

УДК 336.74, 308
ВАК 08.00.05
ГРНТИ 06.73.07, 04.61

СПЕЦИФИКА ВОСПРИЯТИЯ ДЕНЕГ ЧЕЛОВЕКОМ

Демидова Елена Алексеевна

к.э.н., доцент кафедры экономики и управления АПК
ФГБОУ ВО Красноярский ГАУ Ачинский филиал
Россия, г. Ачинск

Аннотация: в статье представлены результаты изучения вопроса, связанного с возможными вариантами восприятия денег людьми. Проводится обзор понятий и устойчивых фраз, связанных с исследованиями процесса и результата восприятия денег человеком. Рассмотрены типовые примеры, отражающие возможные варианты ответной реакции людей при попадании в конкретные ситуации, связанные с денежными категориями.

Ключевые слова: восприятие денег, ментальный учет, эффект банковской карты, денежная иллюзия, «смещение к настоящему», «денежное искажение».

THE SPECIFICS OF HUMAN PERCEPTION OF MONEY

Demidova Elena Alekseevna

Ph.D., Associate Professor of Economics and management of agriculture
Achinsk branch of the Krasnoyarsk State Agrarian University
Russia, the city of Achinsk

Abstract: the article presents the results of studying the issue related to the possible ways people perceive money. A review of concepts and stable phrases related to the research of the process and result of human perception of money is conducted. Typical examples reflecting possible variants of people's response when they get into specific situations related to monetary categories are considered.

Keywords: perception of money, mental accounting, bank card effect, monetary illusion, "shift to the present", "monetary distortion".

Как правило, принятие любого экономического решения невозможно без исходной информации, которая в своем большинстве выражена в денежной форме. Деньги в разных формах и трактовках знакомы каждому человеку. Самый простой и распространённый смысл понятия «деньги» можно сформулировать так – средство платежа, которое человек использует для оплаты товаров. Деньги также могут выступать в качестве средства сбережения, это связано с тем, что их номинал во времени не меняется и они могут быть источником средств для финансирования будущих покупок. При помощи денег удобно определять стоимость разных товаров, поэтому деньги выступают универсальным измерителем стоимости товаров по единой шкале. В разные исторические периоды времени в качестве денег использовались не только материальные, но и нематериальные объекты, более того, живые и неживые. Но и в современных условиях деньги могут быть неоднородны по своему составу. Такие вопросы как: «Какой источник денег в экономике?», «В чем заключается глубинный смысл в отличии наличных и безналичных денег?», «Деньги являются товаром или обязательством?» являются непростыми и неоднозначными для ответа.

Несмотря на наличие значительного объема информации о деньгах, люди воспринимают их своеобразно. Однозначно то, что не все деньги в восприятии человека

являются одинаково равными. Мысленно деньги можно отнести к разным категориям: по источнику получения, по целевому намерению потратить, по фактической трате денег. Ричард Талер назвал этот прием ментальным учетом. Такой подход может быть эффективным, если человек желает защитить имеющиеся средства от растраты в данный момент (например, отложенные средства «на путешествие», «на подарок», «на машину»). Но в то же самое время он имеет обратную сторону, которая может быть явно видна на примере, когда человек берет потребительский кредит, не желая потратить деньги из категории «отложено». Неосмысленным является ментальный учет, когда человек тратит все деньги, которые мысленно отнесены в определенную категорию (например, «покупка фруктов»), даже если фактическая потребность по данной категории сократилась (например, фрукты стали более дешевыми).

Достаточно близок к ментальному учету эффект, связанный с воздействием формы платежа за товары на величину потраченных средств, так называемый эффект банковской карты. Проведено немало исследований, доказывающих, что при оплате товара кредитной картой по сравнению с оплатой наличными средствами, траты увеличиваются на значительную величину (иногда до 100%) [1]. Немного меньшие значения получаются при оплате дебетовой картой [2]. Таким образом, первостепенное значение приобретает некая неосвязаемость электронных денег по сравнению с увеличением величины доступных средств.

Инфляционные процессы приводят к обесцениванию денег, что оказывает значительное отрицательное влияние на уровень благосостояния людей, это особенно важно, если необходимо рассматривать перспективный период, охватывающий нескольких лет, например, в случае планирования значительной покупки и накопления денежных средств. Конечно, при принятии финансовых решений, рациональным будет снижение будущих доходов на величину инфляции, однако своевременность таких корректировок очень сомнительна, поскольку цены на товары изменяются по-разному в разные промежутки времени. Отсутствие внесения таких корректировок, актуализирующих стоимость денег, называется денежной иллюзией.

Реальная стоимость денег определенного номинала сегодня и завтра будет значительно отличаться, поэтому деньги будут иметь разную ценность (100 рублей сегодня гораздо лучше, чем 100 рублей завтра). Логично предположить, что если будущая стоимость денег будет больше, то она станет более интересной для человека. Но категория «больше» очень субъективна, поскольку потребности каждого человека индивидуальны, что справедливо и в отношении стоимости денег. Эксперименты ученых показали, что человек ценит настоящее гораздо сильнее, чем ближайшее будущее. Такое явление называется смещением к настоящему, которое имеет прямое отношение к пониманию восприятия стоимости настоящих и будущих денег человеком.

Интересен тот факт, что деньги могут изменить восприятие и оценку конкретной ситуации человеком уже по причине их упоминания. По результатам экспериментов выявлено, что разговоры о деньгах или вид денег обычно приводят к более эгоистичному настрою и манере поведения людей. Такое изменение поведения человека называется денежным искажением. Также проявлением такого явления можно считать ситуацию, когда человек с большим желанием выполнит небольшую просьбу без денежного вознаграждения, чем за небольшое. Почему так происходит? Дело в том, что незначительная оплата усилий человека приводит к мыслям о значительно большей стоимости затрат своего времени и приводит к разочарованию, а отсутствие оплаты в такой ситуации в человеке вызывает добрые чувства, поднимая самооценку, возвышая его. Можно напомнить известный пример, отражающий влияние денег на взаимоотношения людей. Руководство детского сада в Израиле решило сократить опоздания родителей за детьми по вечерам [3]. Были введены штрафы для родителей, которые забирают детей после установленного времени. Но количество опозданий увеличилось. Так произошло потому, что родители восприняли введение штрафов как некую

узаконенную оплату за позднее пребывание ребенка и уже без угрызений совести, на законном основании стали пользоваться такой дополнительной услугой от детсада за оплату. Конечно, штраф отменили, только количество опозданий стало ещё больше, ведь родители восприняли очередное изменение как бесплатность рыночной услуги.

Таким образом, экономическая категория, связанная с особенностью восприятия денег людьми, является многогранной, комплексной и имеет большое количество взаимосвязей с экономическими понятиями. Несмотря на значительный опыт в изучении типовых моделей поведения человека в ответ на воспринимаемую информацию, не существует в настоящее время четкого представления ответной реакции человека по восприятию категории денег в разных формах проявления. Что приводит к необходимости дальнейшего, более формализованного изучения данного вопроса.

Список используемых источников:

1. Drazen Prelec, Duncan Simester, Always Leave Home Without It: A Further Investigation of the Credit-Card Effect on Willingness to Pay, *Marketing Letters* 12:1, 5–12, 2001.
2. Emma Runnemmark, Jonas Hedman, Xiao Xiao, Do consumers pay more using debit cards than cash? *Electronic Commerce Research and Applications*, Volume 14, Issue 5, September-October 2015, Pages 285–29.
3. Uri Gneezy and Aldo Rustichini. A Fine Is a Price. // *The Journal of Legal Studies* - 2000 - 29:1, 1–17.

