Общеразвивающая программа дополнительного образования детей и взрослых

«ОТ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ – К ФИНАНСОВОЙ КУЛЬТУРЕ»

Модуль 5. «Экономическая психология – ключ к успеху»

Разработчики-составители:

Джавадова С.А.,
Погудаева М.Ю.

ТЕМАТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ МОДУЛЕЙ

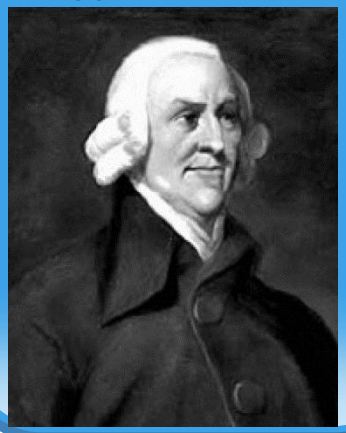
http://fincult.rggu.ru

1. Наша финансовая среда обитания
2. Финансовая азбука
3. Семейный бюджет
4. Кредитозависимость
5. **Экономическая психология – ключ к успеху**
6. Финансовые мошенничества
7. Электронные деньги
8. Интернет-банкинг
9. Уплата личных налогов
10. Страховая культура граждан
11. Стратегия будущего
12. Социальные льготы

Экономический человек – homo economicus

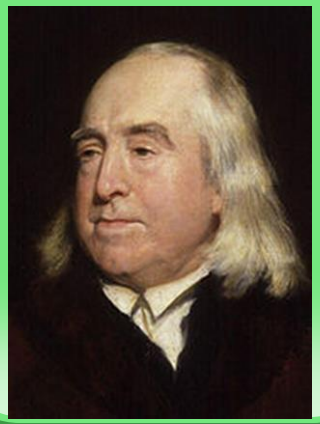
XVIII век

Адам Смит



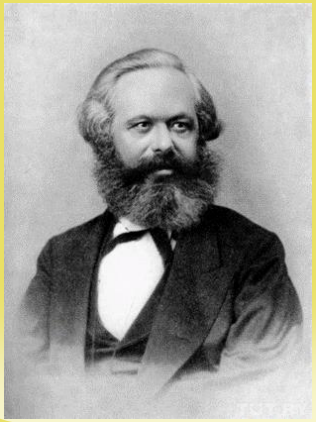
нач. XIXв.

Джереми Бентам



XIX в.

Карл Маркс



Особенности поведения «экономического человека»

В XIX веке считалось, что главная **цель потребителя** – получение максимального дохода

В начале XX века считалось, что, **чем выше доход, тем больше потребление**

В середине XX века на основе исследований психолога Дж. Катона стало понятно, что **покупка зависит не только от дохода, но и от желания её приобрести**

Общая модель экономического поведения

Мотивы трудовой деятельности

Побуждения общественного порядка

Получение материальных благ для удовлетворения материальных и духовных потребностей

Удовлетворение потребности в самовыражении и самореализации

Мотивы к сбережению доходов

- Текущее потребление
- Непредвиденный случай
- Товары длительного пользования
- Здоровье, досуг, образование
- Комбинация из двух предыдущих сберегательных ориентаций

Мотивы потребления

- Безопасность
- Привязанность
- Комфорт
- Гордость
- Новизна
- Экономия

Особенности поведения российских граждан на финансовом рынке

57 % → Населения пользуются страховыми услугами (в основном это: ОСАГО, ДМС)

94 % → Пользователей банковскими услугами люди в возрасте 25-44 года

90 % → Пользуются услугами банков, но, в основном для получения зарплаты, стипендии и пенсии

Статистика доверия граждан к финансовым институтам

http://fincult.rggu.ru

74 % → Населения доверяет только банкам

44 % → Населения доверяет страховым компаниям

21 % → Населения доверяет инвестиционным компаниям

14 % → Населения доверяет микрофинансовым институтам

Изменения в поведении граждан на финансовом рынке в условиях финансовой нестабильности

- Сократились объёмы выданных кредитов
- 90 % выданных кредитов идёт на погашение прежней задолженности
- У населения отсутствует желание хранить деньги в банках
- Большая часть населения предпочитает хранить свои сбережения дома
- Практически все имеющиеся сбережения были потрачены в январе 2014 года на автомобили, технику и квартиры

Причины поведения потребителя в условиях финансовой нестабильности

- Ужесточение требований к заёмщикам в банках
- Уменьшение размера официальной зарплаты
- Мешает неосведомлённость о рисках и незнание основ функционирования финансового рынка
- Страх перед неизвестностью заставляет людей больше тратить сейчас, нежели жить в ожидании будущих доходов (вероятность получения которых также сомнительна)
- У населения нет лишних денег
- Нет реального опыта в области управления личными финансами

Предпочтительные стратегии финансового планирования будущих доходов

У большей части населения нашей страны отсутствует стратегия долгосрочного финансового планирования

Нет желания хранить деньги в банке в ожидании получения доходов через несколько месяцев или лет.

Нет желания участвовать в пенсионных программах: как в государственных (софинансирование пенсии), так и в частных (негосударственные пенсионные фонды)

Нет желания оформлять страховку, т.к. страховой случай может не наступить

Причины возникновения долгов

1. Социальное одобрение долгов
2. Воспроизводство долговой модели поведения в следующих поколениях
3. «Жизнь в долг», как результат социальных сравнений
4. Неспособность рационально распоряжаться деньгами

Причины возникновения долгов (продолжение)

5

Неадекватные модели потребления

6

Представления о будущих изменениях

7

Отношение к долгам

8

Отсутствие веры в себя

Планирование семейного бюджета

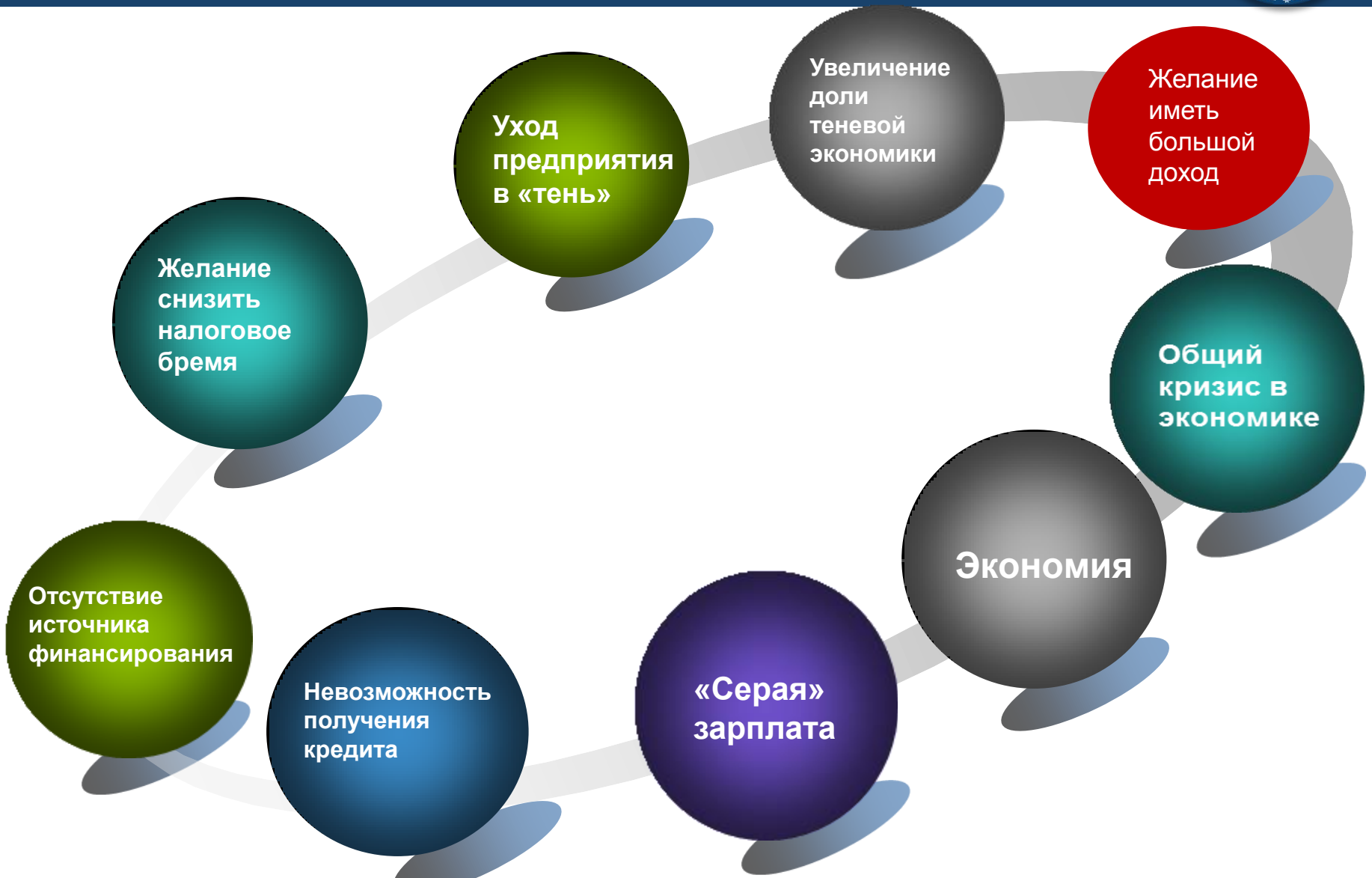
Семейный бюджет

¾ российского населения не ведёт семейный бюджет. Наиболее склонны к учёту средств пенсионеры и малообеспеченные граждане.

У 38% населения не остаётся средств от предыдущих заработков к моменту поступления новых доходов.

Психология теневой экономики

http://fincult.rggu.ru



Выгодный процент или игра с цифрами

Вклад под 20% годовых

Начисление процентов на вложенную сумму происходит по следующей схеме

До 150 дней 12%

От 151 до 300 дня 16%

От 301 до 450 дня 20%

Экспресс кредиты или «кредитная ловушка»

- 2% в день
- Оформление за 15 минут
- В рекламе указывается сумма кредита и ежемесячный платёж
- Для оформления нужен только паспорт
- Иногда ставку предлагают определять индивидуально
- Для оформления нужен только паспорт
- Это учреждение – не банк

Эта «сладкая жизнь» с кредитной картой

- Размер процентной ставки гораздо выше, чем по потребительскому кредиту
- Банки постоянно увеличивают лимит вашей карты, вынуждая делать дополнительные покупки
- Стоимость обслуживания карты
- Стоимость страховки

Особенности спроса на финансовые услуги

1. Физический доступ к финансовым услугам сильно ограничен
2. Новые финансовые продукты и услуги отпугивают людей
3. Люди не читают договоры по оказанию финансовых услуг из-за незнания терминологии
4. 70% населения практически никогда не сравнивают условия предоставления финансовых услуг в различных организациях

Особенности спроса на финансовые услуги (продолжение)

5

Население предпочитает финансовые продукты с несложными условиями предоставления

6

В большинстве случаев потребители не могут отличить различные финансовые продукты

7

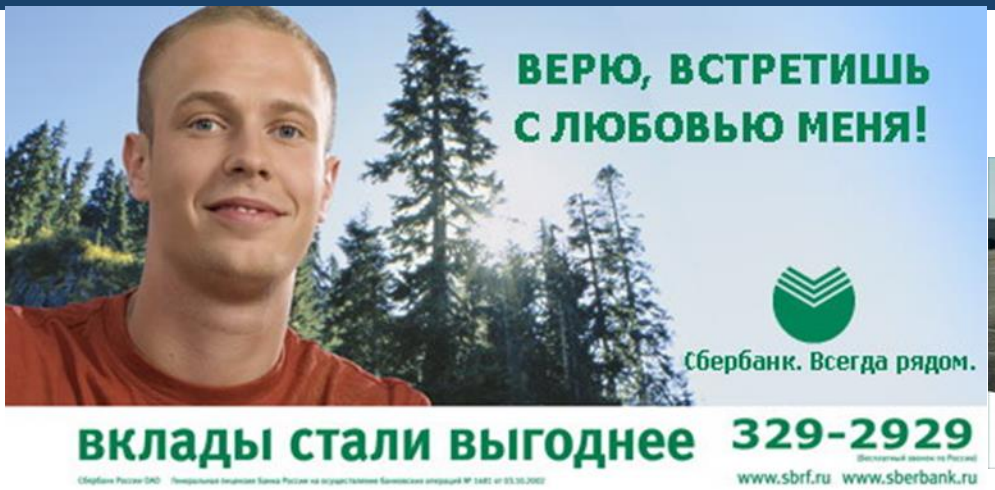
Объёмное описание финансовой услуги отпугивает потребителей

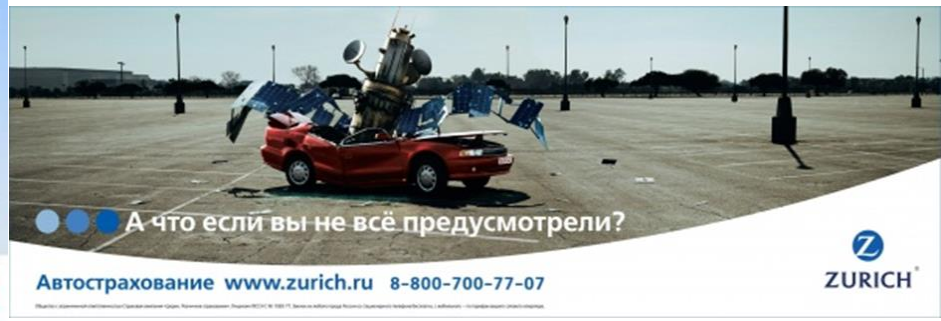
8

Около 30% населения ничего не знает о системе страхования банковских вкладов

Психология рекламы: эмоции

http://fincult.rggu.ru





Психология рекламы: скидки, подарки, акции.

http://fincult.rggu.ru

Психология рекламы: бонусные программы банков

http://fincult.rggu.ru

спасибо
ОТ СБЕРБАНКА

М.видео
mvideo.ru

Альфа-Банк

Психология рекламы: «два в одном».

http://fincult.rggu.ru

Психология рекламы: расширение аудитории.

http://fincult.rggu.ru

Восприятие населением государственной экономической политики

Население чаще предпочитает традиционный курс, нежели резкие изменения в экономической политике

Население обычно довольно долго привыкает к различным экономическим преобразованиям. Если в результате реформ ожидания людей оправдывается, то они готовы продолжать поддерживать политику государства

Если население относится к государству, как к гаранту социальной стабильности, то граждане готовы служить ему и верить. Но, если государство не склонно поддерживать это направление, а старается лишь увеличивать свои доходы, то это вызовет лишь негативную реакцию со стороны населения

Рекомендации

1. Определите, какие мотивы движут Вами, при совершении той или иной покупки.
2. Начните вести семейный бюджет.
3. Определите цель, ради которой Вы делаете сбережения.
4. Задумайтесь о возможностях, которые даёт долгосрочное финансовое планирование.
5. Подумайте о причине Ваших долгов. Так ли они необходимы?
6. Внимательно изучайте всю информацию о финансовой услуге, которую Вы собираетесь приобретать.
7. Ключ к успеху в Ваших руках!!!

Общеразвивающая программа дополнительного образования детей и взрослых

«ОТ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ – К ФИНАНСОВОЙ КУЛЬТУРЕ»

http://fincult.rggu.ru

Программа выполняется в рамках Проекта «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации», реализуемого Министерством финансов Российской Федерации совместно со Всемирным банком.

Организатором конкурсного отбора является Некоммерческий фонд реструктуризации предприятий и развития финансовых институтов (ФРП)