społeczna alternatyw.

Lista uczestników

Nelli	Artienwicz	Uniwersytet Gdański	nelly.artienwicz@ug.edu.pl
Grzegorz	Banerski	Instytut Przetwarzania Informacji - Państwowy Instytut Badawczy	grzegorz.banerski@opi.org.pl
Adriana	Bernady	SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny	adrianabernady@gmail.com
Zbigniew	Bohdanowicz	Uniwersytet Warszawski	zbohdanowicz@wne.uw.edu.pl
Magdalena	Brzozowicz	Uniwersytet Warszawski	mbrzozowicz@wne.uw.edu.pl
Marcin	Czupryna	Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie	czuprynm@uek.krakow.pl
Artur	Domurat	Akademia Leona Koźmińskiego	artek@kozminski.edu.pl
Dębińska	Donata	Akademia Leona Koźmińskiego	donatadebinska97@gmail.com
Kamil	Fuławka	SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny	kfulawka@swps.edu.pl
Aleksandra	Furman	Uniwersytet Warszawski	aleksandra.furman@psych.uw.edu.pl
Agata	Gąsiorowska	SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny	agasierowska@swps.edu.pl
Bernadeta	Gołębiowska	Uniwersytet Warszawski	bgolebiowska@wne.uw.edu.pl
Małgorzata	Górnik-Durose	Uniwersytet Śląski w Katowicach	malgorzata.gornik-durose@us.edu.pl
Alicja	Grochowska	SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny	alicja.grochowska@swps.edu.pl
Michał	Hibner		michal@floraldesigncenter.org
Katarzyna	Idzikowska	Akademia Leona Koźmińskiego	kidzikowska@kozminski.edu.pl
Magdalena	Iwanowska	Uniwersytet Gdański	m.iwanowska@ug.edu.pl
Łukasz	Jach	Uniwersytet Śląski w Katowicach	lukasz.jach@us.edu.pl
Magdalena	Jasiniak	Uniwersytet Łódzki	magdalena.jasiniak@uni.lodz.pl
Mateusz	Jaworski	Uniwersytet Warszawski	m.jaworski2@student.uw.edu.pl
Łukasz	Jochemczyk	Uniwersytet Warszawski	ljochemczyk@gmail.com
Anna	Kapinos	Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II	annakapinos@student.kul.lublin.pl
Anna	Kłujczo	Uniwersytet Warszawski	anna.klujczo@gmail.com
Agata	Kocimska-Zych	SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny	akocimska-zych@st.swps.edu.pl
Magdalena	Kolańska	Uniwersytet Zielonogórski	magdalenakolanska@wp.pl
Sabina	Kołodziej	Akademia Leona Koźmińskiego	skolodziej@kominski.edu.pl
Przemysław	Korotusz	SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny	pkorotusz@swps.edu.pl
Maciej	Kościelniak	SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny	mkoscielniak@swps.edu.pl

Michał	Krawczyk	Uniwersytet Warszawski	mkrawczyk@wne.uw.edu.pl
Elżbieta	Kubińska	Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie	elkubinska@gmail.com
Dominik	Lenda	SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny	dlenda@st.swps.edu.pl
Agnieszka	Lewandowska	SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny	amyrczek-lewandowska@swps.edu.pl
Anna	Macko	Akademia Leona Koźmińskiego	amacko@kozminski.edu.pl
Marcin	Malawski	Akademia Leona Koźmińskiego	mmn@alk.edu.pl
Joanna	Malcherek	SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny	jmalcherek@st.swps.edu.pl
Ewelina	Marek	Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu	emarekan@gmail.com
Łukasz	Markiewicz	Akademia Leona Koźmińskiego	lmarkiewicz@kozminski.edu.pl
Adrian	Matukiewicz	SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny	amatukiewicz@st.swps.edu.pl
Mateusz	Matusiak	Akademia Leona Koźmińskiego	m.matusiak96@gmail.com
Aleksandra	Muda	SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny	azyłowska@st.swps.edu.pl
Rafał	Muda	Uniwersytet Marii Curie Skłodowskiej	rafal_muda@wp.pl
Małgorzata	Niesiobędzka	Uniwersytet w Białymstoku	m.niesiobedzka@uwb.edu.pl
Angelika	Olszewska	SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny	aolszewska9@st.swps.edu.pl
Radosław	Pastusiak	Uniwersytet Łódzki	rpastusiak@uni.lodz.pl
Michał	Paszkowski	PKO Finat	m.paszkowski@finat.pl
Piotr	Pilch	Akademia Leona Koźmińskiego	pilch@alk.edu.pl
Agnieszka	Popławska-Boruc	SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny	apoplawska1@swps.edu.pl
Magdalena	Poraj-Weder	Akademia Pedagogiki Specjalnej	mporaj@psych.uw.edu.pl
Krzysztof	Przybyszewski	Akademia Leona Koźmińskiego	crispy@kozminski.edu.pl
Michał	Radke	Uniwersytet Łódzki	michalradke11@gmail.com
Joanna	Rudzińska-Wojciechowska	SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny	jrudzinska-wojciechowska@swps.edu.pl
Klara	Rydzewska	SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny	krydzewska1@swps.edu.pl
Karolina	Safarzyńska	Uniwersytet Warszawski	ksafarzy@gmail.com
Katarzyna	Samson	SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny	kasiasamson@gmail.com
Przemysław	Sawicki	Akademia Leona Koźmińskiego	psawicki@kozminski.edu.pl
Katarzyna	Sekścińska	Uniwersytet Warszawski	sekscinska@psych.uw.edu.pl
Jakub	Serek	SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny	jserek@st.swps.edu.pl
Grzegorz	Sędek	SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny	gsedek@swps.edu.pl
Witold	Siekierzyński	SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny	witold.siekierzynski@st.swps.edu.pl
Agata	Sobków	SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny	asobkow@swps.edu.pl
Honorata	Sosnowska	Szkoła Główna Handlowa w Warszawie	honorata@sgh.waw.pl
Natalia	Starzykowska	Uniwersytet Warszawski	nstarzykowska@wne.uw.edu.pl

Paulina	Ślęzak	SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny	pslezak@st.swps.edu.pl
Łukasz	Tanajewski	Akademia Leona Koźmińskiego	ltanajewski@kozminski.edu.pl
Jakub	Traczyk	SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny	jtraczyk@swps.edu.pl
Agata	Trzcńska	Uniwersytet Warszawski	atrzcinska@psych.uw.edu.pl
Tadeusz	Tyszka	Akademia Leona Koźmińskiego	ttyszka@kozminski.edu.pl
Grażyna	Wąsowicz	Uniwersytet Warszawski	wasowicz@psych.uw.edu.pl
Jakub	Wierzbicki	Uniwersytet Gdański	jakub.wierzbicki@ug.edu.pl
Klewiec	Wojciech	Obserwator Finansowy	Wojciech.Klewiec@nbp.pl
Piotr	Wójcik	Akademia Leona Koźmińskiego	pwojcik@alk.edu.pl
Tomasz	Zaleskiewicz	SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny	tzaleskiewicz@swps.edu.pl
Anna Maria	Zawadzka	Uniwersytet Gdański	anna.maria.zawadzka@ug.edu.pl
Grzegorz	Zęgota	Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie	grzegorz_zegota@outlook.com
Radosław	Zyzik	Akademia Ignatianum	radoslaw.zyzik@ignatium.edu.pl