

ניווט בערפל כלכלי: כיצד חשיפה למידע בהקשר למגפת הקורונה מעצבת החלטות כלכליות

יעקב בייאר^{1,2}, עופר משה שפיר³, מיכל שפיר-תדהר¹, זאב שטודינר⁴

1. אוניברסיטת בן גוריון בנגב 2. המרכז לבריאות הנפש ב"ש 3. אוניברסיטת ניו-יורק, שנגחאי 4.אוניברסיטת אריאל בשומרון.

מבוא

מגפת הקורונה לוותה באי-ודאות כלכלית והצפה במידע ותחזיות שונות ומגוונות. קבלת החלטות פיננסיות מושפעת ממגוון גורמים, החל מתכונות אישיות כמו סובלנות לסיכון, העדפות אישיות והטיות קוגניטיביות וכלה בגורמים מצביים כמו סביבות כלכליות-חברתיות, רגשות ועייפות נפשית. פריימינג הנו מצב בו חשיפה קצרת טווח למידע משפיעה על המצב הקוגניטיבי וקבלת ההחלטות של יחידים. למרות שפריימינג הוכח כמשפיע על החלטות, קיימת הבנה מוגבלת של השפעתו על החלטות כלכליות בסביבה של חוסר ודאות קיצונית, כמו מגיפה עולמית. מחקר זה בוחן את ההשפעה המשמעותית של פריימינג חיובי ושלילי על העדפות זמן וסיכון של יחידים במהלך אי-הוודאות הכלכלית שאפיינה את תקופת מגפת הקורונה.

שיטת מחקר

המחקר נערך בישראל במהלך החודשים הראשונים של 2021, תקופת הגל השלישי של המגיפה. המחקר כלל 1,034 משתתפים (520 גברים ו-514 נשים) בגילאים 17-79 שנים. המשתתפים הוקצו באופן אקראי לאחת משלוש קבוצות המתאימות לטיפול בפרימיים עם התייחסויות שונות להשלכות הכלכליות העתידיות של המגיפה. התרחישים כללו פריימינג שלילי, פריימינג חיובי וקבוצת ביקורת ללא פריימינג. המשך השאלון כלל שאלות בהקשר לקבלת החלטות פיננסיות בהקשרים של העדפות זמן (בחירה בין תשלום בהווה או סכום גדול יותר בעתיד), סיכון (הגרלות ברמת סיכון משתנה), שאלות שקשורות למגיפה הקורונה ושאלון דמוגרפי.

ממצאים

- משתתפים שנחשפו לפריימינג שלילי נטו להעדיף תשלום מידי על פני תשלום גדול יותר בעתיד. תופעה זו חזרה על עצמה בכל התנאים שנבדקו סכומים שונים ותקופות דחייה מגוונות.
- חשיפה לפריימינג שלילי גרמה למשתתפים להיות מוכנים לשלם פחות עבור השתתפות בהגרלות, מה שמעיד על ירידה בנכונות ליטול סיכונים פיננסיים.
- בקרב אנשים שחוו נזק כלכלי בעקבות מגפת הקורונה, השפעת הפריימינג השלילי הייתה אף חזקה יותר.
- נשים הראו נטייה מובהקת יותר לבחור בכסף בהווה על פני דחייתו לעתיד.
- לא נמצא הבדל מובהק בין פריימינג חיובי לבין מצב של היעדר פריימינג כלל.
- ככל שסכומי הכסף היו נמוכים יותר ותקופות ההמתנה קצרות יותר, כך גבר הרצון להעדיף את ההווה על פני העתיד.

OLS regression results for the SDR measure.

Explanatory variables	(1)	(2)
Constant	-0.303 (0.195)	0.007 (0.177)
Negative priming	0.993*** (0.163)	0.177 (0.314)
Positive priming	0.182 (0.115)	0.068 (0.233)
Amount: 600	1.090*** (0.075)	1.090*** (0.075)
Time: One month	2.726*** (0.136)	2.727*** (0.137)
Time: Six months	0.931*** (0.057)	0.931*** (0.057)
WTP	-0.011*** (0.002)	-0.011*** (0.002)
Female	0.275* (0.126)	0.285* (0.126)
Negative economic impact	0.093* (0.057)	-0.013 (0.043)
Neg priming * Neg economic impact		0.272** (0.103)
Pos priming * Neg economic impact		0.037 (0.070)
Number of Observations	6204	6204
Adjusted R-Squared	0.142	0.145

Note: **p < .01, ***p < .001. This table presents the OLS regression results for the SDR measure by treatment, amount, time delay, WTP, gender, and negative economic impact. Model (2) includes two interaction variables.

מסקנות

המחקר מצביע על כך שפריימינג שלילי משפיע באופן משמעותי על החלטות כלכליות ומתואם עם העדפת הווה והימנעות מסיכון, גם לאחר שליטה על מאפיינים אישיים, דמוגרפיים והשפעות הקורונה. ממצא זה מדגיש את עוצמתן של הטיות קוגניטיביות ואת הסכנה הטמונה במידע שלילי (במיוחד אם איננו מבוסס) העלול להגביר חוסר יציבות כלכלית באמצעות ירידה בחיסכון ובהשקעות. להבנה זו יש חשיבות יישומית, באמצעות מודעות להטיה זו ולנוק של מידע שלילי לא מבוסס, ניתן ולשפר את איכות קבלת ההחלטות של יחידים ומוסדות בתנאי אי-ודאות. מעבר לכך, המחקר מקדם שילוב אינטר-דיציפלינרי של כלכלה התנהגותית, פסיכולוגיה ומדעי ההתנהגות, ומציע בסיס תיאורטי ואמפירי למודלים מקיפים ומדויקים יותר של התנהגות וקבלת החלטות כלכליות בזמני אי ודאות.

למאמר המלא - סרוק את הקוד.

