

Dünyanın önde gelen tasarruf bankası ING Bank, para ve yaşama dair pratik bilgilerin yer aldığı ekonomi portalı eZonomics'te (easy Economics: kolay ekonomi) güncel konulara ilişkin haber bültenleri yayımlamaktadır. Hayatın içinden, eğlenceli bir dil ile hazırlanan eZonomics yayınları, finansal okuryazarlık, bireysel finans ve davranışsal ekonomiye dair paylaştıkları bilgilerin kişisel hayatlarına nasıl dokunduğuna dikkat çekmektedir. ING'nin "müşterilerin finansal geleceğini planlamasına yardım konusunda standart oluşturma" misyonu ile uyumlu bir şekilde hazırlanan içerik, ING Global Ekonomi Araştırmalar Bölümü tarafından yapılan analizlerle, anketlerle, araştırmalarla beslenerek kolay anlaşılır bir dille okuyuculara sunulmaktadır.

Sosyal Medya Daha Fazla mı Para Harcatıyor?

ABD'de gerçekleştirilen bir araştırma, sosyal ağlar üzerinden iletişim kurmanın, hayatın diğer alanlarında kendimizi kontrol etme dürtüsünü azaltabildiği sonucunu ortaya koydu. Araştırmacılar, sosyal medya kullanmaktan vazgeçmek değil, bunu kullanmanın getirebileceği olası etkilerin bilincinde olmanın önemine dikkat çekiyor.

ING Bank'ın para, yaşam ve ekonomi portalı eZonomics, Columbia Üniversitesi ile Pittsburg Üniversitesi'nden araştırmacıların, sosyal ağlarda gezinmenin insanları daha sonrasında etkileyip etkilemediği üzerine yaptığı bir çalışmaya yer verdi. ABD'de gerçekleştirilen bu araştırmaya göre, sosyal ağlar üzerinden iletişim kurma, hayatın diğer alanlarında kendimizi kontrol etme dürtüsünü azaltabiliyor.

Yemek tercihlerinin yanında finansal tercihleri de inceleyen araştırmacıların çalışmalarında ulaştıkları bulgulardan biri, Facebook kullanıcılarının daha fazla kredi kartı borcu ve daha düşük kredi puanı olduğu yönündeydi. Fakat çalışmanın sadece bir ilişkiyi gösterdiğini sebep-sonuç ilişkisi sunmadığını da belirtmek gerekiyor.

Sende var, benim de olsun

Wilcox ile Stephen çalışmalarında gelecekte yapılacak başka araştırmalarla Facebook'a girmenin lüks ürünler alma arzusunu etkileyip etkilemediğinin incelenebileceğini belirtiyorlar. Bu araştırmacılar bu dinamiğin sosyal ağlarda nasıl işlediğini yakından incelediler.

Uzun yıllardır birey olarak çevremizdekilere benzer hareket etme güdüsünün gücünü yakından biliyor ve çevremizdekilerle bazen yarışa girerek, arkadaşlarımız veya ailelerimiz yapıyor diye bir şeyler satın alıyoruz veya aynı şekilde masraflarımızı kısıyoruz.

Çok iyi hissediyorum – Haydi devam

Araştırmada öz denetimin, diğer bir deyişle kendimizi kontrol etme dürtüsünün azalmasını etkileyebilecek düşünce şekillerinin belirlenmemiş olsa da "aşırı güven" in ilk olasılık olarak kendini gösterdiği söylenebilir. Bu eğilim, yeteneklerimizi olduğundan fazla görme ve bunun sonucunda da daha büyük riskler alma eğilimimizden kaynaklanıyor.

Keith Wilcox ve Andrew Stephen adlı araştırmacılar, yürüttükleri çalışmalardan birinde Facebook'ta yakın arkadaşlarımıza kendimizi övdüğümüzde kendimizi daha iyi hissettiğimiz

sonucuna vardılar. Fakat bu kendini iyi hissetme duygusu, aynı zamanda kontrolümüzü azaltabilecek bir tuzak gibi de görünebiliyor.

Facebook'tan uzak mı durmalıyım?

Buradan çıkarmamız gereken ders; sosyal medya kullanmaktan vazgeçmek değil, bunu kullanmanın getirebileceği olası etkilerin bilincinde olmaktır. Facebook ve Twitter kullanımında sosyal çevremizin etkisinden olumlu yönde yararlanılabilecek kısımlar da olabilir. (Örneğin para biriktirme kararınızı ilan etmek, ya da benzer finansal hedefleri olan başkalarıyla birlikte toplu bir güç oluşturmak gibi).

Böylece bir dahaki sefere online ortamda arkadaşlarınıza ne kadar iyi görüldüğünüze sevinebilir ve cazip bir alışveriş seçeneği ile karşılaştığınızda derin bir nefes alıp alışveriş iştahınızı durdurabilirsiniz. Belki de, böyle bir durumda kendinize hâkim olmanız için yeni bir web sitesine (ya da eZonomics'e) girebilir, birkaç dakika burada gezinebilir ve böylece kötü bir karar verme olasılığını da azaltmış olursunuz.

ING Bank- Tasarrufun Lider Bankası

Bulunduğu tüm ülkelerde lider tasarruf bankası olarak faaliyet gösteren ING Grubu dünya genelindeki toplumsal yatırımlarını çocuk ve eğitim başlıklarında tutarak, tasarruf odaklı finansal okuryazarlık projeleri ve gönüllü eğitim programları ile tasarruf bilincinin oluşmasına yönelik çalışmalar yürütüyor.

ING Grubu, 2005 yılından bu yana UNICEF işbirliği ile yaklaşık 800 bin çocuğun geleceğine ve eğitimlerine destek vererek, 23 milyon Avro'nun üzerinde 50 milyon TL kaynak yarattı. Sadece 2012 yılında ise çalışanlar ve müşterilerin katkılarıyla yaklaşık 3 milyon Euro, 6 milyon TL kaynak sağlandı. Çocuklarda tasarruf bilincinin oluşturulmasına yönelik çalışanları tarafından riyle gerçekleştirilen eğitim programları kapsamında ise 34 bin gönüllü çalışan 190 saatin üzerinde eğitim verildi.

Manifesto İletişim

Zuhal Gürdamar/ zuhal@manifesto.tc / 0507 7898905

Muzaffer Ergun/ muzaffer@manifesto.tc / 0507 7898921