

Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



Psychologia finansowa. Kształtowanie racjonalnych postaw wobec pieniądza.

dr Jacek Rodzinka

Instytut Badań i Analiz Finansowych

Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie
21 listopada 2013 r.

Organizatorzy



EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

Plan:

1. Historia pieniądza.
2. Definicja, popyt, motywy trzymania pieniądza.
3. Wartość pieniądza.
4. Inflacja.
5. Postawy wobec pieniądza.
6. Zmienne demograficzno-ekonomiczne jako determinanty postaw wobec pieniądza.
7. Psychologia pieniądza.
8. Zachowania wobec pieniądza.

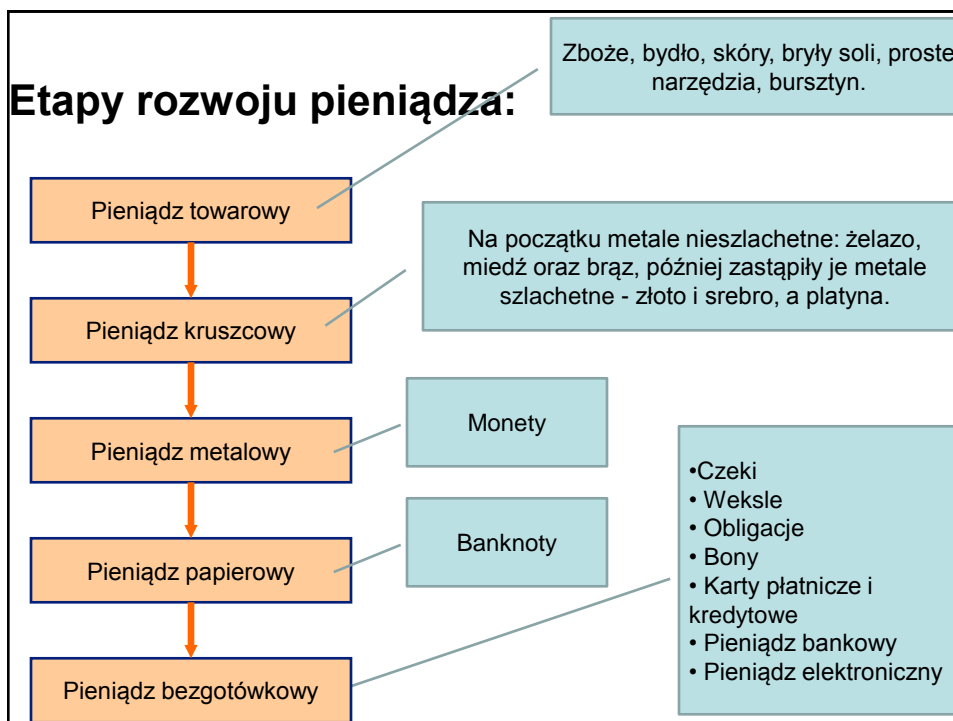
Nic nie jest słodsze od miodu, prócz pieniądza.

Benjamin Franklin

Historia pieniądza

- Wymiana barterowa.
- Pełny pieniądz towarowy – ekonomiczne zastosowanie – (Rzym-sól kamienna, Ameryka Północna-muszele, tytoń).
- Metale szlachetne – srebro, złoto.
- Reprezentatywny pieniądz towarowy – certyfikaty lub banknoty wymienne na złoto lub srebro.
- Banknoty.

**Pieniądze nie śmierdzą.
Cyceron**



Pieniądz – definicja

to powszechnie akceptowany z mocy prawa lub zwyczaju środek regulowania zobowiązań, pełniący rolę powszechnego ekwiwalentu.

Funkcje pieniądza:

- Środek wymiany.
 - Jednostka rozrachunkowa, miernik wartości.
 - Środek przechowywania wartości (gromadzenie bogactwa, środek tezauryzacji).
-

Płynność pieniądza

to łatwość z jaką dana pozycja aktywów może być zamieniana na inną, łatwo wydatkowaną formę z nieznaczną, bądź żadną stratą wartości.

Popyt na pieniądź

- Pieniądź jest zasobem.
 - To suma gotówki oraz lokat bankowych utrzymywanych w jakimś określonym momencie.
 - Posiadanie pieniędzy to nie to samo co ich wydawanie, trzymamy je po to żeby je wydać w przyszłości.
-

Motywy trzymania pieniądza:

- **Transakcyjny** – posiadanie pieniędzy oszczędza nasz czas i wysiłek związany z przeprowadzaniem transakcji,
 - **Przezornościowy** – pieniądze służą pokryciu niespodziewanych, niemożliwych do przewidzenia wydatków,
 - **Spekulacyjny (portfelowy)** – dywersyfikacja portfela inwestycyjnego w celu zmniejszenia ryzyka straty.
-

Wartość pieniądza

realna wartość pieniądza jest uzależniona nie od nominału, lecz od jego siły nabywczej, czyli ilości i jakości dóbr, które można za określoną sumę pieniędzy nabyć.

Zmiana wartości pieniądza w czasie

- spadek siły nabywczej (inflacja),
 - możliwość inwestowania,
 - występowanie ryzyka (możliwość osiągnięcia straty),
 - Indywidualne preferencje (konsumpcja obecna i przyszła).
-
- Jak czas wpływa na postrzeganie wartości pieniądza?
-

Inflacja

jest to obniżanie się siły nabywczej pieniądza (jego wartości rynkowej). Na rynku obserwowana jest jako długotrwały wzrost średniego poziomu cen określonego koszyka dóbr.

Rodzaje inflacji - ze względu na natężenie:

- **pełzająca** – nie przekracza 5% rocznie
 - **krocząca** – oscyluje w granicach 5-10 % rocznie
 - **galopująca** – 10-150% rocznie
 - **hiperinflacja** – powyżej 150% rocznie
-

Rodzaje inflacji - ze względu na przyczynę

- **popytowa** - jest ona wynikiem nadmiernej ilości pieniądza w obiegu. Nazywa się ją także inflacją pieniężną. Występuje wówczas, gdy globalny popyt wzrasta szybciej niż wielkość produkcji.
 - **kosztowa** - związana jest ze wzrostem kosztów produkcji. Pojawia się wtedy gdy są ograniczenia w podaży jednego lub kilku zasobów oraz występuje wzrost cen na te zasoby. Następną przyczyną mogą być podwyżki płac niepokryte wzrostem wydajności pracy, ponieważ na wzrost kosztów robocizny na jednostkę wyrobu powodują w konsekwencji wzrost cen
 - **strukturalna** - pojawiająca się wówczas, gdy producenci nie mogą sprawnie zmienić struktury produkcji w związku ze zmianami struktury gospodarki w kraju, a braku określonych towarów na rynku nie można szybko pokryć niezbędnym importem. Zmiana struktury gospodarczej pociąga za sobą koszty finansowe, przykładowo zakup nowych technologii czy zatrudnienia wysoko wykwalifikowanej kadry. Koszty te znajdują swoje odbicie w podniesieniu cen przynajmniej w pewnym okresie czasu.
-

Iluzja pieniądza

Zjawisko polegające na nieodróżnianiu zmian wielkości nominalnych od zmian wielkości realnych.

Zmiana siły nabywczej pieniądza jest bardzo trudna do zaobserwowania – sposób: alternatywna waluta.

Porównując ceny obecne z przeszłymi nie bierze się pod uwagę istnienie zjawiska inflacji, a bierze pod uwagę jedynie liczbowe zmiany cen.

Efektom może być ograniczenie konsumpcji dóbr wywołane przeświadczeniem wzrostu cen.

Postawy wobec pieniędzy¹

Ludzie nie traktują pieniądza jednakowo. Ludzie różnią się stosunkiem do pieniędzy, czy też miejscem jakie przypisują mu w swoim życiu. (efektywność pracy, wysiłek by zdobyć pieniądze, długi, zakupy, podatki...)

Postawy wobec pieniędzy kształtują się najprawdopodobniej we wczesnym dzieciństwie i pozostają w zasadzie niezmiennie poprzez całe życie.

Postawy wobec pieniędzy mogą być nabywane poprzez procesy wczesnej socjalizacji i socjalizacji wtórnej:

- już we wczesnym dzieciństwie, dzieci uczą się stosunku do pieniędzy obserwując zachowania rodziców i ich zwyczaje dotyczące pieniędzy,
- wtórne czynniki socjalizacyjne, takie jak np. wpływ mediów, oddziałują na dzieci zarówno bezpośrednio, jak i pośrednio, poprzez postawy i zachowania Rodziców.

¹ "Różnice indywidualne jako determinanty postaw wobec pieniędzy" Agata Gąsiorowska, Rozprawa doktorska napisana pod kierunkiem prof. dr hab. Czesława S. Nosala

Zmienne demograficzno- ekonomiczne jako determinanty postaw wobec pieniędzy

*Jakie zmienne wpływają na postawy wobec
pieniędzy?*

PŁEĆ

- Podejście do pieniądza
 - Zarządzanie domowym budżetem
 - Zarządzanie własnymi pieniędzmi
-

Płeć jako determinanta postaw wobec pieniądza 1/2

- Historycznie, siła związana z pieniędzmi zarezerwowana była dla mężczyzn.
 - **K** łączy je z relacjami osobistymi i społecznymi, oraz pewnymi specjalnymi wydarzeniami czy okolicznościami, w których mogą być wydane.
M przez pryzmat siły, którą daje ich posiadanie.
 - Zarządzania domowym budżetem – klasy niższe i wyższe.
 - Dla **K** to symbol prestiżu, sposób na osiągnięcie osobistego bezpieczeństwa, spokoju, sposób na szybkie wejście w posiadanie wartościowych rzeczy, środek służący do ulepszania stosunków międzyludzkich i sposób na satysfakcjonujące i wygodne życie.
 - **M** związana z własnością i posiadaniem pieniędzy samych w sobie.
 - Umiejętności zarządzania własnymi pieniędzmi: **K** wierzą, że mają mniejszą kontrolę nad swoją sytuacją finansową i zarabiają mniej pieniędzy, niż na to zasługują.
 - **K** są mniej zadowolone ze swoich finansów, i częściej kojarzą z pieniędzmi emocje negatywne (lęk, depresja, złość, bezradność), a **M** – emocje pozytywne (szczęście, ekscytacja).
-

Płeć jako determinanta postaw wobec pieniądza 2/2

Kobiety:

- dokładniej planują swoje wydatki,
 - są ostrożne, konserwatywne w decyzjach finansowych,
 - skupione raczej na bezpieczeństwie,
 - w większym stopniu mają tendencję do odraczania decyzji finansowych,
 - obawiają się zaciągania zobowiązań finansowych.
-

Mężczyźni:

- przypisują pieniądзом siłę,
- traktują je jako wyznacznik sukcesu, narzędzie wpływu,
- wykorzystują je, aby zrobić wrażenie na innych i uzyskać szacunek,
- uważają, że dają one wolność i wykorzystują je do porównań społecznych.

WIEK

WIEK jako determinanta postaw wobec pieniądza

- Osoby młodsze:
 - traktują pieniądze jako symbol siły,
 - w mniejszym stopniu charakteryzują się ostrożnością i planowaniem,
 - nie odkładają na przyszłość decyzji finansowych,
 - nie są oszczędne i konserwatywne jeśli chodzi o sprawy finansowe, i w mniejszym stopniu niż osoby starsze traktują pieniądze które się zarabia czy posiada jako funkcję własnego wysiłku i możliwości,
 - posiadają niższy poziom lęku i niepewności w sytuacjach związanych z pieniędzmi,
 - w większym stopniu wykorzystują nadarzające się sytuacje finansowe,
 - pieniądze nie są panaceum na wszystkie problemy, lubią je wydawać na przyjemności,
 - nie mają nic przeciwko wydawaniu na kredyt, ale bezpieczeństwo finansowe jest także dla nich ważne.
-

DOCHÓD

DOCHÓD jako determinanta postaw wobec pieniądza

- osoby o **niższym dochodzie** charakteryzują się:
 - obsesją i przekonaniem, że pieniądze dały by im siłę, prestiż i pewność siebie,
 - są ostrożne i dokładnie w sprawach finansowych ,
 - odczuwają niski poziom satysfakcji z posiadanych pieniędzy,
- osoby o **wyższym dochodzie** są:
 - bardziej skupione na zdolności pieniędzy do zapewnienia materialnego komfortu i bezpieczeństwa
 - postrzegają pieniądź jako miarę sukcesu życiowego.

Im więcej pieniędzy posiadamy, tym więcej chcemy ich mieć, i tym istotniejsze są w naszym życiu.

*Chciałoby się być bogatym, aby już nie myśleć o pieniądzach,
ale większość bogatych i tak nie myśli o niczym innym.*

Abel Bonnard

WYKSZTAŁCENIE

WYKSZTAŁCENIE jako determinanta postaw wobec pieniądza

- Osoby o niższym poziomie wykształcenia charakteryzują się:
 - wyższym poziomem obsesji dotyczącej pieniędzy i w większym stopniu wykorzystują pieniądze dla wywierania wpływu na innych ludzi,
 - wierzą, że pieniądze mogą rozwiązać problemy osobiste,
 - w mniejszym stopniu są skłonni do poszukiwania okazji i najlepszej ceny,
 - w większym stopniu planują swoje finanse,
 - postrzegają samych siebie jako mało oszczędnych,
 - są mniej ostrożni w wydatkach, szczególnie jeśli chodzi o wydatki finansowane z kredytów.
-

Psychologia pieniądza

- Ludzie nie zawsze zachowują się racjonalnie dlatego podejście do pieniędzy to jedna ze sfer zainteresowań psychologów ekonomicznych.
 - Wykazano, że pieniądz pobudza ośrodek przyjemności w mózgu - podobnie jak glukoza i narkotyki (wyniki na podstawie badań tomograficznych mózgu).
-

Psychologia pieniądza

- Jeśli w danej kulturze, w której żyją ludzie, używane są pieniądze, to prędzej czy później stają się one podobne do powszechnie znanych motywatorów, takich jak jedzenie czy seks, a w szczególności, pieniądze działają jak zachęty, podniety i wzmocnienia.
 - Pieniądz jest o tyle interesujący, że charakteryzuje się dualną naturą:
 - może być narzędziem do kupowania rzeczy,
 - może być przez ludzi interpretowany jako atrakcyjny sam w sobie.
 - Dualność pieniądza została przedstawiona jako:
 - „teoria narzędzia”,
 - „teoria narkotyku”.
-

Teoria narzędzia

- Pieniądze nie motywują ludzi same w sobie, lecz dlatego, że są **narzędziem do pozyskiwania innych rzeczy**, które są związane z **motywacją biologiczną**.
 - Pieniądz jest **najbardziej efektywnym środkiem wymiany**, nie jest bodźcem ani zachętą sam w sobie, ale dlatego, że **może być wymieniony** na dobra i usługi, które są dla nas atrakcyjne.
-

Teoria narkotyku

- Pieniądze wpływają na funkcjonowanie układu nerwowego.
 - Pieniądze są bodźcem i zachętą, ponieważ **naśladują neuronalne, psychologiczne i biologiczne oddziaływanie** innych, bardziej naturalnych bodźców i zachęt. Wpływają na funkcjonowanie systemu nerwowego
 - Pieniądze podobnie jak narkotyki mogą być uzależniające, mogą pociągać za sobą negatywne konsekwencje dla jednostki, dają bowiem człowiekowi natychmiastową nagrodę, podczas gdy „prawdziwe” motywatory są z reguły odroczone.
-

Zachowania wobec pieniędzy

Zachowania ludzi wobec pieniędzy bywają inne, niż nakazuje rachunek ekonomiczny i, z punktu widzenia tej nauki, kompletnie nieracjonalne.

NIERACJONALNE POSTAWY POLAKÓW

Polska słabość do dolara

Wolimy trzymać oszczędności w dolarach niż w innych walutach czy instrumentach finansowych.



Pieniądze zmieniają zachowanie

- Gdy mowa jest o pieniądzu lub pieniądze znajdują się w zasięgu wzroku - choćby na tapecie komputera - badani zachowują się inaczej.
-

Sposób postępowania z pieniędzmi

- „Łatwo przyszło – łatwo poszło.”
 - Pieniądze ciężko zapracowane.
-

Psychologię pieniądza zmieniają też wirtualne pieniądze

- Łatwiej kupić coś płacąc kartą, niż „wyciągnąć” żadaną kwotę z portfela.
-

Monety są mniej warte

- Ludzie nie chcą, żeby banknoty zmieniano na monety.
-

Analiza uczuć, jakie wywołują w nas pieniądze

- lęk,
 - zadowolenie,
 - poczucie władzy,
 - poczucie prestiżu.
-
- Jeśli ktoś lubi pieniądze, zadowala się mniejszą podwyżką, niż osoba, która ich nie lubi. To dowodzi, że złotówka nie zawsze jest równa złotówce.
-

Za pieniądze można kupić:

- łóżko, lecz nie sen
 - komputer, lecz nie mózg
 - jedzenie, lecz nie apetyt
 - wystrój, lecz nie piękno
 - budynek, lecz nie dom
 - leki, lecz nie zdrowie
 - luksus, lecz nie kulturę
 - przyjemności, lecz nie radość
 - znajomość, lecz nie przyjaźń
 - posłuszeństwo, lecz nie wierność
-

Dziękuję za uwagę

dr Jacek Rodzinka
Dyrektor ds. Rozwoju Komeracji
Instytut Badań i Analiz Finansowych Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania

Ul. Sucharskiego 2, 35-225 Rzeszów, Pokój 50
E-mail: jrodzinka@wsiz.rzeszow.pl
