

NEVOI, DORINȚE



ȘTIAI CĂ

Peste 70% din deciziile financiare pe care le luăm sunt în baza emoțiilor, diferența fiind reprezentată de deciziile pe care le luăm rațional. Cu alte cuvinte, pentru a ne gestiona banii eficient este bine să ne controlăm emoțiile!



ȘTIAI CĂ

Înainte de apariția banilor, pentru a supraviețui, oamenii trebuiau să schimbe între ei produse. Regăsim dovezi istorice în antichitate referitoare la troc, pentru că resursele de care dispuneau oamenii erau limitate. Nimeni nu deținea sau producea tot de ce avea nevoie. Fiecare produs are o valoare a sa.



SAREA

Populațiile din Africa, Asia și Amazon au descoperit că sarea este dorită în alte teritorii și au început să extragă sare din mine și din lacuri de sare, pe care o uscau și o împachetau, cărând-o cu ajutorul cămilelor. Călătoreau apoi în caravane pe distanțe mari, multe dintre ele ajungând în zona mediteraneeană, unde existau populații care cumpărau această sare.



RESURSELE

Resursele reprezintă ansamblul surselor, elementelor care pot fi utilizate de oameni în activitățile derulate pentru satisfacerea nevoilor, a dorințelor și, implicit, pentru realizarea scopurilor. Resursele, indiferent de tipul lor, sunt limitate.



UTILITATE

ȘI CONSUM

Un bun este util dacă produce satisfacție consumatorului. Utilitatea măsoară preferințele consumatorului, reprezentând „capacitatea unui bun (material, serviciu, informație) de a satisface o nevoie”.

Consumul de impuls este influențat de emoțiile și percepțiile fiecăruia asupra propriilor nevoi și dorințe.

Un comportament financiar sănătos înseamnă:

- Să nu ne îndatorăm inutil.
- Să economisim.
- Să investim.
- Să cerem consiliere specializată atunci când nu ne pricepem.

Cei mai mulți oameni nu acordă atenție lucrurilor care li se par simple. Diferența dintre un om care are succes și un om care nu are este dată de strategia personală. Cel mai greșit scenariu este să nu avem nicio strategie. Astfel, pe lângă partea teoretică intervine zona de conștientizare – aici se face de cele mai multe ori diferența. Se spune că satisfacția unui anumit tip de produs sau bun este mai mare la primele unități și începe apoi să scadă. Dacă vom cumpăra 3 perechi de pantofi, la prima pereche vom simți cel mai mare nivel de satisfacție. Putem evita celălalte cheltuieli – nu vom cumpăra cele 2 perechi suplimentare – ne satisfacem doar nevoia, nu și dorința!





Alege și cumpără conform nevoilor tale

Ce ar trebui să știi în calitate de consumator

1. Nu cumpăra niciodată sub impuls!
2. Dacă poți amâna o cheltuială fă acest lucru!
3. Este absolut necesar să faci diferența între nevoi și dorințe!
4. Analizează cât mai multe oferte similare și alege oferta care corespunde nevoilor tale!
5. De fiecare dată când mergi la cumpărături gândește-te dacă ai cu adevărat nevoie!
6. Este important să nu alegi exclusiv în funcție de emoții!
7. Poți adresa vânzătorului oricâte întrebări dorești, pentru a lămurii toate aspectele legate de contract.
8. Dacă ești decis să cumperi produse și servicii financiare și nu te pricepi este bine să ceri sfatul celor care se pricep – spre exemplu poți apela la un specialist.
9. Este bine să-ți satisfaci și dorințele, pentru a avea o stare de bine care te va ajuta să ai echilibrul necesar.
10. Este indicat să cunoaști toate costurile aferente produsului sau serviciului înainte de a-l semna.
11. Înainte de a cumpăra, stabilește-ți prioritățile și nevoile reale – fiecare produs financiar are propriile caracteristici.
12. Dacă produsul sau serviciul financiar pe care l-ai cumpărat implică un contract, citește respectivul contract și abia după ce l-ai înțeles este bine să-l semnezi. Cere contractul și citește-l (mai ales excluderile) înainte de a-l semna!
13. Obiceiul este un comportament repetat – este bine să nu cumpărăm fără să analizăm bine relația dintre nevoi și dorințe, având un comportament rațional și mai puțin emoțional.
14. ASF vine în întâmpinarea ta și pune la dispoziția consumatorilor un sistem de soluționare alternativă a litigiilor (SAL-Fin). Mai multe detalii găsești pe www.asfromania.ro.

MATEMATICĂ

Comportamentul consumatorilor s-a schimbat în ultimii ani, inclusiv ca urmare a dezvoltării tehnologiei și creșterii comerțului online. Un sondaj efectuat în Asia, Australia, UK și USA (sursa: www.saasworthy.com) ne arată:

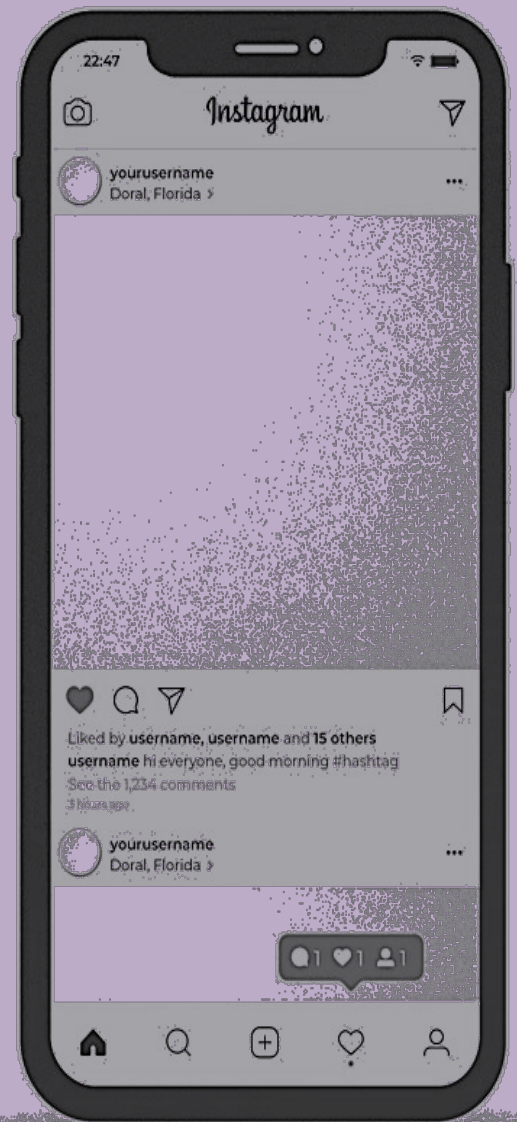
- 83% dintre respondenți consideră că firmele ar trebui să ofere experiențe de cumpărare mai autentice.
- 70% dintre respondenți consideră că brandurile ar trebui să ofere experiențe individualizate.
- 58% dintre respondenți au navigat pe site-uri de comerț electronic fără să facă o achiziție.

Piețele financiare s-au format ca urmare a nevoii de a folosi banii celor care nu vor să consume (disponibil/surplus de capital) și a-i canaliza spre aceia care doresc să investească (deficit de capital). Redistribuirea este generatoare de bunăstare personală deoarece eficientizează procesele economice, adică maximizează rentabilitatea pentru cei care își pun la dispoziție capitalul. Prețul este determinat în echilibrul dintre cerere și ofertă, reflectând așteptarea pieței cu privire la viitor în condițiile informației deținută în prezent.



GEOGRAFIE

Geografia economică studiază modul în care ecosistemul resurselor și al producției, respectiv fluxurile financiare sunt distribuite în lume. Comportamentul de consum, modul în care banii sunt distribuiți la nivel mondial, nivelul de educație financiară – sunt diferite inclusiv din punct de vedere al localizării geografice. Inegalitatea distribuției resurselor și diferențele de consum generate de cultură, psihologie ș.a. contribuie la existența de stadii diferite de dezvoltare ale țărilor. Piața financiară diferă de la o regiune la alta, populațiile având nevoi diferite de protecție financiară sau investiții, dar și resurse diferite. Globalizarea economico-financiară se referă la interacțiunea continuă a diferitelor sisteme economice la nivel internațional. În înțelegerea acestui concept există două perspective: eliminarea obstacolelor pentru facilitarea liberului schimb între economii; dezvoltarea de strategii comune care să faciliteze un proces economico-financiar la nivel mondial.





ISTORIE

Economia comportamentală este o ramură a economiei care explică modul în care oamenii iau anumite decizii de consum, decizii financiare și cum factori psihologici sociali sau cognitivi influențează aceste decizii. Mai mult, pentru fi explicate deciziile pe care le iau oamenii a apărut o știință nouă, interdisciplinară (economie, medicină, psihologie, matematica) – neuroeconomia. Alături de economia comportamentală, neuroeconomia își propune să scoată la suprafață factorii care influențează deciziile financiare în contexte diferite.

Richard Thaler este laureat al Premiului Nobel în 2017, profesor universitar la Universitatea din Chicago și considerat unul dintre primii economiști care au fundamentat teoriile comportamentului uman, alegerile, arhitectura acestora și unul dintre pionierii și promotorii economiei comportamentale. Ca o curiozitate, există o legătură între Richard Thaler și fondatorul Amazon Jeff Bezos – după cum autorul își amintește, acesta i-a transmis un e-mail lui Jeff Bezos pentru a întreba de ce Amazon vinde Nudge la același preț de 9,99 în dolari, lire sterline și euro. Jeff Bezos nu a răspuns, dar prețurile au fost modificate (sursa: www.edutime.ro).

