

Słyszymy, że nasze wybory kształtują naszą przyszłość. Jednak wiadomo, że przyszłość jest z natury niepewna. Dzieje się tak dlatego, że dokonanie wyboru najczęściej nie determinuje jego konsekwencji. Dany wybór może pociągnąć za sobą różne konsekwencje i a priori nie możemy stwierdzić, która z nich zajdzie. Taką sytuację nazywamy wyborem w warunkach niepewności.

O naturze niepewności w ekonomii często dowiadujemy się poprzez obserwację wyborów decydentów podejmujących w jej warunkach decyzje. A zatem zamiast mierzyć niepewność na podstawie z góry przyjętej definicji, możemy obserwować wybory ludzi w sytuacji niepewności. Jeżeli spośród tych ludzi wybierzemy takiego, który nie lubi niepewności, wówczas niepewność możemy zmierzyć jako ten aspekt wyboru, do którego niechęć wykazuje taki człowiek. Oparcie definicji niepewności na wyborach ludzkich gwarantuje nam jej obiektywizację oraz operacjonalizację. W pewnym sensie człowiek uczestniczy w pomiarze niepewności. Takie podejście w kontekście ryzyka/ryzyka zaproponowali Aumann i Serrano.

Poza ryzykiem istnieją jednak inne źródła niepewności, które różnią się między innymi poziomem znajomości rozkładu prawdopodobieństwa możliwych konsekwencji. Jeżeli rozkład jest znany i dany z zewnątrz, mamy do czynienia z ryzykiem. Gdy nic o nim nie wiemy – z zupełną ignorancją. Pośrednie przypadki to częściowa ignorancja. Nawet jeżeli prawdopodobieństwa obiektywne nie są ludzicom w pełni lub częściowo znane, co jest prawdopodobnie najbardziej typowym przypadkiem, to często z obserwacji odpowiedniej liczby wyborów decydenta, da się zdefiniować tzw. subiektywne prawdopodobieństwa, które przypisują (wiedząc o tym lub nie) poszczególnym konsekwencjom. Są jednak przypadki, gdy prawdopodobieństwo co do zasady nie może być określone, gdyż skonstruowana wielkość nie spełniałaby aksjomatów prawdopodobieństwa. Takie przypadki nazywamy ambiguity lub brakiem probabilistycznego doświadczenia (probabilistic sophistication) a ich przykładem są tzw. paradoksy Ellsberga.

Istnieje wiele powodów, dla których ludzie mogą nie lubić niepewności. Jednym z ważniejszych jest niechęć do straty, która może wystąpić w wyniku rozwiązania niepewności. Strata powoduje bowiem wiele niekorzystnych następstw, w szczególności może prowadzić do bankructwa, powoduje konieczność korekty naszych planów, zmniejszenia wydatków, planowanych inwestycji, etc. Podczas gdy klasyczna teoria decyzji w warunkach niepewności ujmuje stratę jedynie w ujęciu procentowym w stosunku do posiadanego majątku, podejście behawioralne postuluje przyłożenie większej wagi do strat, niejako powiększając je pod lupą.

Celem projektu jest zaproponowanie sposobu pomiaru stosunku do niepewności oraz (dualnie do niego) samej niepewności oraz różnych jej rodzajów przy wykorzystaniu tzw. cen obojętności. Użycie cen obojętności, takie jak ceny kupna, czy sprzedaży mają wiele zalet. Po pierwsze, są testowalne: dobrze zdefiniowane zadania eksperymentalne prowadzą do ich elicytacji w eksperymentach, przez co są dogodnym narzędziem do wykorzystania w praktycznych zastosowaniach. Po drugie, można je analizować w bardzo ogólnym modelu preferencji zależnych od punktu odniesienia, przez co: a) występuje efekt awersji do strat, który jest wyraźnie oddzielony od innych założeń modelu, b) ujęte są różne rodzaje niepewności, które można kwantyfikować i porównywać je między sobą. Po trzecie, za pomocą cen obojętności można określać zarówno stosunek do niepewności jak i mierzyć samą niepewność zgodnie z dualnym podejściem zaproponowanym przez Aumanna, Serrano.

W ramach projektu planowane są między innymi: zaproponowanie reprezentacji aksjomatycznej cen obojętności w kontekście awersji do niepewności w modelu preferencji zależnych od punktu odniesienia, eksperymentalne testowanie reguł ustalania punktu odniesienia, awersji do straty oraz badanie racjonalności wynikłych preferencji, definicja i charakteryzacja niepewności oparta na wyżej opisanym podejściu dualnym.

Spełnienie celów poznawczych projektu pozwoli ekonomistom lepiej zrozumieć i mierzyć różne rodzaje niepewności i stosunku do nich, w tym racjonalności różnych postaw uwarunkowanych behawioralnie. Zastosowania obejmują m.in. miary ryzyka stosowane w finansach i ubezpieczeniach, budowę behawioralnego portfela, elicytację preferencji: konsumentów w marketingu, pacjentów w systemie opieki zdrowotnej, obywateli współdecydujących o wydawaniu publicznych środków na cele wspólne związane z infrastrukturą i ochroną środowiska. Projekt składa się z 7 faz, z których każda kończy się przynajmniej jednym artykułem (łącznie osiem) przygotowanym do publikacji w wiodących czasopismach ekonomicznych.

Nasze metody obejmują (ale nie ograniczają się do): podejście aksjomatyczne, twierdzenia o reprezentacji, wyniki charakteryzacji, techniki równań funkcjonalnych, projektowanie i przeprowadzanie eksperymentów, testowanie hipotez statystycznych.