

SESJA I (9:30-11:00) Decyzje konsumenckie i materializm - chair: Agata Trzcńska

Czy ramowanie wpływa na gotowość do zapłaty za dobra konsumpcyjne w realistycznych warunkach zakupowych?

Magdalena Brzozowicz (Uniwersytet Warszawski)*

W referowanym artykule poddano weryfikacji wpływ ramowania na gotowość do zapłaty za dobra konsumpcyjne. Przeprowadzono cztery eksperymenty terenowe w realistycznych warunkach zakupowych (w centrum handlowym Galeria Wileńska w Warszawie). Łącznie w eksperymentach wzięło udział 1602 badanych - klientów centrum handlowego. Zbadana została gotowość do zapłaty za dwa rodzaje produktów: produkt szybko zbywalny (miód smakowy) oraz produkt trwały (ręcznie malowany kubek). Zastosowano także dwie różne procedury wyceny: wycenę hipotetyczną oraz procedurę BDM z realnymi konsekwencjami finansowymi. W każdym z eksperymentów manipulowano sposobem przedstawienia informacji na temat produktu (pozytywne vs. negatywne ramowanie). Klienci zostali losowo przydzieleni do poszczególnych warunków eksperymentalnych. Aby zweryfikować efektywność zastosowanej manipulacji (ramowania), dodatkowo sprawdzono również, czy ramowanie ma wpływ na ocenę atrakcyjności produktu. Według najlepszej wiedzy autorki jest to pierwsze badanie dotyczące efektu ramowania, weryfikujące jego działanie w realistycznym otoczeniu zakupowym, zarówno w warunkach hipotetycznych, jak i rzeczywistych.

Mimo zastosowania różnych typów ramowania (ramowanie cechy i ramowanie celu), różnych grup produktowych oraz różnych procedur wyceny, otrzymano spójne wyniki. Zaobserwowano, iż ramowanie nie miało wpływu na gotowość do zapłaty za prezentowane produkty. Ramowanie wpłynęło jednak istotnie na oceny atrakcyjności produktu, co może potwierdzać przypuszczenie, iż wystąpienie efektu ramowania jest bardziej prawdopodobne w kontekście osądów i ocen, aniżeli w kontekście określania gotowości do zapłaty. Ponadto, wystąpiły istotne statystycznie różnice między wyceną dokonywaną w warunkach hipotetycznych i rzeczywistych (hypothetical bias). Współczynnik błędu (bias ratio) wyniósł 2.24.

W omawianym badaniu sprawdzono także podatność na efekt ramowania w podpróbach wyodrębnionych ze względu na płeć, wiek oraz poziom wykształcenia. W żadnej z podprób nie zaobserwowano jednak efektu ramowania w kontekście określania gotowości do zapłaty, co może sugerować, że różnice socjodemograficzne nie powodują różnic w podatności na efekt ramowania.

SESJA I (9:30-11:00) Decyzje konsumenckie i materializm - chair: Agata Trzcińska

Rola lęku przed utratą (FOMO) w podejmowaniu decyzji konsumenckich
Diana Jaworska (Uniwersytet Warszawski)*; Katarzyna Sekścińska (Uniwersytet Warszawski Wydział Psychologii)
<p>FOMO (lęk przed utratą) można zdefiniować jako wszechogarniające uczucie, że coś nas omija - że inni wiedzą, robią lub posiadają coś lepszego niż my (Przybylski i in., 2013). Do tej pory FOMO było badane głównie w kontekście mediów społecznościowych i wykazano, że to zjawisko jest jednym z głównych czynników leżących u podstaw korzystania z tego typu serwisów (Przybylski i in., 2013). Jednak wedle najnowszych badań FOMO wykracza poza kontekst Internetu i może również wpływać na zachowanie i emocje ludzi w świecie offline (Kang i in., 2020). Niektórzy badacze wskazują, że poznanie roli FOMO poza mediami społecznościowymi jest kluczowym kierunkiem przyszłych badań, zwłaszcza biorąc pod uwagę powszechność FOMO wśród młodszych pokoleń (np. Hayran i in., 2020; Jupowicz-Ginalska i in., 2021). Według Hodkinsona (2019) FOMO przejawia się głównie w sytuacjach, w których trzeba dokonywać wyborów i z tego powodu może zmieniać proces decyzyjny. Niewiele jest jednak badań, w których sprawdzano wpływ FOMO na podejmowanie decyzji. Do tej pory wykazano, że istnieje kilka cech wspólnych między osobami o wysokim poziomie FOMO a maksymalistami, takich jak skłonność do żalu i skłonność do angażowania się w porównania społeczne (Milyavskaya i in., 2018; Schwartz, 2002). Jednak maksymalizacja jest konstruktem wielowymiarowym i związek między FOMO a tym stylem podejmowania decyzji nie jest dobrze rozumiany. Co więcej, jako że badania wskazują także na związek FOMO z negatywnym afektem, niższą satysfakcją i niższą samooceną (m.in. Milyavskaya i in., 2018), lęk przed utratą może również zmieniać subiektywną ocenę własnych decyzji. Jednak do tej pory nie było badań, które sprawdzałyby tę kwestię.</p> <p>Celem niniejszego projektu było poznanie roli FOMO w procesie podejmowania decyzji konsumenckich na przestrzeni dwóch badań online (N1 = 246; N2 = 332). W badaniu pierwszym sprawdzono związek FOMO z tendencją do maksymalizacji (zgodnie z konceptualizacją Turnera i in., 2012, Inwentarz Maksymalizacji składa się z 3 podskal: Satisficing, Alternative Search, Decision Difficulty). Ponadto uwzględniono behawioralne wskaźniki strategii podejmowania decyzji (ilość informacji i czas potrzebny na dokonanie wyboru). Wyniki badania 1 wykazały, że FOMO jest pozytywnie związane ze skłonnością do poszukiwania alternatyw i dyspozycyjną trudnością w podejmowaniu decyzji (które są komponentami tendencji do maksymalizacji), a także wyjaśnia dodatkowy procent w wariancji w strategii decyzyjnej po uwzględnieniu w modelu tendencji do maksymalizacji. Badanie 2 miało na celu sprawdzenie, jak FOMO może wpływać na percepcję procesu decyzyjnego. Wyniki badania 2 wykazały, że FOMO zwiększa postrzeganą trudność decyzji, atrakcyjność niewybranych alternatyw i poziom żalu post-decyzyjnego oraz zmniejsza postrzeganą pewność własnej decyzji. Uzyskane wyniki wskazują, że FOMO może być jednym z czynników utrudniających podejmowanie decyzji konsumenckich i może mieć negatywne konsekwencje emocjonalne dla jednostek. Co więcej, w szerszym kontekście, uzyskane wyniki pokazują, że rola lęku przed utratą nie ogranicza się do środowiska mediów społecznościowych.</p>

SESJA I (9:30-11:00) Decyzje konsumenckie i materializm - chair: Agata Trzcińska

Dlaczego ludzie zadłużają się dla innych?
<p>Anna M Hełka (University of Social Sciences and Humanities)*; Agata Gąsiorowska (SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, II Wydział Psychologii we Wrocławiu); Monika Kornacka (SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, Wydział Psychologii w Katowicach); Tomasz Zaleśkiewicz (SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny)</p>
<p>Kiedy myślimy o zaciąganiu kredytów myślimy zazwyczaj o pożyczaniu z konieczności, bo nie mamy środków do zaspokojenia naszych podstawowych potrzeb lub o pożyczaniu w celu przyspieszeniu konsumpcji, aby zwiększyć nasz komfort życia, a więc z pobudek hedonistycznych, ewentualnie w celu nie naruszania żelaznej rezerwy oszczędności. Powyższe wyjaśnienia nie przystają do sytuacji pożyczania dla innych, kiedy pożyczkobiorca sam nie korzysta z pożyczonych pieniędzy lub zakupionych na raty dóbr, chociaż sam spłaca zaciągnięte zobowiązanie. Blisko ¼ zadłużonych Polaków w badaniu Maison (2019) zaciągnęła zobowiązania na rzecz innych a nie siebie. W naszych badaniach postanowiliśmy sprawdzić, dlaczego ludzie zadłużają się dla innych, a także, jak powszechne jest to zjawisko.</p> <p>W badaniu pierwszym (jakościowym przeprowadzonym za pośrednictwem panelu Ariadna) na próbie 120 Polek i Polaków ($M=45.73$, $SD=15.324$) zidentyfikowaliśmy siedem głównych powodów pożyczania dla innych. Połowa osób badanych miała bezpośrednie (12,5%) lub niebezpośrednie (39%) doświadczenie z pożyczaniem dla innych. Odnotowaliśmy znaczne różnice w częstotliwości wymieniania poszczególnych powodów pożyczania dla innych w zależności od tego, czy zobowiązanie zaciągnięto z własnej inicjatywy czy w odpowiedzi na prośbę beneficjenta. W sytuacji pożyczania dla innych z własnej inicjatywy respondenci częściej wskazywali jako powód: chęć obdarowania np. z jakiejś okazji lub chęć podzielenia się lub kreowanie wizerunku. Natomiast, jeśli zobowiązanie zaciągnięto w reakcji na prośbę obdarowywanego częściej uzasadniano pożyczanie dla innych odwołując się do: altruistycznej chęci pomocy/poprawy sytuacji drugiej osoby; bezrefleksyjności, nieświadomości konsekwencji lub naiwności pożyczającego; nie umiejętności lub niechęci odmowy. Ponadto część respondentów w obu sytuacjach wśród powodów pożyczania dla innych wymieniała wzajemność. Częstotliwość wskazywania w/w powodów była również różna w zależności od doświadczenia respondentów z pożyczaniem dla innych, jednak z racji wielkości próby ten wynik należy traktować ostrożnie i zostanie poddany weryfikacji w badaniu 2 na dużej próbie.</p> <p>W badaniu drugim (w realizacji) na próbie 1000 Polaków ocenimy znaczenie powodów pożyczania dla innych zidentyfikowanych w badaniu jakościowym w dwóch sytuacjach; gdy ktoś poprosił vs z własnej inicjatywy. Ponadto zweryfikujemy na dużej próbie dorosłych Polaków, jaka jest realna skala zjawiska pożyczania dla innych, a także tego, w jakim stopniu występuje ono w relacjach innych niż rodzinne lub partnerskie. Ponadto porównamy znaczenie poszczególnych powodów pożyczania dla innych w zależności od własnych doświadczeń w zakresie pożyczania dla innych. W ramach wystąpienia zaprezentujemy i przedyskutujemy wyniki obu powyższych badań.</p>

SESJA I (9:30-11:00) Decyzje konsumenckie i materializm - chair: Agata Trzcińska

Wewnątrzsobowe czynniki determinujące preferencję marki
<p>Paweł Krasa (Katolicki Uniwersytet Lubelski im. Jana Pawła II)*</p> <p>Zgodnie z modelem porównań obrazu siebie z typowym użytkownikiem marki (TUM) (Gorbaniuk i in., 2021), konsument dokonuje decyzji konsumenckich na bazie motywów samowiedzy związanych z kontinuum samowzmocnieniem i samoochroną (Sedikides i in., 2015), które determinują samoocenę (Swann i in., 1987) wpływającą z kolei na postrzeganie symbolicznego znaczenia marki w tworzeniu koncepcji siebie (Belk, 1989; Gollwitzer i in., 1982; Keller, 2003). Zdaniem badaczy (Gorbaniuk i in., 2021; Sedikides i in., 2015; Sirgy, 2018), porównania z TUM w momencie decyzji zakupowej, pozwalają na osiągnięcie zbieżności aktualnego obrazu siebie z obrazem pożądanym (samowzmocnianie), a także unikanie zgodności aktualnego obrazu siebie z obrazem niepożądanym (samoochrona). Ponadto, innym czynnikiem istotnym w dostrzeganiu pozytywnego aspektu marki jest konstruowanie siebie przez markę (Rasmus, 2012). Tym samym postuluje się następujące hipotezy:</p> <p>H1. Wzrost samooceny będzie wiązał się z częstszym dostrzeganiem symbolicznych cech pozytywnych w wizerunku TUM (a) oraz rzadszym dostrzeganiem cech negatywnych w wizerunku TUM (b).</p> <p>H2. Osoby skłonne do KSM będą dostrzegały głównie pozytywne cechy w wizerunku TUM (a), natomiast nie będą dostrzegały symbolicznych cech negatywnych (b).</p> <p>H3. Pozytywne cechy TUM będą przekładały się na wzrost pożądaną (a) i potwierdzaną (b) zgodności z TUM.</p> <p>H4. Negatywne cechy TUM, będą przekładały się na wzrost niepożądaną zgodności z TUM.</p> <p>H5. Wyższa zgodność w zakresie cech pożądaných (a) i potwierdzanych (b) będzie przekładała się na preferencję marki, natomiast wyższa zgodność w zakresie niepożądaných (c) cech będzie negatywnie powiązana z preferencją.</p> <p>Próba i procedura</p> <p>W badaniach wzięło udział 210 konsumentów (M = 30,10; SD = 8,97), z których 51,4% stanowiły kobiety. Procedura była przeprowadzona w formie online na markach czterech kategorii produktów we względnie równolicznych proporcjach (od 20,5% do 28,1%). Samoocena, mierzona była skróconą wersją kwestionariusza SES (Dzwonkowska i in., 2007), KSM było mierzone polską adaptacją tego narzędzia (Rasmus, 2012), cechy kojarzone z TUM były mierzone kwestionariuszem opartym o model trójkomponentowy (Gorbaniuk i in., 2021), zgodność z wizerunkiem TUM i preferencja były mierzone zgodnie z propozycją Sirgy'a (2018).</p> <p>Wyniki</p> <p>Celem weryfikacji hipotez wykonano model równań strukturalnych metodą PLS, która wykazała dobre dopasowanie modelu do danych spełniając założenia CFI > 0,90; SRMR < 0,09; RMSEA < 0,08; $\chi^2/df < 2$; AVE > 0,50; CR > 0,70; HTMT < 0,90 dla każdego z mierzonych konstruktów. Wyniki potwierdziły hipotezy H1, H2, H3, H4 oraz H5a. Okazało się, że wzrost samooceny powiązany jest z częstszym dostrzeganiem cech wyrafinowania i odpowiedzialności, a także z rzadszym dostrzeganiem skąpstwa. KSM wiązało się pozytywnie z dostrzeganiem odpowiedzialności i wyrafinowania, a także nie przekładało się na dostrzeganie negatywnych cech w marce. Wyrafinowanie i odpowiedzialność były powiązane ze zgodnością obecnej i pożądaną koncepcji siebie z wizerunkiem TUM, natomiast prostactwo było powiązane z niepożądaną zgodnością z wizerunkiem TUM. Jednakże, jedynie pożądana zgodność z wizerunkiem TUM przekładała się pozytywnie na preferencję marki, zgodność na poziomie realnym i niepożądaną nie były istotne statystycznie.</p> <p>Wnioski</p> <p>Wyniki potwierdziły predykcijną wartość konstruowania siebie przez markę oraz samooceny dla przewidywania preferencji marki ze wskazaniem mechanizmów wyjaśniających w postaci</p>

symbolicznego znaczenia marki dla konsumenta oraz postrzeganą zgodnością w porównaniu z TUM. Pożądany obraz był jako jedyny powiązany z preferowaniem danej marki, co oznacza iż wybór marki przez konsumenta może być determinowany tym co dana marka wnosi nowego do obrazu siebie konsument. Pozwala to na określenie które aspekty reklam najlepiej akcentować w reklamach, z uwagi na badania dowodzące iż manipulacja wizerunkiem TUM jest możliwa za pomocą prostego sloganu (Kolańska & Gorbaniuk, 2021).

SESJA I (9:30-11:00) Decyzje konsumenckie i materializm - chair: Agata Trzcńska

Socjalizacja ekonomiczna dziewczynek i chłopców w Polsce – rola materializmu matek i ojców
Katarzyna Sekścińska (Uniwersytet Warszawski Wydział Psychologii)*; Agata Trzcńska (Uniwersytet Warszawski); Anna Bichta (Fundacja Think!)
<p>Nadrzędnym celem prezentowanego badania było sprawdzenie czy poziom materializmu rodziców jest związany z tym, w jaki sposób socjalizują oni ekonomicznie swoje dzieci. Dodatkowo weryfikowano także, czy proces socjalizacji ekonomicznej w polskich domach przebiega inaczej gdy socjalizowany jest chłopiec niż gdy w świat finansów wprowadzana jest dziewczynka oraz na ile sposób socjalizowania dzieci zależy od płci rodzica.</p> <p>Przeprowadzono badanie na ogólnopolskiej próbie 745 rodziców (390 matek i 355 ojców) dzieci w wieku 7-12 lat (365 dziewczynek i 380 chłopców) .</p> <p>Sprawdzono w jaki sposób poziom materializmu determinuje to kiedy rodzice rozpoczynają edukację ekonomiczną swoich dzieci, jakich technik i metod używają, w jakim zakresie edukują dzieci i jakie mają postawy wobec edukacji ekonomicznej. Powyższe zależności rozważono również w podziale na płeć dziecka i płeć rodzica.</p>

SESJA II (11:15-12:40) Ryzyko finansowe i inwestycje - chair: Katarzyna Sekścińska

<p>Wiem, że (nie) wiem: (nie)wiedza finansowa, percepcja relacji ryzyko-zysk i skłonność do dywersyfikacji</p>
<p>Elżbieta Kubińska (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie); Magdalena Adamczyk-Kowalczyk (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie); Anna Macko (Akademia Leona Koźmińskiego)*</p>
<p>Wiedza finansowa (financial literacy) to „znajomość i rozumienie pojęć z zakresu finansów oraz zagrożeń związanych z finansami, a także posiadanie umiejętności, motywacji i pewności siebie pozwalających na skuteczne stosowanie tej wiedzy w decyzjach podejmowanych w różnych kontekstach finansowych, poprawienie finansowego dobrostanu jednostek i społeczeństwa oraz umożliwiających udział w życiu gospodarczym” (OECD, 2019). Van Rooij i współpr. (2011), w badaniu dotyczącym wiedzy finansowej (financial literacy) i uczestnictwa w rynku, brali pod uwagę również opcje "nie wiem" i "odmowa", podkreślając znaczenie uwzględnienia tych opcji podczas pomiaru wiedzy finansowej. Financial Literacy Quiz udostępniony przez Financial Industry Regulatory Authority (FINRA) jest narzędziem pomiaru wiedzy finansowej zawierającym opcję "Nie wiem". Dodanie opcji "Nie wiem" do quizu sprawia, że miary wiedzy i niewiedzy finansowej są liniowo niezależne. Ponadto, obecność tych opcji przy tworzeniu indeksów (nie)wiedzy finansowej pozwala na wyraźne rozróżnienie pomiędzy różnymi stopniami wiedzy finansowej (odpowiedzi poprawne – wiedza obiektywna vs. odpowiedzi niepoprawne – wiedza pozorna, która w rzeczywistości jest formą niewiedzy, której uczestnicy nie są świadomi) oraz brakiem wiedzy (odpowiedzi niepoprawne - niewiedza, której uczestnicy nie są świadomi vs. odpowiedzi "nie wiem" - niewiedza, do której badani są skłonni się przyznać).</p> <p>Przeprowadzono trzy badania (Nstudenci = 79; Nreprezentatywna próba = 1086; Nindywidualni_inwestorzy = 53), w których analizowano związek pomiędzy różnymi formami (nie)wiedzy finansowej a percepcją relacji ryzyko-zyskowność i dywersyfikacją własnych zasobów finansowych. Uczestnicy odpowiadali na pytania zawarte w kwestionariuszu wiedzy finansowej (FINRA), oceniali ryzykowność i zyskowność 10 rodzajów inwestycji oraz informowali o poziomie dywersyfikacji swoich zasobów finansowych.</p> <p>Wyniki pokazują, że rozróżnienie pomiędzy różnymi formami (nie)wiedzy finansowej daje bardziej złożony obraz relacji pomiędzy wiedzą finansową a percepcją ryzyka oraz podejmowaniem decyzji finansowych. Trzy aspekty (nie)wiedzy finansowej: poprawna wiedza finansowa, niewiedza, której ludzie nie są świadomi, oraz świadoma niewiedza finansowa, są w różny sposób powiązane z percepcją relacji ryzyko - zysk oraz zachowaniami finansowymi (dywersyfikacją swoich zasobów finansowych). Wyniki pokazały, że wiedza finansowa i niewiedza, której badani nie byli świadomi, podobnie moderują relację ryzyko-zysk oraz są powiązane z większą dywersyfikacją zasobów. Podczas gdy niewiedza, której badani byli świadomi (odpowiedzi "nie wiem") była odmiennie powiązana z percepcją ryzyka i zysku oraz wiązała się z mniejszą dywersyfikacją własnych zasobów finansowych.</p>

SESJA II (11:15-12:40) Ryzyko finansowe i inwestycje - chair: Katarzyna Sekścińska

Badania nad wybranymi uwarunkowaniami podejmowania decyzji związanych z ryzykiem finansowym
Bartosz Wiszniewski (Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy)*
<p>Wstęp: Podejmowanie decyzji to złożony proces, na który oddziałują liczne czynniki. Aktualna literatura dostarcza nam w tym temacie wiele koncepcji i teorii. W poniższych badaniach zawarto: teorie podejmowania decyzji, ryzyko jako sposób działania, teorie perspektywy, teorie wielkiej piątki oraz znaczenie osobowości w podejmowaniu decyzji. Opisane badanie miało na celu sprawdzić oddziaływanie osobowości oraz styl radzenia sobie ze stresem na proces podejmowania decyzji w sytuacji ryzyka w oparciu o behawioralne aspekty działania. Przeanalizowano wpływ przyczynowości zmiennych na podejmowanie decyzji w sytuacji zysków lub strat, podczas uczestnictwa w teoretycznej loterii opartej na prawdopodobieństwie wyników.</p> <p>Cel: Celem planowanego badania jest empiryczna weryfikacja modelu przyczynowo-skutkowego decyzji podejmowanych przez człowieka związanych z zyskiem lub stratą w kontekście teorii perspektywy.</p> <p>Metody: Inwentarz osobowości NEO-FFI, autorstwa P. T. Costa, R. R. McCrae (1989), (Polska adaptacja: B. Zawadzki, J. Strelau, P. Szczepaniak, M. Śliwińska, 1998). Służy on do diagnozy cech osobowości uwzględnionych w modelu pięcioczynnikowym, określanym jako model Wielkiej Piątki. Zawiera 60 pozycji, po dwanaście w każdej z pięciu skal: neurotyczność, ekstrawersja, otwartość na doświadczenia, ugodowość i sumiennność. Kwestionariusz Radzenia Sobie w Sytuacjach Stresowych CISS w opracowaniu N. S. Endler; J. D. A. Parker (1990). Autorami polskiej adaptacji są A. Jaworowska, J. Strelau, P. Szczepaniak i K. Wrześniewska (2009). Kwestionariusz służy do diagnozowania stylów radzenia sobie ze stresem. Obejmuje 48 stwierdzeń dotyczących ludzkich zachowań w sytuacjach stresowych. Wyniki klasyfikowane są na trzech skalach: styl skoncentrowany na zadaniu (SSZ), styl skoncentrowany na emocjach (SSE) oraz styl skoncentrowany na unikaniu (SSU). Sytuacja eksperymentalna dotycząca czterech wariantów podejmowania ryzyka, nazwanych w badaniu „Loteriami : ALFA, BETA, GAMMA, DELTA”. W każdej loterii osoba badana, miała do wyboru dwie opcje: bezpieczna oraz ryzykowną: Konstrukcja sytuacji badawczej oparty na eksperymencie skonstruowanym i opisanym przez D. Kahnemana oraz A. Tversky w artykule pt. „Prospect Theory: An Analysis Of Decision Under Risk” z 1979r.</p> <p>W badaniu wzięło udział 146 osób dorosłych w wieku od 20 do 63 lat. Grupa mężczyzn stanowiła 25 osób, natomiast grupa kobiet 77 osób.</p> <p>Wyniki: W rezultatach badań, wystąpiły dowody na to, że osobowość, style oraz płeć w sposób istotny oddziałują na proces podejmowania decyzji. Istotnymi zmiennymi okazały się cechy: otwartości na doświadczenie, neurotyczność, ekstrawersja oraz ugodowość. W przypadku stylów radzenia sobie ze stresem istotną zmienną okazał się styl zadaniowy.</p> <p>Wnioski: Analiza uzyskanych danych wskazuje na istotne oddziaływanie cech osobowości oraz stylów radzenia sobie ze stresem na proces podejmowania decyzji. Niniejsza praca ma na celu ustystematyzować wiedzę na temat mechanizmów podejmowania decyzji przez człowieka oraz otworzyć obszar dalszych badań naukowych.</p>

SESJA II (11:15-12:40) Ryzyko finansowe i inwestycje - chair: Katarzyna Sekścińska

Ciężkostrawne inwestycje
Paweł Niszczota (Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu)*; Jakub Błaszczński (Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu)
<p>Ubój zwierząt w celu produkcji mięsa jest moralnie kontrowersyjny, gdyż powoduje cierpienie zwierząt. Jesteśmy jednak w przededniu masowej produkcji mięsa laboratoryjnego (in vitro), które nie powinno już wywoływać takich kontrowersji moralnych. Nie jest jednak jasne, czy ludzie będą w stanie odizolować się od skojarzeń z mięsem, oceniając firmy, które je produkują.</p> <p>Przeprowadziliśmy dwa badania eksperymentalne (N = 1301) mające na celu udzielenie odpowiedzi na pytanie, czy oceny producentów mięsa jako celów inwestycyjnych są „gorące” (afektywne) czy „zimne” (nieafektywne). Nasze badanie pokazuje, że ludzie wykazują niechęć do inwestowania zarówno w producentów konwencjonalnego jak i w laboratoryjnego mięsa, w zgodzie z interpretacją, że oceny te są wysoce afektywne. Przeprowadzona przez nas analiza medacyjna wskazuje, że obrzydzenie do mięsa wpływa negatywnie nie tylko na skłonność do inwestowania w producentów konwencjonalnego mięsa, ale także laboratoryjnego mięsa.</p> <p>Sugeruje to, że spółki produkujące laboratoryjne mięso mogą, paradoksalnie, odziedziczyć brzemie grzesznych spółek (sin stocks). Spekulujemy, że przełoży się to także na decyzje pozainwestycyjne np. decyzje o podjęciu pracy w takich spółkach.</p>

SESJA II (11:15-12:40) Ryzyko finansowe i inwestycje - chair: Katarzyna Sekścińska

Władza, optymizm i podejmowanie ryzyka finansowego
Katarzyna Sekścińska (Uniwersytet Warszawski Wydział Psychologii)*; Joanna Rudzińska-Wojciechowska (Akademia Leona Koźmińskiego); Agata Trzcńska (Uniwersytet Warszawski); Diana Jaworska (Uniwersytet Warszawski)
<p>Przeprowadzono trzy badania (N1 = 328, N2 = 388 N3 = 267) sprawdzające mediacyjną i moderacyjną rolę optymizmu w relacji pomiędzy poczuciem władzy i podejmowaniem ryzyka finansowego w sytuacyjnie wzbudzonym stanie władzy lub jej braku. Podejmowanie ryzyka finansowego było analizowane w dwóch subdomenach – hazardowej i inwestycyjnej. Władza została uwzględniona zarówno jako cecha, jak i stan. Wzięto pod uwagę również wzajemne interakcje między nimi. Zmierzyliśmy optymizm ogólny i sytuacyjny i manipulowaliśmy jego chwilowym poziomem. Badanie 1 miało na celu sprawdzenie czy relacja pomiędzy poczuciem władzy a ryzykownymi wyborami finansowymi jest mediowana seryjnie (serial mediation) przez ogólny optymizm i percepcję ryzyka. Wyniki potwierdziły wstępne hipotezy. Drugie badanie sprawdzało rolę chwilowego stanu władzy lub jej braku w objaśnianiu decyzji finansowych, jak również jej wpływu na sytuacyjny poziom optymizmu i chwilową percepcję ryzyka. Wyniki pokazały, że osoby w stanie władzy różnią się od osób chwilowo nie posiadających władzy w kontekście ich sytuacyjnego optymizmu i ryzykowności podejmowanych przez nich wyborów finansowych, zaś nie różnią się pod względem percepcji ryzyka. Osoby posiadające władzę były bardziej optymistyczne, inwestowały więcej i bardziej agresywnie i podejmowały więcej ryzykownych decyzji hazardowych niż osoby z warunku kontrolnego i ci, którzy doświadczali stanu braku władzy. Trzecie badanie sprawdzało pojedynczy i łączny efekt moderacyjny sytuacyjnego optymizmu i sytuacyjnego stanu władzy w objaśnianiu pozytywnej zależności między poczuciem władzy a podejmowaniem ryzykownych wyborów inwestycyjnych i hazardowych. Zgodnie z naszymi hipotezami, wyniki badania pokazały, że sytuacyjny stan (braku) władzy i sytuacyjny optymizm łącznie moderują pozytywną relację między poczuciem władzy a ryzykownymi wyborami finansowymi w obu badanych subdomenach. Zależność między poczuciem władzy a ryzykownymi wyborami finansowymi była najsilniejsza w sytuacji stanu władzy i optymizmu, zaś najłabsza, gdy indukowane były: stan poczucia władzy i sytuacyjny pesymizm. Tak więc badanie pokazało warunki brzegowe mechanizmów obserwowanych w poprzednich badaniach.</p>

SESJA III (12:55-13:50) Pięciominutówki - chair: Sabina Kołodziej

Sztuczna Inteligencja w decyzjach zakupowych
Julia Mazur (USWPS)*, Agata Sobków (SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, Filia we Wrocławiu, Wydział Psychologii we Wrocławiu)
<p>Inteligencja naturalna coraz częściej jest zastępowana inteligencją sztuczną (AI) lub inteligencją rozszerzoną (AU). Zaletami takiego zastosowania są względy ekonomiczne czy czasowe. Niestety, takie rozwiązania spotykają się ze sprzeciwem ze strony użytkowników. W badaniu wykorzystano produkty, które przydzielono do grupy hedonistycznych i użytecznych oraz zakup tychże produktów wiązały się z doniosłymi lub mało doniosłymi konsekwencjami. Następnie badani po zapoznaniu się z opisami trzech źródeł rekomendacji- człowieka, algorytmu i rozszerzonej inteligencji zostali poproszeni, aby wcielić się w rolę konsumenta i do podanych produktów wybrać dowolne, preferowane źródło rekomendacji spośród podanych. W badaniu dowiedziono, że człowiek sprzedawca to najbardziej pożądane źródło rekomendacji. Sprawdzone także czy preferencje są moderowane rodzajem produktu oraz konsekwencjami decyzji.</p>

Efekt posiadania na rynku mieszkaniowym: ujęcie teoretyczne i empiryczne
Mateusz Tomal (Cracow University of Economics)*
<p>Na rynku mieszkaniowym można zaobserwować sytuację, w której właściciele nieruchomości przypisują swoim mieszkaniom nadmiernie wysokie wartości, często znacznie przewyższające te, które są uzasadnione przez rynek. To odstępstwo od standardowej teorii ekonomii można wytłumaczyć efektem posiadania (ang. endowment effect), definiowanym w ekonomii behawioralnej jako sytuacja, w której ludzie żądają za oddanie jakiegoś przedmiotu więcej, niż byliby skłonni za niego zapłacić. Przyjmuje się, że jednym z głównych czynników występowania efektu posiadania jest awersja do strat, która polega na preferencji unikania strat, a nie osiągnięcia zysków. Inną determinantą efektu posiadania jest związek między rzeczą a jaźnią, wynikający z samego bycia właścicielem tej rzeczy. Efekt posiadania niekoniecznie musi jednak wynikać wyłącznie z posiadania obiektywnego tytułu prawnego do danej rzeczy. W szczególności włączenie danego dobra do swojego zasobu może być również efektem subiektywnego poczucia własności. Zgodnie z modelem przedstawionym przez Pierce'a i in. (2003) subiektywne poczucie własności można wywołać poprzez: 1) kontrolowanie rzeczy bez tytułu prawnego (tj. poprzez posiadanie bez własności), 2) zaznajomienie się z rzeczą (np. poprzez rzeczywiste lub wyobrażone używanie) lub 3) inwestowanie siebie w rzecz (np. poprzez identyfikację). W związku z tym, na rynku mieszkaniowym efekt posiadania powinien wystąpić zarówno w przypadku osób posiadających tytuł własności do nieruchomości, jak i tych, które np. tylko ją najmują. Celem tego referatu jest przedstawienie zjawiska efektu posiadania na rynku mieszkaniowym w ujęciu teoretycznym biorąc pod uwagę różne stany prawne i faktyczne jakie mogą wystąpić pomiędzy daną osobą a nieruchomością. Ponadto, zostaną przedstawione badania empiryczne na warszawskim rynku mieszkaniowym wskazujące na obecność na tym rynku omawianego efektu.</p>

Zjawisko ekwiwalentu pewnego loterii – użyteczność pieniędzy i mieszkania
Justyna Brzezicka (Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie)*, Mateusz Tomal (Cracow University of Economics)
<p>Temat dotyczy zjawiska ekwiwalentu pewnego loterii, znanego na gruncie ekonomii behawioralnej. W teorii ekonomii ekwiwalent pewny jest rozumiany jako wartość wypłaty, dla której decydentowi jest obojętne, czy otrzyma tę wartość z pewnością czy pewną opcję ryzykowną. Użyteczność ekwiwalentu pewnego jest dla decydenta równa oczekiwanej użyteczności alternatywy zawierającej ryzyko. Przy wykorzystaniu metody ekwiwalentu pewnego możliwe jest</p>

oszacowanie funkcji użyteczności. W referacie zostaną przedstawione wyniki pilotażowego badania dotyczącego oszacowania funkcji użyteczności oraz funkcji wartości dla zysków i start z teorii perspektywy dla mieszkania oraz dla pieniędzy. W badaniu wykorzystano formularze ankiety internetowej, pytania zawierały alternatywę z ryzykiem i dotyczyły dużych kwot po stronie zysku oraz po stronie straty dla pieniędzy oraz mieszkania. Celem badań jest sprawdzenie jakie zachodzą relacje między użytecznością kwoty pieniędzy a użytecznością mieszkania odpowiadającego tej kwocie.

Chronotyp a satysfakcja z pracy zdalnej, hybrydowej oraz stacjonarnej

Anna Andruszkiewicz (Akademia Leona Koźmińskiego)*; Kamil J Brokowski (Akademia Leona Koźmińskiego); Wiktoria Chrustowska (Akademia Leona Koźmińskiego); Zofia Klępka (Akademia Leona Koźmińskiego); Klaudia Kołodziejczyk (Akademia Leona Koźmińskiego)

Celem projektu jest zbadanie zależności pomiędzy chronotypem, a satysfakcją z pracy osób pracujących w różnych trybach (praca zdalna, hybrydowa, z biura). Chronotyp jest cechą jednostki, która określa jej rytm funkcjonowania w ciągu doby. Badany będzie wpływ tej cechy na różne zachowania i preferencje, lecz stosunkowo niewiele uwagi poświęcono powiązaniom chronotypu i satysfakcji z różnych form pracy. W obecnej sytuacji, po pandemii, w której niezbędne były zmiany w sposobie pracy, szczególnie ważne i interesujące wydaje się sprawdzenie czy osoby o różnych chronotypach różnią się satysfakcją z pracy w zależności od tego w jaki sposób świadczą pracę. Badanie tego aspektu uważamy za szczególnie ważne w związku z doświadczeniem pandemii i związanymi z nią dynamicznymi zmianami na rynku pracy, oraz ogólnie zmianami będącymi wynikiem postępu technologicznego.

Do pomiaru chronotypu chcemy wykorzystać MEQ (Morningness Eveningness Questionnaire), natomiast poziom satysfakcji z pracy chcemy mierzyć poprzez określenie poziomu wypalenia zawodowego osób badanych, wykorzystując Oldenburski Kwestionariusz Wypalenia Zawodowego. Jesteśmy w trakcie analizowania wyników badania pilotażowego na 58 osobowej próbie studentów ALK i ich znajomych, natomiast badanie właściwe planujemy zrealizować na ok. 500 osobowej próbie na panelu badawczym Ariadna.

Lepiej nie wiedzieć? Zjawisko unikania informacji w kontekście oszczędności długoterminowych

Agata Olechnowicz-Szewczyk (Uniwersytet Gdański)*

Zagwarantowanie odpowiedniego standardu życia w okresie poprodukcyjnym, bazując jedynie na obowiązkowym filarze stało się współcześnie pod znakiem zapytania. Obecnie na emeryturę przechodzą osoby urodzone w latach 50., stopa zastąpienia, czyli procentowa relacja emerytury do ostatniego wynagrodzenia, wynosi dla nich około 53%. Osoby młode, urodzone w latach 90. będą przechodzić na emeryturę około roku 2060. Prognozowana dla nich stopa zastąpienia wyniesie około 28,7%. Według szacunków NBP, szansa na to, że emeryt będzie pobierał w 2060 r. emeryturę minimalną wynoszącą 25–50% (względem 1% na chwilę obecną). Mając świadomość powyższych uwarunkowań, ludzie w wieku produkcyjnym powinni poszukiwać dodatkowych źródeł finansowania w okresie poprodukcyjnym. Zasadnym wydaje się zatem poszukiwanie odpowiedzi na pytanie, dlaczego ludzie, mając wystarczającą wiedzę o możliwych niskich emeryturach, mając możliwości by oszczędzać, w dalszym ciągu tego nie robią. Problemem wynikającym bezpośrednio z niskiej skłonności do oszczędzania, jest przede wszystkim konieczność znalezienia odpowiedzi na pytanie, jak mobilizować dodatkowe oszczędności emerytalne. Istotnym aspektem tej problematyki może okazać się zdiagnozowanie czynników o charakterze psychologicznym wpływających na intencję do oszczędzania długoterminowego, a właściwie jej brak.

W referacie zostaną przedstawione wyniki badania opartego na autorskim narzędziu skali Behawioralnych komponentów skłonności i gotowości do oszczędzania długoterminowego, które zaprojektowano, między innymi w celu przetestowania występowania zjawiska unikania informacji w kontekście oszczędności emerytalnych. Racjonalne podejście do procesu podejmowania decyzji zakłada, że użyteczna informacja nie powinna nigdy zostać świadomie zignorowana, ponieważ może wesprzeć proces podejmowania decyzji. Wyniki badania pokazują jednak, że w praktyce dzieje się inaczej. Uczestnikami badania było 1200 osób aktywnych zawodowo, w wieku 18-65 lat, z wszystkich polskich województw.

SESJA IV (15:40-17:05) Podejmowanie decyzji finansowych - chair: Agata Sobków

Związek wielorakich zdolności numerycznych z podejmowaniem decyzji finansowych. Metaanaliza badań.
Angelika Olszewska (SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, Wydział Psychologii we Wrocławiu)*; Joanna M. Śmieja (SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny); Julia Mazur (USWPS); Jakub Traczyk (SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, Filia we Wrocławiu, Wydział Psychologii we Wrocławiu); Agata Sobków (SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, Filia we Wrocławiu, Wydział Psychologii we Wrocławiu)
Celem przeprowadzonej metaanalizy było sprawdzenie wartości predykcyjnej wielorakich zdolności numerycznych dla podejmowania lepszych decyzji finansowych. Wielorakie zdolności numeryczne (Peters & Bjalkbring, 2015) obejmują obiektywne zdolności numeryczne (zdolności umysłowe w przetwarzaniu informacji numerycznych, a w szczególności probabilistycznych), subiektywne zdolności numeryczne (odnoszące się do sposobu, w jaki osoba postrzega swój poziom obiektywnych zdolności numerycznych i jaką formę zadań preferuje) oraz szacunkowe zdolności numeryczne ("poczucie liczby", intuicyjną zdolność do postrzegania liczb i manipulowania nimi oraz do mapowania symbolicznych liczb na wielkości). Decyzje finansowe zostały ujęte zarówno w paradygmacie zadań decyzyjnych (na przykład wybory zgodne z wartością oczekiwaną w loteriach pieniężnych) jak i na przykładzie decyzji życiowych (zoperacjonalizowanych na przykład jako wysokość zarobków, oszczędności lub deklarowanego zadowolenie ze swojej sytuacji finansowej). W projekcie przewidywano, że zostanie zaobserwowany pozytywny związek między wielorakimi zdolnościami numerycznymi a dobrymi decyzjami finansowymi, jednak siła tego związku będzie się różnić w zależności od rodzaju zdolności numerycznych oraz rodzaju decyzji finansowych. Do metaanalizy zostały włączone tylko badania empiryczne na osobach dorosłych, które powstały w latach 1997 – 2022. Podczas wyszukiwania uwzględniono artykuły zarówno w języku angielskim jak i polskim, hiszpańskim, niemieckim oraz francuskim. Artykuły zostały pozyskane podczas przeszukiwania baz naukowych takich jak PsychInfo, Web of Science, Scopus oraz poprzez źródła nieformalne w celu wyszukania prac nieopublikowanych. Podczas prezentacji zostaną przedstawione szczegóły przyjętej metodologii oraz wstępne rezultaty badania.

SESJA IV (15:40-17:05) Podejmowanie decyzji finansowych - chair: Agata Sobków

Subiektywne definiowanie pojęcia racjonalności w relacji do wybranych aspektów podejmowania decyzji.
Paweł Schoepp (SWPS University)*
<p>Problem ze znalezieniem uniwersalnej definicji racjonalności sugeruje, że równie nieodkryte mogą pozostawać związki między przyjętymi w nauce wyjaśnieniami tego terminu a zachowaniami ludzkimi. Argumenty przemawiające za niejednoznacznym definiowaniem racjonalności na przestrzeni wieków nie rozwiązują problemu znaczenia interpretacji tego słowa w codziennym życiu i podejmowanych wyborach. Aby znaleźć odpowiedź w tej kwestii, przyjęty w niniejszym artykule podział na dwa odmienne w tej kwestii stanowiska – filozoficzne i ekonomiczne – powiązane z decyzjami ekonomicznymi oraz skłonnościami do maksymalizowania. W celu zweryfikowania tych zależności przeprowadzono badanie na 204 osobach w wieku głównie studenckim, z wykorzystaniem utworzonych definicji racjonalności, dwóch wariantów gry dyktator oraz Skali maksymalizacji. Najważniejsze wyniki sugerują, że sposób rozumienia racjonalności powiązany jest z wysokością ofert składanych w grach dyktator - związek jest dodatni dla filozoficznej definicji, zaś negatywny dla ekonomicznej. Jednocześnie wyniki na Skali maksymalizacji wykazały (częściowo) istotne związki z ofertami składanymi w grze dyktator. Osoba badana, która preferowała ekonomiczną definicję racjonalności, była mężczyzną, osiągała wysoki poziom na Skali maksymalizacji oraz studiowała kierunek ekonomiczny, miała największą skłonność do składania niższych ofert w grze dyktator. Dokonano interpretacji i dyskusji wyników, rozważono potencjalne ograniczenia oraz zaproponowano przyszłe kierunki badań w tej relatywnie niezgłębionej kwestii łączącej różne dyscypliny naukowe.</p>

SESJA IV (15:40-17:05) Podejmowanie decyzji finansowych - chair: Agata Sobków

Powtarzające się nieoptymalne wybory wiążą się z podejmowaniem dobrych decyzji
<p>Jakub Traczyk (SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, Filia we Wrocławiu, Wydział Psychologii we Wrocławiu)*; Supratik Mondal (SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, Filia we Wrocławiu, Wydział Psychologii we Wrocławiu); Dominik Lenda (SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, Filia we Wrocławiu, Wydział Psychologii we Wrocławiu)</p>
<p>W codziennych sytuacjach wymagających dokonywania wyborów w warunkach ryzyka i niepewności, optymalne decyzje powinny być w pełni uzależnione od kierowania się strategią maksymalizowania oczekiwanej wartości (tj. decydenci powinni wybierać opcje o największej wartości iloczynu wypłat i przypisanych do nich prawdopodobieństw). Niemniej jednak liczne wyniki badań z obszaru ekonomii i psychologii wskazują, że ludzie rzadko kierują się tą zasadą. Dokonywanie najlepszych wyborów jest utrudnione przez złożoność zadania i możliwości obliczeniowe decydentów, co często prowadzi do nieoptymalnych decyzji. Co ciekawe, ostatnie badania sugerują, że decydenci wykazują systematyczną inklinację do skupiania uwagi na opcjach suboptymalnych. Niewiele jednak wiadomo na temat natury tego błędu poznawczego. Podczas wystąpienia przedstawimy dowody wskazujące na to, że powtarzające się nieoptymalne wybory skutkują podejmowaniem obiektywnie lepszych decyzji. W jednym badaniu symulacyjnym i trzech (N = 1,046) badaniach empirycznych, w których zastosowano zadanie decyzyjne odzwierciedlające proces podejmowania decyzji w warunkach niepewności, wykazaliśmy, że osoby badane, które podejmowały większą liczbę nieoptymalnych decyzji, osiągały obiektywnie lepsze wyniki (tj. zarabiałały więcej pieniędzy) niż badani, którzy podejmowali optymalne decyzje w kontekście maksymalizacji oczekiwanej wartości. Nasze wyniki pokazują, że decydenci potrafią dostosować się do wymagań zadania decyzyjnego. Są skłonni podejmować częstsze nieoptymalne decyzje, co skutkuje lepszym ogólnym wynikiem niż podejmowanie lepszych decyzji z perspektywy normatywnej.</p> <p>Pełna wersja manuskryptu w języku angielskim znajduje się pod adresem: https://www.researchsquare.com/article/rs-1724502/v1</p>

SESJA IV (15:40-17:05) Podejmowanie decyzji finansowych - chair: Agata Sobków

Rola zdolności numerycznych w wydawaniu sądów i podejmowaniu decyzji. Replikacja jedenastu efektów z wykorzystaniem różnych miar zdolności numerycznych.

Agata Sobków (SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, Filia we Wrocławiu, Wydział Psychologii we Wrocławiu)*; Tomasz Zaleśkiewicz (SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny); Supratik Mondal (SWPS University of Social Sciences and Humanities); Kacper Jurewicz (SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, Filia we Wrocławiu, Wydział Psychologii we Wrocławiu); Anna Prończuk (SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, Filia we Wrocławiu, Wydział Psychologii we Wrocławiu); Jakub Traczyk (SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, Filia we Wrocławiu, Wydział Psychologii we Wrocławiu)

W odpowiedzi na trwający od ponad dekady kryzys replikacyjny, badacze opracowali praktyki i narzędzia w ramach nurtu tzw. otwartej nauki, które mają na celu poprawę wiarygodności wiedzy naukowej. Do tego typu praktyk należą między innymi prerejestracja hipotez i procedur badawczych, otwieranie dostępu do danych i materiałów badawczych, ale również zwiększenie częstotliwości przeprowadzania badań o charakterze replikacyjnym.

Głównym celem tego projektu było właśnie sprawdzenie powtarzalności jedenastu efektów wskazujących na ważną rolę zdolności numerycznych w wydawaniu sądów i podejmowaniu decyzji. Sprawdziliśmy na przykład, czy osoby z wyższymi zdolnościami numerycznymi bardziej poprawnie stosowały reguły decyzyjne, były bardziej odporne na efekt utopionych kosztów, były bardziej spójne w spostrzeganiu ryzyka lub czy też dokonywały większej liczby wyborów maksymalizujących wartość oczekiwaną. Chcieliśmy również zbadać, czy wybór miary zdolności numerycznych (np. obiektywnych zdolności numerycznych, subiektywnych zdolności numerycznych) zastosowanej w badaniach może mieć wpływ na wynik replikacji. Badanie zostało prerejestrowane (<https://osf.io/z2agf>) i przeprowadzone na 209 użytkownikach Prolific. Podczas mojej prezentacji przedstawię wyniki tego projektu i omówię jego implikacje.

SESJA V (17:20-18:35) Kontekst i strategie w decyzjach w warunkach ryzyka i niepewności - chair:
Katarzyna Idzikowska

Rola pomocy wizualnych w zadaniach loteryjnych: Czy przedstawienie problemów decyzyjnych w formie grafu zredukuje negatywny afekt i wpłynie na jakość podejmowanych decyzji?

Jakub Michalik (SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny Wrocław)*; Łukasz Sumliński (SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny Wrocław); Agata Sobków (SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, Filia we Wrocławiu, Wydział Psychologii we Wrocławiu)

Wyniki badań nad podejmowaniem decyzji wskazują na to, że zdolności numeryczne (tj. zdolności umysłowe w przetwarzaniu informacji numerycznych) są istotnym predyktorem podejmowania dobrych decyzji. Tym samym osoby o wysokich zdolnościach numerycznych z reguły podejmują lepsze decyzje, gdzie wymagane jest oszacowanie ryzyka. Mogą to być zarówno sytuacje o charakterze testowym, ale również obecne w dniu codziennym jak np. decyzja o wydaniu pieniędzy na kupno zdrapki, czy zażycia leku, który może nieść ze sobą skutki uboczne. Poziom kompetencji matematycznych jest związany również z lękiem przed matematyką. Osoby o niskich zdolnościach numerycznych charakteryzują się wyższym lękiem przed matematyką co w konsekwencji prowadzi do unikania zadań o charakterze matematycznym. Natomiast jeśli unikanie nie jest dłużej możliwe i wymagana jest konfrontacja z takim zadaniem, to ten sam lęk prowadzi do gorszego ich wykonania.

Badania z ostatniej dekady rzucają jednak trochę optymizmu na to zagadnienie. Okazuje się, że jeśli problemy matematyczne przedstawi się w formie wizualnej np. w postaci grafu, wykresu lub innych grafik to osoby badane zaczynają wykazywać się większą trafnością w swoich decyzjach. Takie wizualne pomoce okazują się być szczególnie skuteczne w przypadku osób o niskich zdolnościach numerycznych.

Badania stosujące format wizualny do tej pory skupiały się na pomocy w szacowaniu prawdopodobieństwa i były stosowane głównie w domenie medycznej, gdzie decyzja wiązała się z przyjęciem szczepionki bądź leku z możliwymi efektami ubocznymi. W naszym badaniu skupiamy się na domenie finansowej

W naszym badaniu testowaliśmy, czy zaproponowane przez nas pomoce wizualne integrujące zarówno prawdopodobieństwo zysku lub starty, oraz ich wartości sprawią, że osoby badane będą podejmować lepsze decyzje w zadaniach loteryjnych.

Badani zostali losowo przydzieleni do jednego z dwóch warunków, gdzie udzielili odpowiedzi na 10 zadań loteryjnych w formie wizualnej (grupa eksperymentalna) lub w tradycyjnej formie tekstowej (grupa kontrolna). Następnie badani za pomocą kwestionariuszy określali swój afekt podczas wykonywania zadania, obiektywne zdolności numeryczne, subiektywne zdolności numeryczne, oraz natężenie lęku przed matematyką.

Spodziewamy się, że przedstawienie zadań decyzyjnych w przyjaznej wizualnie formie zmniejszy negatywny afekt i zwiększy liczbę decyzji zgodnych z zasadą wartości oczekiwanej. Zdjęcia wykorzystanych przez nas pomocy wizualnych są dostępne na platformie Open Science Framework osf.io/zaxfq.

Dodatkowo podczas prezentacji, oprócz wyników zaprezentujemy również przyszłe możliwe kierunki badań nad pomocami wizualnymi, oraz związane z nimi propozycje interwencji skoncentrowane na zwiększeniu trafności podejmowanych decyzji i zmniejszeniu lęku przed matematyką.

SESJA V (17:20-18:35) Kontekst i strategie w decyzjach w warunkach ryzyka i niepewności - chair:
Katarzyna Idzikowska

Jak zarabiać? Wpływ różnych strategii na wybory dokonywane w loteriach pieniężnych.
<p>Łukasz Sumliński (SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny Wrocław)*; Jakub Michalik (SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny Wrocław); Agata Sobków (SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, Filia we Wrocławiu, Wydział Psychologii we Wrocławiu)</p>
<p>Ludzie kochają loterie. Pomysł szybkiego zarabiania pieniędzy, bez dużego nakładu pracy, może być niezwykle satysfakcjonujący. Naszym pytaniem jest, w jaki sposób ludzie dokonują tych wyborów i jak można je usprawnić. Wartość oczekiwana (EV) jest miarą potencjalnych zysków i w sposób przystępny pokazuje potencjalną wartość wygranej. Wartość oczekiwaną obliczamy poprzez przemnożenie procentowej szansy na wygraną z kwotą, którą można wygrać, a następnie zsumowanie ze sobą wyników mnożenia np.:</p> <p>Pewność wygranej 50zł, czy 50% szans wygranej 400zł i 50% szans wygrania niczego</p> <p>Dla pierwszej możliwości "Pewność wygranej 50zł" wartość oczekiwaną oblicza się w sposób: $50zł \cdot 100\% = 50zł$. Dla drugiej możliwości: $400zł \cdot 50\% + 0zł \cdot 50\% = 200zł$.</p> <p>Podobnie można ją zastosować w działaniach na straty, wtedy im bliższa wartość będzie 0, tym lepiej. EV pozwala na bardziej świadome podejmowanie decyzji poprzez porównywanie ze sobą wyliczonych wyników, co może przekładać się na mniejszy lęk, większe poczucie sprawczości i może pomóc w podejmowaniu mniej impulsywnych decyzji.</p> <p>Stworzone zostały 3 grupy badawcze: grupa kontrolna bez dodatkowych instrukcji dodanych do zadań decyzyjnych, (warunek kontrolny) grupa eksperymentalna nr 1, w której zaprezentowano ideęwartości oczekiwanej (EV) i krótki kurs jej obliczania (warunek obliczeniowy) grupa eksperymentalna nr 2, która miała takie same instrukcje jak grupa nr 1, ale dodatkowo zaprezentowano trzy strategie szacowania: zaokrąglania, prekompensacji i dekompozycji oraz kursu ich stosowania (warunek estymacji), aby ułatwić osobom badanym wykonywanie operacji matematycznych.</p> <p>Postawiliśmy następujące hipotezy: H1: Uczestnicy obu grup eksperymentalnych (warunki obliczeniowy i estymacji) częściej będą dokonywać wyborów zgodnych z EV niż grupa kontrolna. H2: Uczestnicy wyposażeni w strategie szacowania (warunek estymacji) będą mieli bardziej pozytywne reakcje emocjonalne po zadaniach decyzyjnych niż uczestnicy zachęceni do obliczania EV (warunek obliczeniowy) oraz ci, którym nie podano dodatkowych instrukcji (warunek kontrolny).</p> <p>Na początku badani otrzymali instrukcje (różne w zależności o warunku badawczego), następnie mieli do czynienia z 10 problemami decyzyjnymi (każdy składający się z wyboru między dwiema loteriami pieniężnymi). Następnie zmierzaliśmy subiektywne reakcje uczestników na zadanie decyzyjne (np. afekt, trudność), a na koniec uczestnicy wypełniali miary różnic indywidualnych: obiektywnych zdolności numerycznych, subiektywnych zdolności numerycznych, skalę postaw wobec matematyki oraz kwestionariusz lęku przed matematyką.</p> <p>Podczas prezentacji poza przedstawieniem wyników tego projektu proponujemy także kierunki dalszych badań w podejmowaniu decyzji w zadaniach loteryjnych. Wierzymy, że nasze wyniki mogą być podstawą do tworzenia bardziej efektywnych interwencji i instrukcji sprzyjających podejmowaniu lepszych decyzji.</p>

SESJA V (17:20-18:35) Kontekst i strategie w decyzjach w warunkach ryzyka i niepewności - chair:
Katarzyna Idzikowska

Czy ważna jest kolejność wystąpień w wieloetapowych konkursach?
Honorata Sosnowska (Warsaw School of Economics)*; Bartłomiej Bindas (SGH)
Zbadano eksperymentalnie wpływ kolejności prezentacji alternatyw na wynik w głosowaniu . Uzyskane wyniki potwierdzają efekt pierwszeństwa i świeżości i wskazują że stała kolejność prezentacji alternatyw, na przykład w konkursach muzycznych, sprzyja niektórym wykonawcom. Propozycja jest zmienna kolejność alternatyw w zależności od etapu.