

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Katarina Kumelj

Vpliv znanja in psiholoških pristranskosti na finančno vedenje potrošnikov

Diplomsko delo

Ljubljana, 2010

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Katarina Kumelj

Mentor: doc. dr. Mihael Kline

Somentorica: doc. dr. Bojana Lobe

Vpliv znanja in psiholoških pristranskosti na finančno vedenje potrošnikov
Diplomsko delo

Ljubljana, 2010

Vpliv znanja in psiholoških pristranskosti na finančno vedenje potrošnikov

Spreminjajoče ekonomske, demografske in politične razmere že nekaj časa vodijo v vse večje prelaganje odgovornosti za finančno stanje in varnost potrošnikov s pleč države na same potrošnike. Ob hkratnem povečevanju odgovornosti pa se porajajo vprašanja o finančnem vedenju potrošnikov, ki ga številni oblikovalci politik in akademiki povezujejo z zaskrbljujoče nizkimi ravni finančne pismenosti. V luči teh vprašanj se tako oblikovale številne razlage in načini »optimizacije« finančnih praks. Prav finančno vedenje in razumevanje dejavnikov, ki vplivajo oziroma so povezani, pa je tudi fokus diplomskega dela. Pri tem izhajamo iz premis dveh prevladujočih usmeritev, in sicer paradigme finančnega izobraževanja in vedenjske ekonomije. Medtem ko prva vidi rešitev v spreminjanju finančnih praks potrošnikov v povečevanju znanja, pa se druga osredotoča na psihološke podstat finančnega vedenja. Empirična raziskava je pokazala dejansko povezanost psiholoških spremenljivk s finančno prakso upravljanja z denarjem, pri preverjanju vpliva znanja pa te povezanosti nismo uspeli potrditi. Ugotavljamo, da integriran pristop obeh usmeritev zagotovo ponuja bolj celostno rešitev pri spreminjanju finančnih praks potrošnikov. Vendar pa se moralo zaradi kompleksnosti tega vedenja tako pri preučevanju kot oblikovanju ekonomskih politik upoštevati celoten splet dejavnikov, med njimi tudi motivacijske, čustvene, kulturne in druge aspekte, ki sooblikujejo človeško vedenje.

Ključne besede: finančno vedenje potrošnikov, finančna pismenost, vedenjska psihologija, finančno izobraževanje

The influence of knowledge and psychological bias on consumer financial behaviour

Changing economic, demographic and political conditions have lead to an increasing responsabilisation for onsumers from their own financial well-being and financial safety. This issue has been raising questions about consumer financial behavior, which many policy makers and academics associated with alarmingly low levels of financial literacy. Since then, academics and policy makers both have offered a number of competing explanations and means of "optimization" of consumer financial practices. Financial behavior and understanding of the underlaying factors is also the focus of this text. The hypotheses are based on two prevailing premises, namely the paradigm of financial education and behavioral economics. While the former views the means of optimisation of consumer financial practices in increasing knowledge and information, the latter focuses on the psychological foundations of financial behavior. Empirical research reveals the actual correlation of psychological variables and money management, while we did not find any correlation between financial knowledge and financial behaviour. We conclude that the integrated approach of both policies certainly offers a better and more comprehensive solution in changing consumers' financial practices. However, when considering appropriate remedy for changing financial consumer behaviour, the complexity of this behavior should be taken into account, so as to include a whole range of factors, including motivational, emotional, cultural and other aspects that shape human behavior.

Key words: consumer financial behaviour, financial literacy, behavioural economy, financial education

KAZALO VSEBINE

1	UVOD	10
2	»OPTIMIZACIJA« FINANČNEGA VEDENJA SKOZI FINANČNO IZOBRAŽEVANJE	12
2.1	Porast zanimanja za finančno vedenje potrošnikov pred gospodarsko krizo	12
2.1.1	Dejavniki, ki so spodbudili zanimanje	12
2.1.2	Pomen finančne pismenosti, finančnega vedenja in finančnega izobraženja v sodobnih tržnih gospodarstvih	13
2.1.3	Alternativni pogledi na finančno pismenost in finančno izobraževanje	15
2.2	Skrb za finančno vedenje potrošnikov v kontekstu aktualnih gospodarskih razmer	16
2.3	Finančna pismenost, finančna zmožnost in finančno izobraževanje	17
2.3.1	Finančna pismenost	17
2.3.2	Finančna zmožnost	20
2.3.3	Finančno izobraževanje	21
2.4	Korelacija med finančnim znanjem in finančnimi praksami potrošnikov	24
2.5	Omejitve finančnega izobraževanja	26
3	PSIHOLOŠKE PRISTRANSKOSTI	27
3.1	Splošno o ekonomski psihologiji in vedenjski ekonomiji	27
3.2	Zgodovinski razvoj združevanja ekonomije in psihologije	29
3.3	Aplikacija dognanj vedenjske ekonomije pri izboljševanju finančnih praks potrošnikov	32
3.4	Vrste kognitivnih in vedenjskih pristranskosti	34
3.4.1	Miselno računovodstvo	35
3.4.2	Odlaganje	38
4	FINANČNO VEDENJE POTROŠNIKOV	42
4.1	Osebnostne finance in hipoteza življenjskega cikla	42
4.2	Upravljanje z denarjem	44

5	EMPIRIČNI DEL.....	47
5.1	Opredelitev raziskovalnega problema	47
5.2	Opredelitev hipotez.....	47
5.3	Metoda	48
5.4	Opis vzorca	48
5.5	Operacionalizacija spremenljivk	51
5.5.1	Finančno vedenje.....	52
5.5.2	Miselno računovodstvo	54
5.5.3	Odlaganje.....	55
5.5.4	Finančno znanje.....	57
5.6	Analiza in interpretacija rezultatov.....	59
6	SKLEP.....	65
7	LITERATURA.....	68
	PRILOGE	74
	Priloga A: Vprašalnik o vplivu finančnega znanja in psiholoških pristranskosti na finančno vedenje potrošnikov	74

KAZALO PREGLEDNIC

Preglednica 2.1: Dejavniki, ki so prispevali k večanju pomena finančne pismenosti	13
Preglednica 4.1: Kategorije in podkategorije prihodkov in stroškov	46
Preglednica 5.1: Sociodemografske spremenljivke.....	48
Preglednica 5.2: Trditve, zajete v spremenljivki Finančno vedenje.....	52
Preglednica 5.3: Opisne statistike spremenljivke Finančno vedenje.....	53
Preglednica 5.4: Trditve, zajete v spremenljivki Miselno računovodstvo.....	54
Preglednica 5.5: Opisne statistike spremenljivke Miselno računovodstvo	55
Preglednica 5.6: Trditve, zajete v spremenljivki Odlašanje	56
Preglednica 5.7: Opisne statistike spremenljivke Odlašanje	56
Preglednica 5.8: Trditve, zajete v spremenljivki Finančno znanje*.....	57
Preglednica 5.9: Opisne statistike spremenljivke Finančno znanje.....	58
Preglednica 5.10: Povezanost med spremenljivkama Finančno vedenje in Finančno znanje	60
Preglednica 5.11: Opisne statistike spremenljivke Finančno vedenje po skupinah	60
Preglednica 5.12: Levenov test homogenosti varianc	61
Preglednica 5.13: Korelacija spremenljivk Finančno vedenje in Odlašanje	62
Preglednica 5.14: Testiranje koleracije med spremenljivkama Miselno računovodstvo in Finančno vedenje	64

KAZALO SLIK

Slika 2.1: Konceptualni model finančne zmožnosti	21
Slika 5.1: Izobrazbena sestava vzorca	49
Slika 5.2: Skupno število članov v gospodinjstvu	50
Slika 5.3: Tip gospodinjstva	50
Slika 5.4: Povprečni osebni mesečni dohodek	50
Slika 5.5: Povprečni mesečni dohodek gospodinjstva	51
Slika 5.6: Finančno vedenje	53
Slika 5.7: Odlašanje	57
Slika 5.8: Finančno znanje	58
Slika 5.9: Indeks finančnega znanja	59
Slika 5.10: Prikaz povprečij in 95% intervala zaupanja za povprečja	61
Slika 5.11: Grafični prikaz (Scatterplot) povezanosti spremenljivk Odlašanje in Finančno vedenje ...	63
Slika 5.12: Grafični prikaz (Scatterplot) povezanosti spremenljivk Miselno računovodstvo in Finančno vedenje.	64

TERMINOLOŠKI SLOVARČEK

A

Account – račun

Aggregation rules – pravila združevanja

Anchoring – sidranje

Arousal procrastination – odlašanje zaradi vznemirjenja

Availability bias – pristranska razpoložljivost

Avoidant procrastination – odlašanje zaradi izogibanja

B

Behavioral economics – vedenjska ekonomija

Bias – pristranskost

Bounded rationality – omejena racionalnost

Budgeting – obvladovanje osebnega oziroma gospodinjanskega proračuna

C

Cash flow management – upravljanje s tekočimi viri

Choice overload – izbirna probremenjenost

Cognitive and behavioral bias – kognitivna in vedenjska pristranskost

Compulsive procrastination – kompulzivno odlašanje

Consumption something – glajenje potrošnje

D

Decision under uncertainty – odločitve v negotovosti

E

Economic psychology – ekonomska psihologija

Efficiency – učinkovitost

Empowering – opolnomočenje

Equilibrium – ravnovesje

F

Financial capability – finančna zmožnost

Financial education – finančno izobraževanje

Financial literacy – finančna pismenost

Framing – okvirjanje

Fungibility – načelo izmenljivosti oz. nadomestljivosti

H

Heuristic – heuristika; znanost, ki preučuje miselne bližnjice, ki se jih ljudje poslužujejo pri reševanju problemov

I

Information overload – informacijska preobremenjenost

J

Judgement under uncertainty – sodbe v negotovosti

L

Labeling – označevanje

Life-cycle hypothesis – hipoteza življenjskega cikla

Loss aversion – nenaklonjenost izgubam

M

Marginal propensity to consume – mejna nagnjenost k potrošnji; izražena z enačbo $MPC = \Delta C / \Delta Y$, pri čemer je ΔC sprememba v potrošnji, ΔY pa sprememba dohodka.

Mental accounting – miselno računovodstvo

O

Overconfidence – pretirana samozavest

Overoptimism – pretiran optimizem

S

Status-quo bias – pristranskost obstoječemu stanju

T

Temporal discounting – časovno diskontiranje vrednosti oziroma koristnosti

U

Utility maximization – maksimizacija koristnosti

1 UVOD

Ekonomsko vedenje posameznikov je, tako kot katera koli druga oblika človeškega vedenja, kompleksen pojav s pomembnimi individualnimi in družbenimi, ekonomskimi ter kulturnimi implikacijami. Področje ekonomskega vedenja potrošnikov, ki je v luči globalnih gospodarskih kriznih razmer vzbudilo še zlasti veliko zanimanje, je finančno vedenje potrošnikov oziroma njihove finančne prakse. Vzroki za razvoj gospodarske krize so seveda izredno kompleksni in številni, vendar pa mnenja transnacionalnih ekonomskih in finančnih institucij sugerirajo, da so k njenemu zaostrovanju med drugim prispevale tudi podoptimalne finančne prakse potrošnikov ter nizka finančna pismenost in izobraženost potrošnikov. Pojmovanje tega, kaj konstituira »optimalno« finančno vedenje, je nedvomno odraz družbenih norm in vrednot, in medtem ko so finančne prakse posameznikov skozi preteklost prehajale iz »etike varčnosti« do »etike potrošništva«, na pragu tretjega tisočletja in v aktualnih razmerah prevzema vrednotni primat paradigma »etike finančne trajnosti«.

V času ekonomskih, družbenih in demografskih sprememb, ki prinašajo vse večje prelaganje odgovornosti za varno finančno prihodnost iz pleč države in zaposlovalcev na ramena samih potrošnikov, je tako že nekaj desetletij v zahodnem svetu prisotna ideja finančnega izobraževanja. To bi služilo kot način izboljševanja finančnega znanja in veščin ter posledično finančnih praks potrošnikov. Oblikovalci politik, finančne institucije in tudi akademiki so še vedno, v trenutnih razmerah pa še vse bolj, prepričani v nujnost finančnega izobraževanja za dvigovanje finančne pismenosti, sposobnosti in s tem kakovosti finančnih odločitev potrošnikov, kljub temu da so izsledki raziskav o povezavi med finančnim izobraževanjem ter znanjem mešani in pogosto nejasni. Prav zaradi ambivalentnosti dolgoročnega učinka izobraževanja na finančno vedenje potrošnikov je v zadnjem času pristop k izboljševanju finančnih praks vedno bolj interdisciplinaren, z upoštevanjem ved, kot sta ekonomska psihologija ter vedenjska ekonomija, ki ponujajo alternativne rešitve k spremembi finančnih praks potrošnikov.

Namen diplomskega dela je predstaviti in preveriti premise teh dveh usmeritev, tj. klasične usmeritve, ki jo prevzemajo predvsem oblikovalci politik in ki predpostavlja, da je ključ do »optimiziranja« finančnih praks potrošnikov finančno izobraževanje in izboljševanje njihove finančne pismenosti; ter vedenjske ekonomije, ki skuša osvetliti splošne in specifične psihološke podstatu ekonomskega vedenja posameznikov. Osrednji fokus diplomskega dela je

torej finančno vedênje potrošnikov, namen dela pa je razumevanje dejavnikov, ki nanj vplivajo oziroma so povezani z njim.

V prvem delu bodo predstavljeni pojmi finančne pismenosti oziroma zmožnosti ter finančnega izobraževanja. Osvetlila bom ozadje povečanega zanimanja za finančno pismenost potrošnikov, razjasnila njen pomen v kontekstu aktualnih razmer ter ponudila tudi alternativne poglede na sam pojem. Na podlagi raziskav bom razložila temeljno premiso finančnega izobraževanja, ki predpostavlja, da bo povečevanje znanja in informiranje potrošnikov o finančnih zadevah vodilo v izboljšanje oziroma optimiziranje njihovih finančnih praks. Drugi del bo namenjen vedenjski ekonomiji in predstavitvi zgodovinskega razvoja te ekonomske poddiscipline, katere ugotovitve se vse bolj vključujejo tudi v oblikovanje ekonomskih politik in programov finančnega izobraževanja. Podala bom tudi teoretični okvir izbranih spremenljivk, ki jih bom preverila v empiričnem delu. Sledi še tretji del, v katerem sta predstavljena teoretično ozadje področja osebnih financ ter izbrana oblika finančnega vedenja potrošnikov, to je upravljanje z denarjem. Zadnje poglavje pa je namenjeno empirični raziskavi, v kateri bom izhajala iz obeh premis, to je iz predpostavk zagovornikov finančnega izobraževanja in predpostavk vedenjske ekonomije, ki vsaka s svojega stališča preučujeta učinek različnih spremenljivk na finančno vedenje potrošnikov. Slednje bom preverila na dveh izbranih psiholoških pristranskostih, to sta miselno računovodstvo in odlašanje. Preverila pa bom tudi domnevo o učinku finančnega znanja na konkretno prakso upravljanja z denarjem.

Osrednji fokus diplomskega dela je torej finančno vedenje in razumevanje dejavnikov, ki nanj vplivajo oziroma so povezani z njim. Na podlagi teoretičnih izhodišč torej predpostavljam sledeče: da potrošniki z višjim finančnim znanjem izkazujejo boljše finančne prakse; da se potrošniki, ki ne odlašajo, bolj optimalno finančno vedejo in da miselno računovodstvo vpliva na finančne prakse potrošnikov.

Diplomsko delo bom zaključila z analizo, interpretacijo ter problematizacijo rezultatov. Na koncu bom še pojasnila, kakšne so praktične implikacije dobljenih ugotovitev in ponudila izhodišča za nadaljnje preučevanje izbrane tematike.

2 »OPTIMIZACIJA« FINANČNEGA VEDENJA SKOZI FINANČNO IZOBRAŽEVANJE

2.1 Porast zanimanja za finančno vedenje potrošnikov pred gospodarsko krizo

2.1.1 Dejavniki, ki so spodbudili zanimanje

Številne gospodarske, sociodemografske in politične spremembe so botrovale k večanju pomena finančne pismenosti že pred vznikom gospodarske krize leta 2008. Poleg sociodemografskih sprememb, kot so daljšanje življenjske in posledično delovne dobe, spremembe življenjskih stilov in življenjskih ciklov, povečana geografska in družbena mobilnost prebivalstva, višanje življenjskega standarda, večja fleksibilnost trga dela in druge spremembe, so seveda ključne tiste z ekonomskega področja.

V zadnjih desetletjih je prevladujoči neoliberalni model tržnih gospodarstev poudarjal predvsem pomembnost deregulacije in globalizacije tržnih gospodarstev, zmanjševanja obsega socialne varnosti ter individualizacijo. Ti trendi so bili seveda prisotni tudi na trgu finančnih storitev. Tehnološki razvoj je tako omogočil inovacije tako na področju tržnih poti, tržnega komuniciranja kot tudi poslovanja z uporabniki, po drugi strani pa je prinesel tudi nižanje stroškov poslovanja. Deregulacija finančnega trga je omogočila razvoj številnih novih finančnih storitev na področju posojil, kreditov, vlaganj in zavarovanj, ki so ob nižjih stroških postali tudi bolj dostopni različnim segmentom potrošnikov (Braunstein in Welch 2002; Ferk 2007, 41–42). Medtem ko je še prejšnja generacija potrošnikov tako običajno razpolagala zgolj s tekočim in varčevalnim računom, sta število in raznolikost finančnih storitev dandanes neprimerno večja. Temu primerna pa je tudi njihova kompleksnost, kar pomeni, da imajo mnogi potrošniki nemajhne težave z razumevanjem teh storitev. Preslabo razumevanje lahko pripelje do neprimernih odločitev na področju financ ali pa odvrne potrošnike od uporabe finančnih storitev, saj se jim zaradi strahu pred kompleksnostjo preprosto izognejo.

Poleg prej navedenih sprememb na finančnih trgih, pa so skrb za finančno znanje in njihove finančne prakse spodbudile tudi spremembe na pokojninskem področju. Namreč, v zadnjih desetletjih so v razvitih gospodarstvih smernice na tem področju nakazovale vse večje prelaganje odgovornosti države in delodajalcev za zagotavljanje pokojnin na same potrošnike,

kar je ob trendu staranja prebivalstva in zmanjševanju aktivnega dela prebivalstva v razvitih državah zagotovo eno izmed bolj perečih vprašanj (OECD 2005, 49–61).

Habschick in drugi povzemajo najpomembnejše dejavnike v sledeči preglednici (2007, 5):

Preglednica 2.1: Dejavniki, ki so prispevali k večanju pomena finančne pismenosti

Kompleksnost posameznikovih potreb	Kompleksnost finančnih produktov
Vse večja nestabilnost delovnega življenja posameznikov	Deregulacija finančnih trgov
Manjšanje socialne varnosti	Širši nabor finančnih storitev in povečana dinamika razvoja novih storitev
Povečevanje osebne odgovornosti	Novi distribucijski kanali
Povečevanje življenjskega standarda	Naraščajoča količina razpoložljivih informacij
Rast zadolževanja	
Višanje pričakovane življenjske dobe	
Rast števila S.P.–jev	

Vir: Habschick in dr. (2007).

Medtem ko morajo potrošniki v zadnjih desetletjih prevzemati vse večje odgovornosti in tveganja za svojo lastno finančno prihodnost, so se ob vseh zgoraj navedenih smernicah tako približno pred dvema desetletjema začela porajati vprašanja o finančni pismenosti (angl. *financial literacy*) oziroma finančni zmožnosti (angl. *financial capability*) potrošnikov, obenem pa se je vzporedno začela krepiti ideja finančnega izobraževanja (angl. *financial education*), ki bi služilo kot način izboljševanja finančnega znanja in veščin ter posledično finančnih praks potrošnikov (OECD 2005, 26–34).

2.1.2 Pomen finančne pismenosti, finančnega vedenja in finančnega izobraževanja v sodobnih tržnih gospodarstvih

Neoliberalna perspektiva predstavlja potrošnika kot osebo, ki ima moč, da skozi svoje nakupne odločitve poganja in upravlja trg (Collard in dr. 2007; v Williams 2007; OECD 2009). Taka perspektiva vidi zaščito potrošnikov predvsem skozi njihovo opolnomočenje (angl. *empowerment*). Konvencionalna neoliberalna perspektiva dojema opolnomočenje potrošnikov skozi izboljševanje njihovih nakupnih odločitev, ki ga je moč doseči s posredovanjem uporabnih, točnih, zanesljivih in lahko dostopnih informacij ter z izobraževanjem potrošnikov o specifičnih področjih potrošnega trga (McGregor 2005; Hogg

2007). Omenjena perspektiva torej predpostavlja, da so potrošniki opolnomočeni takrat, ko so informirani, ko so njihove pravice zaščitene in ko imajo na trgu na voljo dovolj izbire (McGregor 2005, 2008).

Finančna pismenost in z njo povezano finančno izobraževanje torej v tem kontekstu nastopata kot nujni orodji za uspešno funkcioniranje potrošnikov in sodobnih finančnih trgov, kar nazorno ilustrira izjava OECD, ki finančno pismenost označi za »steber finančne stabilnosti« ter »bistveno življenjsko veščino gospodinjstev« (2009, 9).

Rivlin povzema razloge za nujnost izboljševanja finančne pismenosti:

Svobodna tržna gospodarstva delujejo učinkovito le, ko sodelujoči – ponudniki, potrošniki, varčevalci, vlagatelji – vedo, kako razmišljati o ekonomskih odločitvah, s katerimi se soočajo, in kako pridobiti informacije, potrebne za sklepanje razumnih odločitev. /.../ Brez osnovnega razumevanja delovanja ekonomije ter osnovnih pojmov in konceptov se lahko povprečni državljani počutijo izločene in nemočne (v Ringold 2005, 208).

Mnogi poudarjajo, da je finančna pismenost oziroma finančna zmožnost potrošnikov po mnenju oblikovalcev politik pomembno vprašanje ne le na individualni ravni, temveč tudi (in predvsem) na agregatni (Hilgert in dr. 2003, 309; OECD 2005, 35–38; Dixon 2006). Individualno lahko potrošniki z boljšo finančno pismenostjo dosežajo večji nadzor nad svojo finančno prihodnostjo in lažje dosežajo specifične finančne cilje v različnih življenjskih obdobjih. V agregatnem smislu naj bi bolje informirani in ozaveščeni potrošniki s svojimi odločitvami spodbujali konkurenčnost, inovacije in kakovost izdelkov in storitev na finančnem trgu. Bolj finančno pismeni potrošniki pa naj bi tudi bolje načrtovali svojo finančno prihodnost, kar bi imelo pozitivne učinke tako na raven vlaganj, kot tudi na stopnje (pokojninskega) varčevanja in posledično na gospodarstvo kot celoto. Poleg tega, dodajajo v OECD poročilu, pa so bolj finančno izobraženi potrošniki tudi bolj sposobni zaščititi svoje pravice in interese s prepoznavanjem in opozarjanjem na zlorabe ali nepoštene prakse ponudnikov finančnih produktov in storitev, s čimer bi lahko v določeni meri njihovo delovanje tudi regulirali (2005, 13).

2.1.3 Alternativni pogledi na finančno pismenost in finančno izobraževanje

Čeprav večina oblikovalcev vladnih ekonomskih politik, mednarodnih ekonomskih organizacij in drugih akterjev finančnega trga izboljševanje finančne pismenosti potrošnikov prek finančnega izobraževanja vidi skozi tradicionalno prizmo opolnomočenja le-teh, pa druge bolj kritične perspektive (še zlasti s strani zakonodajnih organov in potrošniških gibanj) predlagajo alternativno pojmovanje večanja pomena finančne pismenosti in finančnega izobraževanja.

Le-tega vidijo kot odgovor na interese držav in podjetij pri širitvi finančnih trgov, namenjenim končnim zasebnim potrošnikom, pri čemer dvigovanje finančne pismenosti pomeni prelaganje odgovornosti (angl. *responsabilization*) za zasebno finančno varnost iz pleč države na ramena samih potrošnikov (Williams 2007; Willis 2008, 43–52). Še zlasti je ta tendenca razvidna iz skrbi oblikovalcev politik glede prihodnosti pokojninskega sistema, saj je na primer v poročilu ECRI uvodoma zapisano: »V času, ko mnogo evropskih držav reformira ali načrtuje reformiranje sistema socialne varnosti in se trudi zadržati pokojnine prihodnjih generacij na sedanji ravni, *bodo gospodinjstva morala nase prevzemati vse več odgovornosti za lastno finančno prihodnost*« (2007, 1, poudarki dodani).

Williamsova trdi, da se na tak način ustvarja koncepcija potrošnika kot »samostojnega podjetnika«, čigar življenjski projekt je »ustvarjati zadostna sredstva za ohranjanje, reprodukcijo in rekonstrukcijo lastnega človeškega kapitala« (Gordon v Williams 2007, 233), kar je skladno z razumevanjem potrošnika kot »zagovornika lastnih interesov« (angl. *self-advocate for self-interest*) (Hayward v McGregor 2005, 438) oziroma »povečevalca bogastva« (angl. *wealth maximizer*) (Willis 2008, 56).

Williamsova tudi meni, da prelaganje odgovornosti ne prinaša zgolj krepitve avtonomije potrošnikov, kot se rado poudarja, temveč se s tem odpira možnost, da potrošnik deluje tudi kot regulatorni subjekt oziroma kot zaščitnik interesov države in finančnih podjetij (2007, 248). Po drugi strani pa Willisova opozarja še na en pomemben protiučinek:

Model finančnega izobraževanja temelji na predpostavki o suverenosti potrošnika, pri čemer se lahko potrošnika nauči, kako sklepati odločitve, ki bi povečevale njegovo blaginjo na kreditnem, zavarovalniškem in vlagateljskem trgu. /.../ Ironično pa namesto tega model zagotavlja suverenost trga. /.../ Model tako napelje potrošnike v zmotno mišljenje, da lahko obvladujejo finančni trg, medtem ko krivdo za morebitne

neuspehe prenaša na njih same in s tem odvrča politični pritisk po spremembah (2008, 58).

2.2 Skrb za finančno vedenje potrošnikov v kontekstu aktualnih gospodarskih razmer

»Stabilni gospodarski pogoji lahko prikrijejo nizke stopnje finančne zmožnosti. /.../ Vendar je treba vedeti, da se ekonomski pogoji spreminjajo – malo je verjetno, da bo gospodarsko blagostanje zadnjih desetih let trajalo večno. In ko se bodo stvari začele obračati na slabše, bodo to najbolj občutili tisti, ki so tudi najmanj finančno sposobni«, je zapisal Dixon že leta 2006 (16). V luči gospodarske krize in procesov, ki so vodili do nje, pa je vprašanje finančne pismenosti oziroma zmožnosti in izobraženosti potrošnikov v javnem diskurzu postalo še toliko bolj izpostavljeno, aktualno in pomembno.

Mnenja transnacionalnih ekonomskih in finančnih inštitucij namigujejo, da je k zaostrovanju razmer globalne gospodarske krize delno prispevala prav nizka finančna pismenost, preslabo zavedanje tveganja določenih finančnih izdelkov in storitev (na primer slabih hipotekarnih kreditov v ZDA, tujevalutnih posojil v Evropi ...) ter slaba pripravljenost potrošnikov in gospodinjstev v kombinaciji z neprimerno ponudbo kompleksnih izvedenih finančnih storitev. Tako je na primer OECD v dokumentu *Recommendation on Good Practices on Financial Education and Awareness relating to Credit* junija 2009 zapisala sledeče: »Medtem ko pomanjkanje potrošniške izobraženosti in zavedanja ne velja za glavni vzrok krize, pa se močno strinjamo, da je igralo *pomembno vlogo pri poslabšanju učinkov krize*« (prav tam, 9, poudarki dodani). Poudarili so tudi, da je kriza razkrila številne vidike ranljivosti gospodinjstev, ki so bila slabo pripravljena na morebitna nenadna poslabšanja finančnega stanja.

Tako OCED trdi: »Da bi bili posamezniki bolj opremljeni za delovanje v vse bolj kompleksnem svetu, mora finančno izobraževanje postati prioriteta, ki bi dopolnjevala (ne nadomeščala) reformo regluatornih sistemov« (2009, 3). Evropska Komisija je tako aprila 2009 objavila poročilo o vplivu gospodarske krize na finančno izobraževanje v državah članicah, kjer so zaznali dva trenda. Po eni strani se je zanimanje za programe finančnega izobraževanja povečalo predvsem s strani potrošnikov finančnih storitev, saj so zaradi zaskrbljenostjo nad trenutno in prihodnjo finančno situacijo bili bolj pripravljeni iskati

nasvete kot v običajnih razmerah. Po drugi strani pa je Komisija na strani ponudnikov programov finančnega izobraževanja zaznala učinek preusmerjanja pozornosti na kratkoročne ukrepe blaženja krize, pri čemer pa finančno izobraževanje v temelju zahteva dolgoročno naravnan pristop.

2.3 Finančna pismenost, finančna zmožnost in finančno izobraževanje

Raba pojmov finančna pismenost (angl. *financial literacy*) in finančna sposobnost (angl. *financial capability*) narašča od 90. let prejšnjega stoletja, pri čemer sta pojma pogosto izmenljiva. Medtem ko je prvi izraz široko uporabljen v Združenih državah Amerike, v Avstraliji in Evropi, pa v Veliki Britaniji uporabljajo predvsem slednjega.

Čeprav sta pojma pogosto uporabljena kot sinonima, pa razprava organizacije *Social and Enterprise Development Inovations* (SEDI) iz leta 2004 o definicijah pojmov sugerira, da med njima obstajajo razlike (v Orton 2007, 7), in sicer je finančna pismenost na splošno bolj uporabljen pojem, ki se osredotoča bolj na razumevanje in znanje. Koncept finančne zmožnosti pa je po drugi strani obsežnejši in tako zajema poleg kognitivnih vidikov tudi vedênje, odločanje ter praktične veščine. Večina programov finančnega izobraževanja temelji na premisi finančnega opismenjevanja, vendar pa se v zadnjem času se zaradi celostnejšega pristopa vse bolj uveljavlja koncept finančne zmožnost, še zlasti na področju oblikovanja ekonomskih politik.

2.3.1 Finančna pismenost

Finančne pismenosti ni moč opredeliti brez poprejšnje definicije splošne besedne in numerične pismenosti, saj sta slednji predpogoj za razvoj prve.

V dokumentu Nacionalna strategija za razvoj pismenosti, ki jo je leta 2006 pripravila Nacionalna komisija za razvoj pismenosti, je zapisano, da je pismenost »trajno razvijajoča se zmožnost posameznikov, da uporabljajo družbeno dogovorjene sisteme simbolov za sprejemanje, razumevanje, tvorjenje in uporabo besedil za življenje v družini, šoli, na delovnem mestu in v družbi« (prav tam, 7). Za osnovne zmožnosti pismenosti štejejo branje, pisanje in računanje, torej veščine, brez katerih je učinkovito funkcioniranje v sodobnih razvitih družbah praktično nepredstavljivo. Pismenost se dojema kot nujno *znanje* in *spretnost*

ter predpogoj za »uspešno in ustvarjalno osebnostno rast ter odgovorno delovanje v poklicnem in družbenem življenju« (prav tam, 7, poudarki dodani).

Za uspešno delovanje v družbi, ki se sooča z globalnimi gospodarskimi, tehnološkimi, družbenimi in kulturnimi spremembami, pa je nujen tudi razvoj drugih oblik pismenosti, kot so informacijska, digitalna, medijska in nenazadnje finančna pismenost. Finančna pismenost tako zajema osnovno pismenost, torej besedno in matematično pismenost, in je obenem njena nagradnja, saj zahteva več znanja in veščin na specifičnem, to je finančnem področju. Pri tem pa veljajo vsa načela splošne pismenosti, to sta predvsem razumevanje in sposobnost uporabe finančnih podatkov pri sprejemanju odločitev.

Definicije finančne pismenosti so mnogotere, od tistih, ki zajemajo splošen pomen, do tistih, ki opredeljujejo tudi specifične domene, v katerih se pojem zrcali, vse pa se osredotočajo na pomembnost glavne »naloge« oziroma končnega smotra te sposobnosti – sprejemanja smotrnih odločitev, ki se zrcalijo skozi preudarno finančno vedenje.

Noctor in drugi tako menijo, da je finančna pismenost »zmožnost oblikovanja informiranih sodb in sprejemanja učinkovitih odločitev o rabi denarja ter njegovem upravljanju« (v Kempson in drugi 2005, 44).

PRI finančno pismenost definira kot

sposobnost branja, analiziranja, upravljanja in komuniciranja o osebnih finančnih pogojih, ki vplivajo na materialno blagostanje. Vključuje sposobnost sprejemanja finančnih odločitev, razpravljanja o denarju in finančnih zadevah brez nelagodja (ali navkljub temu), načrtovanja za prihodnost in kompetentnega odzivanja na življenjske dogodke, ki zaznamujejo vsakodnevne finančne odločitve, vključujoč dogodke v gospodarstvu na splošno« (v Orton 2007, 8).

Pri tem poudarjajo predvsem kognitivne vidike finančne pismenosti, ki vključujejo »znanje, izobraženost in informiranost o različnih finančnih področjih, tj. o upravljanju z denarjem in viri, o bančništvu, vlaganju, kreditu, zavarovanjih in davkih« ter »razumevanje temeljnih pojmov s področja upravljanja z denarjem in viri« (Willis 2008, 5).

Finančna pismenost se zrcali skozi prakso »optimalnih« finančnih odločitev. Kempsonova in drugi tako konkretno navedejo sledeče sposobnosti finančno pismenih potrošnikov: »So matematično pismeni in znajo učinkovito upravljati z denarjem. Razumejo, kako upravljati s

kreditu in dolgov. Sposobni so oceniti potrebo po zavarovanju in zaščiti. Znajo ovrednotiti različna tveganja in povračila, ki so vezana na različne možnosti varčevanja in vlaganja. Razumejo tudi širše etične, družbene, politične ter okoljske dimenzije financ» (2005, 44).

Kakšna pa pravzaprav so merila za »optimalnost« odločitev, ki naj bi bile tako zelena manifestacija finančne pismenosti? Indikatorji finančne pismenosti posameznikov naj bi tako bili med drugim: odgovorno upravljanje denarja, finančna stabilnost in varnost v primeru (ne)pričakovanih dogodkov, dolgoročno načrtovanje osebnih financ in odgovorno investicijsko vedenje (Leskinen in Raijas 2005).

Po drugi strani pa se finančna *nepismenost* kaže skozi indikatorje finančne nestabilnosti, kot so: prezadolženost, nezadostni prihranki, slabo načrtovanje za prihodnost (na primer za večje pričakovane izdatke, varnostno varčevanje za morebitno nepričakovano poslabšanje finančnega položaja, pokojninsko varčevanje) in »podoptimalne« investicijske prakse (Kozup in Hogarth 2008, 129).

V zadnjih dveh desetletjih so zlasti v anglosaškem svetu izvedli že vrsto raziskav o finančni pismenosti. Vprašanja, vezana na finančno področje, so bila tako bodisi vključena v splošnih raziskavah potrošnikov, ali pa so bile raziskave oblikovane in izvedene posebej za ugotavljanje ravni finančne pismenosti. Oblikovane, naročene in financirane so bile z vladne strani, pa tudi s strani zasebnih finančnih institucij¹. Razlikujejo se tako po velikosti oziroma obsegu vzorca (preučujejo bodisi celotno prebivalstvo, kot na primer reprezentativna raziskava britanske FSA, bodisi zgolj specifične segmente prebivalstva, tj. šolajoče otroke, študente, odraslo populacijo, zaposlene itd.) kot tudi po namenu; medtem ko so raziskave s strani vladnih institucij pogosto splošne, sistematizirane in ponavljajoče se, so raziskave privatnega sektorja pogosto enkratne, specifične in *ad hoc* značaja. Pri merjenju oziroma ocenjevanju stopnje finančne pismenosti lahko uporabljajo tako subjektivne kot objektivne načine merjenja, ali pa kombinacijo obeh. Prve tako temeljijo na samooceni in samozaznavi respondentov o stopnji njihovega finančnega znanja in razumevanja, kot tudi o njihovih stališčih o finančnih odločitvah, informacijah ter instrumentih. Po drugi strani pa objektivni

¹ V Veliki Britaniji vsake tri do štiri leta na vsenacionalni ravni raziskavo finančne pismenosti izvaja Financial Service Authority (FSA); OECD navaja, da so do l. 2005 splošne raziskave o finančnih zadevah in specifične o finančni pismenosti izvedlo v 12 državah članicah, med evropskimi na primer v Italiji, Avstriji, Nemčiji, Franciji, Turčiji, pa tudi na Japonskem, Koreji in Honk Kongu (2005, 42–45); v Avstraliji je l. 2003 in 2005 raziskavo naročila banka ANZ (Orton 2007, 16)

načini uporabljajo teste, s katerimi merijo posameznikovo raven znanja in razumevanja finančnih pojmov ter njihove sposobnosti apliciranja teh pojmov na konkretne situacije s finančnega področja (Braunstein in Welch 2002; OECD 2005; Orton 2007; Lusardi 2008).

2.3.2 *Finančna zmožnost*

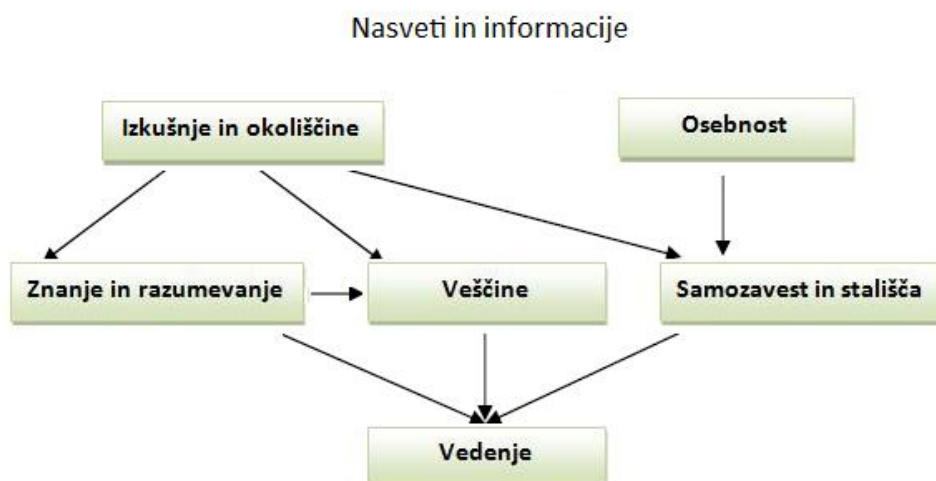
Medtem ko finančna pismenost poudarja bolj kognitivne vidike, to je razumevanje, interpretiranje in rabo informacij v procesu odločanja ter vedenje o specifičnih ekonomskih in finančnih temah, pa je pojem finančne zmožnosti precej širši. Zajema namreč tudi individualne značilnosti potrošnika, in sicer njegovo osebnost, vedênje, veščine in stališča, ob hkratnem upoštevanju vplivov družbenih, to je ekonomskih, sociodemografskih in kulturnih dejavnikov.

Leskinen in Raijas tako opredelita finančno zmožnost skozi dve dimenziji – širino in globino. Širina finančne zmožnosti po njunem pojmovanju zajema razpon opravil oziroma nalog (*tasks*), s katerimi se potrošniki srečujejo na področju finančnih storitev. Globina pa se po drugi strani nanaša na sledeče koncepte: 1) znanje in razumevanje, 2) veščine in kompetence ter 3) odgovornost, ki se v praksi odražajo skozi finančne odločitve potrošnikov pri upravljanju s svojimi viri (2005, 13). Prav takšno razčlenitev predlaga tudi PRI (v Orton 2007, 7):

- **Znanje in razumevanje** pomeni, da potrošnik pozna in razume obliko, rabo ter funkcije denarja in finančnih storitev ter da je sposoben upravljati z vsakodnevnimi finančnimi zadevami in sklepati prave odločitve glede na svoje potrebe;
- **Veščine in kompetence** temeljijo na znanju in razumevanju, nanje pa vplivajo tudi stališča do denarja, potrošnje in varčevanja. Gre za potrošnikovo sposobnost apliciranja znanja in razumevanja v različne (praktične) kontekste, tako v predvidljivih kot nepredvidljivih situacijah, vključujoč sposobnost spopadanja s finančnimi težavami in priložnostmi ter reševanja le-teh;
- **Odgovornost** pa se nanaša na potrošnikovo zavedanje, da individualne finančne odločitve nimajo zgolj individualnih posledic, temveč da lahko vplivajo tudi na življenja bližnjih, ter se lahko odražajo tudi na kolektivni oziroma agregatni ravni. Pomeni tudi to, da potrošniki razumejo pravice in dolžnosti ter vedo, kam se obrniti po nasvin dr.i pomoč.

Še bolj inkluzivno in obsežnejše pojmovanje finančne zmožnosti pa ponudi Dixon, ki pravi, da le-ta zajema »splet veščin, vedênj ter splošnega in izdelčno specifičnega znanja širom različnih domen osebnih financ« (2006, 7). Finančno zmožnost lahko predstavim z naslednjim konceptualnim modelom, kot ga predlagajo Kempson, Collard in Moore (2006, 49):

Slika 2.1:Konceptualni model finančne zmožnosti



Vir: Kempson, Collard in Moore (2006).

Model tako predpostavlja, da v informacijskem okolju na podlagi izkušenj in okoliščin potrošniki gradijo svoje finančno znanje in razumevanje, to pa potem nadalje oblikuje (ali pa vsaj omejuje) razvoj veščin. Osebnostni dejavniki vplivajo na samozavest in oblikovanje stališč do finančnih vprašanj, pri tem pa seveda sodelujejo tudi osebne izkušnje in okoliščine na finančnem področju. Na vzorce vedenja oziroma prakse potrošnikov vplivajo vsi zgoraj navedeni dejavniki, pri čemer vedênje velja za odraz finančne zmožnosti.

2.3.3 Finančno izobraževanje

V zadnjih dveh desetletjih, še zlasti pa v času aktualnih globalnih gospodarskih razmer, so v razvitem zahodnem svetu profilirali različni programi finančnega izobraževanja za končne potrošnike.

Oblikovani so bodisi s strani vlade posameznih držav, nadnacionalnih organizacij (Evropska Unija, OECD) ali pa finančnih inštitucij iz zasebnega sektorja kot odziv na poprej omenjene spreminjajoče se ekonomske in sociodemografske razmere ter kot posledica skrbi o (pre)nizki finančni pismenosti oziroma finančni zmožnosti potrošnikov. Glede na relativno novost

tematike² pa številni avtorji opozarjajo na pomanjkanje skupnega, sistematičnega pristopa k razvijanju finančne pismenosti in zagotavljanju finančne izobrazbe (Dixon 2006; Orton 2007; Atkinson 2008).

OECD v svojem dokumentu *Improving financial literacy – analysis of issues and policies* tako finančno izobrazbo opredeljuje kot

proces, v katerem finančni potrošniki/investitorji izboljšujejo svoje razumevanje finančnih produktov in konceptov ter prek informacij, navodil in/ali objektivnih nasvetov razvijajo veščine in samozavest, s katerimi se bolj zavedajo finančnih tveganj in priložnosti, lažje sklepajo premišljene odločitve, vedo, kam se obrniti na pomoč, ter na splošno ravnajo v smeri izboljševanja svojega finančnega stanja (2005, 26).

Programi variirajo v vsebini, ciljnemu občinstvu in metodologiji. Glavna vprašanja, s katerimi se v zadnjih dveh desetletjih ukvarjajo oblikovalci politik in hkrati predstavljajo središčne teme, ki jih naslavljajo programi finančnega izobraževanja, so upadanje varčevanja, neprimerno pokojninsko varčevanje, podoptimalne investicijske prakse in rast (pre)zadolževanja. Slednja tema je v času krize vzbudila še posebno pozornost, še posebej na področju hipotekarnih in potrošniških kreditov (OECD 2005; Orton 2007; Atkinson 2008). Programi so zasnovani bodisi široko ali pa namensko. V prvem primeru skušajo informirati potrošnike o splošnih finančnih temah, kot so učinkovito upravljanje osebnih financ, osnove varčevanja in posojanja, delovanje trga in druge potrošniške teme (to velja še zlasti za izobraževalne sheme, namenjene šolajočim otrokom in dijakom). Pogosto pa se osredotočajo na konkretna finančna področja, kot je pokojninsko varčevanje, izobraževanje o hipotekarnih kreditih in drugo. Programi finančnega izobraževanja večinoma potekajo preko predavalniškega poučevanja, informativnih spletnih strani, interaktivnih iger, gradiv za samostojno učenje in tudi preko osebnega svetovanja (Habschick in dr. 2007; Atkinson 2008).

Kljub raznovrstnosti tem, ciljnih skupin ter izobraževalnih kanalov, pa vsi izobraževalni programi težijo k uresničenju istega cilja, to je doseči »optimalno« finančno prakso oziroma vedenje potrošnikov (OECD 2005; Habschick in dr. 2007). Pri tem večina programov finančnega izobraževanja temelji na predpostavki vpliva povečevanja finančne pismenosti na finančno vedenje – torej, da bo nudenje finančnih informacij in povečevanje tovrstnega znanja

² *Financial Literacy in Education Comission* je tako leta 2006 na primer navedla, da je bilo 65% vseh izobraževalnih programov v Združenih državah Amerike ustanovljeno v 90. letih prejšnjega stoletja, 75% pa v poznih 90. (v Orton 2007, 6).

pri potrošnikih vodilo v spremembe vedenja in praks upravljanja osebnih financ (Hilgert in dr. 2003, 309; Lusardi in Mitchell 2006; De Meza in dr. 2008).

Čeprav je v zadnjih letih zaznan precejšen porast najrazličnejših programov in shem finančnega izobraževanja, pa ocenjevanje in vrednotenje učinkovitosti teh programov zaostaja (Braunstein in Welch 2002; OECD 2005; Atkinson 2008). Poleg tega, da so tovrstne raziskave učinkovitosti drage, pa je največji izziv pri udejanjenju te naloge definiranje in kvantificiranje »učinka« tovrstnih izobraževanj (Braunstein in Welch 2002, 445) ter posledično oblikovanja primernih načinov merjenja uspešnosti (OECD 2005, 91).

Ugotovitve raziskav uspešnosti programov finančnega opismenjevanja so sicer mešane (Braunstein in Welch 2002, 445), za najbolj učinkovite pa so se izkazali izobraževalni programi, ki so bili namenjeni doseganju specifičnih ciljev. In sicer pri spodbujanju namenskega varčevanja ali pa spodbujanju zaposlenih pri vključevanju v pokojninske sheme delodajalcev, v katerih so potrošniki neposredno sodelovali (na primer delavnice ali tečaji finančnega opismenjevanja) (Braunstein in Welch 2002, 450–452; Atkinson 2008, 8). Pravzaprav je bilo največ učinka zaznanega prav na področju varčevanja, vendar pa Atkinsonova opozarja, da ni jasno, ali je to zato, ker je to vedenje najlažje spreminjati, ali pa zgolj najlažje meriti. Indikator uspešnosti je namreč lahko že primerjava stopenj varčevanja ali pa števila vključenih v pokojninske sheme pred sodelovanjem v programu in po njem (2008, 7).

Po drugi strani pa je iniciative oziroma programe s široko zastavljenimi cilji (na primer izboljševanje zavedanja o finančnih pojmi in načelih ali pa zagotavljanje informacij za lažje sprejemanje preudarnih finančnih odločitev), prav zaradi splošne narave teh ciljev težko ocenjevati. Atkinsonova ugotovitve raziskave angleške organizacije Financial Service Authority (FSA) *Evidence of impact: an overview of financial education evaluation* povzema takole:

Obravnavali sem preko 70 različnih raziskav o učinkih finančnega izobraževanja s celega sveta, od katerih zgolj peščica ponuja zadostne dokaze, na podlagi katerih lahko sklepamo o učinkovitosti (op.a.: izobraževalnih programov). Tudi z upoštevanjem tistih 11, ki so dokaze ponudile, ne vemo takorekoč ničesar o vplivu izobraževalnih iniciativ na posamezne vidike finančne zmožnosti, in tudi ne o najbolj primernem načinu posredovanja informacij posameznim skupinam potrošnikov (2008, 7).

2.4 Korelacija med finančnim znanjem in finančnimi praksami potrošnikov

Kot poprej razloženo, večina programov finančnega izobraževanja temelji na predpostavki, da večje znanje in boljše veščine s finančnega področja – dejansko večja finančna pismenost – izboljšuje oziroma »optimizira« finančne odločitve potrošnikov, ki se zrcalijo skozi njihove vsakodnevne prakse upravljanja s financami. V tem delu bom razložila vlogo znanja in razumevanja finančnih konceptov v vsakodnevni finančni praksi potrošnikov ter pregledala izsledke empiričnih raziskav, ki preučujejo povezavo med znanjem in vedenjem na finančnem področju.

Leskinen in Rajas (2005, 13) trdita, da znanje in razumevanje pomeni, da potrošnik pozna (tj. se zaveda) in razume oblike, rabo in funkcije denarja in finančnih storitev, tj. gotovine, kreditnih kartic, posojil, varčevanj ipd. Menita, da finančno znanje in razumevanje vključuje zavedanje potrošnikov oziroma gospodinjstev o količini razpoložljivega dohodka in se odraža skozi njihove odločitve o razporejanju dohodka bodisi za potrošnjo ali varčevanje. Kot je razvidno, se njihovo znanje odraža skozi njihovo vednjenje in prakse, pri čemer sta avtorici prepričani, da bi se morali potrošniki zavedati, da »živijo v realnem svetu, morajo razumeti, kakšne so njihove omejitve glede na razpoložljivi dohodek in, končno, morajo biti poštene v svojih finančnih odločitvah« (prav tam).

V raziskavi iz leta 2001 so avtorice Hilgert, Hogarth in Beverly (2003) skušale ugotoviti, ali raven znanja potrošnikov na finančnem področju pozitivno vpliva na njihove prakse s področja upravljanja osebnih financ. Pri tem so v raziskavo zajele širok razpon praks potrošnikov, ki so jih razvrstile v pet sklopov. Pri tem so predpostavljale, da si po kompleksnosti in zahtevnosti sledijo v naslednjem hierarhičnem redu: 1) upravljanje z denarnim tokom, 2) upravljanje kreditov, 3) varčevanje in 4) vlaganje, vključile pa so še dodatno 5. kategorijo, v kateri so bile zajete druge oblike finančnih izkušenj (nakup/lastništvo nepremičnin, izračunavanje davkov ipd.). Posamezni sklop je zajemal vprašanja o specifičnih oblikah vednjenja in uporabljanja določenih finančnih storitev, vezanih na tematski sklop³. Glede na stopnjo izvajanja prej omenjenih oblik finančnih praks in uporabljanja finančnih storitev so bili respondenti razvrščeni v tri indeksne razrede: nižji, srednji ter višji. Raven znanja so avtorice ugotavljale s vprašalnikom v obliki kviza in nato preverile korelacijo med znanjem s

³ Sklop »Varčevanje« je tako denimo vključeval vprašanja: »Imam varčevalni račun«, »Varčujem za dolgoročne cilje, kot so izobrazba, nakup doma, avta« in podobna vprašanja) (prav tam, 310).

posameznega finančnega področja in vedenjskim indeksom istega področja. Raziskava je pokazala, da obstaja povezava med finančnim znanjem in posameznimi finančnimi praksami; tisti z višjim finančnim znanjem so dosegali tudi višjo vrednost indeksov finančnega vedenja oziroma so bolj verjetno izvajali priporočene finančne prakse ter obratno. Tako so gospodinjstva z nizkim indeksom upravljanja z denarnim tokom dosegla nižje vrednosti na testu znanja, in sicer je bila povprečna vrednost le-tega 55%, medtem ko so tista s srednjim indeksom dosegla 66%, gospodinjstva z visokim indeksom pa 69%. Prav tako so imela gospodinjstva z nizkim indeksom slabše rezultate na področjih upravljanja kreditov, varčevanja, vlaganja in drugih finančnih izkušenj (prav tam, 312).

Vendar pa so avtorice opozorile tudi na to, da smer vzročnosti ni jasna. Torej, ni bilo popolnoma razvidno, ali zgolj samo znanje vodi do določenega finančnega vedênja, ali pa prav izkušnje na specifičnem področju osebnih financ vodijo do povečanja znanja. Hilgert, Hogarth in Beverly sugerirajo, da je najverjetneje, da je proces obojesmeren, pri tem pa tudi opozarjajo, da so zaradi kompleksnosti finančnega vedênja zagotovo vpletene tudi tretje spremenljivke, kot je na primer ekonomska socializacija, ki vpliva tako na znanje kot na vedênje (prav tam, 311).

Tudi Lussardijeva in Mitchellova prihajata do podobnih zaključkov, vendar konkretno na področju pokojninskega varčevanja in načrtovanja. Raziskava je bila izvedena leta 2004 v okviru ameriške longitudinalne študije *The Health and Retirement Study* (HRM) znotraj posebnega modula, namenjenega pridobivanju podatkov o pokojninskem varčevanju. V raziskavo sta vključili vzorec 1267 anketirancev, starejših od 50 let (2006, 4). Prišli sta do zaključkov, da je finančna pismenost oziroma razumevanje sestavljenih obresti, inflacije in razporejanja tveganja močno pozitivno povezano z verjetnostjo pokojninskega načrtovanja. Raziskava pa je opozorila tudi na drugo pomembno ugotovitev, in sicer, da šteje tudi pomanjkanje znanja – namreč, tisti anketiranci, ki so izbrali odgovor »ne vem« ali pa na vprašanje sploh niso odgovarjali, so tudi manj verjetno načrtovali za obdobje upokojitve. Vendar pa tudi ti avtorici opozarjata, da obstaja možnost obratne vzročnosti, tj. da tisti, ki načrtujejo za upokojitev, skozi proces načrtovanja razvijajo finančno pismenost ter sposobnost izračunavanja in razumevanja zgoraj omenjenih finančnih podatkov in konceptov (prav tam, 14–15).

2.5 Omejitve finančnega izobraževanja

Čeprav so izsledki raziskav o povezavi med finančnim izobraževanjem ter znanjem mešani, še zlasti, kar se tiče smeri vzročnosti, pa so oblikovalci ekonomskih politik, finančne institucije ter tudi akademiki še vedno, v trenutnih razmerah pa še vse bolj, prepričani v nujnost finančnega izobraževanja za dvigovanje finančne pismenosti, sposobnosti in s tem kakovosti finančnih odločitev. Na drugem bregu pa medtem obstajajo tudi nasprotniki finančnega izobraževanja. Kot že poprej omenjeno, so skrbi teh avtorjev (Williams 2007) usmerjene predvsem v možne posledice prelaganja finančne odgovornosti na pleča potrošnikov in s tem odvezovanje odgovornosti tako regulativnih organov kot tudi ponudnikov finančnih storitev. Nasprotovanju pa botruje tudi splošen dvom v učinkovitost teh programov, še zlasti glede hitrosti sprememb na področju trgu potrošniških finančnih storitev ter zaradi asimetričnega oziroma privilegiranega položaja ponudnikov finančnih storitev (Willis 2008, 40). Tudi Atkinsonova se pridružuje tem dvomom, rekoč:

Obstaja predpostavka, da bo izobraževanje povečalo znanje, vendar dokazi ne sugerirajo občutne splošne spremembe v finančnem vedênju potrošnikov, ki so se udeležili finančnega izobraževalnega programa. Več je dokazov, ki govorijo v prid vedenjskim spremembam, ki sledijo bodisi takoj po udeležbi (na primer, ko posamezniki bolj odgovorno uporabljajo kreditne kartice) ali pa se zgodijo šele po določenem časovnem obdobju (kot je na primer varčevanje v srednjih letih) (2008, 18).

Avtorica zaključí, da je za popolno razumevanje povezave med finančnim znanjem ter vedenjskimi spremembami potrebnih še več raziskav (prav tam).

Prav ti dvomi pa so pripeljali do tega, da se je v politike finančnega izobraževanja, temelječe na klasično ekonomskih predpostavkah, začelo vključevati tudi izsledke interdisciplinarnih ved, ki združujejo področja ekonomije in psihologije. Naslednje poglavje bom tako namenila vedama, ki skušata na ekonomskem (in s tem tudi finančnem) področju življenja posameznika pojasniti njegov proces odločanja in njegovo vedênje, ki odstopa od tradicionalno ekonomskih razumevanj, s tem da ju bolj približata »realnemu« stanju. Ti vedi sta ekonomska psihologija (angl. *economic psychology*) in vedenjska ekonomija (angl. *behavioral economics*), pri čemer bo več pozornosti namenjeno slednji.

3 PSIHOLOŠKE PRISTRANSKOSTI

V nadaljevanju bom predstavila obe vedi ter na kratko osvetlili njun zgodovinski razvoj, pri čemer bo poudarek na vedenjski ekonomiji in njenih glavnih teoretičnih prispevkih, saj bo na izbranih predpostavkah slednje temeljil tudi empirični del. Podana bodo tudi teoretična izhodišča psiholoških pristranskosti, ki sta relevantni za dokazovanje hipotez, to sta miselno računovodstvo (angl. *mental accounting*) in odlašanje (angl. *procrastination*).

3.1 Splošno o ekonomski psihologiji in vedenjski ekonomiji

Čeprav se tako ekonomska psihologija kot vedenjska ekonomija nahajata na presečišču med obema temeljnima znanostima, pa se razlikujeta v stopnji inkorporacije oziroma prevladovanju ene discipline nad drugo. Ponazorjeno, čeprav malce posplošeno, z Luntovimi besedami gre tako pri ekonomski psihologiji za psihologe, ki se zanimajo za ekonomijo, pri vedenjski ekonomiji pa ravno obratno, torej za ekonomiste, ki se zanimajo za psihologijo (1996, 275). Tej delitvi primerno se razlikujeta tudi pristopa; medtem ko se prva večinoma osredotoča na socialnopsihološke vidike ekonomskih prepričanj in vedenja (Lea in dr. 1987; Lewis in dr. 1995; Lunt 1996), pa vedenjski ekonomisti zajemajo iz psihologije predvsem dognanja kognitivne in vedenjske psihologije (Camerer in dr. 2004) ter jih aplicirajo na neoklasično ekonomsko teorijo.

Ekonomska psihologija preučuje vpliv psiholoških mehanizmov na ekonomsko vedenje posameznikov. Njeno preučevanje izhaja iz splošnih psiholoških ugotovitev s področja kognicije, čustev, motivacije in vedénja ter jih aplicira na specifična področja ekonomskega sveta posameznikov, kot je na primer delo, upravljanje z ekonomskimi viri, potrošnja, varčevanje ter druge oblike ekonomskega vedenja, kot so dajanje in igre na srečo. Po drugi strani pa preučuje tudi socialnopsihološki vpliv ekonomskih dejavnikov na posameznike ter se pri preučevanju osredotoča na ekonomske aspekte njihovega življenja (Lea, Tarpy in Webley 1989; Musek 2008).

Vedenjska ekonomija je zasidrana v paradigmi neoklasične ekonomije, pri tem pa zajema snov iz psiholoških dognanj, še zlasti tistih iz vej kognitivne in vedenjske psihologije. Te koncepte aplicira na že vzpostavljena ekonomska načela in modele, z namenom pojasnjevanja, kako človeško mišljenje, odločanje in vedenje odstopa od teh predpostavk.

Camerer je tako mnenja, da zato, ker je »ekonomija znanost o tem, kako posamezniki in kolektivne inštitucije, kot so podjetja in trgi, razporejajo svoje vire, mora psihologija s svojimi spoznanji služiti kot osnova ekonomiji in jo z njimi bogatiti, prav tako, kot se spoznanja iz fizike nanašajo na kemijo, iz arheologije na antropologijo ali pa iz nevroznanosti na kognitivno psihologijo« (1999, 10575).

Pri tem gre pravzaprav za matematizacijo psihologije in njenih konceptov, saj se ohranja poudarek na matematičnih metodah in strukturah, ki ekonomijo ločijo od ostalih družbenih ved (Rabin 1998; Camerer 1999, 10575; Thaler in Mullainathan 2000; Camerer in Lowenstein 2004, 3). Namen vedenjske ekonomije je tako izboljšati realizem obstoječe ekonomske teorije ter nuditi globlji vpogled v njene modele. Vedenjska ekonomija skuša tudi izboljšati kakovost predpostavk, s katerimi bi se oblikovale bolj natančnih napovedi o ekonomskem vedenju posameznikov, ter na tej osnovi predlagati boljše politike, ki zadevajo ekonomsko življenje posameznikov. Pri tem pa nikakor ne gre za popolno zavračanje neoklasičnega pristopa h ekonomiji, ki temelji na maksimizaciji koristi (angl. *utility maximization*), ravnovesju (angl. *equilibrium*) in učinkovitosti (angl. *efficiency*).

Thaler in Mullainathan tako trdita, da raziskovalni program vedenjske psihologije temelji na dveh komponentah, to sta 1) indentificiranje načinov, s katerimi človeško vedênje odstopa od standardnega ekonomskega modela in 2) prikaz tega vedênja v ekonomskem kontekstu (2000, 2). Pri tem je prvo vprašanje naletelo na kritike predvsem s strani »neoklasičnih« ekonomistov, drugo pa s strani (socialnih) psihologov. Tako na primer socialni psiholog Lunt vedenjskim ekonomistom očita, da nenehno iščejo anomalije standardne ekonomije, ki jih nato dokazujejo skozi teorijo in podatke (1997, 280). Prav tako ekonomist Pesendorfer meni, da je vedenjska ekonomija zgolj »zbirka pristranskosti oziroma kršenj standardnih ekonomskih predpostavk« (prav tam, 9). Tipični prispevek vedenjske ekonomije se po njegovem mnenju začne z demonstracijo neuspeha neke ekonomske predpostavke in nadaljuje s psihološko razlago odstopanja od te predpostavke. Meni, da je to pristop, ki ponuja zgolj »kozmetične« korekcije neoklasične teorije, pri čemer pa njeno osnovno strukturo pušča nedotaknjeno in ne ponudi nikakršnih novih paradigmatških sprememb (2005, 8–13).

Preden v nadaljevanju podam teoretsko osnovo izbranih konceptov, pomembnih za empirični del diplomskega dela, pa bomo osvetlili zgodovinski razvoj približevanja področij ekonomije in psihologije ter aplikacijo dognanj vedenjske ekonomije v javnih ekonomskih politikah in programih finančnega izobraževanja.

3.2 Zgodovinski razvoj združevanja ekonomije in psihologije

Čeprav sta tako ekonomska psihologija kot vedenjska ekonomija relativno novi vedi, ki sta (še zlasti slednja) profilirali v zadnjih desetletjih, pa ideja o združevanju ekonomske in psihološke misli ni nova. Pravzaprav je zgodnja ekonomija vključevala psihološke vidike, vendar pa so ju kasnejše smernice razvoja obeh ved do nadaljnjega ločili. Tako ekonomija kot psihologija sta sicer težili k scientifikaciji, pri čemer je prva po vzoru fizike in matematike težila k matematični formalizaciji, slednja pa po vzoru naravoslovnih znanosti k eksperimentalni tradiciji.

Tako je že Adam Smith v svoji knjigi *Teorija moralnih občutkov* leta 1759 (v Camerer 1999, 10575) opisoval psihološke podstati ekonomskega vedenja, vendar pa takrat psihologija sploh še ni bila formalizirana kot samostojna veda. »Izgon« psihologije iz ekonomije se ni zgodil hitro; na začetku 20. stoletja sta ekonomista Irving Fisher in Vilfred Pareto v svoja teoretska dela še vedno vključevala špekulacije o tem, kako ljudje čutijo in mislijo o ekonomskih izbirah. Vendar pa se je ob prelomu 20. stoletja psihologija šele začela uveljavljati kot veda, pri tem pa po ekonomskih merilih ni bila dovolj znanstvena in sistematizirana, njene osnove pa ne dovolj stabilne, da bi jih vključevali na področje ekonomije (Camerer in Loewenstein 2004, 5–7).

Zavrnitev akademske psihologije s strani ekonomistov se je začela z neoklasično revolucijo, ki je v teorijo vpeljala predpostavke o *Homo Economicusu*, hkrati pa težila k matematični formalizaciji teoremov. Prav ta razkorak med vedama in uporabljenimi metodami je vodil v njuno ločitev, ki je trajala nekako do druge polovice prejšnjega stoletja (prav tam). Drugi trend, ki je preprečeval združitev, je bila uveljavitev logičnega pozitivizma v ekonomski misli, katere glavni zagovornik je bil Milton Friedman. Ta je zagovarjal princip (po njem imenovan »*F-twist*«), po katerem lahko teorije s še tako napačnimi in poenostavljenimi predpostavkami prinašajo točne napovedi. Tako je ta princip ekonomistom omogočal, da so zanemarili psihologijo in njene predpostavke (predvsem o (i)racionalnosti človeškega vedenja), saj so mnogi teoretiki menili, da bi vnašanje psiholoških dogananj in rahljanje domnev o racionalnosti neizogibno vodilo v analitično nesledljivost (Camerer 1999, 10575).

Vendar pa so v drugi polovici 20. stoletja naraščajoče kritike pozitivistične paradigme tako v ekonomiji kot psihologiji vodile v ponovno zanimanje za združitev obeh področij. V 50. letih so tako avtorji, kot so George Katona, Harvey Leibenstein in kasnejši Nobelov nagrajenec za

ekonomijo Herbert Simon, uveljavljali teoretska dela, s katerimi so poudarjali pomembnost vključevanja psiholoških aspektov v ekonomijo in predvsem ponudili novo dojemanje racionalnosti. Prav Simon je bil zgodnji kritik neoklasične ekonomske predpostavke o racionalnih ekonomskih agentih, ki naj bi imeli neomejene sposobnosti procesiranja informacij. Predlagal je izraz »omejena racionalnost« (angl. *bounded rationality*), s katerim je skušal opisati bolj realistično pojmovanje človeških sposobnosti reševanja problemov (Mullainathan in Thaler 2000, 5). Ekonomisti so po tem počasi začeli sprejemati odstopanja od standardnih ekonomskih modelov kot legitimne protiprimere, ki jih preprosto niso mogli več v nedogled zanemarjati, s tem pa se je tudi psihologija začela kazati kot obetavno področje, s katerega bi tudi ekonomija lahko (ponovno) začela zajemati snov.

Koncem 60. let pa je prišlo do prodora kognitivne psihologije, katere glavna področja preučevanja so mišljenje, odločanje, reševanje problemov, učenje in spomin, torej področja, ki so se izkazala kot izredno plodna za razvoj nove discipline v ekonomiji, to je vedenjske ekonomije. Psihologi, kot so Ward Edwards, Amos Tversky in Daniel Kahneman, so začeli uporabljati ekonomske modele kot »benchmark«, na katere so aplicirali modele kognitivne psihologije⁴ (Camerer in dr. 2004, 6).

Večina temeljev vedenjske ekonomije je bila postavljenih v 80. in 90. letih prejšnjega stoletja, ko so se poleg dveh prej naštetih profilirali tudi drugi avtorji, kot so Akerlof, Camerer, Elster, Leibson, Loewenstein, Rabin, Thaler in drugi. Še vedno je seveda dominiralo raziskovanje procesa odločanja, pri čemer je to razdeljeno v dve kategoriji: preučevanje 1) sodb (*judgement*) in 2) izbire (*choice*). Spisek preučevanih načinov, na katere sodbe odstopajo od normativa racionalnosti, je dolg in obsežen (Camerer in dr. 2004, 15–31), zato bomo na tem mestu omenili zgolj nekatere od hevristik in pristranskosti. Ta pojma označujeta miselne bližnjice, ki jih posamezniki sistematično uporabljajo, da si poenostavijo proces oblikovanja sodb in odločanja. Kljub temu, da z njimi razbremenijo svoj miselni proces, pa lahko te hevristike pogosto vodijo (gledano s predpostavki o popolni racionalnosti) v zmote in navidez iracionalno vedenje (Dixon 2006, 49–51). Nekatere izmed najbolj preučevanih hevristik so:

⁴ Najbolj znana in vplivna prispevka tistega časa sta skupni deli Tverskyja in Kahnemana (slednji je prvi psiholog, ki je prejel Nobelovo nagrado za ekonomijo); prvi je članek *Judgement under Uncertainty: Heuristics and Biases* iz leta 1974 – ta opisuje različne hevristične bližnjice, ki vodijo v verjetnostne sodbe, ki odstopajo od statističnih načel; leta 1979 pa mu je sledil članek *Prospect theory: Decision making under risk*, v kateremu sta predstavila svojo znano, sicer popolnoma deskriptivno, teorijo pričakovanj (*prospect theory*), s katero predstavila odločanje v negotovosti (*decision under uncertainty*) (Mullainathan in Thaler 2000, 5–6).

prekomerna samozavest (angl. *overconfidence*), pretiran optimizem (angl. *overoptimism*), sidranje (angl. *anchoring*), pristranska reprezentativnost (angl. *representativeness bias*), pristranska razpoložljivost (angl. *availability bias*), pristrankost k obstoječemu stanju (angl. *status quo bias*) in druge. Pri drugi kategoriji, tj. izbiri, pa je pomembna predvsem že prej omenjena teorija izgledov (angl. *prospect theory*), znotraj katere je pomemben predvsem pojem izogibanja izgub (angl. *loss aversion*). Pomemben koncept, ki bo tudi posebej obravnavan v nadaljevanju, pa je miselno računovodstvo (angl. *mental accounting*), kjer gre za posebno vrsto okvirjanja (angl. *framing*). (Mullainathan in Thaler 2000, 5; Dixon 2006, 49–58M; De Meza in dr. 2008)

Nove usmeritve v vedenjski ekonomiji, kot jih nakazujejo Camerer, Loewenstein in Rabin (2004), se osredotočajo okoli treh tematskih sklopov. Prva je vse večje vključevanje teorije čustvovanja v ekonomske modele (Elster 1996), bodisi preko preučevanja vpliva čustev na proces odločanja (Wegner in Wheatley v Camerer in dr. 2004, 37), hedonskih potreb v modele maksimizacije koristnosti (prav tam, 689–725) in povezovanja občutij sreče z ekonomskimi spremenljivkami. Druga aplicira dognanja iz nevrozanosti o delovanju možganov (prav tam, 38), tretja pa nadaljuje s Simonovo tradicijo proceduralne racionalnosti (angl. *procedural rationality*) in po matematičnem vzoru razvija algoritme, ki jih ljudje uporabljajo pri odločanju (na primer Rubenstein, prav tam).

Že pred desetletjem se je Camerer nadejal, da bo »vedenjska ekonomija nekoč prenehala biti samo posebna oznaka za določen ekonomski pristop in bo tako postala del *mainstream* ekonomske misli, odkrivajoč ponovno združitev psihologije in ekonomije« (1999, 10577). Vendar pa so ravno glede te združitve psihologije in ekonomije skeptični (predvsem socialni) psihologi, med njimi Lunt (1997). Namesto, da bi se razvilo široko interdisciplinarno področje na presečišču psihologije in ekonomije, sta se razvili dve disciplini, vedenjska ekonomija in ekonomska psihologija, ki ostajata vsaka na svojem »matičnem« bregu, vsaka s svojim pojmovanjem ekonomskega vedenja, raziskovalnim fokusom in s svojimi metodami. Lunt tako meni, da je ključna težava vedenjske ekonomije, da se preveč osredišča okoli predpostavke o racionalnosti: čeprav so vedenjski ekonomisti do določene sprostili to predpostavko s pojmom »omejena racionalnost«, pa avtor opozarja: »Pomembno se je zavedati, da bo ekonomista vedno zanimal model racionalne koristnosti. Ekonomisti so takorekoč poročeni s tem pojmovanjem ekonomskih agentov na način, ki ga mi kot psihologi težko cenimo« (1997, 279–280). Vedenjski ekonomiji očita tudi, da vse preveč selektivno izbira oziroma si »prisvaja« zgolj določene koncepte iz vedenjske in kognitivne psihologije,

in nato s pomočjo matematičnih modelov z individualnega (oziroma v ekonomskih terminih), mikro nivoja sklepa na družbeni oziroma makro nivo.

Čeprav med ekonomsko psihologijo in vedenjsko ekonomijo še vedno ni prišlo do popolne sinergije, pa njune ugotovitve dobivajo legitimnost tudi na področju apliciranja teorije v praksu. Pri tem prednjači vedenjska ekonomija, katere teoretične koncepte vse bolj s pridom uporabljajo tako pri oblikovanju splošnih ekonomskih politik kot tudi pri upoštevanju dognanj pri pripravi programov finančnega izobraževanja.

3.3 Aplikacija dognanj vedenjske ekonomije pri izboljševanju finančnih praks potrošnikov

S stališča oblikovalcev ekonomske politike je ključno sledeče vprašanje: se ljudje primarno vedejo, kot se, zaradi pomanjkanja znanja in veščin s finančnega področja, ali pa so njihove prakse odraz temeljnih vidikov človeške narave? Kot sem pojasnili v prejšnjih poglavjih, tradicionalni izobraževalni programi predpostavljajo, da podoptimalne finančne prakse izhajajo iz slabega poznavanja ekonomskega in finančnega področja ter matematičnih pojmov in operacij (na primer razumevanje računanja obresti), ki so temelj mnogih finančnih instrumentov. Tak pristop najverjetneje izhaja iz narave širše domene, v katero se uvršča finančno vedenje potrošnikov, to je ekonomije. Ta temelji na matematičnih modelih in zakonitosti, v veliki meri izhaja iz predpostavke o racionalnosti (mikro in makro) ekonomskih subjektov in je v svojem bistvu normativna, s tem pa so tudi orodja in pristopi k spreminjanju človeškega vedenja temu primerno »objektivni« in formalistični.

Vedenjska psihologija ne želi demantirati ideje finančnega izobraževanja, saj ga smatra kot enega izmed pomembnih dejavnikov pri spreminjanju človeškega vedenja. Zagovarja pa, da je pri tem pomembno upoštevati dejstvo, da je tako kot katerakoli oblika človeškega vedenja, tudi finančno vedenje potrošnikov kompleksno in podvrženo najrazličnejšim vedenjskim, kognitivnim in ostalim psihološkim mehanizmom (Dixon 2006; De Meza in dr. 2008). Pri tem so vedenjski ekonomisti mnenja, da je za spreminjanje finančnih praks potrošnikov potrebno zakonitosti psiholoških mehanizmov in pristranskosti upoštevati že na ravni oblikovanja primernih ekonomskih politik, ki bi olajšale želene vedenjske spremembe. Zagotavljanje optimalnih finančnih struktur in pogojev tako po Dixonovem mnenju »potrošnikom olajšuje pot do bolj optimalnega finančnega vedenja, s tem, da jih bolj aktivno

vpleta ter pri njih vzbuja zanimanje za izboljševanje lastnih finančnih praks« (2006, 2). To vrsto pomoči oziroma intervencij so vedenjski ekonomisti in ekonomski psihologi poimenovali »previdni paternalizem«⁵, ki ga O'Donoghue in Rabin povzameta s sledečimi besedami: »Verjameva, da večina ljudi večino časa bolje presoja, kaj je dobro za njih same, kot pa to počno vladni uradniki, ekonomisti in drugi družboslovci. Vendar pa tudi verjameva, da se ljudje pogosto motijo in zagrešijo napake, da v teh napakah obstaja nek razviden vzorec in da si z njimi pogosto škodijo« (1998, 25). Vedenjski ekonomisti tako zagovarjajo pristop oblikovanja javnih politik in zakonodaje, ki bi sicer vsebovala določena (psihološka) načela »omejene racionalnosti« in predpisovala politike, ki bi pomagale posameznikom in družbi dosegati želene cilje, vendar pri tem zavzemajo manj rigidno in preskriptivno držo ter tudi ne zagovarjajo stališča, da so ljudje zgolj popolnoma »iracionalni« oziroma, da nimajo svobodne volje. (O'Donoghue in Rabin 1998; Dixon 2006; Sunstein in Thaler v De Meza in dr. 2008, 22).

V zadnjem času je uveljavljanje vedenjske ekonomije v splošni ekonomski teoriji vodilo tudi k apliciranju teh dognanj na področje oblikovanja javnih ekonomskih politik in v same programe finančnega izobraževanja. Razlog za uspeh je verjetno dvojne narave: po eni strani se je njeno temeljno načelo – odkrivanje odstopanj realnih vsakdanjih finančnih situacij od normativnih, ekonomskih predpostavk – izkazalo za koristno pri povečevanju učinkovitosti izobraževalnih programov ali pa za pojasnjevanje, zakaj ti programi ne dosegajo želenega uspeha (Dixon 2006; De Meza in dr. 2008). Po drugi strani pa vedenjska ekonomija ostaja še »ravno prav« v okvirih *mainstream* ekonomske paradigme, da jo oblikovalci politik dojemajo kot legitimno. Namreč, ker ne sega preveč izven meja predpostavke o racionalnosti, temelji na matematizaciji psiholoških kognitivnih in vedenjskih konceptov in jih kvantificira v znanstvene matematične modele, tako ponuja še vedno dovolj objektivne – in ekonomistom sprejemljive – praktične predloge, kako se lahko potrošnikom pomaga pri izboljševanju njihovih finančnih praks.

Med teoretične koncepte vedenjske ekonomije, ki so bile uspešno vnesene v finančne politike in se tam s pridom uporabljajo, spadajo koncept miselnega računovodstva, pristranskost k *statusu-quo*, odlašanje, izogibanje izgubam in drugi. Na podlagi teh kognitivnih in vedenjskih pristranskosti so tako vedenjski ekonomisti predlagali številna orodja ekonomske politike, s katerimi bi potrošnike spodbudili k bolj optimalnemu finančnemu vedenju – še zlasti na

⁵ Poimenovan tudi »mehki«, »asimetrični« in »libertarni« paternalizem (De Meza in dr. 2008, 22).

področju varčevanja. Tako so se za uspešne izkazale kratkoročne spodbude (angl. *short-term incentives*), možnost samodejnega vključevanja (angl. *default option*) v različne investicijske programe (kot so dodatna pokojninska varčevanja), postavljanje jasnih rokov za izvedbo določenih finančnih obveznosti in druga sredstva spodbujanja zelenega finančnega vedenja (Dixon 2006; De Meza in dr. 2008). Thaler in Benartzi sta tako denimo v Združenih državah Amerike oblikovala varčevalno shemo *Save More Tomorrow*, ki skuša ljudi spodbuditi k pokojninskemu varčevanju. Pri tem se varčevalci v okviru svojega delovnega razmerja zavežejo, da bodo redno avtomatsko namenili del svoje plače pokojninskemu skladu, ta znesek pa se bo povečeval sorazmerno z morebitno povišico. Sistem vplačevanja sicer temelji na samodejnem (angl. *default*), a prostovoljnem, vplačilu prispevka, in na tak način zmanjšuje vpliv pristranskosti, kot so inercija, pristranskost do obstoječega stanja ter izogibanje izgubam (v Dixon 2006, 81–83).

3.4 Vrste kognitivnih in vedenjskih pristranskosti

Kot rečeno, se raziskovanje v vedenjski ekonomiji se osredotoča predvsem na proces odločanja posameznikov, tu pa sta pomembni dve tematski kategoriji: preučevanje sodb (angl. *judgement*) in preučevanje izbire (angl. *choice*). Preučevanje sodb se ukvarja s procesi, ki jih posamezniki uporabljajo za ocenjevanje verjetnosti nekega izida, pri izbiri pa gre za miselne procese, preko katerih posamezniki izbirajo med dejanji.

Kot že poprej razloženo, pojem pristranskosti označuje miselne bližnjice, ki jih posamezniki sistematično uporabljajo, da si poenostavijo proces oblikovanja sodb in odločanja. Kljub temu, da z njimi olajšajo svoj miselni proces, pa lahko te pristranskosti pogosto vodijo (gledano s predpostavki o popolni racionalnosti) v zmote in navidez neracionalno vedenje (Dixon 2006, 49–51).

Čeprav je spisek preučevanih pristranskosti, hevristik in drugih kognitivnih vedenjskih konceptov obsežen (Camerer in dr. 2003), vsak od njih pa je v večji ali manjši meri relevanten pri pojasnjevanju finančnega vedenja potrošnikov, se bom na tem mestu omejila na dva izbrana teoretska pojma, za katere menim, da sta pomembna za pojasnjevanje upravljanja z denarjem, in ki bosta v empiričnem delu nastopala tudi kot spremenljivki pri preverjanju hipotez. To sta miselno računovodstvo (angl. *mental accounting*) in odlašanje (angl. *procrastination*).

3.4.1 Miselno računovodstvo

Richard Thaler in Hersh M. Shefrin sta avtorja koncepta miselnega računovodstva, ki se nanaša na implicitne miselne metode, ki jih potrošniki uporabljajo za »predalčkanje« oziroma kodiranje in vrednotenje finančnih dejanj kot so nakupi, transakcije, vlaganja in podobno. Gre za podoben sistem kategoriziranja in organiziranja finančnih virov, kot ga uporabljajo podjetja pri svojem finančnem računovodstvu, pri čemer gre zgolj za miselno, ne pa tudi zabeleženo dejavnost (Thaler v Camerer in dr. 2004, 76).

Kljub temu da mentalno računovodstvo ne izhaja iz napisanih pravil in konvencij, kot je to pri pravem finančnem računovodstvu, pa Thaler ugotavlja, da ga sestavljajo konsistentna pravila, ki pa zaradi težnje po izogibanju izgube (angl. *loss aversion*) niso nevtralna (prav tam):

- Prva komponenta so t.i. *pravila združevanja* (angl. *aggregation rules*), kjer gre za kategorizacijo določenih aktivnosti oziroma mentalnih kategorij in označevanje le-teh (angl. *labeling*)
- Druga komponenta zadeva *pogostost*, s katero se miselne račune »revidira« oziroma ovrednoti. Račune se lahko balansira dnevno, tedensko, letno ipd. in se jih lahko definira ozko ali široko (prav tam, 87–93).

Thaler ugotavlja, da tako kot potrošniki izvore finančnih virov in njihovo rabo kategorizirajo v realnih računih, prav tako vršijo to »predalčkanje« v miselnih računih, in sicer na treh ravneh (87):

- *Izdatke* združujejo v posamezne *miselne proračune* (angl. *budgets*) oz. kategorije potrošnje, na primer v proračun za hrano, za stroške stanovanja, za prosti čas itd.
- *Premoženje* razporejajo v ločene *miselne račune* (angl. *accounts*); tj. za tekočo porabo, za pokojninsko varčevanje, za nepredvidene dogodke (angl. *rainy days*)
- *Dohodek* se deli na različne *kategorije*; na primer redni (angl. *regular*) in nepričakovani (angl. *windfall*)

Te miselne kategorije in računi ne bi bili presenetljivi, če ne bi kršili pomembne ekonomske predpostavke, in sicer načela izmenljivosti (angl. *fungibility*) oziroma medsebojne substitucije virov (prav tam, 88). Tradicionalna ekonomska predpostavka je, da denar nima oznak in da je medsebojno izmenljiv. Vendar pa teorija mentalnega računovodstva ugotavlja, da ta predpostavka ne drži in da posamezniki pogosto različno kategorizirajo in označujejo denar, bodisi v primeru potrošniških kategorij ali pa v smislu dostopnosti denarja, ki je namenjen ali

tekoči potrošnji ali pa varčevanju. Tako na primer potrošnik na začetku vsakega meseca posamezne kategorije potrošnje razdeli v miselne račune in le–tem glede na razpoložljiva finančna sredstva nameni določene proračune. Tako, denimo, če nekdo na januarskih razprodajah potroši več za oblačila, kot je imel prvotno namenjenih sredstev na miselnem računu za to kategorijo, bo naslednji mesec raje kupil manj oblek, kot pa da bi si sredstva miselno »prenakazal« iz miselnega računa za hrano. Ključna ugotovitev v tem primeru je torej, da potem, ko je bilo to miselno računovodstvo opravljeno, potrošniki redko kdaj premeščajo vire iz enega mentalnega računa na drugega. Oziroma, povedano drugače: denar, namenjen določenim izdatkom na enem miselnem računu ni nujno primeren substitut izdatkom na drugem računu.

Izdatki so združeni v ločene miselne proračune, na primer kot izdatki za hrano, za obleko, za prosti čas, za luksuzne dobrine ipd., pri čemer je potrošnja omejena bodisi z implicitnimi (miselnimi) ali pa eksplicitnimi (dejanskimi fizičnimi) proračuni. Thaler trdi da kategorizacija izdatkov oz. potrošnje v ločene miselne proračune služi dvema namenoma: prvič proces oblikovanja različnih miselnih proračunov omogoča racionalno izmenjavo med tekmujočimi rabami omejenih virov (na primer količino denarja, ki jo imamo na voljo za potrošnjo, moramo razporediti med hrano, stroške bivanja, prevoza, obleko, počitnice, prosti čas, priboljške, varčevanje, itd. – vse te različne kategorije pa »tekmujejo« za omejena sredstva). In drugič: sistem miselnih proračunov lahko deluje kot sredstvo samonadzora. Ravno tako, kot podjetja vzpostavljajo različne proračune, da sledijo in omejujejo porabo po posameznih oddelkih, sistem miselnega računovodstva služi potrošnikom, da svojo potrošnjo omejujejo znotraj razpoložljivih sredstev (prav tam, 88).

Thaler ugotavlja, da obstaja precejšnja variacija med gospodinjstvi v tem, kako eksplicitni so ti miselni proračuni. Tu je ključna spremenljivka višina dohodka – tisti z bolj omejenim dohodkom imajo ponavadi tudi bolj izrecna proračunska pravila. Tako potrošniki z nižjimi dohodki ponavadi uporabljajo strožja in bolj toga pravila, pa tudi časovno revidirajo in balansirajo proračune v krajših časovnih obdobjih (na primer tedensko in mesečno), medtem ko potrošniki z višjimi dohodki niso tako strogo omejeni s pravili, pa tudi časovna obdobja so lahko daljša.

Shefrin in Thaler sta ugotovila, da načela miselnega računovodstva veljajo tudi pri **razporejanju premoženja** (v Camerer in dr. 2003, 91–92). Predpostavila sta namreč, da obstaja hierarhija denarnih lokacij (angl. *money location*), ki se razlikujejo glede na to, kako

privlačna in dostopna za porabo so sredstva na vsaki izmed njih. Tako je na primer najbolj dostopna kategorija računov tista s »tekočimi sredstvi« (angl. *current assets*), to je »denar na roko« (angl. *cash on hands*) in sredstva na tekočem računu, ki so namenjena redni potrošnji. Manj privlačna in posledično težje dostopna so sredstva v kategoriji »tekoče premoženje« (angl. *current wealth*), ki pa so ponavadi namenjena za varčevanje. Pod to kategorijo avtorja prištevata širok nabor računov likvidnih sredstev, med njimi različne vrste varčevalnih računov, delnice in obveznice, sredstva v vzajemnih skladih itd. Najmanj dostopna in pa so sredstva na računu t.i. bodočih dohodkov (angl. *future income account*). Med te avtorja štejeta sredstva, ki bodo prislužena kasneje v življenju (na primer človeški kapital) in sredstva, namenjena pokojninskemu varčevanju (na primer v pokojninskih skladih, rentno varčevanje itd.). Njuna ključna ugotovitev je, da je mejna nagnjenost k potrošnji (angl. *marginal propensity to consume*) pri vsakem izmed teh treh miselnih računov različna, in ne enaka, kot to predpostavljajo ekonomisti.⁶

Ta ugotovitev ima pomembne implikacije za varčevanje (in seveda potrošnjo), saj predpostavlja, da bodo potrošniki bolj varčevali, če bodo sredstva »nakazali« na manj privlačne in dostopne miselne (seveda pa tudi dejanske) račune.

Tretje načelo miselnega računovodstva pa se nanaša na **vire dohodka** (Shefrin in Thaler v Camerer in dr. 2003, 421–422). Tu Thaler trdi, da je pripravljenost potrošnje odvisna od vira dohodka, in sicer glede na to, ali je dohodek kategoriziran kot »redni« ali kot »nepričakovni«. Še zlasti to velja za luksuzne dobrine, kar ugotavljata tako Thaler kot Kivetz (v De Meza in dr. 2008, 27–28). Namreč, nakup in potrošnja luksuznih dobrin pogosto zahteva nekakšno upravičenje in lahko posledično pri potrošnikih vzbudi notranji konflikt, ki pa ga je moč razrešiti prav s pomočjo miselnega računovodstva. Vendar pa Shefrin in Thaler opozarjata, da ima lahko nepričakovan dohodek povsem različne izide, in sicer spodbuja tako potrošnjo kot varčevanje. Namreč, zaradi načela različne alokacije in posledične privlačnosti premoženja ter miselne delitve finančnih virov na dohodek (angl. *income*) in premoženje (angl. *wealth*), imajo potrošniki tendenco, da trošijo sredstva predvsem iz naslova dohodka, medtem ko kategorijo premoženja raje puščajo nedotaknjeno in »na varnem«. Pripravljenost trošenja

⁶ Shefrin in Thaler (v Winnett in Lewis 1995, 438) sta tudi na podlagi lastnih analiz ugotovila, da mejna nagnjenost k potrošnji (*marginal propensity to consume*) enega dolarja premoženja na miselnih računih tekočih sredstev znaša skoraj 1.0, medtem ko je vrednost na računu bodočih dohodkov blizu 0. To pomeni, da se za vsako dodatno razpoložljivo enoto premoženja na posameznem računu (na primer 1\$), poraba poveča a) v prvem primeru za skoraj enako vrednost, tj. 1\$ in b) se v drugem primeru sploh ne poveča.

nepričakovanega dohodka je tako odvisna tudi od velikosti le-tega, in sicer tako, da so potrošniki bolj pripravljeni trošiti, če je nepričakovani dohodek glede na stalni dohodek manjši. Obratno pa velja pri večjih nepričakovanih zneskih; v slednjem primeru ga namreč obravnavajo kot del premoženja in ga tako raje premestijo na manj dostopne račune (varčevalni, rentni, pokojninski ipd.) (v Camerer in dr. 2003, 422).

Miselno računovodstvo je torej pomembno predvsem zaradi razumevanja psihologije izbire. Način okvirjanja (angl. *framing*) ali razporejanja sredstev in nakupov v miselne kategorije, račune in proračune ter pogostost izravnave miselnih računov ter druga načela lahko vplivajo na konkretno prakso upravljanja z denarjem.

3.4.2 Odlašanje

Mnogi raziskovalci kot ključno oviro pri spreminjanju vedenja posameznikov navajajo motivacijski prepad (angl. *motivational gap*) med namero in dejanskim vedenjem oziroma med tem, kaj ljudje izjavijo, da je za njih pomembno vedenje, in med tem, kaj potem dejansko počno (Dixon 2006, 43–45). Tako je denimo v raziskavi FSA kar 80% anketirancev pred upokojitveno dobo menilo, da jim državna pokojnina v obdobju upokojitve ne bo zagotovila želene ravni življenjskega standarda, vendar je po drugi strani le 37% ljudi tudi dejansko poskrbelo za lastno stabilno finančno prihodnost (Atkinson v Dixon 2006, 44). Vzrokov za ta motivacijski prepad je seveda nešteto, eden izmed njih pa lahko leži tudi v nagnjenosti ljudi k odlašanju.

Odlasjanje ima dolgo zgodovino in kratko znanstveno preteklost, saj se je dejavnejše znanstveno preučevanje tega fenomena začelo šele v začetku 90. let preteklega stoletja. Zgodovinska analiza pojava sugerira, da je odlašanje bilo in še vedno je precej široko razširjen problem, ki pa je pridobil še zlasti negativno konotacijo s pojavom industrijske družbe (Steel 2007, 66–67). Čeprav je zagotovo vsak posameznik že kdaj odlašal z določenim dejanjem ali opravilom, pa je z vidika raziskovalcev z najrazličnejših področij (od psihologije, zdravstva do financ), problematično predvsem t.i. kronično odlašanje (angl. *chronic procrastination*), kjer posamezniki ne odlašanje zgolj občasno, temveč le-to postane njihov življenjski stil.

Ferrari in drugi so v obsežni mednarodni raziskavi, v katero so vključili vzorce anglosaških (ZDA, Velika Britanija in Avstralija) in špansko–južnoameriških (Španija, Peru, Venezuela)

anketirancev, tako ugotovili, da je kronično odlašanje medkulturni pojav, ki se pojavlja pri 20 do 25 odstotkih populacije (2008). Številne druge raziskave, ki so preučevale odlašanje med študentsko populacijo, pa ugotavljajo, da kar 80–95% študentov občasno odlaša s študijskimi obveznostmi, 75% se jih smatra za odlaševalce, pri skoraj polovici pa je odlašanje stalno in predstavlja problematično oviro v njihovem študijskem življenju (v Steel 2007, 65).

Odlašanje tako avtorja Milgram in Tenne definirata kot »osebno lastnost (angl. *trait*) ali vedenjsko dispozicijo k prelaganju, zamujanju in posledično izogibanju izvedbi določene naloge ali sklenitvi odločitve« (2000, 141).

Steel ponuja razširjeno definicijo, pri kateri odlašanje pomeni »zavestno prelaganje nameravanega poteka dejanj, navkljub zavedanju možnosti, da se bo s tem položaj posameznika poslabšal« (2007, 66). Odlašanje označi za napako samonadzora (angl. *self-regulatory failure*) in ga dojema kot iracionalno vedenje, saj zavedanje možnosti poslabšanja posameznikovega položaja nasprotuje logiki maksimiziranja koristi, to je interesov, preferenc ali ciljev, ki so bodisi materialne (na primer denar) ali psihološke (na primer zadovoljstvo) narave.

Obstajajo različne taksonomije odlašanja, najbolj vplivni pa sta tisti avtorjev Normana Milgrama (2000) ter Josepha R. Ferrarija (v Steel 2010). Milgram tako identificira štiri vrste odlašanja, in sicer so to: 1) akademsko odlašanje, kjer gre za prelaganje študijskih obveznosti do zadnjega trenutka; 2) odlašanje vsakodnevnih rutinskih opravil (angl. *life routine procrastination*), ki ga definira kot težave posameznikov pri časovnem razporejanju vsakodnevnih opravil in njihovi pravočasni izvedbi; 3) odlašanje odločanja (angl. *decisional procrastination*), ki ga avtor pojmuje kot nezmožnost sprejemanja manj in bolj pomembnih odločitev v doglednem času; ter 4) kompulzivno odlašanje, kjer gre za odlašanje odločanja in odlašanje rutinskih opravil v eni osebi (2000, 141). Medtem ko Milgram vrste odlašanja oblikuje na podlagi domene, v kateri se to vedenje pojavlja (akademsko in vsakodnevno odlašanje), ter ravni manifestacije (tj. ali gre za odlašanje pri odločitvah ali pa pri končnih dejanjih), pa Ferrari svoj tridelni model odlašanja črpa iz domnevnih vzrokov za to početje. Avtor tako predlaga sledeče vrste odlašanja (2007): 1) odlašanje iz vznemirjenja (angl. *arousal procrastination*), 2) odlašanje zaradi izogibanja (angl. *avoidant procrastination*) in 3) odlašanje odločanja (angl. *decisional procrastination*). Pri prvi vrsti gre za odlašanje opravil zaradi potrebe po vznemirjenju, s katerim naj bi se posameznik izognil dolgočasu ter iskal priložnost za delo »pod pritiskom«. Vzrok za drugo vrsto pa odlašanja naj bi bila nizka

samozavest oziroma slaba samopodoba ter strah pred neuspehom, ki posameznika zadržuje pri izpolnjevanju določenih dejanj, ki bi lahko razkrile njegovo šibkost oziroma manjko kompetenc (prav tam, 459). Medtem ko gre pri prvih dveh vrstah odlašanja za vedenjsko odlašanje, pa gre pri zadnji za odlašanje pri sprejemanju odločitev. Ferrari je za merjenje odlašanja iz vznemirjenja uporabil Layevo mersko lestvico *General Procrastination Scale* (GP oz. GPS)⁷, v kateri so izpostavljeni zunanji stresorji, ki povečujejo raven vznemirjenja ob približevanju skrajnega roka izvedbe opravil. Odlašanje zaradi izogibanja pa je meril z mersko lestvico *Adult Inventory of Procrastination* (AIP)⁸, ki sta ga razvila McCown in Johnson (v Ferrari, 1995). Tu gre za splošno mersko lestvico, ki sprašuje po odlašanju najrazličnejših opravil, v katerih bi se lahko zrcalilo posameznikovo pomanjkanje kompetenc (prav tam).

Raziskovalci so se preučevanja odlašanja lotevali na najrazličnejših področjih ter skušali identificirati povezave in korelacije s številnimi dejavniki. Steel (2007) je tako empirično preučevanje odlašanja razdelil v štiri tematske sklope: na raziskave, ki so se osredotočale na 1) individualne razlike, 2) značilnosti opravila oziroma naloge, 3) rezultate odlašanja ter na 4) demografske dejavnike, ki prispevajo k razvoju tega pojava.

Prevladujoč fokus v raziskovalni literaturi so predvsem individualne razlike, kjer so se raziskovalci osredotočali na osebnost oziroma psihološka stanja t.i. kroničnega odlaševalca (angl. *chronic procrastinator*). Steel je tako analiziral številne raziskave, ki so preučevale povezanost odlašanja s t.i. velikimi petimi faktorji osebnosti (angl. »the big five«), med katere spadajo sledeči faktorji: nevroticizem oziroma čustvena stabilnost, ekstravertnost, sprejemljivost oziroma prijetnost, vestnost in odprtost (2007, 67–71). Številne raziskave so tako pokazale, da se odlašanje najpogosteje povezuje z dvema faktorjema: nevroticizmom in njegovimi poddimenzijami, kot so anksioznost, strah pred neuspehom ter nizka samozavest; ter z vestnostjo in sledečimi poddimenzijami: s pomanjkanjem motivacije, pomanjkljivim samonadzorom, pomanjkljivo sposobnostjo organizacije in drugimi (prav tam, 68–70).

⁷ GP vključuje 20 petstopenjskih trditev, kot so »Rojstnodnevna darila skoraj vedno kupujem v zadnjem trenutku«, »Številne naloge opravim nekaj dni po tistem, ko sem jih prvotno nameraval«, »Celo najnujnejše potrebščine ponavadi kupujem v zadnjem trenutku« in druge, ki nakazujejo potrebo po iskanju vznemirjenja.

⁸ AIP vključuje 15 petstopenjskih trditev, kot so »Bolj slabo se držim rokov«, »Moji prijatelji in družina mislijo, da z vsemi opravili čakam do zadnjega trenutka«, »Odlašanje stvari do zadnje minute me je v preteklosti že drago stalo« in druge.

Drugi sklop raziskav predpostavlja, da vzrok za odlašanje leži predvsem v zunanjih, to je okoljskih okoliščinah, in sicer v naravi opravila, ki se mu posameznik izogiba oziroma ga odlaga. Tu so avtorji identificirali dva pomembna dejavnika, in sicer časovno oddaljenost (angl. *timing*) nagrad in kazni ter averzivnost naloge (angl. *task aversiveness*). Časovna oddaljenost nagrad in kazni pomeni, da bolj ko je neko opravilo časovno oddaljeno, manj vpliva ima na odločitve ljudi. Implicira tudi, da ljudje preferiramo opravila, ki so bližje sedanjosti, saj jih vrednotimo višje v primerjavi s tistimi, ki se bodo šele zgodila. To se zgodi, ker ljudje težimo k takojšnji zadovoljitvi (angl. *instant gratification*) ter zaradi negotovosti udejanjenja časovno oddaljenih dogodkov (Steel 2007, 68). Še zlasti plodno je bilo preučevanje tega dejavnika na področju vedenjske ekonomije, kjer sta avtorja Loewenstein in Elster oblikovala ekonomski model medčasovne izbire (angl. *intertemporal choice*) oziroma diskontirane koristnosti (angl. *discounted utility*). Drugi pomembni dejavnik značilnosti opravila, s katerim posameznik odlaša, pa je stopnja, do katere je naloge posamezniku odbijajoča. Gre za opravila, ki so posamezniku neprijetna oziroma do njih čuti odpor, ki tudi botruje temu, da z njimi odlaša (prav tam). Ferrari sklepa, da gre za opravila, ki razkrivajo šibkost oziroma pomanjkanje posameznikovih kompetenc. Zaradi strahu pred neuspehom s takimi opravili raje odlaša, kljub zavedanju možnosti, da bo le-to pripeljalo še do večjega neuspeha (2008).

Čeprav je najbolj plodno področje preučevanja odlašanja raziskovanje študentske populacije in vpliva te lastnosti na njihove akademske dosežke (na primer odlašanje učenje ali priprav različnih študijskih nalog), pa so se preučevanja tega pojava zaradi njegovih »dragih« posledic lotili tudi vedenjski ekonomisti. Vedenjski ekonomisti so inkorporirali odlašanje v ekonomsko teorijo, in sicer v obliki časovnega diskontiranja (angl. *temporal discounting*) (v Steel 2007), pri katerem velja načelo, da bolj, kot je določena nagrada oddaljena od sedanjosti, manjša je njena koristnost. Osnovna ideja je torej, da ljudje bolj vrednotijo sedanje, takoj dosegljive stvari ali dogodke, čeprav je dejanska, absolutna vrednost (na primer 100€ danes ali 110€ jutri) prihodnje nagrade večja od vrednosti sedanje.

Še eno področje financ, v katerem igra odlašanje precejšnjo vlogo, je pokojninsko varčevanje oziroma še zlasti pomanjkanje le-tega. Kljub temu, da je denimo v raziskavi iz Velike Britanije več kot 80% ljudi v pred dobo upokojitve trdilo, da jim vladna pokojnina ne bo zadostovala za doseganje želenega življenjskega standarda, je samo 37% že začelo z zagotavljanjem sredstev za obdobje starosti (Atkinson in dr. 2006). Avtorja Rabin in O'Donoghue sta v svoji raziskavi vpliva odlašanja na pokojninsko varčevanje ugotovila, da

ljudje pri načrtovanju pokojninskega varčevanja izražajo močno pristranskost obstoječega stanja (angl. *status quo bias*), kar pomeni, da ljudje ohranjajo varčevanje v okviru obstoječega investicijskega načrta, kljub temu da ta ni najbolj optimalen zanje, preprosto zato, ker se »ne spravijo« spremeniti oziroma zamenjati dano varčevalno shemo (1998, 25). Poleg tega avtorja ugotavljata, da ljudje izražajo tudi močno nagnjenost k upoštevanju kratkoročnih spodbud, odlašanje pa je precej manjše tudi, če so postavljeni pred jasno določene časovne roke (1998, 26–27).

Po osvetlitvi interdisciplinarnega področja vedenjske ekonomije in po razlagi izbranih psiholoških konceptov vedenjske ekonomije bom prešla na obravnavo finančnega vedenja potrošnikov. Ta je tudi fokus diplomskega dela in bo v empiričnem delu prevzelo vlogo središčne preučevane, tj. odvisne spremenljivke.

4 FINANČNO VEDENJE POTROŠNIKOV

4.1 Osebnne finance in hipoteza življenjskega cikla

Področje upravljanja z osebnimi financami je izjemno široko in zajema številne dejavnosti, od osnovnih, kot je vsakodnevno upravljanje z denarnim tokom, do sofisticiranih, pod katere prištevamo različne vrste vlaganja. Hilgert, Hogert in Beverly tako predlagajo zelo široko in splošno kategorizacijo finančnih praks, kjer si le-te sledijo hierarhično, in sicer po (normativni) »nujnosti« in kompleksnosti, posebej pa dodajajo še druge finančne aktivnosti, kot je nakup/lastništvo nepremičnin, izračunavanje davkov ipd. (2003, 310):

- 1) Upravljanje z denarnim tokom (*cash-flow management*) in obvladovanje osebnega proračuna (*budgeting*)
- 2) Izposojanje
- 3) Varčevanje
- 4) Vlaganje

Področje preučevanja osebnih financ oziroma financ gospodinjstva je v zadnjih desetletjih pritegnilo precej pozornosti, vendar Cambell opozarja, da področju kljub temu še vedno primanjkuje primernih definicij in legitimen status znotraj ekonomije (2006, 1553).

Ekonomija se je na področju financ namreč primarno osredotočala na korporativne finance, kjer gre za preučevanje rabe finančnih instrumentov s strani podjetij za doseganje lastnih interesov, in ne toliko na finance gospodinjstev. V tem kontekstu je razumljivo, da gre pri preučevanju financ potrošnikov oziroma gospodinjstev po analogiji s podjetji za ugotavljanje načina rabe finančnih instrumentov za doseganje njihov »mikro« ciljev. Pri tem je potrebno upoštevati določene specifike, kot so daljše, vendar časovno omejeno načrtovanje finančne prihodnosti, razpolaganje s pomembnim nemenjalnimi viri, kot je človeški kapital; razpolaganje z nelikvidnimi viri (nepremičnine), soočanje z omejitvami pri posojilih, ipd. (prav tam).

Tako kot na drugih področjih ekonomije, je tudi raziskovanje financ lahko bodisi pozitivno ali normativno. Prvo *opisuje* dejansko vedenje in prakse ekonomskih agentov (potrošnikov, gospodinjstev, podjetij itd.), medtem ko drugo *predpisuje*, kakšno bi to vedenje in prakse morale biti. Kot je bilo nakazano že skozi celotno diplomsko delo, področje osebnih financ predstavlja poseben izziv, ravno zaradi odstopanja med normativnim finančnim vedenjem potrošnikov, k doseganju katerega težijo finančni izobraževalni programi, in njihovim dejanskim finančnim vedenjem.

Najbolj uveljavljena ekonomska teorija finančnega vedenja (zadolževanja in varčevanja) je t.i. **hipoteza življenjskega cikla** (angl. *life-style hypothesis*), ki sta jo že leta 1954 oblikovala Modigliani in Brumberg (Gunnarson in Wahlund 1997, 205–206; Ferk 2007, 37–38). Čeprav je bila v času nastanka zastavljena kot pozitivni model, ki naj bi v določeni meri odražal dejansko stanje finančnega ciklusa potrošnikov, pa je zaradi spremenjenih družbenih, demografskih in gospodarskih sprememb, vse večje kompleksnosti in tveganosti sedaj prevzela status normativne teorije. Kot tâko jo mnogo oblikovalcev politik skuša vključiti v programe finančnega izobraževanja, saj naj bi njena ključna načela služila kot vodilo potrošnikom pri zastavljanju njihovih finančnih ciljev.

Model življenjskega cikla se osredotoča na razvoj varčevanja in potrošnje ter na akumulacijo ter deakumulacijo finančnih virov in premoženja skozi celoten življenjski cikel gospodinjstva. Ključna ideja te hipoteze je predpostavka o glajenju potrošnje (angl. *consumption something*), katere bistvo je relativna stabilnost ravni potrošnje skozi različne faze življenjskega ciklusa gospodinjstva glede na nihanje dohodka. Gospodinjstva stabilnost potrošnje ohranjajo tako, da razvarčujejo oziroma se zadolžujejo, ko je dohodek nizek, in obratno – varčujejo, ko je visok.

Tako naj bi gospodinjstva v obdobju, ko je dohodek (glede na povprečni dohodek v življenjskem obdobju) nizek, razvarčevala oziroma se zadolževala, da bodo lahko financirala tekočo potrošnjo, kar velja še zlasti za mlade v začetnem obdobju njihove zaposlitve. Ko se gospodinjstvo stara in dohodek narašča, se zmanjšuje tudi njegova zadolženost, in ko so dolgovi odplačani, gospodinjstvo začne kopičiti premoženje. V kasnejšem življenjskem obdobju, torej v času upokojitve, spet razvarčuje, s tem, ko porablja predhodne zaslužke in zmanjšuje premoženje.

Model življenjskega cikla je bil v zadnjih desetletjih empirično preverjen, kritiziran in prečiščen, tako da vključuje možnost likvidnostnih omejitev, nepredvidenih življenjskih dogodkov, možnost daljšanja življenjske dobe, zapuščinske motive in druge korektive (Shefrin in Thaler 2003, 435–443; Ferk 2007, 40; Lyons in Neelakantan 2008, 107). Vendar, kot že rečeno, še vedno služi kot normativni model finančnega vedenja, h kateremu težijo številni izobraževalni programi.

Čeprav so področja finančnega vedenja potrošnikov, ki jim akademiki ponavadi namenjajo največ pozornosti, izposojanje, varčevanje in še zlasti plodno področje naložb, pa se bomo v tem delu omejili na finančno vedenje, ki po mnenju tako oblikovalcev politik in pragmatikov velja za osnovno finančno vedenje, to je upravljanje z denarjem (angl. *money management*).

4.2 Upravljanje z denarjem

Čeprav je upravljanje z denarjem na ravni potrošnikov precej malo akademsko raziskano področje (Karlsson in dr. 2004, 756), pa je to toliko bolj priljubljena tema finančnih svetovalcev, finančnih izobraževalnih programov in drugih pragmatično usmerjenih raziskovalcev (Miš–Svoljšak 2001, 10–19; Kempson in dr. 2006). Finančni svetovalci s področja osebnih financ se strinjajo, da je upravljanje z denarjem oziroma proračunom temelj uspešnega upravljanja z osebnimi financami, saj služi kot izhodišče za optimiziranje potrošnje in doseganje drugih finančnih ciljev, kot so varčevanje, izposojanje ter vlaganje (Miš–Svoljšak 2001, 12).

Zaradi pomanjkanja akademskega raziskovanja, pojem »upravljanje z denarjem« ne nudi enotne, rigidne definicije. Kirchler tako recimo pod ta pojem vključuje vsakodnevno upravljanje denarnega toka (angl. *cash-flow management*), načrtovanje (angl. *planning*),

obladovanje proračuna (angl. *budgeting*) in poravnavanje tekočih obveznosti (na primer plačevanje računov) (v Karlsson in dr. 2004, 756).

Kempson, Collard in Moore pa v svoji raziskovalni študiji o finančni zmožnosti med upravljanje z denarjem prištevajo sledeče dejavnosti (2005, 64–65):

- Beleženje stanja (angl. *record-keeping*) in ocena trenutnega finančnega stanja
- Obvladovanje osebnega oziroma družinskega proračuna (angl. *budgeting*)
- Načrtovanje za nepredvidene izdatke (angl. *planning for »lumpy« expenditures*)

Hilgert, Hogarth in Beverly pa tem dejavnostim dodajajo še (2003, 310):

- Redno poravnavanje finančnih obveznosti
- Mesečno izravnavanje proračunske bilance
- Razpolaganje s tekočim računom

Finančni svetovalci trdijo, da je ključno izhodišče uspešnega upravljanja z denarjem **redno beleženje in ocena trenutnega finančnega stanja**. Pri tem izpostavljajo pomembnost organiziranega shranjevanja dokumentov, kot so računi, potrdila, izkazi itd., ki so del finančnega poslovanja potrošnikov, pri čemer gre dejansko za prakso osebnega knjigovodstva. Pri beleženju finančnega stanja je pomembna vzpostavitev bilance; na eni strani prihodkov in premoženja ter naložb (prihrankov, naložb, kot so nepremičnine, premičnine, delnice, vrednostni papirji ipd.) ter na drugi strani virov, s katerimi so te naložbe financirane (prihranki iz mesečnih plač, posojila, darila ipd.) (Miš–Svoljšak 20001, 14–15).

Naslednja dejavnost je **upravljanje s proračunom**, ki vključuje oblikovanje določenih kategorij, oceno stroškov in prihodkov ter spremljanje le-teh v izbranem časovnem obdobju. Namen načrtovanja prihodkov in stroškov je identificiranje finančnih problemov potrošnikov, iskanje rešitev zanje ter določanje dejanskih možnosti za spremembo posameznikovih ali družinskih razvad in napak pri ravnanju z denarjem (prav tam, 16).

Tu je pomembno predvsem določanje kategorij prihodkov ter izdatkov, saj posamezniki z njimi lažje pridejo do podatkov, ki usmerjajo njihove finančne odločitve. Razčlenitev in natančnost kategorij je odvisna od življenjske in naložbene naravnosti potrošnikov. Tako bodo na primer v primeru obnove stanovanja tovrstne kategorije bolj razdelane, če pa je potrošnik precejšnji vlagatelj, bo natančneje oblikoval ta vidik kategorij.

V Preglednici 1.4 je razviden prikaz upravljanja s proračunom s pomočjo delitve in podrobne kategorizacije običajnih stroškov in prihodkov gospodinjstva.

Preglednica 4.1: Kategorije in podkategorije prihodkov in stroškov

PRIHODKI		STROŠKI	
Kategorija	Podkategorija	Kategorija	Podkategorije
Prihodki družinskih članov	plača, dnevnice, prevoz, štipendija	Stanovanje	vzdrževanje, dograjevanje, pohištvo, gospodinjski aparati, popravila, čiščenje, vrt, ostalo
		Zavarovanja	zdravstveno, nezgodno, življenjsko, dodatno, avto
		Vračila posojil	hipotekarnih, potrošniških, študentskih ...
		Varčevanja	kratkoročno, dolgoročno, rentno ...
		Večje investicije	
Posojila		Redni stroški	vrtec, članarine, najemnina, elektrika, voda/komunala, ogrevanje, telefon/mobitel, tv/internet, plin
Darila		Hrana, gospodinjstvo	vsakodnevni nakupi, restavracije, malice, šolska prehrana
Ostalo (izredni prihodki)	regres, 13. plača, honorarji	Oblačila in obutev	oblačila in obutev
		Osebna nega	higienski pripomočki, kozmetika, ostalo
		Avto	gorivo, registracija, zavarovanje, vzdrževanje, ostalo
		Izobraževanje	knjige, tečaji, šolske potrebščine
		Prosti čas	elektronika, časniki/revije/knjige, igrače/igre, kino/gledališče/kulturne prireditve/koncerti/športni dogodki, športna udejstvovanja (fitness,tenis, itd.), športna oprema, zabave/prijatelji, itd.
		Počitnice	hrana, namestitev, stroški potovanja, vstopnine–cestnine, spomniki, darila, ostalo
		Zdravje	zdravila, zdravniška oskrba
		Darila	
		Ostalo	izgube/kraje, priboljški/luksuz, male živali, ostalo

Vir: Povzeto po Miš–Svoljšak (2001) in Zvezi potrošnikov Slovenije (2010).

5 EMPIRIČNI DEL

5.1 Opredelitev raziskovalnega problema

Finančno vedenje potrošnikov je še zlasti v času gospodarske krize postalo fokus raziskovalcev, teoretikov ter oblikovalcev politik s številnih področij, pri čemer izstopata dve usmeritvi. Prva je klasična usmeritev, ki jo prevzemajo predvsem oblikovalci politik in katera predpostavlja, da je ključ do »optimiziranja« finančnih praks potrošnikov finančno izobraževanje in izboljševanje njihove finančne pismenosti oziroma zmožnosti. Druga pa je vedenjska ekonomija, ki skuša osvetliti (splošne in specifične) psihološke podstatu ekonomskega vedenja posameznikov. Osrednji fokus diplomskega dela je finančno vedenje in razumevanje dejavnikov, ki nanj vplivajo oziroma so povezani z njim. Ker je finančno vedenje obsežen pojem, se bom osredotočila na osnovno prakso upravljanja z denarjem, prav tako pa se bom omejila na tri izbrane dejavnike. Raziskovalni problem naloge je tako večdimenzionalen. Izhajala boma iz predpostavke prevladujoče ekonomske usmeritve, pri kateri se večje finančno znanje odraža tudi v bolj optimalnem finančnem vedenju. Preverjala boma tudi dva izbrana psihološka koncepta vedenjske ekonomije, to sta odlašanje in miselno računovodstvo. Ker predpostavljam, da so upravljanje z denarjem in opravila, ki so vezana na to finančno prakso (beleženje izdatkov in prihodkov, shranjevanje računov ipd.), za marsikoga neprijetna in terjajo precejšnjo mero discipline, tudi sklepam, da nanje vpliva posameznikova splošna tendenca k odlašanju. Ker je psihološki koncept miselnega računovodstva tudi najbolj soroden finančni praksi upravljanja z denarjem, bom preverjala, ali med njima obstaja dejanska povezava ter skušala ugotoviti naravo le-te.

5.2 Opredelitev hipotez

- 1) Potrošniki z višjim finančnim znanjem izkazujejo boljše finančne prakse.
- 2) Potrošniki, ki ne odlašajo, se bolj optimalno finančno vedejo.
- 3) Miselno računovodstvo vpliva na finančne prakse potrošnikov.

5.3 Metoda

Za preučevanje omenjenega raziskovalnega problema sem se odločila za izbiro kvantitativne metode, in sicer sem za pridobitev primarnih podatkov uporabili spletno anketo, pri kateri so anketiranci izbirali med odgovori zaprtega tipa. Anketa je potekala februarja letos, in sicer v obdobju od 1. do 28.2. 2010. Vključevala je pet sklopov vprašanj (glej Vprašalnik v prilogi):

- 1. sklop vprašanj je bil pripravljalnega tipa
- 2. sklop je vključeval trditve o odvisni spremenljivki »Finančno vedenje«
- 3. sklop je vključeval trditve o neodvisnih spremenljivkah »Miselnost računovodstva« in »Odlaganje«
- 4. sklop je vključeval vprašanja o spremenljivki »Finančno znanje«
- Zadnji sklop vprašanj je bil namenjen pridobivanju sociodemografskih podatkov.

Za statistično analizo sem uporabila statistični program SPSS (18.0).

5.4 Opis vzorca

Vzorec je bil dvostopenjski nenaključni, kjer so bile enote na prvi stopnji izbrane na način najlažje dosegljivih enot (preko spletnega socialnega omrežja), na drugi stopnji pa po sistemu snežne kepe. Tak način je sicer najbolj enostaven in priročen, omogoča tudi hitro pridobivanje podatkov, vendar je zaradi nenaključnega izbiranja enot v vzorec le-ta seveda nereprezentativen. To onemogoča ugotavljanje kakovosti statističnih parametrov in posledično tudi ni možno posploševati ugotovitve na celotno populacijo, kar je tudi ključna pomanjkljivost. Končno število izbranih enot je bilo 170 oseb, končna populacija pa so bili mladi odrasli stari od 20 do 30 let.

Zastavljena so bila vprašanja o sledečih sociodemografskih spremenljivkah:

Preglednica 5.1: Sociodemografske spremenljivke

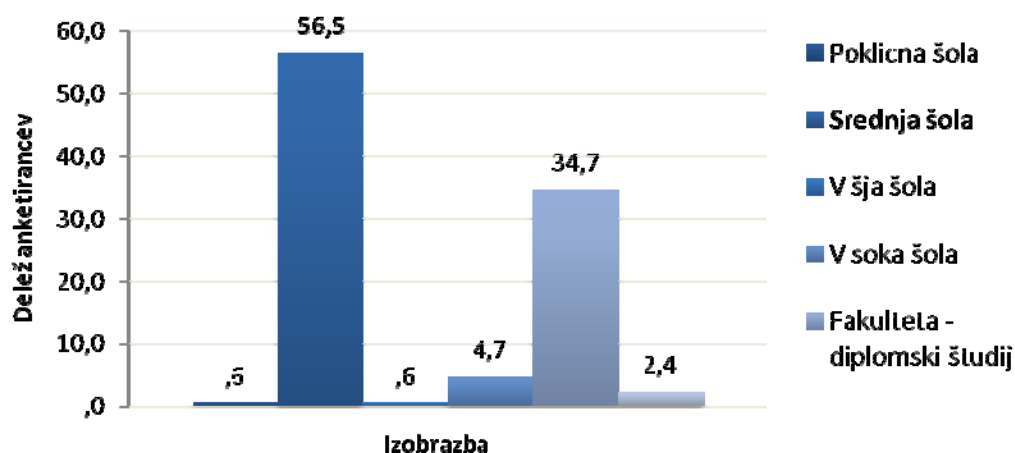
Spremenljivka	N	Največji delež anketirancev	Najmanjša vrednost spremenljivke	Najvišja vrednost spremenljivke
Starost	170	25 let	20 let	30 let
Dokončana izobrazba	170	Fakulteta –	Osnovna šola	Magistrski

		diplomski študij		študij
Skupno število članov v gospodinjstvu	170	3	1	5
Tip gospodinjstva	170	Starši s polnoletnimi otroki	/	/
Povprečni osebni mesečni dohodek	167	901–1200€	do 300€	nad 1501€
Povprečni mesečni dohodek celotnega gospodinjstva	168	1001–2000€	do 1000€	nad 4001€

Vzorec je vključeval 61% žensk in 39% moških. Starostni rang anketirancev je segal od 20 do 30 let, njihova povprečna starost je znašala 25 in pol let, največji delež so predstavljali anketiranci, stari 25 let, in sicer 42%. Razen tistih, ki so bili bodisi leto mlajši ali starejši, pa so ostali starostni razredi zavzemali nizke deleže (od 1–5%). Pri spremenljivki dokončana izobrazba sta najbolj izstopali kategoriji »srednja šola« in »fakultetni diplomski študij«, in sicer v prvo spada 56% anketirancev, v drugo pa za petino manj, tj. 35%. Največji delež so zavzemali tisti anketiranci, ki živijo v gospodinjstvu s 3 člani (28%), glede tipa gospodinjstva pa je najbolj prevladovala kategorija »Starši s polnoletnimi otroki« (46,1%). Največ anketirancev mesečno prejema med 901 in 1200€ (28%), pri dohodkih celotnega gospodinjstva je največji zavzemal dohodkovni razred od 1001–2000€ mesečno (27%), z odstotkom manj pa mu je sledil razred od 2001–3000€ mesečno.

V nadaljevanju je podan tudi grafični prikaz posameznih demografskih spremenljivk, kjer je natančneje razvidna celotna sociodemografska struktura vzorca.

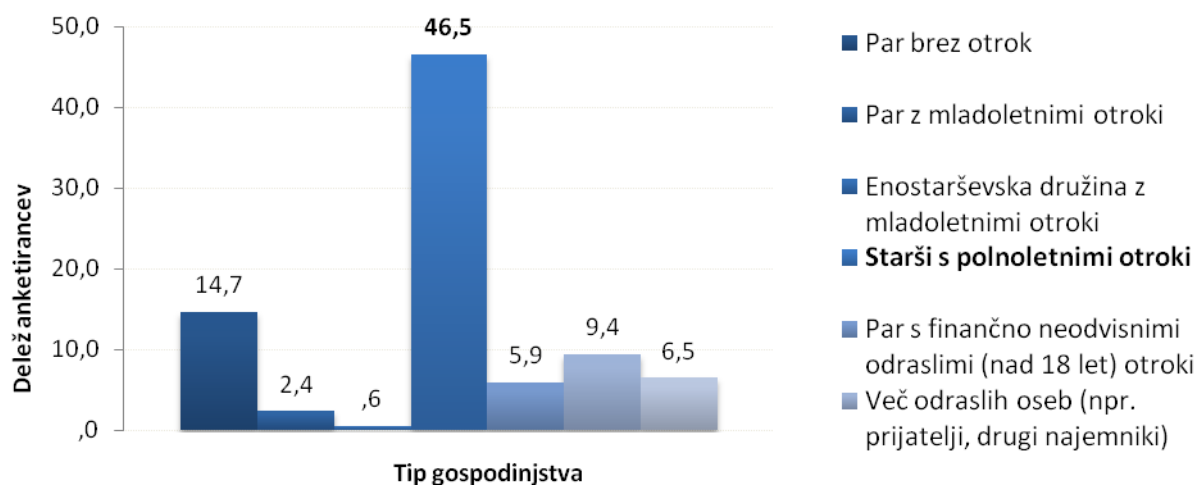
Slika 5.1: Izobrazbena sestava vzorca



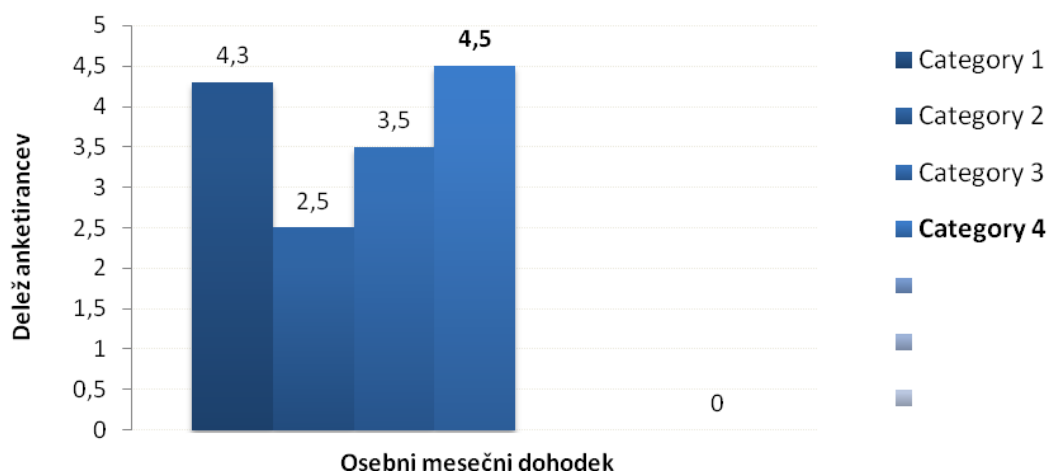
Slika 5.2: Skupno število članov v gospodinjstvu



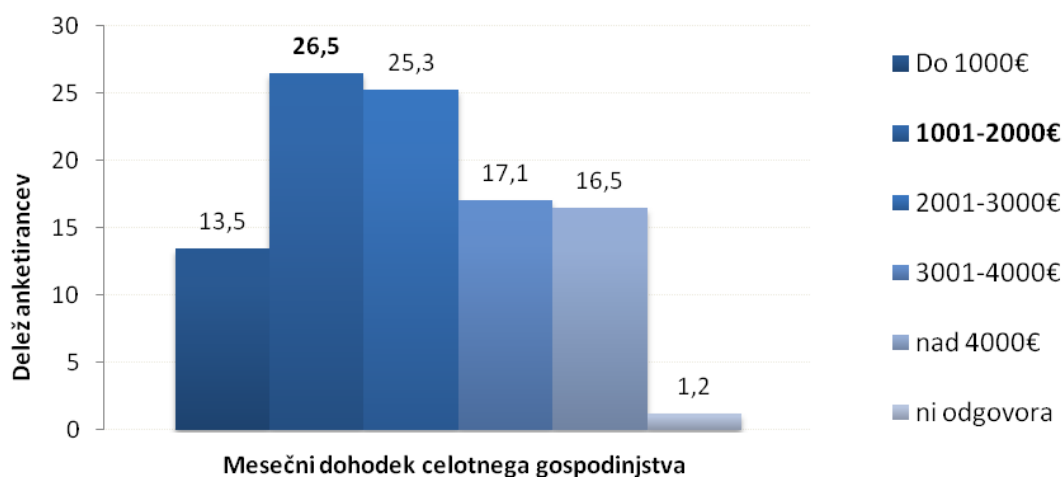
Slika 5.3: Tip gospodinjstva



Slika 5.4: Povprečni osebni mesečni dohodek



Slika 5.5: Povprečni mesečni dohodek gospodinjstva



5.5 Operacionalizacija spremenljivk

Kot že poprej omenjeno, sem za preverjanje raziskovalnega vprašanja izbrala odvisno spremenljivko »Finančno vedenje«, ter tri neodvisne spremenljivke; psihološki spremenljivki 1) »Miselno računovodstvo« in 2) »Odlašanje« ter spremenljivko 3) »Finančno znanje«. V nadaljevanju bom za vsako od njih razložila postopek operacionalizacije, podala opisne statistike ter jih ponazorila tudi z grafično.

5.5.1 Finančno vedenje

Pri tej odvisni spremenljivki je pomembno poudariti, da gre za poročane prakse anketirancev in ne za dejansko vedenje, do katerega bi prišli denimo z metodo opazovanja ali pa z analizo posrednih podatkov, in zato obstaja možnost, da se dejansko vedenje precej razlikuje od poročanega.

Spremenljivko finančno vedenje sem merila z 12 trditvami, na katere so anketiranci odgovarjali s pomočjo 5–stopenjske Likertove lestvice, pri čemer je (1) pomenilo »Sploh ne drži«, (2) »Ne drži«, (3) »Deloma drži, deloma ne drži«, (4) »Drži« in (5) »Popolnoma drži«. Izhodiščni vprašalnik je vključeval tudi trditev »Natančno (do 10 €) poznam stanje na varčevalnem bančnem računu«, ki pa je bila naknadno izključena iz analize, saj relativno visok delež anketirancev (40%) sploh ni razpolagal z lastnim varčevalnim računom. Trditve so bile tako afirmativne (označene s +) kot negativne (označene z –), oblikovala pa sem jih na podlagi priporočenih finančnih praks iz priročnika o upravljanju osebnih financ (Miš–Svoljšak 2001).

Preglednica 5.2: Trditve, zajete v spremenljivki Finančno vedenje

1+	Natančno poznam znesek vseh svojih prejemkov, vključno z raznimi dodatki.
2–	Nisem prepričan(a), koliko denarja imam sposojenega v obliki posojil, limitov, kreditnih kartic...
3+	Natančno (do 10 €) poznam stanje na tekočemu bančnem računu.
4–	Redko skrbno pregledam in preberem vsebino vseh pomembnejših dokumentov (na primer računov in zavarovalne polic), preden jih arhiviram.
5+	Običajno skrbno preverim prispele bančne izpiske.
6–	Redko urejam (arhiviram) svojo domačo dokumentacijo (račune, bančne izpiske ...).
7–	Račune plačujem z denarjem, ki sem ga namenil(a) za čisto druge stvari (počitnice, prosti čas...)
8+	Običajno načrtujem svoje stalne (fiksne) izdatke.
9–	Beleženje vsakodnevnih izdatkov se mi zdi popolna izguba časa.
10+	Vselej imam nekaj sredstev med prihranki, da lahko pokrijem nepričakovane izdatke.

Vse te trditve sem v SPSS–u združila v agregatno spremenljivko »Finančno vedenje«. Najprej sem negativnim trditvam rekodirala oziroma pretvorila vrednosti tako, da so bile poenotene z afirmativnimi, nato pa s funkcijo Compute seštel vrednosti vseh zgoraj navedenih

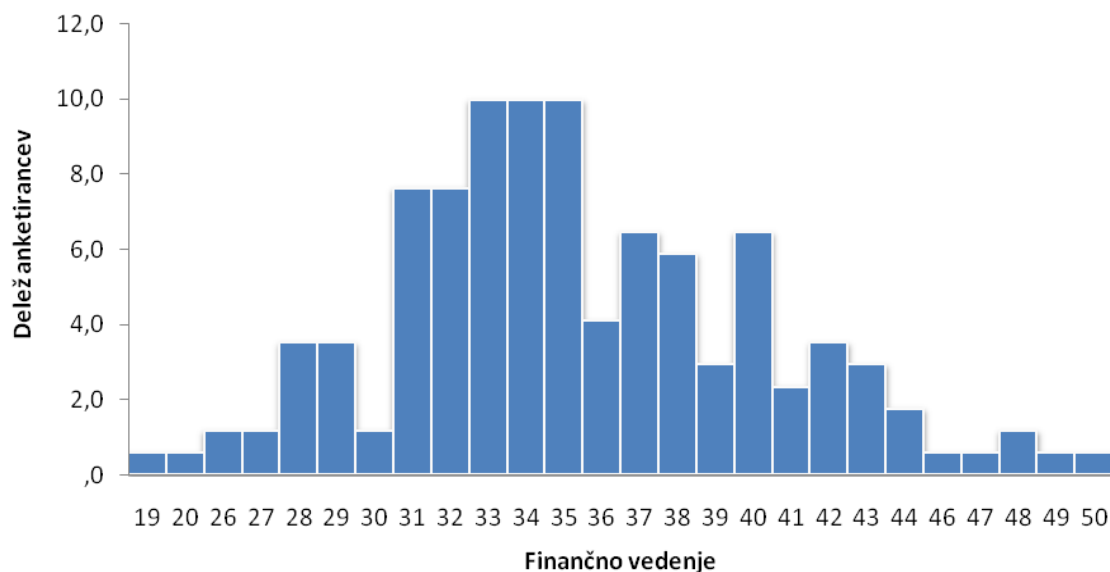
spremenljivk. Razpon vrednosti spremenljivke bi tako segal od minimalno 10 do maksimalno 50 točk, pri čemer velja, da višja, kot je vrednost, bolj »optimalne« so finančne prakse potrošnikov. To pomeni, da se tisti z višjo vrednostjo spremenljivke Finančno vedenje bolj zavedajo svojega finančnega stanja, skrbno spremljajo in beležijo prejemke ter odhodke, vestno in sproti poravnavajo finančne obveznosti ter načrtujejo svoje izdatke tudi v primeru nepričakovanih finančnih obveznosti.

Veljavnih odgovorov je bilo 165, manjkajočih vrednosti je bilo 5, dejanske vrednosti anketirancev so se gibale od 19 do 50, povprečno število doseženih točk je bilo 35, s standardnim odklonom 5. Finančno vedenje je bilo asimetrično v levo, kar pomeni, da se večina odgovorov gravitira k bolj optimalnim finančnim praksam. To lahko bodisi odraža dejansko stanje, možna razlaga za to porazdelitev pa je tudi, da gre za socialno zaželeno odgovore. V času gospodarske recesije slabo upravljanje s finančnimi sredstvi in proračunom zagotovo ni praksa, ki bi pri drugih izzvala odobravanje, temveč ravno obratno. Smotrno upravljanje s proračunom je v časih krize zagotovo zaželeno in spodbujano, kar pa lahko pripomore tudi k pristranskemu poročanju bolj optimalnega finančnega vedenja kot pa ga potrošniki izvajajo dejansko.

Preglednica 5.3: Opisne statistike spremenljivke Finančno vedenje

Statistics		
Miselno računovodstvo		
N	Valid	165
	Missing	5
Mean		35,30
Std. Deviation		5,089
Skewness		,213
Std. Error of Skewness		,189
Kurtosis		,794
Std. Error of Kurtosis		,376
Minimum		19
Maximum		5'

Slika 5.6: Finančno vedenje



5.5.2 Miselno računovodstvo

Spremenljivka Miselno računovodstvo je zajeta s petimi trditvami, ki sem jih oblikovala na podlagi teoretičnih predpostavk, zajetih v 4. poglavju. Anketiranci so tako kot pri prejšnji spremenljivki izbirali med odgovori na 5–stopenjski Likertovi lestvici, pri čemer je 4. trditev negativna in ima torej obratno vrednost kot ostale.

Preglednica 5.4: Trditve, zajete v spremenljivki Miselno računovodstvo

1+	Denar v mislih razporejam med različne kategorije izdatkov, ki jih med seboj tudi jasno ločujem (te kategorije so recimo: stroški bivanja, hrana, obleka, prosti čas, priboljški, ipd.)
2+	Če ta mesec na primer za »prosti čas« potrošim več sredstev, kot jih imam na voljo, bom v naslednji mesec za to potrošil(a) manj.
3+	Le redko denar iz ene kategorije izdatkov (na primer hrana in pijača) potrošim za drugo kategorijo (na primer obleka in obutev).
4–	Denar, namenjen za varčevanje, velikokrat potrošim za tekoče stroške.
5+	Kadar denar varčujem namensko (na primer za nakup avta, računalnika, za počitnice), je ta denar – razen za konkretni namen – zame »nedotakljiv«.

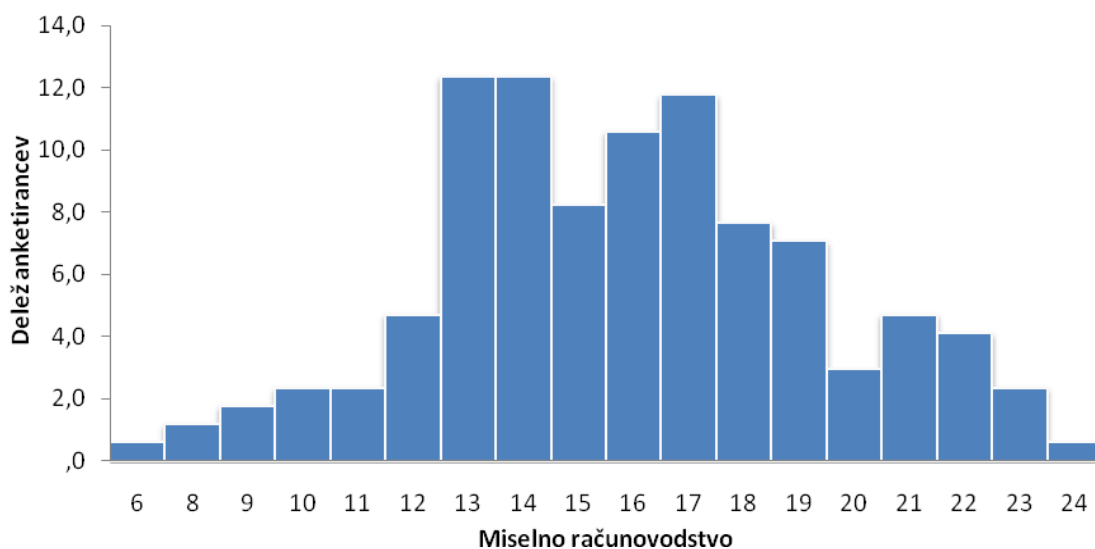
Tako kot pri spremenljivki Finančno vedenje sem s funkcijo Compute seštel vrednosti vseh zgoraj navedenih spremenljivk. Razpon vrednosti spremenljivke bi tako segal od minimalno 5 do maksimalno 25 točk, pri čemer velja, da višja, kot je vrednost, bolj anketiranci sledijo

načelom miselnega računovodstva. Dejanske vrednosti anketirancev so se gibale od 6 do 24, s povprečno vrednostjo okoli 16 točk in standardnim odklonom 3,5, nizke mere sploščenosti in asimetričnosti pa nakazujejo skoraj normalno porazdelitev.

Preglednica 5.5: Opisne statistike spremenljivke Miselno računovodstvo

Statistics		
Miselno računovodstvo		
N	Valid	166
	Missing	4
Mean		15,87
Std. Deviation		3,484
Skewness		,041
Std. Error of Skewness		,188
Kurtosis		-,182
Std. Error of Kurtosis		,375
Minimum		6
Maximum		24

Slika 4.7: Miselno računovodstvo



5.5.3 Odlašanje

Spremenljivko »Odlasjanje« sem merila s šestimi trditvami, na katere so anketiranci odgovarjali s 5–stopenjsko Likertovo lestvico. Razen trditve »Držim se načela »Ne odlašaj na jutri, kar lahko storiš danes««, je bilo ostalih pet vprašanj povzetih po vprašalniku *Adult Inventory of Procrastination (AIP)*, avtorjev McCown and Johnson iz leta 1989 (v Ferrari

2008). Originalni vprašalnik zajema 15 trditve, ki se nanašajo na različne oblike in primere odlašanja, merjenih s 5–stopenjsko Likertovo lestvico. Za potrebe pričujoče raziskave so bila iz AIP vprašalnika izbrana vprašanja 1, 7, 10, 14 in 15, dopolnili pa sem jih še s trditvijo »Držim se načela 'Ne odlašaj na jutri, kar lahko storiš danes'«. Ta ima tudi edina obratno vrednost kot ostale trditve, ki so vse oblikovane tako, da pozitivno merijo odlašanje.

Preglednica 5.6: Trditve, zajete v spremenljivki Odlašanje

1–	Držim se načela »Ne odlašaj na jutri, kar lahko storiš danes«.
2+	Moji prijatelji in družina menijo, da z vsemi opravili vedno čakam do zadnje minute.
3+	Prijatelji so že navajeni, da na srečanja pogosto zamujam.
4+	Pri opravkih mi pogosto zmanjkuje časa.
5+	Pogosto imam težave z opravljanjem nalog v zadanem roku
6+	Odlasjanje opravkov in odločitev me je pogosto drago stalo.

*Adult Inventory of Procrastination (AIP)

Postopek sem ponovila tudi pri spremenljivki Odlašanje, kjer sem seštel vrednosti vseh zgoraj navedenih spremenljivk. Razpon vrednosti spremenljivke bi tako segal od minimalno 6 do maksimalno 30 točk, pri čemer velja, da višja, kot je vrednost, bolj so anketiranci nagnjeni k odlašanju – bolj pogosto zamujajo, imajo težave z opravljanjem nalog v zadanem roku, jim pogosto zmanjkuje časa, zaradi odlašanja pa so pogosto imeli tudi (finančne) težave.

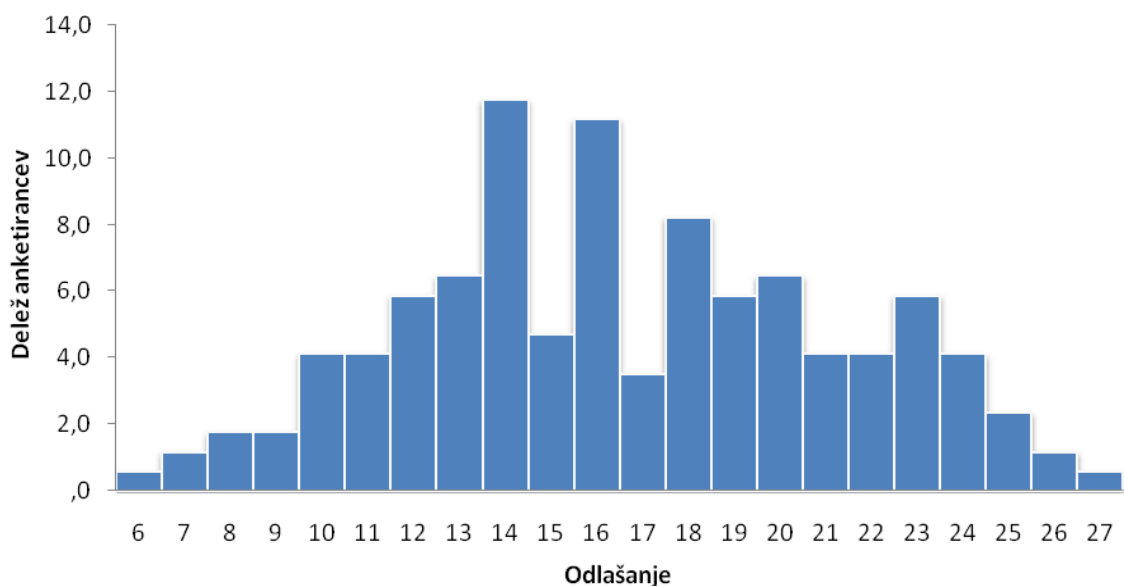
Dejanske vrednosti anketirancev so se gibale od 6 do 24, v povprečno vrednostjo okoli 16 točk in standardnim odklonom 3,5, mere sploščenosti in asimetričnosti pa nakazujejo odstopanje od normalnosti.

Preglednica 5.7: Opisne statistike spremenljivke Odlašanje

Statistics		
Odlasjanje		
N	Valid	170
	Missing	0
Mean		16,63
Median		16,00
Std. Deviation		4,645
Skewness		,078
Std. Error of Skewness		,186
Kurtosis		–,699
Std. Error of Kurtosis		,370
Range		21

Minimum	6
Maximum	27

Slika 5.7: Odlaganje



5.5.4 Finančno znanje

To spremenljivko sem merila s pomočjo osmih vprašanj, kjer so anketiranci izbirali med štirimi ponujenimi odgovori, od katerih je bil pravilen eden, vedno pa je bila ponujena tudi možnost odgovora »Ne vem«.

Preglednica 5.8: Trditve, zajete v spremenljivki Finančno znanje*

1	Proces upravljanja z denarjem se začne s pregledom trenutnega finančnega stanja
2	Izdatki za hrano in oblačila spadajo pod redne izdatke
3	Redni izdatki so težje predvidljivi in se spreminjajo skozi obdobja

4	Primer fiksnega izdatka je avtomobilsko zavarovanje
5	Primer dolgoročnega cilja je pokojninsko varčevanje
6	Kratkoročni cilji se ponavadi določajo za obdobje prihodnjih 2–3 mesecev
7	V primeru izgube službe oziroma rednih prihodkov, moram imeti v »rezervnih« sredstvih dovolj denarja, da udobno živim 2–3 mesece
8	Končna stopnja upravljanja proračuna je pregled in ocena finančnega napredka

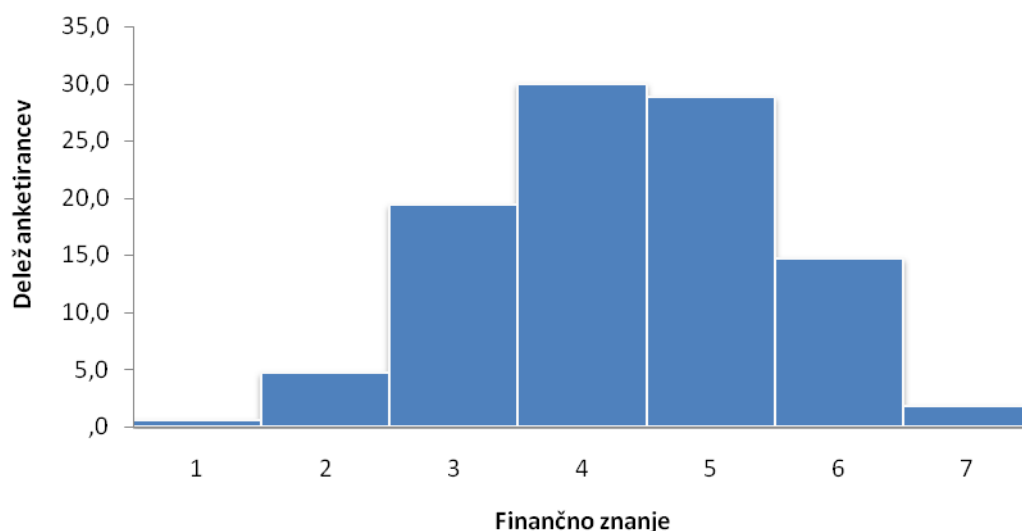
* V tabeli so zajete samo trditve s pravilnimi odgovori.

Te odgovore sem nato v SPSSu transformirala v novo agregatno spremenljivko Finančno znanje, in sicer tako, da sem pravilnim odgovorom pripisala vrednost 1, ostalim odgovorom 0. Dobljene vrednosti bi tako segale od 0 do 8 razredov, ker pa nihče od anketirancev ni napačno ali pravilno odgovoril na vsa vprašanja, je razpon pravilnih odgovorov segal od 1 do 7. Povprečna vrednost je bila 4,3, vzorec je rahlo asimetričen v desno, kar pomeni, da so se anketiranci na testu znanja rahlo bolje izkazali, prav tako pa je sploščen.

Preglednica 5.9: Opisne statistike spremenljivke Finančno znanje

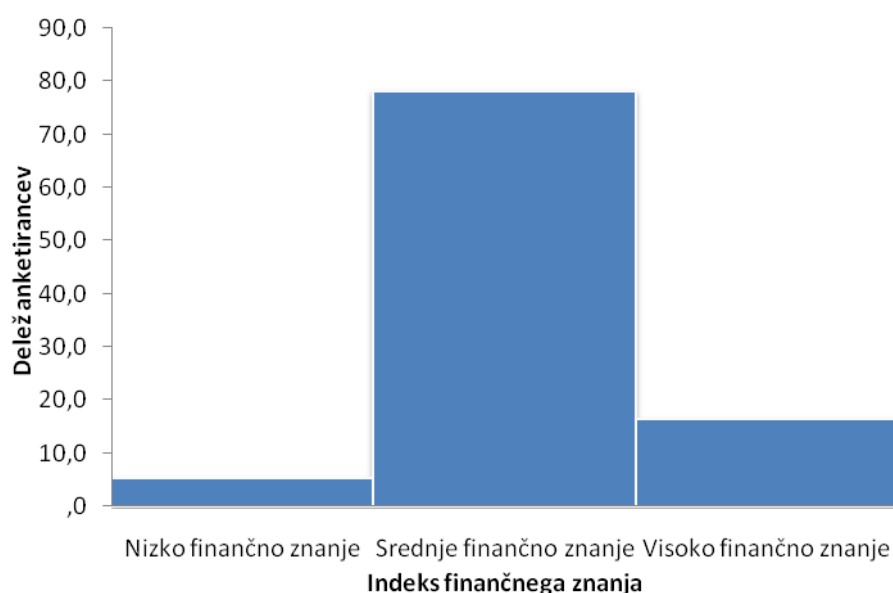
Statistics		
Finančno znanje		
N	Valid	170
	Missing	0
Mean		4,3294
Median		4,0000
Std. Deviation		1,17053
Skewness		–,108
Std. Error of Skewness		,186
Kurtosis		–,378
Std. Error of Kurtosis		,370
Minimum		1,00
Maximum		7,00

Slika 5.8: Finančno znanje



Za potrebe primerjave povprečij skupin z ANOVO sem dobljene vrednosti spremenljivke arbitrarno razdelila v tri razrede: tisti z 0–2 pravilnimi odgovori so bili razporejeni v skupino »Nizko finančno znanje«, tisti s 3–5 pravilnimi odgovori v »Srednje finančne znanje«, tisti s 6–8 pa v skupino »Visoko finančno znanje«. Skoraj 80 odstotkov anketirancev je spadalo v razred srednjega finančnega znanja, najmanj (5%) jih je bilo tistih z nizkim, preostali pa so spadali v razred z visokim finančnim znanjem.

Slika 5.9: Indeks finančnega znanja



5.6 Analiza in interpretacija rezultatov

V nadaljevanju bom analizirala in podala interpretacijo rezultatov raziskave, pri čemer bom le-te razčlenila glede na hipoteze, ki sem jih zastavila v uvodu.

1) Potrošniki z višjim finančnim znanjem izkazujejo boljše finančne prakse.

Povezanost spremenljivk sem preverila s pomočjo funkcije Correlations, kjer sem ugotovila, da povezanost na vzorcu ne obstaja, saj je Pearsonov koeficient znašal samo $r = -0,020$ (sig. = 0,398, ki nam pove, da hipotezo o nepovezanosti spremenljivk lahko zavržemo s skoraj 40% tveganjem), kar pomeni, da hipoteza ni potrjena.

Preglednica 5.10: Povezanost med spremenljivkama Finančno vedenje in Finančno znanje

Correlations			
		Finančno vedenje	Finančno znanje
Finančno vedenje	Pearson Correlation	1	-,020
	Sig. (1-tailed)		,398
	N	165	165

Vendar, ker me je presenetil negativen predznak Pearsonovega koeficienta, ki implicira, da je povezanost med spremenljivko Finančno vedenje in Finančno znanje negativna, sem se odločila izvesti primerjavo povprečij skupin še z metodo One-Way ANOVA.

Namesto osnovne spremenljivke Finančno znanje z 9 vrednostmi, sem za lažjo primerjavo povprečij različnih skupin potrošnikov uporabila spremenljivko Finančno znanje, razdeljeno v tri razrede oziroma stopnje finančnega znanja. S postopkom One-Way ANOVA sem tako ugotavljala, ali obstaja razlika v povprečnih vrednostih finančnega vedenja med tistimi, ki izkazujejo različne ravni finančnega znanja. Ker sem postavila specifično hipotezo, v kateri sem predvidevala, da bo trend povezanosti pozitiven, sem za analizo uporabila ukaz Planned Contrast. Tu sem na prvem nivoju primerjala skupino z najvišjim indeksom znanja (2) s tistima s srednjim (-1) in nizkim (-1), na drugem nivoju pa sem med seboj primerjala še slednji dve.

Preglednica 5.11: Opisne statistike spremenljivke Finančno vedenje po skupinah

Descriptives								
Finančno vedenje	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		

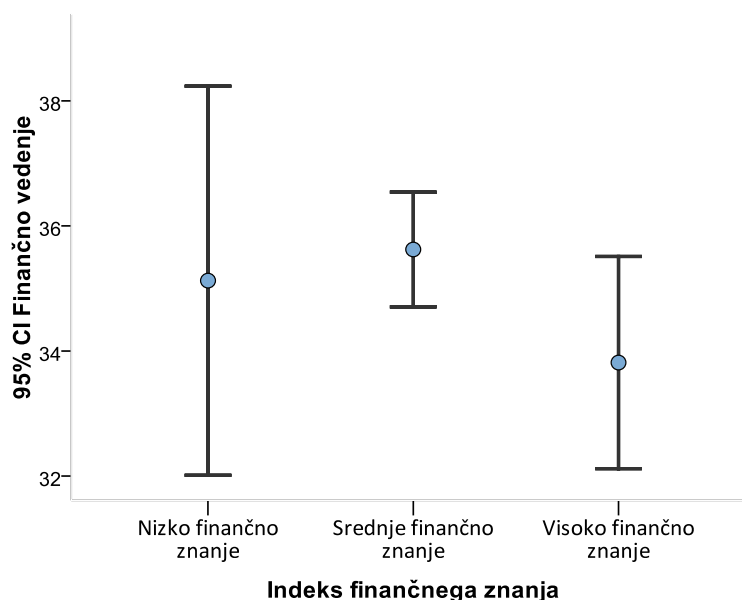
Nizko finančno znanje	8	35,1	3,72	1,315	32,01	38,24	31	40
Srednje finančno znanje	130	35,6	5,282	0,463	34,71	36,54	19	50
Visoko finančno znanje	27	33,8	4,288	0,825	32,12	35,51	20	40
Total	165	35,3	5,089	0,396	34,52	36,09	19	50

Preglednica 5.12: Levenov test homogenosti varianc

Test of Homogeneity of Variances			
Finančno vedenje			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,600	2	162	,205

Levenov test homogenosti sicer prikazuje, da se variance med skupinami ne razlikujejo statistično značilno ($p > 0,05$), kar pomeni, da je analiza variance veljavna. Vendar pa, kot je bilo očitno že iz nizkega Pearsonovega koeficienta, statistično pomembna razlika v finančnih praksah med skupinami potrošnikov z različnimi ravni finančnega znanja ne obstaja, kar dokazuje vrednost signifikance ($p > 0,05$).

Slika 5.10: Prikaz povprečij in 95% intervala zaupanja za povprečja



Vendar je iz Slike 4.10 razvidno tudi presenetljivo odstopanje od hipoteze, ki sem jo oblikovala na podlagi premise zagovornikov finančnega izobraževanja, da se višje finančno znanje odraža tudi v bolj optimalnih finančnih praksah. Tako sem sklepala, da bodo povprečne vrednosti upravljanja s proračunom naraščale s pozitivnim linearnim trendom po razredih oziroma stopnjah finančnega znanja. Namesto linearnega trenda pa je razviden rahel

kvadratni trend. To pomeni, da določene mere sicer velja, da se višja stopnja znanja odraža tudi v bolj optimalnih finančnih praksah – torej tisti s srednjim finančnim znanjem dosegajo višje (čeprav statistično nepomembne) povprečne vrednosti finančnega vedenja kot tisti v skupini z najnižjo stopnjo znanja. Do padca povprečne vrednosti (sicer tudi statistično nepomembnega) pa presenetljivo pride prav v zadnji skupini, ki bi morala glede na visoko finančno znanje izkazovati tudi najbolj optimalne prakse upravljanja s proračunom, namesto tega pa dosega najnižje povprečne vrednosti.

2) Potrošniki, ki ne odlašajo, se bolj optimalno finančno vedejo.

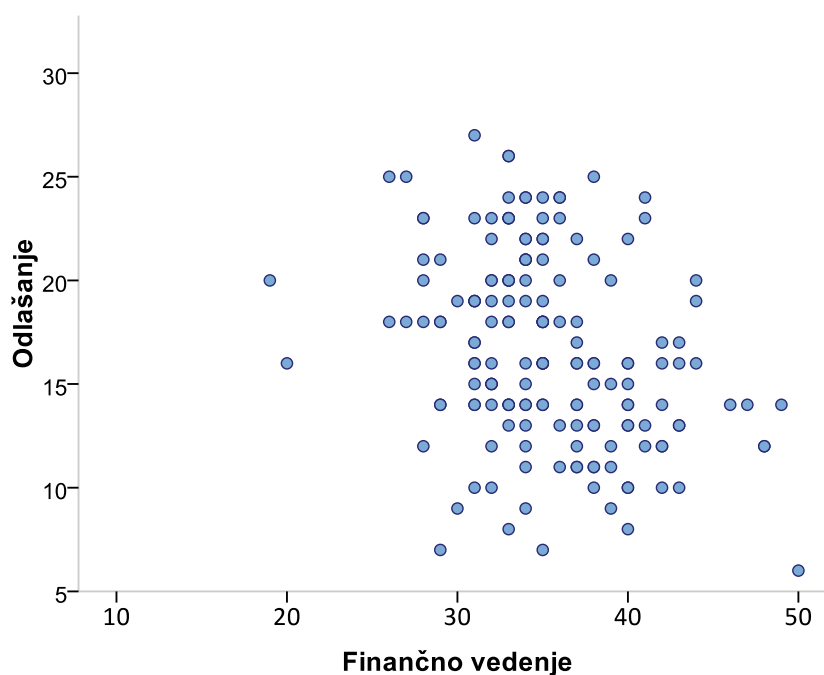
Drugo hipotezo sem preverjala s Pearsonovim koeficientom korelacije in ugotovila, da obstaja negativna srednje močna povezanost ($r=-0,321$; domnevo o nepovezanosti spremenljivk lahko zavrnem z 1% tveganjem), kar pomeni, da je hipoteza potrjena.

Preglednica 5.13: Korelacija spremenljivk Finančno vedenje in Odlašanje

Correlations			
		Finančno vedenje	odlašanje
Finančno vedenje	Pearson Correlation	1	-,321**
	Sig. (1-tailed)		,000
	N	165	165

**Korelacija je značilna pri stopnji 0,01

Slika 5.11: Grafični prikaz (Scatterplot) povezanosti spremenljivk Odlaganje in Finančno vedenje



Tendenca k odlašanje se konceptualno povezuje s pomanjkljivo sposobnostjo organizacije, pomanjkanjem samodiscipline, z nevestnostjo in podobnimi psihološkimi koncepti. Prav vestnost in discipliranost ter sposobnost organizacije pa so lastnosti, ki so pomembne pri finančni praksi, kot je upravljanje s proračunom. Zato tudi ni presenetljivo, da tisti potrošniki, ki so na splošno manj nagnjeni k odlašanje, tudi bolj učinkovito upravljajo s proračunom oz. sledijo priporočenim praksam, kot so arhiviranje dokumentov, beleženje izdatkov, redno plačevanje računov in podobno.

3) Miselno računovodstvo je povezano s finančnimi praksami potrošnikov.

Hipoteza je potrjena, kar je razvidno v spodnji tabeli, ki dokazuje, da obstaja statistično pomembna povezanost med miselnim računovodstvom in finančnimi praksami potrošnikov. Pearsonov koeficient znaša $k=0,470$, kar nakazuje srednjo močno pozitivno povezanost, predpostavko o nepovezanosti navedenih spremenljivk pa lahko zavržem s tveganjem, ki je manjše od 1%.

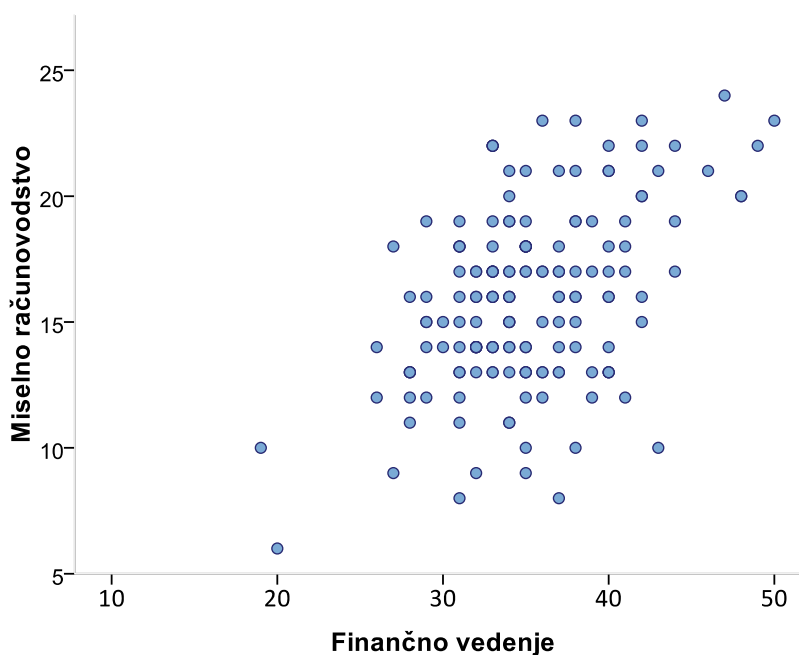
Preglednica 5.14: Testiranje koleracije med spremenljivkama Miselno računovodstvo in Finančno vedenje

Correlations			
		Miselno računovodstvo	Finančno vedenje
Miselno računovodstvo	Pearson Correlation	1	,470**
	Sig. (1-tailed)		,000
	N	166	161

**Povezanost je značilna pri stopnji 0,01

Potrošniki, ki sledijo načelom miselnega računovodstva (tj. sledijo načelom ločevanja miselnih potrošnih kategorij, načelu neizmenljivosti denarja oz. »nedotakljivosti« denarja, časovni kategorizaciji potrošnje itd.), jih torej udejanjajo tudi v praksi in tako bolj optimalno upravljajo z denarjem, kar je tudi jasno razvidno na spodnjem grafičnem prikazu.

Slika 5.12: Grafični prikaz (Scatterplot) povezanosti spremenljivk Miselno računovodstvo in Finančno vedenje.



6 SKLEP

Finančne prakse posameznikov so že nekaj časa pod drobnogledom vladnih, ekonomskih in finančnih inštitucij, tradicionalno ekonomski akademski sferi pa so se v zadnjem času pridružile tudi interdisciplinarne vede iz najrazličnejših neekonomskih področij, kot so psihologija, nevrozanost in druge.

Že nekaj desetletij se je tako v zahodnem svetu vse bolj krepila ideja finančnega izobraževanja, ki bi služilo kot način izboljševanja finančnega znanja in veščin ter posledično finančnih praks potrošnikov. Večina teh programov temelji na predpostavki, da bodo večje znanje ter informiranost o finančnem področju izboljšali oziroma »optimizirale« finančne odločitve potrošnikov, ki se zrcalijo skozi njihove vsakodnevne prakse upravljanja s financami.

Tradicionalna premisa o finančnem opolnomočenju potrošnikov s pomočjo povečevanja njihovega znanja počasi izgublja položaj edinega primerne pristopa k problemu finančnih praks potrošnikov, predvsem na račun pomanjkljivih dokazov o dejanskem učinku finančnega izobraževanja. V zadnjem času so se tako začele uveljavljati ideje in dognanja interdisciplinarnih ved, med njimi vedenjske ekonomije, ki zajema teoretske pojme iz psihologije ter jih s pomočjo matematične formalizacije vpeljuje v splošno ekonomsko teorijo in ponuja alternativno pojasnjevanje podstat ekonomskega vedenja posameznikov. Mnoge ugotovitve vedenjske ekonomije namreč pojasnjujejo, kako dejanske finančne prakse potrošnikov odstopajo od premis finančnega izobraževanja in jih tako dopolnjujejo z upoštevanjem psiholoških spremenljivk in zakonitosti.

Razvoj interdisciplinarnih ved v klasično »finančnoizobraževalno« premiso tako vnaša temeljno idejo, da potrošniki nimajo težav z upravljanjem osebnih financ zgolj zaradi pomanjkljivega znanja ali nezadostnih informacij. Težave na finančnem področju se pojavljajo, ker imajo ljudje težave s številnimi drugimi vrstami vedenja; vsi namreč kdaj pa kdaj odlašamo, se obnašamo navidez neracionalno in raje izbiramo hitro dostopne, kratkoročne koristi, kljub zavedanju možnosti kasnejših izgub in težav.

Namen diplomskega dela je bil tako osvetliti oba pristopa k preučevanju finančnega vedenja potrošnikov in s pomočjo empirične raziskave preveriti izbrane predpostavke na konkretni

finančni praksi upravljanja z denarjem. Pri preverjanju hipotez prve nisem uspela potrditi, hipotezi, ki sta vključevali psihološki pristranskosti, pa sta se obe izkazali za pravilni.

Povezanost spremenljivk upravljanja z denarjem in miselnega računovodstva ni presenetljiva, saj temeljni pojmi slednjega izhajajo iz dejanske prakse računovodstva, osnove katerega pa najdemo prav v upravljanju z denarjem. Pojem miselnega računovodstva in načela, kot so kategorizacije računov in dohodkov ter načelo o neizmenljivosti denarja, imajo pomembne implikacije za odločanje potrošnikov o tem, kako razporejajo svoja sredstva. Tako bi lahko z oblikovanjem dejanskih vrst računov pri potrošnikih sčasoma oblikovali nove kategorije miselnih računov, ki bi spodbujale potrošniku denimo k želenim finančnim praksam, kot je na primer varčevanje. Primer namenskega varčevalnega računa je lahko račun ob rojstvu otroka, na katerega se redno namenja določen znesek; na tak način se zagotovi dolgoročna sredstva, otroci pa se hkrati seznani s konceptom varčevanja in priučijo prakse le-tega.

Miselno računovodstvo deluje kot nekakšno sredstvo samonadzora, prav pojmanjkanje le-tega pa je sorodno z drugo preučevano spremenljivko – odlašanjem. Njuna stičnost v točki sposobnosti (oziroma pomanjkanju) samonadzora v povezavi s finančnim vedenjem tako odpira nadaljnje možnosti raziskav. In sicer na področju preučevanja povezanosti samodiscipline, kompulzivnosti in drugih psiholoških konceptov tudi z drugimi oblikami finančnega vedenja, še zlasti z investicijskimi praksami. Tu bi denimo nagnjenost k odlašanju lahko imela pozitivne posledice, v nasprotju z vplivom kompulzivnosti, ki pri investicijskih praksah pogosto privede do nepremišljenih odločitev z negativnimi posledicami.

Medtem ko sta se obe hipotezi s psihološkima spremenljivkama potrdili, pa je domneva o povezanosti finančnega znanja in finančnega vedenja ostala nepotrjena. Vzrok za tak rezultat lahko leži bodisi v neustrezni statistični metodi in vzorčenju, ali pa se je pojavil zaradi obstoja drugih intervenirajočih spremenljivk. Ker sem se v delu omejila zgolj na »osnovno« finančno prakso, so bila tudi vprašanja relativno nesofisticirana in maloštevilčna. Z obsežnejšim in bolj poglobljenim testom finančnega znanja na področju upravljanja s proračunom bi verjetno lahko prišli do bolj pomembnih razlik, ki bi različne ravni finančnega znanja potrošnikov odražale v večji meri kot pa test, uporabljen v pričujočem delu.

Nepotrditve hipoteze nikakor ne pomeni, da je predpostavka zagovornikov finančnega izobraževanja o tem, da višje finančno znanje nujno vodi tudi v boljše finančne prakse, popolnoma napačna in bi morali idejo ovreči, saj je znanje zagotovo eno izmed pomembnih generatorjev vedenjskih sprememb. Tudi ne skušamo soditi, kateri od teh dveh pristopov je

bolj ali manj primeren. Zagotovo tako pristop finančnega izobraževanja kot vedenjska ekonomija ponujata rešitve, z integracijo katerih bi se doseglo (in se že dosega) še večji učinek pri izboljševanju finančnih praks potrošnikov. Vendar pa bi pri tem opozorili, da se oba pristopa še vedno preveč osredotočata zgolj na kognitivne in vedenjske vidike, premalo pa vključujeta tudi »mehkejš« dimenzije človeškega vedenja. Cilj obeh pristopov je dolgoročno spreminjanje finančnega vedenja potrošnikov, to pa je – kot katera koli druga vrsta vedenjske spremembe – nedvomno kompleksen in dolgotrajen proces. Zato menim, da je tako pri preučevanju kot pri oblikovanju finančnih politik nujen celovit pristop, ki bo poleg kognitivnih upošteval celoten splet dejavnikov, med njimi tudi motivacijske, čustvene, kulturne in druge aspekte, ki sooblikujejo človeško vedenje.

7 LITERATURA

1. Atkinson, Adele. 2008. *Evidence of impact: an overview of financial education evaluation*. Dostopno prek: <http://www.fsa.gov.uk/pubs/consumer-research/crpr68.pdf> (28.oktober 2009).
2. Braustein, Sandra in Carolyn Welch. 2002. *Financial Literacy: An Overview of Practice, Research, and Policy*. Federal Reserve Bulletin. Dostopno prek: <http://www.personalfinancefoundation.org/research/fle/An-Overview-of-Practice-Research-and-Policy.html> (12. oktober 2009).
3. Camerer, Colin F. 1999. Behavioral economics: Reunifying psychology and economics. *The Proceedings of the National Academy of Sciences* 96: 10575–10577.
4. Camerer, Colin F., George Loewenstein in Matthew Rabin, ur. 2004. *Advances in Behavioral Economics*. New Jersey: Princeton University Press.
5. Campbell, John Y. 2006. Household Finance. *The Journal Of Finance* 61 (4): 1553–1604.
6. De Meza in dr., David, Bernd Irlenbusch in Diane Reyniers. 2008. *Financial Capability: A Behavioural Economics Perspective*. Dostopno prek: <http://www.fsa.gov.uk/pubs/consumer-research/crpr69.pdf> (25. november 2009).
7. Dixon, Mike. 2006. *Rethinking Financial Capability: Lessons from economic psychology and behavioural economics*. Dostopno prek: <http://www.ippr.org/publicationsandreports/publication.asp?id=471> (2. december 2009).
8. European Banking Federation. 2009. *Financial literacy – empowering consumers to make the right choices*. EBF Report on Financial Literacy. Dostopno prek: http://www.ebf-fbe.eu/DocShareNoFrame/Docs/1/NMPLGGMDIHGCMIBEEKNGCMHI1DAD2T9YBD735NFCF6U9/EBF/docs/DLS/D0305C-2009-EBF_Financial_Education_-_rev7-26-9_webversion-2009-00831-01-E.pdf (16. oktober 2009).

9. Evropska Komisija. 2009. *Second meeting of the Expert group on Financial education: The financial crisis and financial education report*. Dostopno prek: http://ec.europa.eu/internal_market/finservices-retail/docs/capability/communication_en.pdf (16. oktober 2009).

10. Ferk, Barbara. 2007. *Zadolževanje in prezadolženost prebivalstva*. Delovni zvezek Urada RS za makroekonomske analize in razvoj. Dostopno prek: http://www.umar.gov.si/Fileadmin/user_upload/publikacije/dz/2007/dz01-07.pdf (8. november 2009).

11. Ferrari, Joseph R., Juan Francisco Díaz–Morales, Jean O'Callaghan, Karem Díaz in Doris Arugmedo. 2007. Frequent Behavioral Delay Tendencies by Adults: International Prevalence Rates of Chronic Procrastination. *Journal of Cross–Cultural Psychology* 38: 458–464.

12. Ferrari, Joseph R., Joseph R. Cohen, Juan Francisco Díaz–Morales. 2008. An integrated view of personality styles related to avoidant procrastination. *Personality and Individual Differences* 45: 554–558.

13. FSA. 2005. *Measuring financial capability: An exploratory study for the Financial Services Authority*. Dostopno na: <http://www.fsa.gov.uk/pubs/consumer-research/crpr37.pdf> (17. november 2009).

14. Habschick, Marco, Britta Seidl in Jan Evers. 2007. *Survey of Financial Literacy Schemes in the EU27*. Evers&Jung - Financial Services, Research and Consulting. Dostopno prek: http://ec.europa.eu/internal_market/finservices-retail/docs/capability/report_survey_en.pdf (28. oktober 2009).

15. Hogg, Margaret. 2007. Consumers in the Knowledge–Based Economy (KBE): What creates and/or constitutes consumer vulnerability in the KBE? *Journal of Consumer Policy* 30: 151–158.

16. Hilgert, Marianne A., Jeanne M. Hogarth in Sondra G. Beverly. 2003. Household financial management: The connection between knowledge and behavior. *Federal*

Reserve Bulletin, 89 (7), 309–322. Dostopno prek: <http://www.federalreserve.gov/pubs/bulletin/2003/0703lead.pdf> (29. oktober 2009).

17. Hogarth, Jeanne M. 2006. *Financial Education and Economic Development*. Poročilo z Mednarodne konference G8 in OECD »Improving Financial Literacy«. Dostopno prek: <http://www.oecd.org/dataoecd/20/50/37742200.pdf> (29. oktober 2009).
18. Kempson, Elaine, Sharon Collard in Nick Moore. 2006. Measuring financial capability: An exploratory study for the Financial Services Authority. V *Consumer Financial Capability: Empowering European Consumers*, ur. European Credit Research Institute, 39–77. Dostopno na: <http://www.ecri.be/HTM/research/capability.htm>. (15. oktober 2009).
19. Kozup, John in Jeanne M. Hogarth. 2008. Financial Literacy Public Policy and Consumer's Self-Protection – More Questions, Fewer Answers. *Journal of Consumer Affairs* 42 (2): 127–136.
20. Lea, Stephen E.G., Roger M. Tarpy in Paul Webley. 1987. *The Individual in the Economy: a Textbook of Economic Psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.
21. Leskinen, Johanna in Anu Raijas. 2006. Consumer financial capabilities – a life cycle approach. V *Consumer Financial Capability: Empowering European Consumers*, ur. European Credit Research Institute, 8–24. Dostopno prek: <http://www.ecri.be/HTM/research/capability.htm>. (15. oktober 2009).
22. Lunt, Peter. 1996. Rethinking the relationship between economics and psychology. *Journal of Economic Psychology* 17: 275–287.
23. Lusardi, Annamaria in Olivia S. Mitchell. 2006. *Financial Literacy and Planning: Implications for Retirement Wellbeing*. Dostopno prek: <http://www.dartmouth.edu/~alusardi/Papers/FinancialLiteracy.pdf> (18. december 2009).

24. --- 2008. *How Ordinary Consumers Make Complex Economic Decisions: Financial Literacy and Retirement Readiness*. Dostopno prek: <http://www.nber.org/2009rrc/Summaries/2.1%20Lusardi,%20Mitchell.pdf> (17. november 2009).
25. Lyons, Angela In Urvi Neelakantan. 2008. Potential And Pitfalls Of Applying Theory To The Practice Of Financial Education. *The Journal of Consumer Affairs* 42 (1): 106–112.
26. Mason, Carolynne L.J. in Richard M.S. Willson. 2000. *Conceptualising Financial Literacy*. Dostopno prek: <http://hdl.handle.net/2134/2016> (16. oktober 2009).
27. Meier, Katja, Erich Kirchler in Angela-Christian Hubert. 1999. Savings and investment decisions within private households: Spouses dominance in decisions on various forms of investment. *Journal of Economic Psychology* 20, 499–519.
28. Milgram, Norman in Rachel Tenne. 2000. Personality Correlates of Decisional and Task Avoidant Procrastination. *European Journal of Personality* 14: 141–156.
29. Miš-Svoljšak, Irena. 2001. *Modro upravljam s svojim denarjem ali Kako ravnati z osebnimi financami in premoženjem*. Izola: Desk.
30. Mullainathan, Sendhil in Richard H. Thaler. 2000. *Behavioral Economics*. National Bureau of Economic Research. Dostopno prek: www.nber.org/tmp/58053-w7948.pdf (1. december 2009).
31. Musek, Janek. 2007. Economy and values after a century of empirical research. V *Values and economy: proceedings of the 32nd IAREP Conference*, ur. Marko Polič, Boštjan Bajec in Luka Komidar, 12–22. Ljubljana: Filozofska fakulteta.
32. Nacionalna komisija za razvoj pismenosti. 2006. *Nacionalna strategija za razvoj pismenosti*. Dostopno prek: <http://npp.acs.si/images/stories/PDF/nsrp.pdf> (5. november 2009).

33. OECD. 2005. *Improving Financial Literacy – Analysis of Issues and Policies*. Dostopno prek: http://www.oecd.org/document/28/0,3343,en_2649_15251491_35802524_1_1_1_1,00.html (3. november 2009).
34. --- 2009. *Financial Literacy and Consumer Protection: Overlooked Aspects of the Crisis*. Dostopno prek: <http://www.oecd.org/dataoecd/32/3/43138294.pdf> (3. november 2009).
35. O'Donoghue, Ted in Matthew Rabin. 1998. *Procrastination in Preparing for Retirement*. Dostopno prek: <http://elsa.berkeley.edu/~rabin/retire.pdf> (15. maj 2010).
36. Pesendorfer, Wolfgang. 2006. *Behavioral Economics Comes of Age*. Dostopno prek: <http://www.princeton.edu/~pesendor/book-review.pdf> (10. december 2009).
37. Rabin, Matthew. 1998. Psychology and Economics. *Journal of Economic Literature* XXXVI: 11–46.
38. Ringold, Debra J. 2005. Vulnerability in the Marketplace: Concepts, Caveats, and Possible Solutions. *Journal of Macromarketing* 25: 202–214.
39. Steel, Piers. 2007. The Nature of Procrastination: A Meta-Analytic and Theoretical Review of Quintessential Self-Regulatory Failure. *Psychological Bulletin* 133 (1): 65–94.
40. --- 2010. Arousal, avoidant and decisional procrastinators: Do they exist? *Personality and Individual Differences* 48: 926–934.
41. Thaler, Richard H. in Sendhil Mullainathan. 2000. *Behavioral Economics*. Dostopno prek: <http://www.nber.org/papers/w7948> (10. december 2009).
42. Williams, Toni. 2007. Empowerment of Whom and for What? Financial Literacy Education and the New Regulation of Consumer Financial Services. *Law & Policy* 29 (2): 226–256. Dostopno prek: http://ec.europa.eu/internal_market/finservices-retail/docs/capability/report_survey_en.pdf (1. september 2009).

43. Willis, Lauren E. 2008. *Against Financial Literacy Education*. Dostopno prek: http://lsr.nellco.org/upenn_wps/208 (18. januar 2010).
44. Winnett, Adrian in Alan Lewis. 1995. Household accounts, mental accounts, and savings behaviour: Some old economics rediscovered? *Journal of Economic Psychology* 16: 431–448.
45. Zveza potrošnikov Slovenije. 2009. *Osebne finance*. Dostopno prek: http://www.zps.si/osebnefinance/index.php?page=page_banke_kredit_izobrazevalne_informacije?id=7#Nekaj%20osnovnih%20nasvetov (15. januar 2010).

PRILOGE

Priloga A: Vprašalnik o vplivu finančnega znanja in psiholoških pristranskosti na finančno vedenje potrošnikov

I) SOCIODEMOSLIKASKI PODATKI

1. **Spol:** M/Ž
2. **Starost:** _____ let
3. **Število članov v gospodinjstvu:**
 - a) 1
 - b) 2
 - c) 3
 - d) 4
 - e) 5 ali več
4. **Tip gospodinjstva, v katerem živite:**
 - a) Samsko
 - b) Par brez otrok
 - c) Par z mladoletnimi otroki
 - d) Polnoletna oseba s starši
 - e) Enostarševska družina z mladoletnimi otroki
5. **Dokončana izobrazba:**
 - a) Osnovna šola
 - b) Poklicna šola
 - c) Srednja šola (gimnazija)
 - d) Višja šola
 - e) Visoka šola
 - f) Fakulteta – diplomski študij
 - g) Magistrski študij
 - h) Doktorski študij

6. Povprečni osebni mesečni dohodek

- a) Do 300€
- b) 301–600€
- c) 601–900€
- d) 901–1200€
- e) 1201–1500
- f) Nad 1501€

7. Povprečni osebni mesečni dohodek celotnega gospodinjstva:

- a) Do 1000€
- b) 1001–2000€
- c) 2001–3000€
- d) 3001–4000€
- e) Nad 4001€

II) FINANČNO VEDENJE – UPRAVLJANJE PRORAČUNA

V drugem sklopu boste odgovarjali na vprašanja o Vaših finančnih praksah, in sicer konkretno o upravljanju proračuna. Prosim, da izberete trditev, ki najbolje opisuje Vaše finančne prakse, pri čemer je 1= trditev me popolnoma opisuje, 2= trditev me večinoma opisuje, 3=trditev me deloma/srednje opisuje, 4= trditev me ne opisuje, 5= trditev me nikakor/sploh ne opisuje.

1	Natančno poznam znesek vseh svojih prejemkov, vključno z raznimi dodatki.	1	2	3	4	5
2	Nisem prepričan(a), koliko denarja imam sposojenega v obliki posojil, limitov, kreditnih kartic...	1	2	3	4	5
3	Natančno (do 10 €) poznam stanje na tekočemu bančnemu računu.	1	2	3	4	5
4	Redko skrbno pregledam in preberem vsebino vseh pomembnejših dokumentov (na primer računov in zavarovalne polic), preden jih arhiviram.	1	2	3	4	5
5	Običajno skrbno preverim prispele bančne izpiske.	1	2	3	4	5
6	Redko urejam (arhiviram) svojo domačo dokumentacijo (račune, bančne izpiske ...).	1	2	3	4	5
7	Račune plačujem z denarjem, ki sem ga namenil(a) za čisto druge stvari (počitnice, prosti čas...)	1	2	3	4	5
8	Običajno načrtujem svoje stalne (fiksne) izdatke.	1	2	3	4	5
9	Beleženje vsakodnevnih izdatkov se mi zdi popolna izguba časa	1	2	3	4	5
10	Vselej imam nekaj sredstev med prihranki, da lahko pokrijem nepričakovane izdatke.	1	2	3	4	5

III) MISELNO RAČUNOVODSTVO

Prosim, da izberete trditev, ki Vas najbolj opisuje, pri čemer je 1= trditev me popolnoma opisuje, 2= trditev me večinoma opisuje, 3=trditev me deloma/srednje opisuje, 4= trditev me ne opisuje, 5= trditev me nikakor/sploh ne opisuje.

1	Denar v mislih razporejam med različne kategorije izdatkov, ki jih med seboj tudi jasno ločujem (te kategorije so recimo: stroški bivanja, hrana, obleka, prosti čas, priboljški, ipd.)	1	2	3	4	5
2	Če ta mesec na primer za »prosti čas« potrošim več sredstev, kot jih imam na voljo, bom v naslednji mesec za to potrošil(a) manj.	1	2	3	4	5
3	Le redko denar iz ene kategorije izdatkov (na primer hrana in pijača) potrošim za drugo kategorijo (na primer obleka in obutev).	1	2	3	4	5
4	Denar, namenjen za varčevanje, velikokrat potrošim za tekoče stroške.	1	2	3	4	5
5	Kadar denar varčujem namensko (na primer za nakup avta, računalnika, za počitnice), je ta denar – razen za konkretni namen – zame »nedotakljiv«.	1	2	3	4	5

IV) ODLAŠANJE

1	Držim se načela »Ne odlašaj na jutri, kar lahko storiš danes«.	1	2	3	4	5
2	Prijatelji so že navajeni, da na srečanja pogosto zamujam.	1	2	3	4	5
3	Moji prijatelji in družina menijo, da z vsemi opravili vedno čakam do zadnje minute.	1	2	3	4	5
4	Pri opravkih mi pogosto zmanjkuje časa.	1	2	3	4	5
5	Pogosto imam težave z opravljanje nalog v zadanem roku	1	2	3	4	5
6	Odlaganje opravkov in odločitev me je pogosto drago stalo.	1	2	3	4	5

V) FINANČNO ZNANJE

V zadnjem delu pa boste odgovarjali na vprašanja, ki zadevajo Vaše finančno znanje s področja upravljanja proračuna. Med ponujenimi odgovori prosim izberite tistega, za katerega menite, da je pravi.

1) Proces upravljanja z denarjem se začne:

- a) S pregledom trenutnega finančnega stanja *
- b) Z odpovedovanjem nepotrebnim oz. presežnim stroškom
- c) Z oblikovanjem kategorij v osebem proračunu
- d) Ne vem

2) Izdatki za hrano in oblačila spadajo pod:

- a) Fiksne izdatke
- b) Redne izdatke *
- c) Občasne izdatke
- d) Ne vem

3) Redni izdatki so:

- a) Lahko predvidljivi in relativno stabilni skozi mesečna obdobja
- b) Težje predvidljivi in se spreminjajo skozi obdobja *
- c) Niso tako nujni za življenje in so do neke mere predvidljivi
- d) Ne vem

4) Primer fiksnega izdatka je/so:

- a) Obleka in obutev
- b) Avtomobilsko zavarovanje *
- c) Vzdrževanje stanovanja
- d) Ne vem

5) Primer dolgoročnega cilja je/so:

- a) letne počitnice
- b) pokojninsko varčevanje *
- c) nakup avta
- d) ne vem

6) Kratkoročni cilji se ponavadi določajo za obdobje:

- a) prihodnjega tedna
- b) prihodnjih 2–3 mesecev *
- c) prihodnjih 2–3 let
- d) ne vem

7) V primeru izgube službe oziroma rednih prihodkov, moram imeti v »rezervnih« sredstvih dovolj denarja, da udobno živim:

- a) 2–3 dni
- b) 2–3 tedne
- c) 2–3 mesece *
- d) Ne vem

8) Končna stopnja upravljanja proračuna je:

- a) Pregled in ocena finančnega napredka *
- b) Spremljanje trenutnih potrošnih vzorcev
- c) Postavljanje osebnih in finančnih ciljev
- d) Ne vem