

СОПРОВОДИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ К УРОКУ 2

01 ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ: ЧТО ЭТО ТАКОЕ И КАК ОНИ ВЛИЯЮТ НА ФИНАНСОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ

СМЕЩЕНИЕ К НАСТОЯЩЕМУ (Present Bias)

Люди склонны придавать бóльшее значение расходам, которые надо совершить здесь и сейчас, или доходам, которые можно получить незамедлительно, чем издержкам и выгодам, которые произойдут в будущем.

КАК ПРОЯВЛЯЕТСЯ?

В вопросах потребления и сбережений, сравнивая выгоды и издержки в разных периодах времени, люди обычно поддаются искушениям, не задумываясь о долгосрочных последствиях для своего финансового положения. Нередко это связано с недостатком самоконтроля. В результате, например, на текущее потребление тратится больше средств, чем в действительности необходимо, а на сбережения откладывается меньше, чем следовало бы.



Свинья, намеревающаяся съесть все желуди, подрывает корни у дуба, что в будущем лишит ее пропитания

ИЗБЕГАНИЕ ПОТЕРЬ (Loss Aversion)

Человек острее и болезненней воспринимает финансовый проигрыш, чем эквивалентный по величине выигрыш.

КАК ПРОЯВЛЯЕТСЯ?

Люди чаще выбирают такие формы сбережений, которые приносят стабильный, но сравнительно небольшой доход (например, вклад в банке). И гораздо реже — более доходные в долгосрочном периоде, но одновременно и в бóльшей степени подверженные колебаниям в краткосрочном периоде (например, акции).

ЭФФЕКТ ЯКОРЯ (Anchoring)

Ситуация, в которой восприятие человеком тех или иных количественных (в том числе и финансовых) показателей в значительной степени зависит от какой-либо точки отсчета — «якоря».

КАК ПРОЯВЛЯЕТСЯ?

«Эффект якоря» активно используется в розничной торговле: продавцы намеренно оставляют два или три ценника со «старыми», более высокими, ценами на одной вещи. Цена до скидки становится «якорем», и у покупателя возникает иллюзия выгоды покупки и достигаемой им экономии.



Перечеркнутые ценники отвлекают покупателя от мысли, что в другом месте вещь может стоить еще дешевле

САМОУВЕРЕННОСТЬ (Overconfidence)

Склонность людей объяснять свои успехи собственным мастерством, а проигрыши списывать на неудачу и внешние, не зависящие от них факторы.

КАК ПРОЯВЛЯЕТСЯ?

Самоуверенность часто проявляется в инвестиционной деятельности, когда люди чрезмерно убеждены в собственной способности правильно трактовать информацию, делать верные прогнозы и контролировать ситуацию.



«Во мне родилось какое-то странное ощущение, какой-то вызов судьбе, какое-то желание дать ей щелчок... Я поставил самую большую позволенную ставку... и проиграл» (глава IV)

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ (Social Preferences)

Ситуация, при которой решения человека зависят не только от его индивидуальных выгод, но и от выгод окружающих — даже незнакомых ему лично — людей вследствие, например, моральных или социальных обязательств.

КАК ПРОЯВЛЯЕТСЯ?

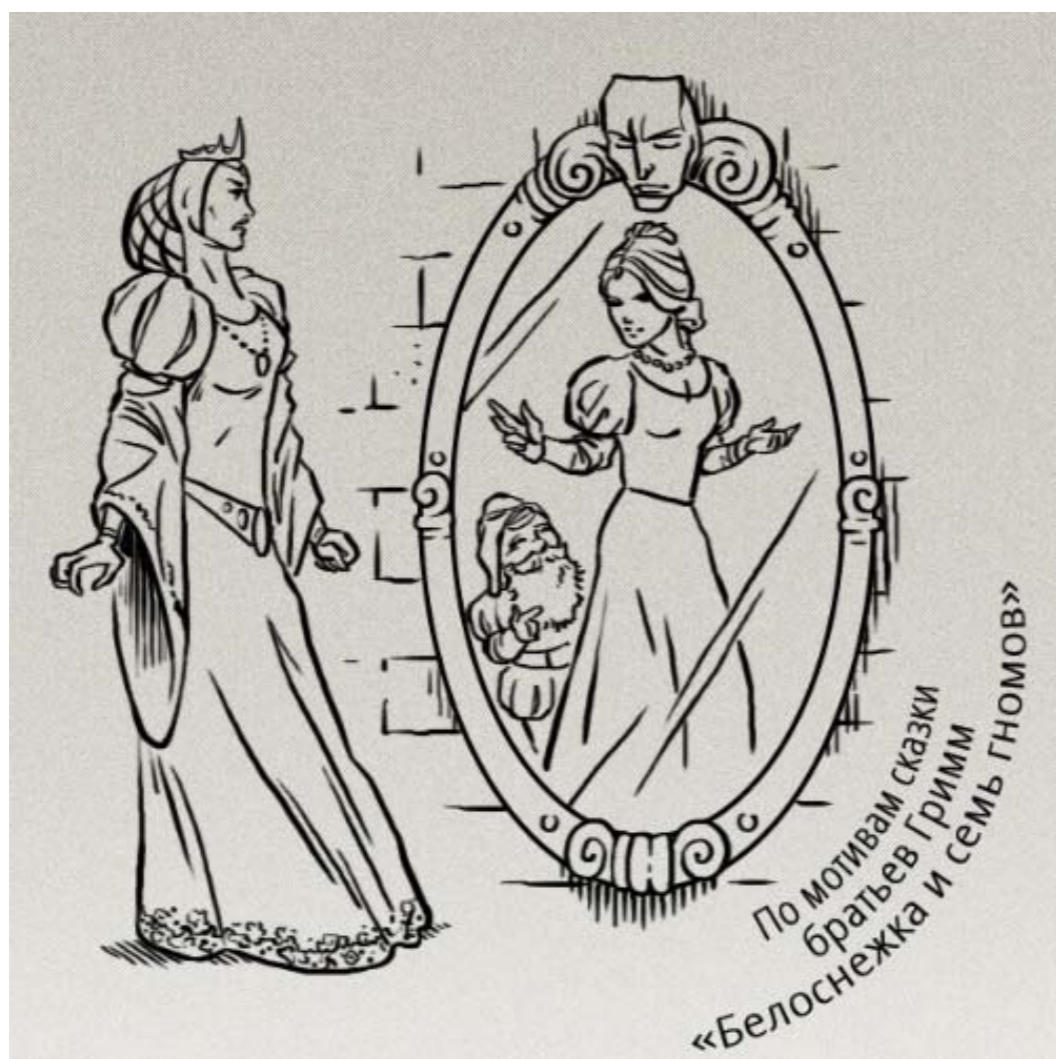
Социальные предпочтения позволяют объяснить феномены взаимности, честности, альтруизма, борьбы с неравенством и др. Например, факт существования благотворительных фондов свидетельствует о том, что люди готовы посвящать время, силы и деньги производству благ, которые необязательно принесут пользу им самим.

СМЕЩЕНИЕ К ПОДТВЕРЖДЕНИЮ (Confirmation Bias)

Восприятие людьми в качестве заслуживающей внимания только той информации, которая соответствует их уже сложившимся убеждениям и представлениям о мире.

КАК ПРОЯВЛЯЕТСЯ?

Смещение к подтверждению нередко встречается в инвестиционной деятельности, когда люди, получив важные сведения из неформального источника, далее будут обращать внимание только на ту информацию, которая косвенно либо прямо подтверждает полученные изначально данные.



Все, что не соответствует внутреннему убеждению, не принимается в расчет или отвергается

ПРОЕКТИВНОЕ СМЕЩЕНИЕ (Projection Bias)

Ситуация, когда человек уделяет чрезмерное внимание текущим условиям, в которых он делает свой выбор, и недооценивает, что эти условия в будущем могут измениться.

КАК ПРОЯВЛЯЕТСЯ?

Проявляется в ситуациях, когда человек сталкивается с необходимостью принимать на себя длительные финансовые обязательства, и при этом в расчет берутся текущие доходы, а вероятность их изменения игнорируется.



Зацикленность на поиске сокровищ мадам Петуховой заставляет отца Федора принимать очевидно иррациональные решения о продаже имущества

ПЕРЕОЦЕНКА МАЛЫХ И НЕДООЦЕНКА БОЛЬШИХ ВЕРОЯТНОСТЕЙ (Overreaction to Small Probabilities)

Неверное представление человека о вероятности наступления того или иного события, то есть ситуация, когда человек переоценивает вероятность наступления маловероятного события или недооценивает — высоковероятного.

КАК ПРОЯВЛЯЕТСЯ?

Проявляется, например, в чрезмерном потреблении страховых продуктов для маловероятных событий с большим потенциальным ущербом и, напротив, в отказе от страхования значительно более вероятных событий, но с меньшим потенциальным ущербом.



Многие предпочитают наземный транспорт авиaperелетам, считая его более безопасным, тогда как по данным статистики вероятность погибнуть при езде на автомобиле выше в 100 раз!

ФРЕЙМИНГ (Framing)

Влияние контекста и условий принятия решения на выбор человека.

КАК ПРОЯВЛЯЕТСЯ?

Владельцы банковских тарифных планов с выражено мотивирующими названиями (например, «Покупай!») склонны совершать больше покупок на бóльшую сумму, нежели обладатели «безымянных» тарифных планов.



Яркие мотивирующие лозунги-обращения в магазинах или на платежных картах подталкивают нас покупать больше

МЕНТАЛЬНЫЙ УЧЕТ (Mental Accounting)

Влияние источника денежных средств, того, где они хранятся и на что могут быть потрачены, на восприятие денег и на принятие финансовых решений.

КАК ПРОЯВЛЯЕТСЯ?

Люди часто испытывают сожаление, дискомфорт («боль от утраты») от самого факта расставания с деньгами, что становится причиной отказа от выгодной покупки или от покупки чего-либо действительно необходимого.



Не так-то просто переложить деньги с одной «полочки» в голове на другую, когда направления расходов уже определены

ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ НА ОСНОВЕ СТЕРЕОТИПОВ (Heuristics)

Ориентация человека при принятии решений не на фактическую ситуацию, а на то, насколько эта ситуация соответствует какому-либо типичному примеру или стереотипу.

КАК ПРОЯВЛЯЕТСЯ?

Стереотипы проявляются, например, при принятии инвесторами решений о покупке акций компании А только потому, что хорошие результаты показали компании Б и В, подобные А и действующие на том же рынке.



Существуют традиционные способы хранения и сбережения денег, которыми многие пользуются, не задумываясь об альтернативах. И, в результате, не оценивают ситуацию на рынке и принимают порой невыгодные для себя решения

ЭФФЕКТ ВЛАДЕНИЯ (Endowment Effect)

Человек готов продать имеющееся у него благо за гораздо большие деньги, чем был бы готов сам заплатить за точно такое же благо, если у него его не было бы.

КАК ПРОЯВЛЯЕТСЯ?

Эффект владения проявляется в том, что люди (особенно неопытные участники — например, фондового рынка или рынка недвижимости) склонны «передерживать»

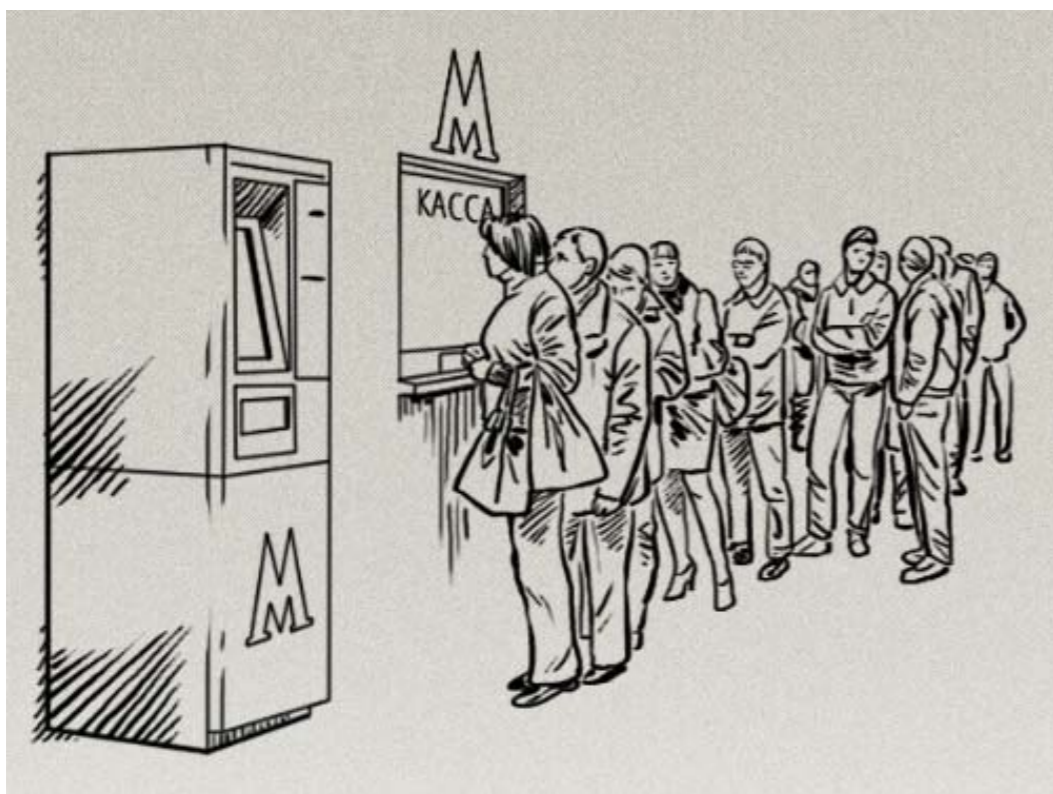
низкодоходный или даже убыточный актив, скорейшая продажа которого могла бы принести им выгоду. Под воздействием этого эффекта людям сложнее переключаться (особенно быстро) между разными финансовыми продуктами или вообще выходить с рынка.

СМЕЩЕНИЕ К СТАТУС-КВО (Status Quo Bias)

Склонность человека «плыть по течению», сохранять существующее положение дел из-за переоценки издержек, связанных с изменением ситуации.

КАК ПРОЯВЛЯЕТСЯ?

Смещение к статус-кво проявляется, например, в таких случаях, когда люди открывают сберегательный счет или берут кредит в банке, где обслуживается их зарплатная карта, несмотря на то, что условия по кредиту или счету в других банках могут быть более выгодными.



Купит билет в кассе — это просто и понятно. Пусть и надо постоять в очереди. Сделать то же, но в специальном терминале, особенно в первый раз — непривычно и потому кажется неудобным

ПРОКРАСТИНАЦИЯ (Procrastination)

Склонность человека постоянно откладывать «на потом» принятие важных решений, выполнение неприятных, трудо- и/или времязатратных, но важных дел.

КАК ПРОЯВЛЯЕТСЯ?

Часто люди, соглашаясь на выгодные финансовые предложения (например, в ходе рекламной акции), в последующем не меняют тарифный план даже при изменении его условий (по завершении акции или льготного периода), чем банки зачастую и пользуются.



Подверженный прокрастинации Обломов не следит за расходами, не читает условия контрактов и часто принимает финансовые решения, «чтобы от него отвязались». И как следствие становится жертвой мошенников

02 СМЕЩЕНИЕ К ПОДТВЕРЖДЕНИЮ, ИЛИ В ЧЕМ РАЗЛИЧИЕ МЕЖДУ РОТШИЛЬДОМ И ЧИНОВНИКАМИ ИЗ «РЕВИЗОРА»

Комедия Николая Гоголя «Ревизор», наверное, одна из самых ярких иллюстраций действия и последствий психологической особенности «смещение к подтверждению».

Получив от городничего известие о том, что в их город инкогнито едет ревизор из Петербурга, чиновники, доверившись догадкам Бобчинского и Добчинского — городских разносчиков новостей, — по ошибке принимают неизвестного гостя, застрявшего в уездной гостинице из-за отсутствия денег, за ревизора. Причем однажды поверив, что Хлестаков — ревизор, герои находят все больше фактов, якобы подтверждающих их догадку.

“

Он! и денег не платит и не едет. Кому же б быть, как не ему? И по-дорожная прописана в Саратов... (Добчинский)

Он, он, ей-богу он... Такой наблюдательный: все обсмотрел. Увидел, что мы с Петром-то Ивановичем ели семгу, — больше потому, что Петр Иванович насчет своего желудка... да, так он и в тарелки к нам заглянул. Меня так и проняло страхом. (Бобчинский)

”

В результате ошибки, обусловленной действием психологической особенности «смещение к подтверждению», на протяжении комедии чиновники несут не только репутационные, но и финансовые потери.

Почти все действующие лица дают мнимому ревизору деньги «в долг» (как они считают, в качестве взятки). Так, почтмейстер и смотритель училищ «одалживают» Хлестакову по 300 рублей, попечитель богоугодных заведений — 400 рублей, купцы — 500 рублей (в дополнение к сахарным «головам», «кузовку вина» и «веревочке», которую также забрал хозяйственный слуга Хлестакова Осип). Помещики Бобчинский и Добчинский дают 65 рублей ассигнациями (так мало только потому, что у них не было с собой тысячи рублей, которую запросил у них «в займы» Хлестаков).

Городничий не только оплачивает в счет «долга» стоимость двухнедельного проживания Хлестакова в гостинице, а также дает ему лишние 200 рублей, но и приглашает его пожить в своем доме, а затем отправляет в дорогу на «лучшей тройке».



Бюрократический катехизис. Иллюстрация к комедии «Ревизор». Художник П. М. Боклевский

Данный материал подготовлен на основе конкурсной работы¹ Кристины Костиной, приславшей кейс на тему финансово грамотного поведения по пьесе Николая Гоголя «Ревизор».



Бобчинский и Добчинский. Иллюстрация к комедии «Ревизор». Художник П. М. Боклевский

¹ Конкурс проводился ООО «Институт национальных проектов» с 25 января по 25 апреля 2017 г. в рамках общероссийского проекта Минфина РФ и Всемирного банка «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации».

Пример сознательного использования психологической особенности «смещение к подтверждению» дает нам британский финансист Натан Ротшильд (сын основателя династии Ротшильдов — Майера Ротшильда).

Развитая сеть осведомителей, снабжавшая Ротшильдов актуальной финансовой, политической и иной информацией, обеспечила им значительное влияние не только в Великобритании, но и на континенте. Широко известна история, как Натан Ротшильд сделал себе состояние, используя преимущество в обладании информацией об исходе битвы при Ватерлоо (территория современной Бельгии) в 1815 г.

По одной из версий [Cathcart, 2015], как только стало понятно, что Наполеон терпит поражение, информация об этом была как можно скорее передана в Лондон, и в результате Ротшильд на сутки раньше, чем остальные, знал о победе главнокомандующего британской армии герцога Веллингтона. Пospешив на биржу, Натан Ротшильд начал распродавать английские ценные бумаги. Видя известного финансиста, славящегося своей осведомленностью, в расстроенном расположении духа, продающим акции, другие игроки расценили это как свидетельство поражения Веллингтона, и вслед за Ротшильдом бросились их продавать.

Таким образом, биржевые игроки, как и чиновники в «Ревизоре», в отсутствие достоверной информации видели только те факты, которые соответствовали их картине мира на тот момент. После того как стоимость ценных бумаг снизилась достаточно, Ротшильд (уже через посредников) вновь начал их скупать. Последующий взлет цен — вследствие распространения информации о поражении Наполеона — преумножил его состояние.

Приведенные примеры демонстрируют, что при принятии важных решений, как финансовых, так, в общем, и любых других, крайне важно опираться на достоверную информацию, подтвержденную фактами, а не домыслами, догадками и интерпретациями слухов.



Натан Майер Ротшильд
(1777–1836)

DIOMEDIA | INTERFOTO | Alamy

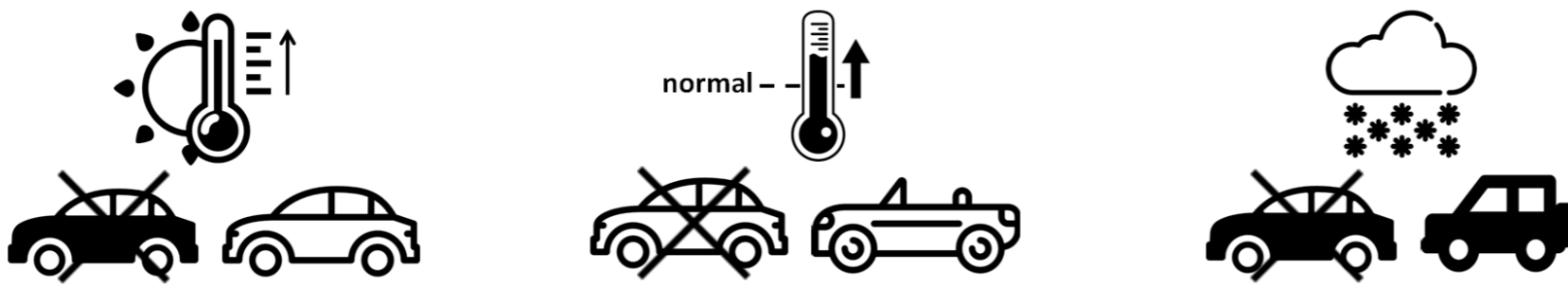
03 ПОЧЕМУ НЕ НАДО ТОРОПИТЬСЯ С ДОРОГИМИ ПОКУПКАМИ, ИЛИ СИЛА ПРОЕКТИВНОГО СМЕЩЕНИЯ

Многие знают, что в повседневной жизни склонны поддаваться сиюминутным желаниям и влечениям, приобретая избыточное количество продуктов в состоянии голода, излишне теплые вещи в морозную погоду или ненужные, но «выгодные только сегодня» вещи по акции. Как правило, мы прощаем себе эти «мелкие» поведенческие «нерациональности», но убеждены, что при планировании дорогостоящих и значимых для нас покупок ведем себя рационально.



Иллюстрация Наталья | Фотобанк Лори

Однако исследование американских экономистов [Busse et al., 2012] не подтверждает это приятное заблуждение. Проанализировав более 40 миллионов покупок новых и подержанных автомобилей в США, исследователи доказали, что на итоговое решение о покупке влияет... даже погода в день сделки. В частности, расчеты показали, что повышение температуры, а также смена погоды с пасмурной на ясную приводят к снижению доли проданных черных машин. Кроме того, превышение температуры в регионе относительно нормы приводит к росту доли продажи кабриолетов. А сильный снегопад увеличивает долю продаж полноприводных машин в течение следующих за этим двух-трех недель.



Flatiron: Creatica Creative
Agency, EpicCoders, Freepik

Сходные результаты были получены при анализе четырех миллионов сделок по покупке домов в США: выяснилось, что в июле-августе люди более склонны покупать дома с бассейном, даже несмотря на то, что в это время стоимость таких домов обычно несколько повышается².

Приведенные примеры показывают, что даже при совершении дорогостоящих покупок люди склонны уделять чрезмерное внимание текущим условиям, в которых они делают свой выбор, и недооценивают тот факт, что эти условия в будущем могут измениться. Это сочетание двух особенностей: проективного смещения и фрейминга.

Чтобы решения о серьезных покупках меньше зависели от, в общем-то, случайных факторов, иногда полезно растянуть во времени процесс приобретения и сформулировать для себя ключевые характеристики, которыми должен обладать товар. Их лучше записать, чтобы при необходимости иметь перед собой. Это позволит не поддаваться сиюминутному порыву непосредственно при оформлении покупки.

Подробнее о том, как можно использовать знания о психологических и социокультурных особенностях финансового поведения, смотрите в видеоуроке 7.

² Данный пример подготовлен на основе конкурсной работы Карины Васильевой. Конкурс проводился ООО «Институт национальных проектов» с 25 января по 25 апреля 2017 г. в рамках общероссийского проекта Минфина РФ и Всемирного банка «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гоголь, Н.В. (1912). Иллюстрированное полное собрание сочинений: в восьми томах / под ред. А. Е. Грузинского. Т. 4.
2. Достоевский, Ф. (2016). Игрок. М.: Азбука-классика.
3. Busse, M.R., Pope, D.G., Pope, J.C., Silva-Risso, J. (2012). Projection bias in the car and housing markets (No. W18212). National Bureau of Economic Research.
4. Cathcart, B. (2015). The news from Waterloo: the race to tell Britain of Wellington's victory. London: Faber & Faber.

ИЛЛЮСТРАЦИИ (В ПОРЯДКЕ ИЗЛОЖЕНИЯ)

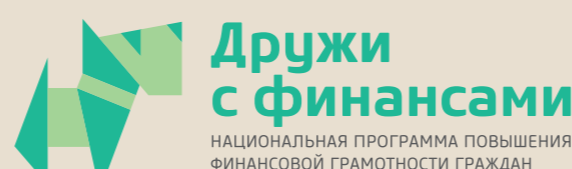
1. Смещение к настоящему | Институт национальных проектов
2. Эффект якоря | Институт национальных проектов
3. Самоуверенность | Институт национальных проектов
4. Смещение к подтверждению | Институт национальных проектов
5. Проективное смещение | Институт национальных проектов
6. Переоценка малых и недооценка больших вероятностей | Институт национальных проектов
7. Фрейминг | Институт национальных проектов
8. Ментальный учет | Институт национальных проектов
9. Принятие решений на основе стереотипов | Институт национальных проектов
10. Смещение к статус-кво | Институт национальных проектов
11. Прокрастинация | Институт национальных проектов
12. Иллюстрации к комедии «Ревизор» | П. Боклевский | Гоголь Н. В. Иллюстрированное полное собрание сочинений: В 8 т. Т. 4. 1912 | Общественное достояние, Wikimedia Commons
13. Ротшильд | DIOMEDIA | INTERFOTO | Alamy (www.diomedia.com/stock-image-photo-image%7B394DED78-F2E8-470A-824E-05217893FAFE%7D.html)
14. Коллаж с вырезками из газет и журналов на тему «Скидки и распродажи» | Илюхина Наталья | Фотобанк Лори (<https://lori.ru/25874481>) | Стандартная лицензия
15. Flaticon: Creaticca Creative Agency, EpicCoders, Freepik

ИРРАЦИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА: КАК ПСИХОЛОГИЯ И КУЛЬТУРА ВЛИЯЮТ НА ВАШЕ ФИНАНСОВОЕ БЛАГОПОЛУЧИЕ

СОПРОВОДИТЕЛЬНЫЕ ТЕКСТОВО-ГРАФИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К УРОКУ 2:
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ

АВТОРЫ КУРСА

**Александр Аузан,
Асия Бахтигараева,
Виктор Брызгалин,
Олег Буклемишев,
Антон Золотов,
Владимир Иванов,
Елена Никишина,
Надежда Припузова,
Александра Ставинская**



Подготовлено по заказу Министерства финансов Российской Федерации в ходе реализации совместного Проекта Российской Федерации и Международного банка реконструкции и развития «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации» в рамках «Конкурсной поддержки инициатив в области развития финансовой грамотности и защиты прав потребителей»

**Разработка и производство учебно-методических материалов:
Институт национальных проектов**

© Минфин России, 2017