

dr Kamil Borowski

Państwowa Akademia Nauk Stosowanych im. Ignacego Mościckiego w Ciechanowie
Wydział Inżynierii i Ekonomii
Zakład Ekonomii i Zarządzania
ORCID 0000-0002-0918-0488

Katarzyna Fryc

Państwowa Akademia Nauk Stosowanych im. Ignacego Mościckiego w Ciechanowie
Wydział Inżynierii i Ekonomii
Zakład Ekonomii i Zarządzania

Wpływ czynników psychologicznych i behawioralnych na decyzje konsumentów

<https://doi.org/10.64158/kuh31afobb>

Streszczenie: W opracowaniu przedstawiono wpływ czynników psychologicznych i behawioralnych na decyzje konsumentów. Celem pracy było wyjaśnienie, dlaczego ludzie podejmują nieracjonalne decyzje finansowe pomimo dostępu do pełnych informacji ekonomicznych. Wykazano, że ludzie często podejmują nieracjonalne decyzje finansowe z powodu błędów poznawczych oraz silnych emocji wpływających na postrzeganie ryzyka i wartości pieniądza. Zaprezentowano wyniki badań własnych, które potwierdziły istotny wpływ emocji, presji społecznej i mechanizmów poznawczych na decyzje finansowe respondentów.

Słowa kluczowe: decyzje konsumentów, czynniki psychologiczne, czynniki behawioralne

1. Wprowadzenie

Współczesna gospodarka funkcjonuje w warunkach dynamicznych zmian technologicznych, rosnącej globalizacji rynków finansowych oraz nieustannego przepływu informacji. W takich realiach podejmowanie decyzji finansowych staje się coraz bardziej skomplikowanym procesem, wymagającym nie tylko wiedzy ekonomicznej, ale także umiejętności radzenia sobie z presją emocjonalną, społeczną i informacyjną. Tematyka

wpływu psychologii pieniądza oraz finansów behawioralnych na decyzje konsumentów stanowi aktualny i istotny obszar badawczy, ponieważ klasyczne modele ekonomiczne coraz częściej okazują się niewystarczające do wyjaśnienia rzeczywistych zachowań jednostek.

Tradycyjna ekonomia przez wiele lat opierała się na założeniu, że człowiek jest w pełni racjonalnym podmiotem, który maksymalizuje swoją użyteczność oraz podejmuje decyzje na podstawie pełnej analizy kosztów i korzyści. Jednak badania z zakresu psychologii poznawczej i ekonomii behawioralnej wykazały, że w praktyce ludzie często działają pod wpływem emocji, heurystyk oraz błędów poznawczych. Strach przed stratą, nadmierna pewność siebie, presja grupy czy obawa przed przegapieniem okazji (FOMO) mogą prowadzić do decyzji sprzecznych z długoterminowym interesem finansowym jednostki.

Znaczenie tej problematyki wzrasta szczególnie w kontekście rozwoju nowoczesnych technologii finansowych, aplikacji inwestycyjnych, mediów społecznościowych oraz rynku kryptowalut. Łatwy dostęp do instrumentów finansowych, natychmiastowość transakcji oraz stała ekspozycja na informacje i opinie innych użytkowników sprzyjają podejmowaniu decyzji impulsywnych. W efekcie coraz częściej obserwuje się sytuacje, w których konsumenci i inwestorzy, mimo dostępu do szerokiej wiedzy, podejmują działania obarczone wysokim ryzykiem i konsekwencjami finansowymi.

Celem artykułu jest zrozumienie, dlaczego ludzie podejmują nieracjonalne decyzje finansowe mimo posiadania dostępu do pełnych informacji ekonomicznych oraz możliwości dokonania racjonalnej kalkulacji. Realizacja celu głównego wymagała zidentyfikowania najważniejszych błędów poznawczych, określenia roli emocji w procesach decyzyjnych oraz analizy wpływu współczesnych technologii i otoczenia społecznego na postawy finansowe jednostek. W pracy przyjęto hipotezę, że ludzie często podejmują nieracjonalne decyzje finansowe z powodu błędów poznawczych oraz silnych emocji, które wpływają na ich postrzeganie ryzyka i wartości pieniądza. Część empiryczna opiera się na badaniach własnych przeprowadzonych w formie ankiety oraz analizie uzyskanych wyników.

2. Finanse behawioralne i rola emocji i psychologii w podejmowaniu decyzji finansowych

Finanse behawioralne stanowią gałąź ekonomii behawioralnej zajmującą się analizą wpływu czynników psychologicznych na decyzje podejmowane przez uczestników rynków finansowych. W przeciwieństwie do tradycyjnych teorii ekonomicznych, które zakładają, że inwestorzy działają w sposób racjonalny i dążą do maksymalizacji zysków, podejście behawioralne wskazuje, że decyzje finansowe są często wynikiem emocji, uprzedzeń poznawczych oraz uproszczonych schematów myślenia (heurystyk).

Jak wskazują badania, „nadmierna pewność siebie znacząco zwiększa częstotliwość transakcji i skłonność do ryzyka wśród inwestorów indywidualnych, co dowodzi, że uprzedzenia poznawcze odgrywają kluczową rolę w podejmowaniu nieoptymalnych decyzji portfelowych”¹. Z kolei „zachowania stadne odzwierciedlają tendencję inwestorów do naśladowania działań innych bez właściwej oceny ryzyka lub dostępnych informacji, przez co rynek staje się bardziej niestabilny i podatny na wahania”². Takie obserwacje potwierdzają, że rynki finansowe nie zawsze funkcjonują w sposób racjonalny, a zachowania inwestorów są uwarunkowane emocjami i psychologią decyzji.

Finanse behawioralne należą dziś do najdynamiczniej rozwijających się obszarów współczesnej nauki o gospodarce. Wywodzą się z ekonomii behawioralnej, czyli interdyscyplinarnego podejścia łączącego ekonomię, finanse oraz psychologię, a w niektórych przypadkach także neuronaukę i socjologię.

Istota finansów behawioralnych polega na zastosowaniu wiedzy psychologicznej do analizy zachowań uczestników rynków finansowych. Koncentrują się one zarówno na procesach poznawczych, takich jak spo-

¹ A. Hassan, O. Youssef, A. Kazim, *Behavioral Biases and Portfolio Decisions: An Empirical Analysis of Overconfidence and Loss Aversion Among Retail Investors*, British Journal of Accounting, Finance and Business Management, Vol. 1 No. 1 (2025), s. 20-38.

² S. K. Mujibar Rahaman, *Herding Behaviour in Financial Markets: A Literature Review*, ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts, Vol. 5 No. 6 (2024), s. 1486-1496.

sób przetwarzania informacji, jak i na czynnikach emocjonalnych czy motywacyjnych, które wpływają na decyzje inwestorów. Podstawą tej dyscypliny stała się obserwacja, że ludzie często podejmują decyzje w sposób odbiegający od norm racjonalności zakładanej przez ekonomię klasyczną.

Nieracjonalność człowieka nie wynika z braku wiedzy czy umiejętności, lecz z właściwości ludzkiej psychiki – skłonność do uproszczeń myślowych, wpływu emocji czy działania podświadomych mechanizmów. „Uprzedzenia poznawcze powodują nieracjonalne zachowania inwestycyjne, ponieważ nasza (ograniczona) racjonalność jest ograniczona przez zdolność myślenia, dostępną informację oraz czas”³. Czynniki te oddziałują na wybory podejmowane przez jednostki w sposób nie zawsze uświadomiony, co prowadzi do systematycznych błędów decyzyjnych widocznych na rynkach finansowych.

Finanse behawioralne koncentrują się przede wszystkim na analizie procesów poznawczych oraz czynników motywacyjno-emocjonalnych wpływających na decyzje inwestorów. Pokazują one istnienie typowych błędów i uprzedzeń, które mają źródło w psychice ludzkiej i występują zarówno wśród profesjonalnych inwestorów, jak i osób indywidualnych.

Współczesne badania nad zachowaniem inwestorów jednoznacznie wskazują, że proces podejmowania decyzji finansowych w znacznym stopniu zależy nie tylko od czynników ekonomicznych, lecz także od psychologii i emocji. Klasyczne modele ekonomiczne, zakładające racjonalność jednostki oraz jej zdolność do optymalizacji decyzji, okazują się niewystarczające do opisania realnych zachowań uczestników rynków. Finanse behawioralne jako interdyscyplinarna dziedzina łącząca ekonomię, psychologię poznawczą, neuronaukę oraz analizę zachowań społecznych – wskazują, że emocje oraz ograniczenia poznawcze stanowią integralną część mechanizmu podejmowania decyzji inwestycyjnych. „Emocje towarzyszą każdej decyzji inwestycyjnej, a ich wpływ jest na tyle silny, że często prowadzi do odejścia od zasad racjonalności i podejmowania działań niekorzystnych z ekonomicznego punktu widzenia”⁴.

³ D. Gorzon, M. Bormann, R. von Nitzsch, *Measuring costly behavioral bias factors in portfolio management: a review*, Financial Markets and Portfolio Management, 38 (295), 2024, s. 266.

⁴ M. Czerwinka, *Finanse behawioralne. Zachowania inwestorów i rynki finansowe*, SGH, Warszawa 2021, s. 82.

Emocje stanowią jeden z najsilniejszych czynników wpływających na działania inwestorów. Wahanie rynkowe nie tylko odzwierciedla zmiany ekonomiczne, ale również masowe reakcje emocjonalne uczestników rynku. Do emocji najczęściej oddziałujących na decyzje finansowe należą:

- strach i panika;
- chciwość i euforia;
- żal i rozczarowanie;
- nadmierna pewność siebie.

Strach prowadzi do unikania ryzyka, nadmiernej ostrożności lub gwałtownego wycofania się z inwestycji. W okresach silnych spadków rynkowych emocje te mogą dominować nad logiczną oceną sytuacji, co prowadzi do panicznej sprzedaży aktywów. Panika rynkowa amplifikuje spadki i może doprowadzić do masowych wyprzedaży, nawet przy braku obiektywnych przesłanek fundamentalnych. W okresach dynamicznych wzrostów inwestorzy często ulegają przekonaniu, że trend wzrostowy będzie trwał nieprzerwanie. Pojawia się efekt euforii, który sprzyja podejmowaniu nadmiernego ryzyka i tworzeniu baniek spekulacyjnych. Chciwość może skutkować ignorowaniem sygnałów ostrzegawczych oraz przesadnym optymizmem. Z kolei obawa przed żalem związanym z podjęciem błędnej decyzji prowadzi często do bierności inwestycyjnej lub nadmiernego wahania. Inwestorzy boją się „stracić”, więc odraczają decyzję lub wybierają nadmiernie konserwatywne strategie. Choć jest to błąd poznawczy, w praktyce posiada także silny komponent emocjonalny. Inwestorzy przeceniają swoje umiejętności i trafność prognoz, co prowadzi do zbyt częstego handlu, ignorowania danych i zawyżania oczekiwań wobec rynków.

Emocje mogą zatem paraliżować proces decyzyjny, jak i motywować do zachowań impulsywnych – żadne z tych zachowań nie sprzyja racjonalnym wyborom inwestycyjnym. „Inwestorzy kierują się nie tylko chłodną kalkulacją, lecz także emocjami i intuicyjnymi uproszczeniami, które często prowadzą do systematycznych błędów w ocenie ryzyka i wartości inwestycji”⁵.

⁵ M. Czerwonka, *Finanse behawioralne. Zachowania inwestorów i rynki finansowe*, SGH, Warszawa 2021, s. 57.

Psychologia poznawcza wskazuje, że człowiek – nawet wykształcony, doświadczony i świadomy mechanizmów rynkowych – nie jest w stanie przetwarzać wszystkich dostępnych informacji w sposób idealnie racjonalny, dlatego stosuje uproszczone schematy postępowania (heurystyki), które w wielu sytuacjach są pomocne, lecz w warunkach inwestycyjnych mogą prowadzić do systematycznych błędów.

Heurystyka dostępności to sytuacja, w której inwestor przecenia informacje łatwo przywoływane z pamięci, np. spektakularne sukcesy inwestycyjne innych, medialne wiadomości o zyskach czy nagłościone przypadki bankructw, natomiast nadmierna pewność siebie wyraża się w przekonaniu inwestora, że jego prognozy są trafniejsze niż w rzeczywistości. Skutkuje częstym handlem, ignorowaniem ryzyka i przeszacowywaniem własnych kompetencji.

Awersja do straty to zgodnie z teorią perspektywy strata, która boli psychologicznie bardziej niż wartość zysku tej samej wielkości. To prowadzi do tzw. efektu dyspozycji – sprzedawania papierów wartościowych z zyskiem zbyt wcześnie i przetrzymywania tych, które przynoszą straty inwestorom.

Błędy poznawcze działają automatycznie i często poza świadomą kontrolą – stąd ich silny wpływ na zachowania inwestorów. Ponadto rynki finansowe mają charakter zbiorowy, a zachowania jednostek często są kształtowane przez obserwację działań innych uczestników rynku. Zjawisko to określa się mianem behawioru stadnego. „Inwestorzy bardzo często naśladują zachowania innych uczestników rynku, zakładając, że działania większości są trafniejsze niż własne oceny. Zjawisko to sprzyja powstawaniu zachowań stadnych, które mogą prowadzić do irracjonalnych ruchów cen”⁶. Behawior stadny polega na naśladowaniu działań większej grupy inwestorów, często w przekonaniu, że „rynek wie lepiej”. Może być motywowany:

- chęcią uniknięcia ryzyka samotnej decyzji;
- presją społeczną;
- ograniczonym dostępem do informacji;
- przeświadczeniem, że inni inwestorzy mają lepszą wiedzę.

⁶ Tamże, s. 104.

Behawior stadny prowadzi do wzmocnienia trendów rynkowych i może przyczyniać się do powstawania baniek spekulacyjnych oraz nagłych krahów. Inwestor na rynku giełdowym jest częścią specyficznej zbiorowości, której nastroje i zachowania oddziałują na jego indywidualne wybory. W warunkach silnej presji grupowej może dochodzić do tłumienia indywidualnej refleksji, a nawet do rezygnacji z niezależnego osądu.

Zrozumienie roli psychologii i emocji w procesie inwestycyjnym daje inwestorom realną przewagę. Pozwala:

- rozpoznawać własne reakcje emocjonalne;
- ograniczać impulsywne decyzje;
- budować strategię minimalizującą błędy poznawcze;
- stosować zasady dyscypliny inwestycyjnej;
- wdrażać automatyczne mechanizmy kontroli ryzyka;
- skuteczniej analizować nastroje rynkowe.

Inwestorzy świadomi mechanizmów behawioralnych mogą lepiej rozumieć dynamikę rynków finansowych oraz przewidywać reakcje swojej grupy odniesienia.

3. Błędy poznawcze i ich wpływ na decyzje finansowe

Efekt utopionych kosztów (ang. *sunk cost fallacy*, okreśłany również jako efekt Concorde'a) stanowi jeden z kluczowych błędów poznawczych analizowanych w ramach finansów behawioralnych. Choć pojęcie to wywodzi się z ekonomii, jego istota ma przede wszystkim charakter psychologiczny i odnosi się do sposobu, w jaki jednostki postrzegają straty oraz podejmują decyzje w warunkach niepewności. Zjawisko to polega na skłonności do kontynuowania działań wyłącznie ze względu na już poniesione nakłady finansowe, czasowe lub emocjonalne, mimo że racjonalna analiza przyszłych kosztów i korzyści wskazuje na ich nieopłacalność. Jak zauważa M. Czerwonka: „inwestorzy często uzależniają swoje decyzje od poniesionych już kosztów, mimo że z ekonomicznego punktu widzenia nie powinny one mieć znaczenia dla przyszłych wyborów”⁷.

⁷ M. Czerwonka, *Finanse behawioralne*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2018, s. 82.

W klasycznej teorii ekonomii koszty poniesione w przeszłości nie powinny mieć wpływu na decyzje podejmowane w teraźniejszości, ponieważ są one nieodwracalne i nie zmieniają przyszłych wyników. Jednak liczne badania empiryczne pokazują, że w rzeczywistych warunkach decyzyjnych jednostki systematycznie ignorują tę zasadę, kierując się emocjonalnym przywiązaniem do wcześniejszych inwestycji. D. Kahneman podkreśla, że: „ludzie nie są skłonni ignorować strat już poniesionych, nawet jeśli racjonalna analiza wskazuje, że dalsze zaangażowanie jest nieopłacalne”⁸.

Mechanizm efektu utopionych kosztów jest ściśle związany z awersją do straty, opisaną w teorii perspektywy D. Kahnemana i A. Tversky’ego. Strata jest odczuwalna znacznie silniej niż zysk o tej samej wartości, co sprawia, że jednostki dążą do jej uniknięcia nawet kosztem podejmowania nieracjonalnych decyzji. Kontynuowanie nieopłacalnego działania pozwala tymczasowo odsunąć moment uznania straty, co z punktu widzenia psychologii pełni funkcję mechanizmu obronnego.

Istotną rolę odgrywa również potrzeba zachowania spójności poznawczej. Przyznanie, że wcześniej decyzja była błędna, może prowadzić do dysonansu poznawczego, a więc nieprzyjemnego stanu napięcia psychicznego. W rezultacie jednostki wolą kontynuować działanie, nawet jeśli jest ono nieefektywne niż zmierzyć się z koniecznością rewizji własnych wyborów. „Przyznanie się do błędu wiąże się z kosztem psychicznym, dlatego jednostki często podtrzymują wcześniejsze decyzje, mimo że dostępne informacje wskazują na ich nieefektywność”⁹.

Znaczący wkład w systematyzację badań nad efektem utopionych kosztów wniósł R. Thaler, jeden z czołowych przedstawicieli ekonomii behawioralnej. Wskazał on, że decyzje ekonomiczne ludzi często odbiegają od założeń racjonalności, ponieważ są silnie uwarunkowane emocjonalnie oraz kontekstowo tzn.: „decyzje ekonomiczne ludzi systematycznie odbiegają od modelu racjonalnego, ponieważ są kształtowane przez emocje,

⁸ D. Kahneman, *Pułapki myślenia. O myśleniu szybkim i wolnym*, Media Rodzina, Poznań 2012, s. 337.

⁹ H. Shefrin, *Finanse behawioralne*, PWE, Warszawa 2016, s. 61.

kontekst oraz sposób postrzegania strat i zysków”¹⁰. R. Thaler sformułował trzy istotne prawidłowości opisujące dynamikę tego zjawiska:

- im większe są wcześniejsze nakłady, tym silniejsza skłonność do dalszego angażowania zasobów w nierentowny projekt;
- zawieszenie projektu postrzegane jest jako mniej dotkliwe psychologicznie niż jego całkowite porzucenie;
- z upływem czasu projekt bywa ostatecznie uznawany za „zamortyzowany”, co umożliwia jego zakończenie bez silnych kosztów emocjonalnych.

Wnioski te potwierdzają, że decyzje finansowe są w dużej mierze determinowane przez subiektywne postrzeganie strat, a nie przez obiektywną analizę danych. „Im większe są wcześniej poniesione koszty, tym silniejsza staje się skłonność do kontynuowania projektu, nawet jeśli dalsze inwestowanie nie ma uzasadnienia ekonomicznego”¹¹.

Efekt utopionych kosztów znajduje odzwierciedlenie w wielu sferach funkcjonowania jednostek i organizacji. W obszarze biznesu przedsiębiorstwa często kontynuują projekty generujące straty, ponieważ wcześniejsze inwestycje finansowe i organizacyjne utrudniają podjęcie decyzji o rezygnacji. Zjawisko to bywa również obserwowane w sektorze publicznym, gdzie presja polityczna i społeczna sprzyja podtrzymywaniu kosztownych, lecz nieefektywnych przedsięwzięć.

Efekt zakotwiczenia (ang. *anchoring effect*) stanowi jeden z kluczowych błędów poznawczych opisywanych w literaturze z zakresu psychologii poznawczej oraz ekonomii behawioralnej. Zjawisko to polega na tendencji jednostek do nadmiernego polegania na pierwszej dostępnej informacji – tak zwanej kotwicy – podczas formułowania ocen, szacunków oraz podejmowania decyzji. Informacja ta, nawet jeśli jest przypadkowa lub słabo powiązana z istotą problemu, wywiera istotny wpływ na późniejsze rozumowanie i ostateczny wybór.

Zakotwiczenie pełni funkcję punktu odniesienia, względem którego dokonywane są dalsze korekty ocen. Co istotne, korekty te są zazwyczaj niewystarczające, co prowadzi do systematycznych odchyień

¹⁰ R.H. Thaler, *Zachowania niekonsekwentne. Ekonomia behawioralna w praktyce*, PWN, Warszawa 2018, s. 29.

¹¹ M. Czerwonka, *Finanse behawioralne*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2018, s. 82.

od obiektywnych i racjonalnych osądów. Mechanizm ten działa często poza świadomością decydenta, który pozostaje przekonany o racjonalnym charakterze własnych decyzji. „Ludzie, formułując osądy liczbowe, nadmiernie opierają się na początkowych wartościach, nawet jeśli są one arbitralne, a późniejsze korekty są niewystarczające”¹².

Efekt zakotwiczenia jest jednym z licznych dowodów na to, że procesy decyzyjne człowieka nie mają w pełni analitycznego charakteru, lecz w dużym stopniu opierają się na heurystykach – uproszczonych regułach myślenia pozwalających radzić sobie z nadmiarem informacji. Choć heurystyki te zwiększają efektywność poznawczą, jednocześnie narażają jednostki na systematyczne błędy poznawcze.

Efekt zakotwiczenia został po raz pierwszy zidentyfikowany i empirycznie opisany w latach 70. XX wieku przez A. Tversky'ego i D. Kahnemana. Ich badania wykazały, że nawet eksperci, posiadający wysokie kompetencje i doświadczenie, są podatni na wpływ arbitralnych punktów odniesienia. Wyniki tych badań przyczyniły się do podważenia klasycznego założenia ekonomii neoklasycznej o pełnej racjonalności jednostek.

W kontekście ekonomii behawioralnej efekt zakotwiczenia odgrywa istotną rolę w wyjaśnianiu odchyłeń zachowań rynkowych od modeli normatywnych. Pokazuje on, że decyzje ekonomiczne są w znacznym stopniu determinowane przez kontekst informacyjny, sposób prezentacji danych oraz wcześniejsze doświadczenia decydentów, a nie wyłącznie przez obiektywną analizę kosztów i korzyści.

Efekt potwierdzenia (ang. *confirmation bias*) stanowi jeden z kluczowych błędów poznawczych opisujących sposób, w jaki jednostki przetwarzają informacje oraz podejmują decyzje w warunkach niepewności. Zjawisko to polega na selektywnym poszukiwaniu, interpretowaniu oraz zapamiętywaniu informacji w sposób zgodny z wcześniej ukształtowanymi przekonaniami, oczekiwaniami lub hipotezami, przy jednoczesnym pomijaniu, bagatelizowaniu bądź deprecjonowaniu danych sprzecznych. Efekt potwierdzenia prowadzi do zniekształcenia obrazu rzeczywistości oraz ogranicza zdolność jednostki do obiektywnej oceny sytuacji. „Efekt potwierdzenia polega na tendencji do wyszukiwania i interpretowania

¹² T. Tyszka, *Psychologia ekonomiczna*, GWP, Gdańsk 2010, s. 63.

informacji w sposób potwierdzający wcześniej przyjęte przekonania, przy jednoczesnym ignorowaniu danych sprzecznych¹³.

W literaturze efekt potwierdzenia uznawany jest za naturalną konsekwencję ograniczonej racjonalności człowieka. Jednostki nie są w stanie przetwarzać wszystkich dostępnych informacji w sposób pełny i bezstronny, dlatego posługują się uproszczonymi strategiami poznawczymi. Jedną z nich jest właśnie skłonność do potwierdzania własnych przekonań, co pozwala zmniejszyć niepewność oraz wysiłek poznawczy związany z analizą sprzecznych danych. „Ludzie, podejmując decyzje, posługują się uproszczonymi strategiami poznawczymi, które zmniejszają wysiłek umysłowy, lecz jednocześnie prowadzą do systematycznych błędów w ocenie rzeczywistości”¹⁴.

Efekt potwierdzenia jest ściśle związany z potrzebą zachowania spójności poznawczej oraz pozytywnego obrazu własnej osoby. Informacje sprzeczne z posiadanymi przekonaniami mogą wywoływać dysonans poznawczy, czyli stan psychicznego napięcia wynikający z niezgodności między wiedzą a wcześniejszymi decyzjami. Aby uniknąć tego nieprzyjemnego stanu, jednostki często nieświadomie reinterpretują lub odrzucają dane, które podważają ich wcześniejsze wybory. „Jednostki dążą do redukcji dysonansu poznawczego poprzez reinterpretację informacji w sposób zgodny z wcześniej podjętymi decyzjami”¹⁵.

Mechanizm ten jest wzmacniany przez emocje. Decyzje, zwłaszcza finansowe, często wiążą się z zaangażowaniem emocjonalnym, a im silniejsze zaangażowanie, tym większa skłonność do obrony własnych przekonań. W efekcie racjonalna analiza ustępuje miejsca potrzebie uzasadnienia własnych działań, nawet jeśli prowadzi to do dalszych błędów decyzyjnych. „Zaangażowanie emocjonalne w podjętą decyzję zwiększa skłonność do selektywnego przetwarzania informacji oraz obrony własnych przekonań”¹⁶.

Efekt potwierdzenia oddziałuje na proces decyzyjny na kilku poziomach. Po pierwsze, wpływa na selekcję informacji – jednostki chętniej

¹³ A. Falkowski, *Psychologia poznawcza*, GWP, Gdańsk 2018, s. 231.

¹⁴ T. Tyszką, *Psychologia ekonomiczna*, GWP, Gdańsk 2010, s. 74.

¹⁵ E. Aronson, T.D. Wilson, R.M. Akert, *Psychologia społeczna*, Zysk i S-Ka, Poznań 2012, s. 187.

¹⁶ H. Shefrin, *Behavioral Corporate Finance*, McGraw-Hill, New York 2007, s. 23.

sięgają po źródła zgodne z ich poglądami, takie jak opinie ekspertów potwierdzających przyjętą strategię czy artykuły medialne wzmacniające dominującą narrację. Po drugie, zjawisko to dotyczy interpretacji informacji – te same dane mogą być oceniane jako korzystne lub nieistotne w zależności od wcześniejszych oczekiwań. Po trzecie, efekt potwierdzenia wpływa na proces zapamiętywania, ponieważ informacje zgodne z przekonaniami są łatwiej utrwalane w pamięci niż te, które im przeczą. Taka selektywność poznawcza sprawia, że jednostka stopniowo zamyka się w tak zwanej bańce informacyjnej, co ogranicza jej zdolność do dostrzegania alternatywnych punktów widzenia oraz realistycznej oceny sytuacji.

FOMO (ang. *fear of missing out*) jest pojęciem opisującym specyficzny rodzaj lęku psychologicznego związanego z obawą przed pominięciem istotnych wydarzeń, informacji lub relacji społecznych. Zjawisko to opiera się na przekonaniu, że inni uczestnicy danej wspólnoty – rówieśniczej, zawodowej lub społecznej – doświadczają wartościowych przeżyć pod nieobecność jednostki. Konsekwencją tego stanu jest wzmożona potrzeba monitorowania otoczenia społecznego oraz utrzymania ciągłego kontaktu z przepływem informacji. „Z jednej strony w dalszym ciągu definiujemy FOMO jako wszechogarniający lęk, że inni bawią się lepiej, czy uczestniczą w czymś wartościowym, o czym my nawet nie wiemy”¹⁷.

W literaturze FOMO definiowane jest jako konstrukt psychologiczny, który łączy komponent poznawczy, emocjonalny oraz behawioralny. Komponent poznawczy obejmuje przekonania dotyczące bycia pomijanym lub wykluczonym, komponent emocjonalny wiąże się z odczuwaniem lęku, napięcia i niepokoju, natomiast komponent behawioralny przejawia się w działaniach mających na celu redukcję tych negatywnych emocji, takich jak kompulsywne sprawdzanie mediów społecznościowych czy natychmiastowe reagowanie na bodźce informacyjne.

Choć FOMO najczęściej analizowane jest w kontekście funkcjonowania jednostki w środowisku cyfrowym, mechanizm ten nie ogranicza się wyłącznie do korzystania z Internetu. Może on występować również

¹⁷ K. Witkowska, *Wyzwania edukacyjne wobec problemu FOMO i jego pochodnych*, Akademia Kultury Społecznej i Medialnej w Toruniu, Studia Toruńskie 21/2024 (15), s. 191.

w środowisku pracy, edukacji oraz w sferze decyzji ekonomicznych, gdzie presja porównań społecznych i potrzeba bycia „na bieżąco” wpływają na zachowania jednostek. W tym sensie FOMO stanowi przejaw szerszego zjawiska kulturowego, charakterystycznego dla społeczeństw informacyjnych, w których dostęp do informacji jest nieustanny, a tempo zmian wyjątkowo wysokie.

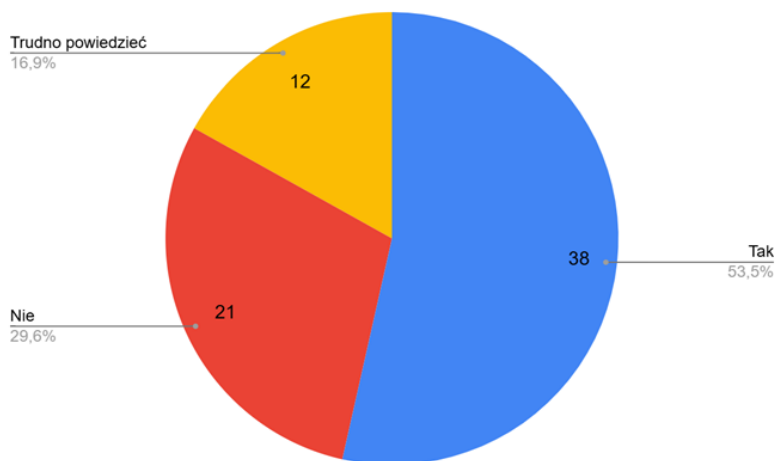
4. Metody badawcze

W badaniu zastosowano metodę sondażu diagnostycznego, wykorzystując dwa ważne narzędzia badawcze: badanie ankietowe i analizę dokumentacji. Celem badania ankietowego było zebranie opinii koncentruje się na decyzjach dotyczących codziennego zarządzania finansami osobistymi, w tym oszczędzaniu, wydawania środków pieniężnych oraz podejmowania decyzji inwestycyjnych. Głównym celem badań empirycznych było zidentyfikowanie stopnia, w jakim czynniki psychologiczne wpływają na decyzje finansowe konsumentów oraz określenie, czy badane osoby są świadome istnienia tego wpływu. Celem dodatkowym było również zbadanie czy respondenci podejmują działania mające na celu ograniczenie negatywnego wpływu emocji i błędów poznawczych na swoje decyzje finansowe.

Badanie zostało przeprowadzone metodą ankiety internetowej, która umożliwiła szybkie i efektywne zebranie danych od respondentów o różnicowanych cechach demograficznych i społeczno-ekonomicznych. W badaniu wzięło udział 71 respondentów, różniących się pod względem płci, wieku, poziomu wykształcenia oraz źródeł dochodu, co pozwala na uzyskanie przekrojowego obrazu postaw konsumentów wobec podejmowania decyzji finansowych. Zastosowana metoda badawcza umożliwia dotarcie do osób o odmiennych doświadczeniach w zakresie zarządzania finansami osobistymi, co zwiększa wartość poznawczą uzyskanych wyników oraz pozwala na identyfikację różnicowanych wzorców zachowań finansowych.

5. Wyniki badań własnych

Pierwsze pytanie badawcze dotyczyło doświadczenia podejmowania decyzji finansowych, które – mimo świadomości – nie były w pełni racjonalne. Uzyskane odpowiedzi wskazują, że zjawisko to nie ma charakteru jednostkowego, lecz stanowi relatywnie częste doświadczenie respondentów. Oznacza to, że wiedza o potencjalnej nieracjonalności decyzji nie zawsze jest czynnikiem wystarczającym do jej powstrzymania. Wynik ten potwierdza rozbieżność pomiędzy deklarowaną racjonalnością a rzeczywistym zachowaniem ekonomicznym, co pozostaje w zgodzie z założeniem ekonomii behawioralnej. Świadomość popełniania błędu nie eliminuje jego wystąpienia, co może wynikać z presji emocjonalnej, sytuacyjnej lub społecznej.

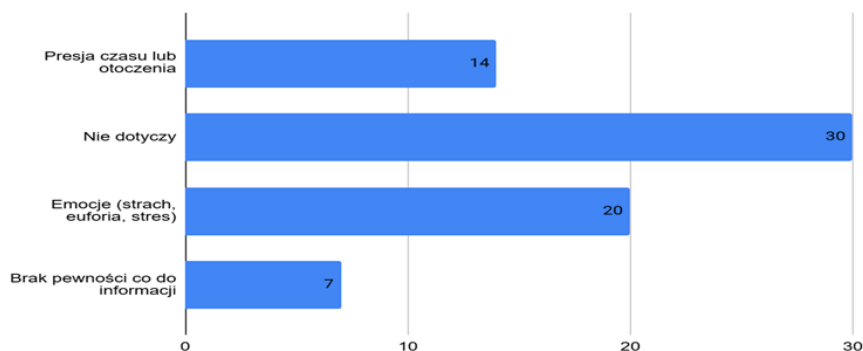


Wykres 1. Podejmowanie decyzji finansowych mimo świadomości ich nieracjonalności

Źródło: opracowanie własne.

Drugie pytanie miało na celu określenie przyczyn podejmowania nieracjonalnych decyzji finansowych. Respondenci wskazywali różnorodne czynniki, wśród których szczególnie istotną rolę odgrywały emocje, presja czasu, chęć skorzystania z okazji oraz wpływ innych osób. Struktura odpowiedzi pozwala stwierdzić, że decyzje finansowe są silnie osadzo-

ne w kontekście psychologicznym i sytuacyjnym. Presja ograniczonego czasu może prowadzić do uproszczonego przetwarzania informacji, natomiast chęć wykorzystania okazji może wzmacniać impulsywność działania. Wskazania te sugerują, że proces decyzyjny w obszarze finansów osobistych rzadko przebiega w warunkach pełnej analizy i spokojnej kalkulacji.

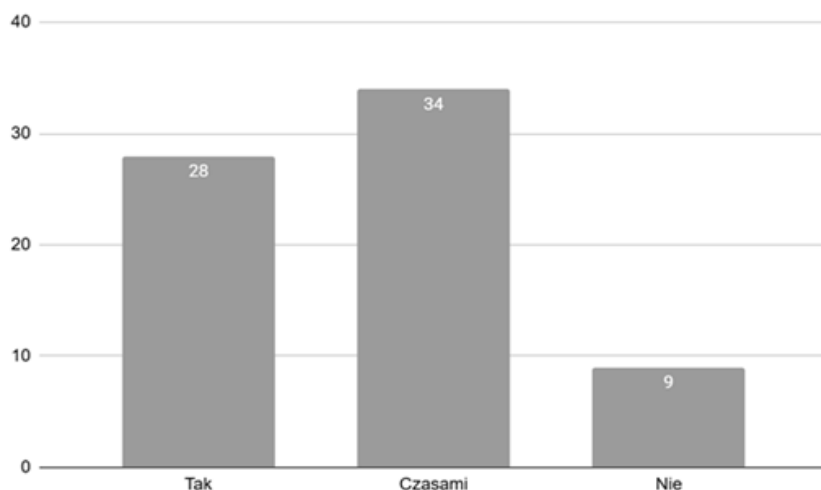


Wykres 2. Najczęstsze przyczyny podejmowania nieracjonalnych decyzji finansowych

Źródło: opracowanie własne.

W pytaniu trzecim badani określali, czy podczas podejmowania decyzji finansowych towarzyszą im silne emocje. Odpowiedzi potwierdzają, że dla znacznej części respondentów decyzje finansowe są sytuacją obciążoną emocjonalnie. Może to wynikać z bezpośredniego związku decyzji finansowych z poczuciem bezpieczeństwa, stabilności życiowej oraz przyszłością ekonomiczną. Emocjonalne zaangażowanie w proces decyzyjny zwiększa ryzyko wystąpienia błędów poznawczych oraz ogranicza zdolność do obiektywnej oceny ryzyka.

Czwarte pytanie pozwoliło zidentyfikować konkretne emocje najczęściej wpływające na decyzje finansowe. Wśród wskazań dominują emocje negatywne, takie jak strach przed stratą czy stres, ale pojawiają się również emocje pozytywne, w tym ekscytacja i euforia związana z możliwością osiągnięcia zysku. Strach przed stratą ma szczególne znaczenie, gdyż zgodnie z teorią perspektywy jednostki silniej reagują na potencjalną stratę niż na równoważny zysk. Może to prowadzić zarówno do nadmiernej ostrożności, jak i do podejmowania ryzykownych działań



Wykres 3. Odczuwanie silnych emocji podczas podejmowania decyzji finansowych

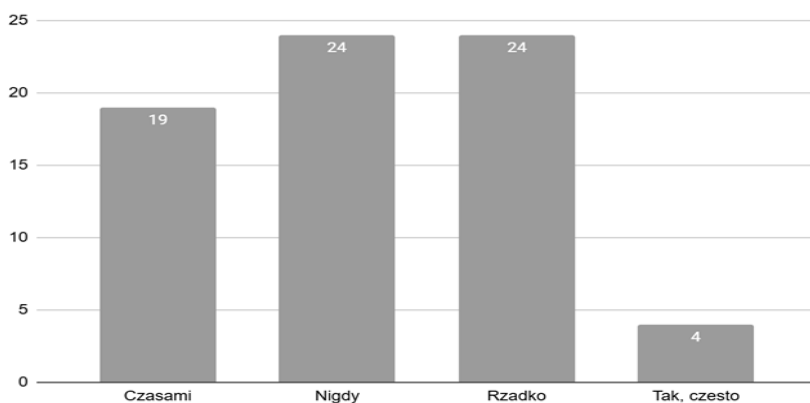
Źródło: opracowanie własne.

w celu uniknięcia straty. Z kolei euforia może sprzyjać nadmiernemu optymizmowi i niedoszacowaniu ryzyka.

Piąte pytanie dotyczyło wpływu zachowań innych osób na decyzje finansowe respondentów. Uzyskane odpowiedzi wskazują, że część badanych przyznaje się do uwzględniania opinii znajomych, inwestorów czy przekazów medialnych w procesie decyzyjnym. Może to świadczyć o występowaniu mechanizmu naśladownictwa oraz tzw. zachowań stadnych. W sytuacjach niepewności jednostki często poszukują potwierdzenia słuszności swoich działań w decyzjach innych osób, co może prowadzić do zbiorowych błędów inwestycyjnych.

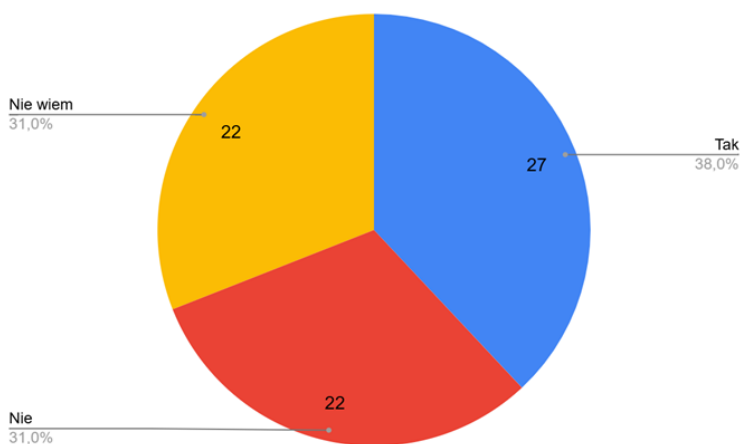
Kolejne pytanie odnosiło się do efektu utopionych kosztów, czyli tendencji do kontynuowania nierentownych działań z powodu wcześniej poniesionych nakładów. Część respondentów potwierdziła występowanie takiego zachowania. Zjawisko to może prowadzić do irracjonalnego zwiększania zaangażowania finansowego w projekty, które nie przynoszą oczekiwanych rezultatów. Mechanizm ten wynika z niechęci do uznania straty oraz potrzeby uzasadnienia wcześniejszych decyzji.

W pytaniu siódmym badano skłonność do wyszukiwania informacji potwierdzających wcześniejsze decyzje finansowe. Odpowiedzi wska-



Wykres 5. Wpływ zachowań innych osób na decyzje finansowe respondentów

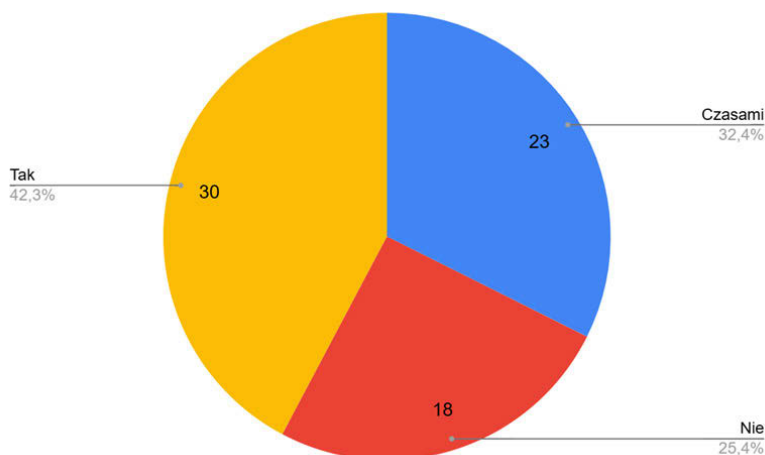
Źródło: opracowanie własne.



Wykres 6. Występowanie efektu utopionych kosztów w decyzjach finansowych

Źródło: opracowanie własne.

zują na obecność efektu potwierdzenia wśród respondentów. Tendencja ta polega na selektywnym przetwarzaniu informacji w taki sposób, aby wzmacniały one wcześniej przyjęte przekonania. W kontekście decyzji finansowych może to prowadzić do ignorowania sygnałów ostrzegawczych oraz utrwalania błędnych strategii inwestycyjnych.

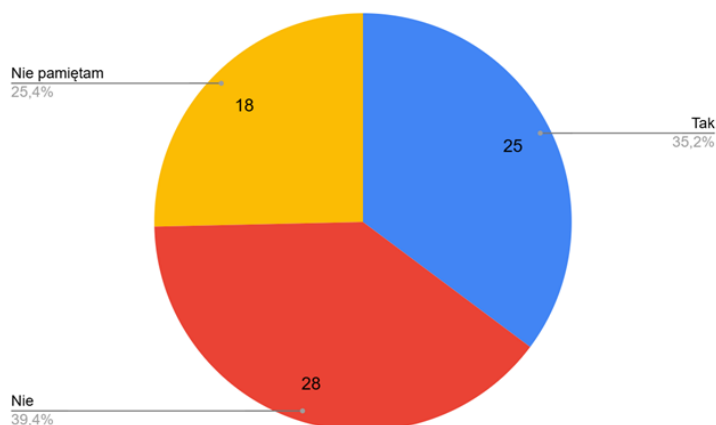


Wykres 7. Występowanie efektu potwierdzenia w procesie podejmowania decyzji finansowych

Źródło: opracowanie własne.

Następne pytanie dotyczyło podejmowania decyzji pod wpływem obawy przed przegapieniem okazji (FOMO). Zjawisko to wiąże się z lękiem przed utratą potencjalnego zysku i jest szczególnie nasilone w warunkach dynamicznych zmian rynkowych oraz intensywnego przepływu informacji w mediach społecznościowych. Stała ekspozycja na informacje o sukcesach inwestycyjnych czy „wyjątkowych okazjach” może wywoływać presję natychmiastowego działania. Respondenci, którzy przyznali się do takich zachowań, potwierdzają, że presja czasu ogranicza możliwość racjonalnej analizy ryzyka i sprzyja impulsywnym decyzjom. Mechanizm FOMO może prowadzić do zwiększonej skłonności do ryzyka oraz angażowania środków finansowych bez pełnej oceny konsekwencji, co stanowi przykład wpływu emocji i czynników społecznych na proces decyzyjny.

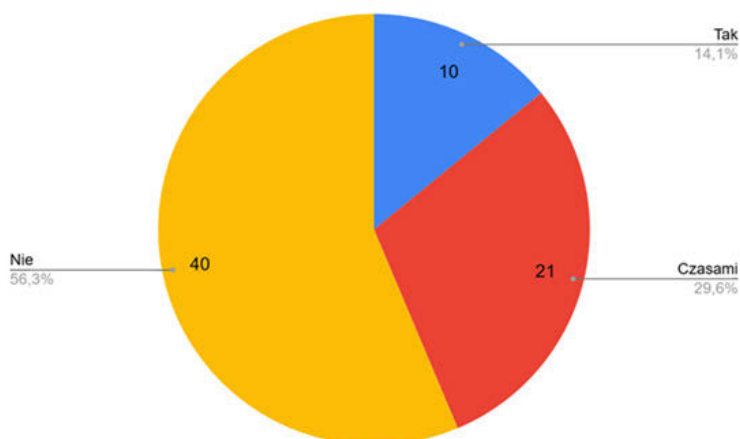
Dziewiąte pytanie analizowało wpływ informacji o sukcesach finansowych innych osób. Odpowiedzi sugerują, że takie informacje mogą działać zarówno motywująco, jak i opresyjnie. Obserwowanie sukcesów innych może zwiększać skłonność do ryzyka oraz prowadzić do porównań społecznych, które wpływają na postrzeganie własnej sytuacji finansowej. W pytaniu dziesiątym respondenci oceniali wpływ mediów



Wykres 8. Podejmowanie decyzji finansowych pod wpływem obawy przed przegapieniem okazji (FOMO)

Źródło: opracowanie własne.

społecznościowych i wiadomości finansowych na presję podejmowania szybkich decyzji. Wyniki wskazują, że środowisko informacyjne może wzmacniać poczucie pilności i konieczności natychmiastowego działania.

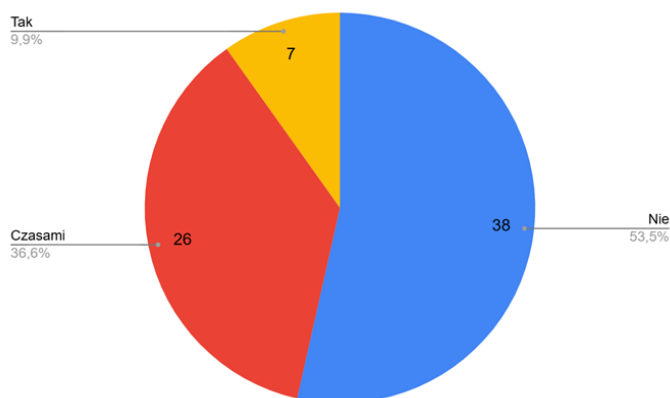


Wykres 9. Wpływ informacji o sukcesach finansowych innych osób na decyzje respondentów

Źródło: opracowanie własne.

Nadmiar informacji oraz ich często sensacyjny charakter mogą utrudniać racjonalną ocenę sytuacji rynkowej.

W pytaniu dziesiątym respondenci oceniali wpływ mediów społecznościowych i wiadomości finansowych na presję podejmowania szybkich decyzji. Wyniki wskazują, że środowisko informacyjne może wzmacniać poczucie pilności i konieczności natychmiastowego działania. Nadmiar informacji oraz ich często sensacyjny charakter mogą utrudniać racjonalną ocenę sytuacji rynkowej.

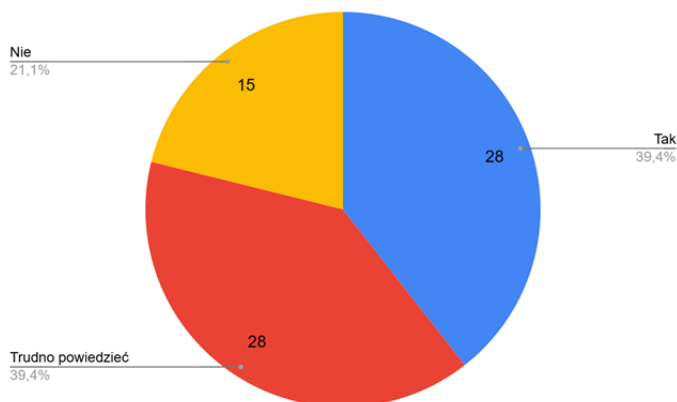


Wykres 10. Wpływ mediów społecznościowych i wiadomości finansowych na presję podejmowania decyzji

Źródło: opracowanie własne.

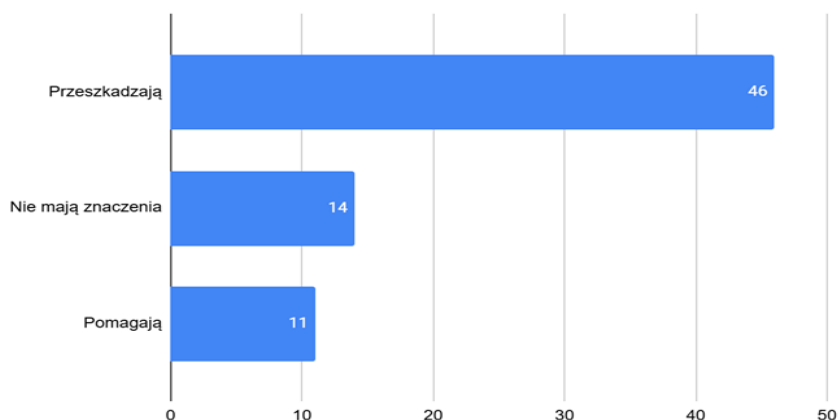
Kolejne pytanie dotyczyło przekonania czy posiadanie pełnych informacji zawsze prowadzi do racjonalnych decyzji finansowych. Odpowiedzi respondentów pokazują, że dostęp do informacji nie jest utożsamiany jednoznacznie z racjonalnością. Może to świadczyć o rosnącej świadomości tego, że proces decyzyjny jest złożony i obejmuje nie tylko aspekt poznawczy, ale również emocjonalny.

W pytaniu dwunastym badani oceniali, czy emocje częściej pomagają, czy przeszkadzają w podejmowaniu decyzji finansowych. Odpowiedzi wskazują na dominujące postrzeganie emocji jako czynnika utrudniającego racjonalne działanie. Jednocześnie należy zauważyć, że emocje mogą pełnić funkcję sygnałów ostrzegawczych, jednak ich nadmierne nasilenie może prowadzić do błędnych decyzji.



Wykres 11. Związek między dostępem do pełnych informacji a racjonalnością decyzji finansowych

Źródło: opracowanie własne.

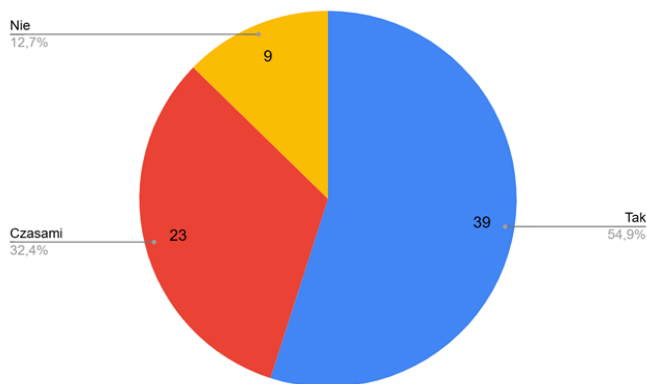


Wykres 12. Ocena roli emocji w procesie podejmowania decyzji finansowych

Źródło: opracowanie własne.

Ostatnie pytanie dotyczyło podejmowania świadomych działań w celu ograniczenia wpływu emocji na decyzje finansowe. Odpowiedzi respondentów pozwalają ocenić poziom autorefleksji oraz kontroli poznawczej w procesie zarządzania finansami osobistymi. Deklaracje podejmowania działań ograniczających wpływ emocji wskazują na próbę racjonalizacji

procesu decyzyjnego, jednak wcześniejsze odpowiedzi pokazują, że skuteczność tych działań może być ograniczona.



Wykres 13. Podejmowanie działań mających na celu ograniczenie wpływu emocji na decyzje finansowe

Źródło: opracowanie własne.

Podsumowując, analiza wyników badań własnych potwierdza istotny wpływ emocji, presji społecznej oraz błędów poznawczych na decyzje finansowe respondentów. Uzyskane dane wskazują, że mimo rosnącej świadomości mechanizmów psychologicznych, proces podejmowania decyzji finansowych w dalszym ciągu odbiega od modelu w pełni racjonalnego działania ekonomicznego.

7. Podsumowanie

Uzyskane wyniki jednoznacznie wskazują, iż decyzje finansowe konsumentów są w znacznym stopniu determinowane przez czynniki emocjonalne oraz błędy poznawcze, nawet w sytuacji, gdy respondenci deklarują dostęp do pełnych informacji ekonomicznych oraz świadomość potencjalnych konsekwencji swoich działań.

Analiza zgromadzonych danych potwierdziła, że racjonalność ekonomiczna konsumentów ma charakter ograniczony i często ustępuje wpływowi czynników psychologicznych. Emocje takie jak strach, stres

czy niepewność sprzyjają nadmiernej ostrożności i unikania ryzyka, natomiast euforia oraz nadmierny optymizm prowadzą do podejmowania decyzji ekonomii behawioralnej, która zakłada, że proces decyzyjny nie zawsze opiera się na racjonalnej analizie, lecz jest kształtowany przez subiektywne odczucia i heurystyki poznawcze.

Badanie wykazało również powszechne występowanie błędów poznawczych, w szczególności efektu utopionych kosztów oraz efektu potwierdzenia. Respondenci często kontynuowali niekorzystne decyzje finansowe z uwagi na wcześniej poniesione nakłady lub selektywnie dobierali informacje potwierdzające wcześniejsze wybory, co ograniczało obiektywną ocenę sytuacji finansowej. Mechanizmy te zwiększają ryzyko utrwalania błędnych strategii oraz ponoszenia długoterminowych strat ekonomicznych.

Istotnym czynnikiem wpływającym na zachowania finansowe badanych okazała się także presja społeczna oraz oddziaływanie mediów. Respondenci deklarowali skłonność do sugerowania się decyzjami innych osób, opiniami prezentowanymi w mediach oraz narracjami podkreślającymi wyjątkowość i ograniczoną dostępność ofert. Zjawiska te sprzyjają podejmowaniu decyzji impulsywnych, w tym działań motywowanych obawą przed przegapieniem okazji (FOMO), co dodatkowo osłabia racjonalny charakter procesu decyzyjnego.

W świetle uzyskanych wyników zasadne jest sformułowanie następujących rekomendacji praktycznych. Po pierwsze, wskazane jest zwiększanie zakresu edukacji finansowej, przy jednoczesnym uwzględnieniu aspektów psychologicznych oraz mechanizmów ekonomii behawioralnej. Sama wiedza ekonomiczna okazuje się bowiem niewystarczająca, jeśli nie towarzyszy jej świadomość wpływu emocji i błędów poznawczych na decyzje.

Po drugie, istotne jest rozwijanie umiejętności rozpoznawania własnych tendencji behawioralnych, w tym podatność na efekt potwierdzenia, efekt utopionych kosztów czy presję społeczną. Może to sprzyjać bardziej refleksyjnemu podejściu do podejmowanych decyzji finansowych. Po trzecie, rekomenduje się stosowanie narzędzi ograniczających impulsywność, takich jak długoterminowe planowanie finansowe, ustalanie z góry zasad inwestycyjnych, czy automatyzacja procesów oszczędzania, które zmniejszają wpływ chwilowych emocji.

Ponadto szczególnie istotna jest krytyczna analiza informacji pochodzących z mediów oraz otoczenia społecznego, zwłaszcza w kontekście ofert inwestycyjnych i konsumpcyjnych prezentowanych jako wyjątkowe lub ograniczone czasowo. Świadome filtrowanie przekazów medialnych może ograniczyć ryzyko podejmowania decyzji pod wpływem presji informacyjnej.

Uzyskane wyniki pozwalają stwierdzić, że proces podejmowania decyzji finansowych jest złożony i wielowymiarowy. Obejmuje on nie tylko kalkulację ekonomiczną, ale również mechanizmy psychologiczne, społeczne oraz emocjonalne. Współczesne technologie i media społecznościowe wzmacniają tempo podejmowania decyzji, jednocześnie zwiększając podatność na impulsywność i presję otoczenia.

Z jednej strony rozwój rynku finansowego i narzędzi inwestycyjnych stwarza nowe możliwości pomnażania kapitału oraz zwiększania niezależności finansowej jednostek. Z drugiej strony niesie to ze sobą zagrożenia w postaci nadmiernego ryzyka, manipulacji informacyjnej oraz powstawania baniek spekulacyjnych. Świadomość istnienia błędów poznawczych oraz roli emocji może przyczynić się do bardziej odpowiedzialnego zarządzania finansami osobistymi, oraz ograniczenia negatywnych konsekwencji nieracjonalnych decyzji.

Podsumowując, zrozumienie mechanizmów psychologii pieniądza oraz ich wpływu na zachowania konsumentów może przyczynić się do podejmowania bardziej świadomych, stabilnych i długoterminowo korzystnych decyzji finansowych. W konsekwencji może to prowadzić do poprawy dobrostanu ekonomicznego jednostek oraz zwiększenia efektywności zarządzania finansami osobistymi.

Bibliografia

- Aronson E., Wilson T.D., Akert R.M., *Psychologia społeczna*, Zysk i S-Ka, Poznań 2012.
- Czerwonka M., *Finanse behawioralne*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2018.
- Czerwonka M., *Finanse behawioralne. Zachowania inwestorów i rynki finansowe*, SGH, Warszawa 2021.

- Falkowski A., *Psychologia poznawcza*, GWP, Gdańsk 2018.
- Gorzon D., Bormann M., von Nitzsch R., *Measuring costly behavioral bias factors in portfolio management: a review*, *Financial Markets and Portfolio Management*, 38 (295), 2024.
- Hassan A., Youssef O., Kazim A., *Behavioral Biases and Portfolio Decisions: An Empirical Analysis of Overconfidence and Loss Aversion Among Retail Investors*, *British Journal of Accounting, Finance and Business Management*, Vol. 1 No. 1 (2025).
- Kahneman D., *Pułapki myślenia. O myśleniu szybkim i wolnym*, Media Rodzina, Poznań 2012.
- Mujibar Rahaman S.K., *Herding Behaviour in Financial Markets: A Literature Review*, *ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts*, Vol. 5 No. 6 (2024).
- Shefrin H., *Behavioral Corporate Finance*, McGraw-Hill, New York 2007.
- Shefrin H., *Finanse behawioralne*, PWE, Warszawa 2016.
- Thaler R. H., *Zachowania niekonsekwentne. Ekonomia behawioralna w praktyce*, PWN, Warszawa 2018.
- Tyszka T., *Psychologia ekonomiczna*, GWP, Gdańsk 2010.
- Witkowska K., *Wyzwania edukacyjne wobec problemu FOMO i jego pochodnych*, *Akademia Kultury Społecznej i Medialnej w Toruniu*, *Studia Toruńskie* 21/2024 (15).

THE INFLUENCE OF PSYCHOLOGICAL AND BEHAVIORAL FACTORS ON CONSUMER DECISIONS

Abstract: This study presents the influence of psychological and behavioral factors on consumer decisions. The aim of the study was to explain why people make irrational financial decisions despite access to comprehensive economic information. It was demonstrated that people often make irrational financial decisions due to cognitive biases and strong emotions that influence the perception of risk and the value of money. The results of our own research confirm the significant influence of emotions, social pressure, and cognitive mechanisms on respondents' financial decisions.

Keywords: consumer decision, psychological factors, behavioral factors

