

Szakdolgozat

**A TUDATOS FOGYASZTÓI MAGATARTÁS A PÉNZÜGYI
FOGYASZTÓVÉDELEM TÜKRÉBEN**

**CONSCIOUS CONSUMER BEHAVIOR IN TERMS OF FINANCIAL
CONSUMER CONFIDENCE**

SZAKÁCS DOMINIK

2020

BUDAPESTI GAZDASÁGI EGYETEM
KÜLKERESKEDELMI KAR
NEMZETKÖZI TANULMÁNYOK
NAPPALI TAGOZAT

**A TUDATOS FOGYASZTÓI MAGATARTÁS A PÉNZÜGYI
FOGYASZTÓVÉDELEM TÜKRÉBEN**

**CONSCIOUS CONSUMER BEHAVIOR IN TERMS OF FINANCIAL
CONSUMER CONFIDENCE**

Készítette: Szakács Dominik

Belső konzulens neve: Dr. Ferkelt Balázs

Budapest, 2020

TARTALOMJEGYZÉK

1. Bevezetés	1
2. Szakirodalmi áttekintés.....	5
2.1 Az ember és a pénz kapcsolata	5
2.2 A pénzügyi kultúra fogalma és fő elemei	6
2.3 Nemzetközi összehasonlítás a pénzügyi ismeretek tekintetében – OECD felmérés tükrében	9
2.3.1 OECD felmérés módszertana	10
2.3.2 Eredmények – megállapítások	11
2.4 A pénz mindennapi helyes kezelése – pénzügyi tudatosság	13
2.4.1 A pénzügyi nehézségek kezelése	16
2.5 A hitelintézetek kereskedelmi kommunikációjára vonatkozó „általános” törvényi szabályozás fogyasztóvédelmi aspektusa	16
2.6 A fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. Évi xlvii. Törvény kereskedelmi kommunikációra vonatkozó rendelkezése.....	18
2.7 A hitelintézetek kereskedelmi kommunikációjára vonatkozó „különös” törvényi szabályozás.....	19
3. Devizahitelekkel kapcsolatos tudnivalók.....	21
3.1 Devizahiteleknek nyújtott eddigi segítségek	21
3.2 Az árfolyamrész és az egyoldalú szerződésmódosítás.....	23
3.3 Elszámolási kötelezettség a következőkre terjed ki	24
3.3.1 Az elszámolás közzéte, felülvizsgálata.....	24
3.3.2 Az elszámolási törvénytervezet.....	25
3.3.3 A lehetséges kérelem típusok.....	25
3.4 Egyéb pénzügyi változások.....	26
3.4.1 Néhány fontosabb dátum.....	27
4. A kutatás módszertana.....	28
4.1 Szekunder adatgyűjtés	28
4.2 Primer adatgyűjtés (kvantitatív kutatási módszer)	28
4.3 Adatfeldolgozás. elemzés	29
5. Eredmények és értékelésük	30
5.1 A kitöltők személyére vonatkozó adatok.....	30
5.2 A devizahitelben érintett fogyasztók hiteltípusai.....	30

5.3 Fogyasztói kérdések a pénzügyi fogyasztóvédelemhez.....	32
5.4 Megtakarítási formák.....	35
5.4.1 Baba kötvény.....	35
5.4.2 A lakásért való takarékoskodás.....	35
5.4.3 A nyugdíjas évekről való gondolkodás.....	36
5.4.4 Az önkéntes egészségpénztár.....	36
5.5. A pénzügyi (fogyasztóvédelmi) ismeretek kérdései.....	36
5.5.1 A takarékoskodási célok és formák.....	37
5.5.2 A banki és biztosítási termékek használati formái	39
5.6 A devizahitel kérdései.....	40
5.7 A mobil applikáció lehetőségei.....	43
5.8 MNB és a civilháló.....	44
6. Összegzés, következtetések.....	45
Irodalomjegyzék	50
Mellékletek	56

TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE

1. táblázat A pénzügyi fogyasztóvédelem területén lévő kérdések.....	36
--	----

ÁBRAJEGYZÉK

1. ábra A pénznek nincs szaga.....	1
2. ábra A pénzügyi kultúra összetevői	8
3. ábra A fiatalok három csoportja pénzügyi megfontolásaik alapján	12
4. ábra A svájci frank és a forint árfolyamának változása.....	22
5. ábra A devizáknál alkalmazott átlagkamatláb.....	22
6. ábra Az árfolyamrés és az egyoldalú szerződésmódosítás semmis és törvénytelen.....	23
7. ábra Az elszámolás folyamata fogyasztói panasz, vita esetén.....	24
8. ábra A devizahitelben érintett válaszadók hiteltípusai	31
9. ábra Honnan informálódnak a fogyasztók a pénzügyintézetek költségéről	32
10. ábra Pénzügyi panasszal a fogyasztó hova fordulhat	33
11. ábra Maslow szükséglet hierarchiája	34
12. ábra A takarékoskodási célok	38
13. ábra A takarékosági formák megoszlása a fogyasztók között.....	38
14. ábra Banki termékek használata	39
15. ábra Milyen a legnépszerűbb biztosítási forma manapság	40
16. ábra A hiteltartozások nagysága az összes megkérdezettre	41
17. ábra Hiteltartozások nagysága a devizahitelesekre vetítve	41
18. ábra A felvett hitelek fajtái	42
19. ábra Fogyasztóvédelmi applikáció használata	43
20. ábra A fogyasztók értesülése a MNB- Pénzügyi Fogyasztóvédelmi Központ által kiírt Civilháló Programról	44
21. ábra A fogyasztói jogok érvényesítésének területei	46
22. ábra A biztosítások típusai	47
23. ábra A fogyasztó sérelmével négy intézményhez fordulhat az ügy jellegétől függően....	49

1. BEVEZETÉS

” Pecunia non olet „- A pénznek nincs szaga. (Vespasianus császár)



1. ábra A pénznek nincs szaga - Vespasianus császár

forrás:https://penztortenet.blog.hu/2013/05/31/pecunia_non_olet_azaz_a_penznek_nincs_szaga

Az ember már évezredek óta keresi a saját boldogulásának, a pénz pedig az ember boldogításának útját a világban. E törekvések nyomában a negyedik ipari (informatikai) forradalom is kirobbant már (Ipar 4.0), ami mindenféle csodás eszközzel és lehetőséggel árasztotta el a világot. A tudás hiánya miatt, viszont még most sem történt meg az egymásra találás. Mindössze annyi látszik, hogy az ember leszámolt azzal a tévképzetével, hogy a pénz nem boldogít. Mégis milyen szerepe van a pénznek az életünkben? Angus Deaton Nobel-díjas tudós megállapítja, hogy a pénz igenis boldoggá tesz akkor, ha az ember a nélkülözésből a megélhetésbe, majd a biztonságba kerül általa (Steptoe – Deaton – Stone, 2015). Egy szint fölött azonban a több pénz már nem okoz jelentős életminőség-javulást. Napjainkban intelligensnél intelligensebb eszközök és különféle kütyük között éljük életünket, hiszen a technikai és technológiai civilizáció fejlődése a pénzvilág minden területén feltartóztathatatlan (Merth, 2017).

Napjainkban a fogyasztói magatartás kutatásának egyik fontos területe a fogyasztók tudatosságának vizsgálata. A tudatos fogyasztó előzetes információgyűjtést követően előre megfontolt vásárlási döntéseket hoz, érvényre juttatva bizonyos, általa fontosnak tartott szempontokat. E szempontok igen változatosak lehetnek, kötődhetnek a fogyasztó önérdelkeihez (ártudatosság, minőség tudatosság, márkatudatosság, egészségtudatosság stb.) vagy a köz, a társadalom érdekeinek figyelembevételéhez (környezettudatosság,

társadalomtudatosság stb.). E két esetben a fogyasztókat eltérő érdekek hajtják, eltérő kínálatra vágnak, és eltérően lehet őket megszólítani. Napjaink kutatási eredményei szerint a fogyasztók világszerte egyre inkább tudatosabbak (Dudás, 2011). Néhány területen igaz nálunk is az előbbi megállapítás, de sajnos a pénzügyi termékek területén még gyerekcipőben járunk. Remélem jelen dolgozatommal én is hozzájárulhatok ahhoz, hogy az itthoni fogyasztók tájékozottabbak, illetve tudatosabbak lehessenek ezen a területen is.

Az emberi létezéséből fakad a biztonságra való törekvés alapszükséglete. Biztonsági igénye mindenkinek van, akár elismeri, akár nem, akár tudatosul, akár nem. Legtöbbször ez nem is tudatosul és nem is foglalkozunk vele szívesen. Így, ha valaki vagy valami (az üzletközvetítő, reklám) erre figyelmeztet, annak nem túlzottan örülünk, kioktatásnak vesszük és szembesülünk a tudatlanságunkkal. Ha eljutottunk a biztonsági szükségletünk ilyen fajta kielégítésének gondolatához és tájékozódunk, tárgyalásba kezdünk a szerződés feltételeiről, hamar belátjuk, hogy bármilyen biztosítás vagy pénzügyi termék - még a kötelező gépjármű-felelősségbiztosítás vagy bankszámla nyitás is - pénzügyi, matematikai, jogi stb. ismereteket feltételez, amelyeknek nem vagyunk tökéletesen birtokában. Még a mértéktartó, jó szándékú tanácsadás is kínos, ugyanis szembesülünk saját „tájékozatlanságunkkal”. (Szakács, 2004)

A pénzügyi kultúra iránti igény, illetve annak fejlesztésére való törekvés az elmúlt évtizedekben folyamatosan jelen volt, de csak a 2008-ban kibontakozó világméretű pénzügyi válság kapcsán került fókuszpontba (Botos et al. 2012). Napjainkban egyre erősödő verseny jellemez minden szektort, melyből nem maradnak ki a biztosítók, pénzügyintézetek és a bankok sem. Fennmaradásuk függ attól, hogy meg tudják-e tartani ügyfeleiket, illetve magukhoz tudnak-e vonzani új fogyasztókat. Kutatásom tárgyát képezte a pénzügyi fogyasztók magatartásának vizsgálata. Kiemelt területként a devizahitel kérdéskörét és a különböző adómegetkarítási lehetőségeket vizsgáltam. Próbáltam kideríteni, hogy mikortól beszélhetünk pénzügyi tudatosságról és kit értünk tudatos pénzügyi fogyasztó alatt, valamint azt is, hogy milyen motivációk, pszichológiai és szociológiai tényezők állnak e tudatosság mögött.

A csalódott fogyasztó, aki eddig megbízott a banki, illetve a biztosítási tanácsadók javaslataiban, a devizahiteles tragédiákat követően elkezdett gyanakodni. Már kevésbé tartja hitelesnek egy olyan személy szavait, aki nem tudta figyelmeztetni a bekövetkező veszélyekre. A fogyasztó bizalmát nehéz elnyerni, főleg, ha egyszer már megingott bennük a bizalma. Manapság hangsúlyosabban van jelen a mindennapokban pénzügyi tudatosság, mint pár évvel

ezelőtt. A majd egy évtizede kirobbant gazdasági válság óta, azt lehet mondani, hogy a fogyasztók felkészültebbek. Ez viszont nem a pénzügyi tudásuknak köszönhető, hanem a nagyobb fokú információáramlásnak. Az internet elterjedésével egy újfajta, a fogyasztó számára biztonságosabbnak, hitelesebbnek tűnő információforrás jelent meg, melyre mindig támaszkodhat, bármikor előveheti a zsebéből (Szakács – Tariszka – Szakács ,2018).

Többek között arra kerestem a választ, hogy milyen ok vezetett ahhoz, hogy az emberek többsége a forint hitel helyett a külföldi deviza alapú kölcsönt választották, milyen információk álltak rendelkezésére, mennyire voltak tájékozottak. Tudták-e, hogy milyen jellegű kockázatok kapcsolódtak e hitelformához. Vizsgáltam, hogy a felhasználók mennyire ismerik a különböző megtakarítási formákat, személyi jövedelemadó - SZJA - kedvezményeket, megoldásokat. Mind a biztosítási, mind pedig a banki megoldások kérdéskörét is érintettem a kérdőívemben. Azt feltételeztem - amit a vizsgálataim megerősítettek - hogy ahány fogyasztó, lényegében annyi szempont szerint mérlegel, hogy számára mi a fontos és mire szeretné megtakarítását fordítani. Ebbe olyan szempontok is szerepet játszanak, mint pl. a kor vagy iskolai végzettség. Egy fiatal pályakezdő vélhetőleg saját lakásra, autóra gyűjt, míg a kisgyermekes családok a gyermek jövőjére, a középkorúak nyugdíjas évek biztonságára, de a tudatos pénzügyi tervezés és a kényelmesebb életstílus is dominált a válaszok között.

A fogyasztóvédelmi alapismereteket az MNB tevékenységén keresztül a következőképpen vizsgáltam. Saját tapasztalat és kérdőív segítségével mértem fel a fogyasztók tájékozottságát, hitelfelvételi hajlandóságát, tájékoztatással való elégedettségét. Próbavásárlást végeztem több kereskedelmi bankban - hogy én, mint ügyfél -, milyen szintű tájékoztatást kapok, fogyasztási hitelről, diák hitelről, bankszámla szerződésről való érdeklődés esetén. Különböző bankokban több számlát is nyitottam, aminek használata közben sok hasznos információt gyűjtöttem. Betéti, valamint hitelkártya használata során rengeteg új élménnyel gazdagodtam, amit vizsgálataimban is felhasználtam.

A forrásgyűjtés során a könyvekből, az internetes oldalakról és személyes tapasztalatokból, a kérdőív és a próbavásárlás során nyert ismeretekből arra a következtetésre jutottam, hogy a magyar lakosság fél a hiteltől. Fél azért, mert nem tájékozott, nincs megfelelő pénzügyi ismeret mögötte. Fél mert korábban sokszor érezte úgy, hogy félre vezették. A negatív tapasztalatot okozó ügyintézők nehezen tudják ezt a félelmet újra bizalommal alakítani. Sajnos elmondható, hogy mindenki ismeretségi körében van, vagy volt valamely személynek fizetési nehézsége. A pénzügyi kultúra fejlesztése céljából jó irány a középiskolákban történő pénzügyi vetélkedők bevezetése. Azonban még jobb lenne az alapismeretek beépítése a közoktatásba, már általános

iskolában is. Megkönnyíti mind a mindennapi életet, mind azt, hogy a fiatal felnőttek ne a felső iskolákban találkozzanak először a hitelkártya vagy adósság fogalmával. A legjobb pedig az lenne, ha az emberek nem a saját bőrükön tapasztalnák meg azt, hogy egy nem megfelelően kiválasztott hitel mennyi problémát tud okozni.

2. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

2.1. AZ EMBER ÉS A PÉNZ KAPCSOLATA

Amikor pénzügyekről van szó, vagy lelkesedünk, vagy bosszankodunk. Lelkesedünk, ha úgy gondoljuk ismerjük a legjobb megoldást. Bosszankodunk, ha nekünk még sem sikerült vagy ha azt látjuk, másoknak ez nálunknál jobban sikerült. Mások példájából viszont nem tanulunk. Igaz, nem is tanítottak erre eddig bennünket. Ezért aztán sokszor megyünk a magunk feje, pontosabban a magunk orra után. Bizonyára sokan ismerik a híres mondást: „A pénznek nincs szaga.” Szokás latinul is idézni, „Pecunia non olet”. A mondást Vespasianus császárnak tulajdonítják. Vespasianus Nero halála és az egy évig tartó polgárháború után üresen vette át az államkasszát. Változatos adókkal és gazdaságélénkítő politikával próbálta meg feltölteni a kincstárat. Kreatív adóinak egyike az utcai illemhelyek megsarcoltatása volt. Ezeket a vizeldéket általában gyapjúval foglalkozók üzemeltették vagy bérelték, mivel a vizelet ammóniát tartalmaz, amelyet a gyapjú tisztításához használtak. A császár azzal érvelt, hogy az üzemeltetők ingyen jutnak hozzá munkájuk egyik nyersanyagához, vagyis adót kell fizetniük az ammónia beszerzése után. A legenda szerint fia, Titus szemrehányást tett a császárnak, amiért kieszelte a vizeletadót. Vespasianus erre az orra alá dugta az első befizetésből származó pénzt (pecuniam), és megkérdezte, bántja-e a szaga (num odore offenderetur). Titus azt mondta, nem, mire ő közölte, hogy ez bizony a vizeletből való. Vespasianus törvénye annyira közismert lett a szállóige alapján, hogy az utcai vizeldét olaszul a mai napig vespasianónak, franciául pedig vespasienne-nak hívják (Juhász, 2016).

Miként lehetne megkívánni az egyes embertől, hogy magabiztosan uralja a saját pénzügyi viszonyait és lehetőségeit, uralkodjon a pénzvilág teremtette kihívásokon, csábításokon, csapdákon, amikor az emberek, az emberiség meghatározó hányadának halvány fogalma sincs a pénzvilág történéseiről, működésének fortélyairól. Az emberek tömegei gondolkodás nélkül követnek fogyasztási, befektetési és egyéb pénzügyi mintákat, ajánlásokat, trendeket. Ezért a világválságok is „szolgaián” követik a tömegek pénzügyi döntései és magatartása nyomán bekövetkező változásokat. Hiszen minden mindennel összefügg. A kóros pénzbőség és a hét szűk esztendőhöz vezető pénzhiány nem az egyes ember döntésétől függ ugyan, de ezek tömeges egyezése kiszámítható és prognosztizálható eredményekhez vezet. Ha pénztöbblet van, az emberek is és a pénzvilág döntéshozói is felelőtlenebbek; gondoljunk csak a legutóbbi világválságunkra, 2008-ra (Balogh – Varga, 2013), amiből a legtöbb gazdaság csak most kezd kikászálódni. Ám a válság előtt a banktisztviselők szinte könyörögtek, hogy devizahiteleket

adhassanak; aki elment egy bank előtt, arra biztosan ráesett egy kis devizahitel, akár akarta azt, akár nem. Ma már tudjuk, az járt jól, aki ezt a devizahitel-csapdát tudatosan elkerülte.

Minderre – az emberi tőkéből hiányzó tudáshalmazra – akár közhelyként is lehet hivatkozni, (Bánóczy – Varga, 2016) ám akkor még inkább nem fogjuk tudni megérteni azt, hogy a pénzzel való bánást, a pénz természetére vonatkozó főbb ismereteket miért nem tanítjuk akár már az általános iskolában?! Hiszen a gyerekekből előbb utóbb ifjak, majd felnőttek lesznek, akik tömegében fogják befolyásolni nem csak a saját életüket, hanem a világ pénzügyi folyamatait, a pénzvilág történéseit.

2.2. A PÉNZÜGYI KULTÚRA FOGALMA ÉS FŐ ELEMEI

A pénzügyi kultúra és pénzügyi tudatosság fogalmakat az ide kapcsolódó szakirodalom szinonimaként használja. Az angol nyelvű tanulmányok, publikációk rendszerint a financial literacy kifejezéssel élnek, amelynek a pénzügyi kultúra és a pénzügyi tudatosság egyaránt megfeleltethető.

A pénzügyi kultúra kutatásának alapjai a XX. század elejére tehetők, jelentősége azonban elsősorban a 2008-as pénzügyi válság kirobbanásával értékelődött fel. A külső körülmények változásának hatására maga a fogalom is folyamatos átalakuláson ment keresztül, más és más jelentett különböző időpontokban és a különböző társadalmi, gazdasági berendezkedésű országokban, illetve a kisebb társadalmi csoportoknál is. Kezdetben a pénzügyi kultúra fogalmát az ismeretek meglétével azonosították. „A pénzügyi műveltség az az alapvető ismeret, amelyre az embereknek a modern társadalomban való túléléshez szükségük van” (Kim, 2001) vagyis „azon tények és pénzügyi szókinccs ismerete, amelyek a személyes jóléthez szükségesek” (Fisher, 2010). A definíció továbbfejlesztését figyelhetjük meg többek között Bowen (2002) meghatározásában, aki a pénzügyi terminológia ismerete mellett annak értelmezését és megértését is kihangsúlyozza: „a pénzügyi ismeretek mindazon kulcsfontosságú pénzügyi kifejezéseknek és fogalmaknak a megértése és használata, amelyek a napi életvitelhez szükségesek.” A mai felgyorsult világban, amikor bonyolult szakkifejezésekkel találkozunk magunkat szemben pénzügyi termékek vásárlásakor, érthetővé válik több kutató erőfeszítése, hogy az alpműveltségek körét kibővítsék a pénzügyi készségekkel is. „A személyes pénzügyi készség az egyénnek az a képessége, hogy olvasni, elemezni és kommunikálni képes azokkal a pénzügyi feltételekkel kapcsolatban, amelyek befolyásolják anyagi jólétét” (Cude et al., 2006). Egyéni szinten akkor beszélhetünk pénzügyi műveltségről, ha „az egyén megérti és saját maga javára használja fel a pénzügyi fogalmakat” (Servon-Kaestner, 2008) vagyis „pozitív pénzügyi

döntést képes hozni anyagi jóléte érdekében” .Nem elég azonban az egyszeri pozitív pénzügyi döntés, fontos az egész életen át tartó anyagi biztonság, ami a következő fogalomban is megjelenik: „A pénzügyi tájékozottság az egyén azon képessége, amellyel a pénzügyi forrásokat hatékonyan kezelni tudja annak érdekében, hogy biztosíthassa életen át tartó pénzügyi biztonságát” (ANZ , 2008).

A Gazdasági Együttműködési és Fejlesztési Szervezet (OECD) definíciója szerint „a pénzügyi tudatosság olyan képesség, ami lehetővé teszi a pénzügyi források hatékony gyarapítását, nyomon követését és felhasználását oly módon, hogy az hozzájáruljon mind az egyén, mind a családjá, mind vállalkozása jólétének és gazdasági biztonságának megerősítéséhez.” Az OECD megközelítése szerint a „pénzügyi jóllétet” (financial wellbeing) elsősorban az egyén megfelelő, pozitív magatartása biztosíthatja, ezért a pénzügyi képzés végső soron akkor sikeres, ha eléri a magatartás módosítását. (Jakovác – Németh, 2017)

A nemzetközi szakirodalomban fellelhető pénzügyi kultúra definíciók összehasonlításával 5 fő tartalmi elemet lehet rögzíteni:

- 1) A pénzügyi fogalmak, alapösszefüggések, valamint szolgáltatások használatában való jártasság.
- 2) A hatékony döntéshozatali képesség.
- 3) A személyes pénzügyek menedzselésének képessége.
- 4) A kritikus gondolkodásra való képesség, amelynek révén az egyén mérlegelni tudja az előnyöket és hátrányokat egy-egy pénzügyi döntése előtt.
- 5) Magabiztosság a jövőre vonatkozó pénzügyi szükségletek tervezésében.
(Remund, D. L. (2010)

Magyarországon a pénzügyi kultúra következő definíciója terjedt el: „A pénzügyi kultúra a pénzügyi ismeretek és képességek olyan szintje, amelynek segítségével az egyének képesek a tudatos és körültekintő döntéseikhez szükséges alapvető pénzügyi információkat azonosítani, majd azok megszerzése után azokat értelmezni, és ez alapján döntést hozni, felmérve döntésük lehetséges jövőbeni pénzügyi, illetve egyéb következményeit.” (MNB Projektfüzet, 2014.):



2. ábra A pénzügyi kultúra összetevői (Forrás: Saját szerkesztés)

A fenti definíciók alapján a nemzeti stratégia szempontjából fontos kritériumok a következők: A pénzügyi tudatosság a személy képessége arra, hogy saját pénzügyi érdekeinek megfelelően cselekedjen. Ez a képesség feltételez bizonyos szintű pénzügyi kultúrát (ismereteket, készségeket), célirányos magatartást, valamint megfelelő hozzáállást (attitűdöt). Mindhárom tényező szükséges a pénzügyi termékajánlatok megértéséhez, a személy igényeinek megfelelő termék kiválasztásához és tényleges igénybevételéhez.

- Pénzügyi ismeretek alatt a lényeges pénzügyi fogalmak ismeretét (infláció, kamatos kamat, járadék, hitel-kölcsön, biztosítás, stb.), a pénzügyi termékek és szolgáltatások ismeretét, és egyéb praktikus tudnivalókat (pl. átutalási megbízás, bankkártya adatok védelme stb.) kell érteni. Készség (pl. a számolás és a szövegértés), tehát az a megtanult ismeret, amit a cselekvés és a tevékenység során közvetlen tudati ellenőrzés nélkül használunk.
- Pénzügyi szemlélet (ismeretek alkalmazásának képessége, viselkedés-minták) körébe sorolható a családi költségvetés készítése, a hosszú távú tervezés (felkészülés nyugdíjra, betegségekre stb.), takarékoskodás, pénzügyi döntéshozatal (képes választani, és megfelelő időben cselekedni), a tájékozódás és a tanácsadó igénybevétele is.
- A hozzáállás, vagyis az attitűd a személy pénzügyekhez való viszonyát, tartós beállítódását jelenti, pl. a jövőhöz viszonyulás, az öngondoskodás, a megfontoltság, az eredményközpontúság és a magabiztosság.

A stratégia támogatni kívánja a pénzügyi kultúra témában folyó tudományos kutatásokat, hogy ezzel is megszilárdítsa a közgondolkodásban való folyamatos jelenlétet.

2.3. NEMZETKÖZI ÖSSZEHASONLÍTÁS A PÉNZÜGYI ISMERETEK TEKINTETÉBEN – OECD FELMÉRÉS TÜKRÉBEN

Németh – Zsótér – Luksander (2017) a fiatal felnőttek pénzügyi sérülékenységgel kapcsolatos háttértényezőiről szóló értekezésében a szerzők, ahogy én is, arra voltak kíváncsiak, hogy milyen a 18 és 35 év közötti fiatalok viszonya a pénzhez, mennyire értenek hozzá, hogyan bántak vele, és ez alapján hányféle csoportot lehet elkülöníteni a korosztályban. A kutatáshoz a GfK 2015-ös reprezentatív felmérését használták fel, amely az OECD kérdőívén alapult.

A Pénziránytű Alapítvány által támogatott, az OECD módszertanon alapuló kutatások reprezentatív jellegük és módszertani megalapozottságuk miatt a pénzügyi kultúra magyarországi helyzetéről valós képet adnak, így segítve a pénzügyi kultúrával foglalkozó szakembereket a helyes döntéshozatalban. A pénzügyi termékek egyre komplexebbé válnak, ezzel párhuzamosan az egyéni igények is folyamatosan formálódnak, bővülnek (Habschick et al., 2007; Botos et al., 2012). A fiatalok pénzügyi kultúrájának vizsgálatakor a pénzügyi tudásnak, a pénzügyi magatartásnak és a pénzügyi attitűdöknek is érdemes figyelmet szentelni (Atkinson – Messy, 2012).

A pénzügyi tudás mérése történhet objektív és szubjektív módon is, tehát tudást mérő tesztekkel, valamint a válaszadó önbevallása alapján, ami arra utal, ő vajon hogyan értékeli saját tudását (Huzdik et al., 2014; Luksander et al., 2014; Béres et al., 2013; Atkinson – Messy, 2012). A két mutató viszonya pedig annak jelzésére szolgál, hogy a válaszadó vajon mennyire értékeli reálisan pénzügyi tudását (Béres et al., 2015). Pénzügyi kultúra alatt általánosságban a pénzügyekkel kapcsolatos informáltságot, az információ feldolgozásának, a jó pénzügyi döntések meghozatalának képességét értjük. Vitatható, hogy hol van a határa azoknak a pénzügyi ismereteknek, készségeknek, amelyeket a pénzügyi kultúra körébe sorolunk. Ezt a határt a különböző kutatások máshol húzzák meg, és ezért gyakran egymástól lényegesen eltérő kérdéseket, lényegesen eltérő módszerrel vizsgálnak. A pénzügyi kultúra fogalomköre éppen ezért képlékenynek tekinthető (Czakó et al., 2011). Lusardi (2008) tanulmányában kifejti, hogy egyre szélesebb körű a pénzügyi analfabetizmus az amerikai lakosság körében, különösen a speciális demográfiai csoportoknál. Jellemzően az alacsony iskolai végzettségűek, a nők, a spanyol ajkúak és az afroamerikai csoportok esetében különösen alacsony a pénzügyi műveltség.

Magyarországon is jellemző, hogy a médiában hallható gazdasági beszámolókat, híreket például a legtöbben alig értik (Balázsne, 2007). Hazai kutatási eredmények alapján úgy tűnik,

azok a felsőoktatásban tanuló fiatalok, akik középiskolában már tanultak pénzügyi-gazdasági ismereteket, nem mutatnak tudásbeli eltérést a többi hallgatótól. Más a helyzet a felsőoktatásban megszerzett ismeretek esetében – a pénzügyi-gazdasági képzésben eltöltött félévek száma kirajzol egy fejlődési ívet (Béres et al., 2012). Szintén Béres és munkatársainak eredménye (2012) alapján mondható el, hogy a felsőoktatásban tanuló hallgatók 58,92 százaléka ítéli meg reálisan saját pénzügyi-gazdasági ismereteit, míg 10,96 százalék alulértékeli és 30,12 százalékuk túlértékeli azt.

Luksander és szerzőtársai (2014) arra hívják fel a figyelmet, hogy a férfiak, az idősebbek, akik gazdasági képzésre járnak, illetve ilyen jellegű tárgyakat tanulnak az egyetemen, magasabb szintű pénzügyi ismeretekkel rendelkeznek. Kutatásukban a jövedelem nagysága, valamint az, hogy a jövedelem mekkora része származik a családtól, szignifikáns összefüggést mutat a pénzügyi tudás gyakorlati részével. Tanulmányunk sorvezetőjeként használt második fogalom a pénzügyi magatartás. A pénzügyi magatartás egy többdimenziós fogalom, számos aldimenzióra bontható. A pénzügyi magatartás fontos befolyásoló tényezője a pénzügyi jólétnek (Garman – Forgue, 2006). A fogyasztói magatartás területén végzett, pénzügyi magatartást vizsgáló kutatások egy része a háztartási vagy családi pénzügyek felől közelíti meg azt. A családi pénzügyek oldaláról történő megközelítésre példa Deacon és Firebaugh (1988) kutatása, akik a családi erőforrások használatának tervezését és megvalósítását vizsgálták.

Egy 2012-ben készült felmérés eredményei alapján a magyar felsőoktatásban tanuló fiatalok szegmenseit határoztuk meg pénzügyi attitűdjeik és hitelekkel kapcsolatos véleményük alapján (Zsótér et al., 2015), amely a következő eredményeket hozta számunkra: 1. konzervatívok, 2. lazák, 3. tapasztaltak. A konzervatívok csoportja nagyon alacsony kockázatvállalási hajlandósággal, magát tudatosnak tartó vélekedéssel jellemezhető, valamint kimagaslóan erős náluk a pénzügyekhez kapcsolódó morális értékek figyelembevétele. A lazák csoportja kevésbé tudatos és magas kockázatvállalási hajlandósággal írható le, inkább rövidtávon gondolkodó egyénekből áll. A tapasztaltak csoportja pénzügyileg tudatos, nagyon alacsony kockázatvállalási hajlandósággal és magas morális értékekkel jellemezhető. A tanulmány rávilágított arra, hogy a felsőoktatásban tanuló fiatalokat pénzügyi kultúra szempontjából nem tekinthetjük homogénnek.

2.3.1. OECD felmérés módszertana

Az OECD szervezésében **2010-ben** pilot jelleggel világszerte 14 országban, majd **2015-ben** a világ számos országában, ebből 17 európai országban sor került a **felnőtt lakosság** (18-79

évesek) pénzügyi tájékozottságának és pénzügyi kultúrájának azonos módszertan szerinti felmérésére.

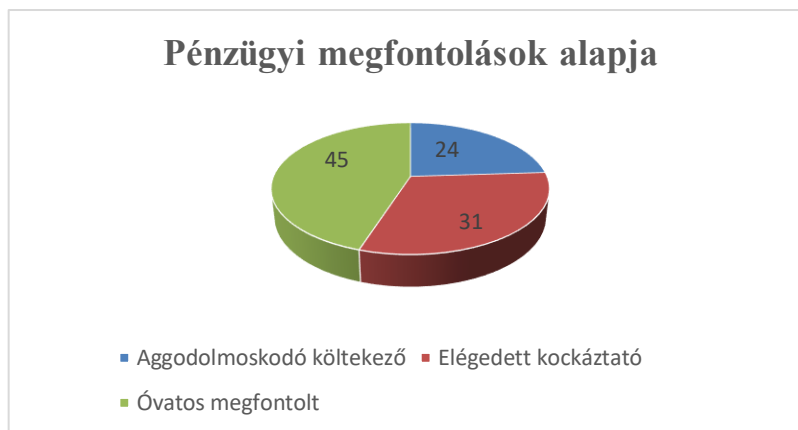
Három vizsgált elem volt:

- 1) pénzügyi ismeretek
- 2) pénzügyi magatartás
- 3) pénzügyekhez való hozzáállás

Magyarország mindkét adatgyűjtésben részt vett. Az egységes módszertan és a közel egyidejű adatfelvétel lehetőséget biztosít nemzetközi összehasonlításra, illetve a saját adatok idősoros összevetésére. A 2010-es felmérésben az elméleti pénzügyi ismereteket tekintve 14 ország közül még a magyarok teljesítettek legjobban, ugyanakkor a tudás gyakorlati alkalmazásában (tehát a pénzügyi magatartást és a pénzügyekhez való hozzáállást illetően) lemaradtunk. Különösen a családi költségvetés készítése és a takarékoskodás terén gyenge a hazai eredmény. A magyar lakosság hozzáállását gondos előre tekintéssel szemben inkább a mának élés jellemezte.

2.3.2. Eredmények - megállapítások

Az alábbi klasztereket lehet ezen vizsgálat alapján képezni a fiatalok pénzügyi attitűdjei és a pénzhez fűződő magatartásuk mentén. Eredményeik szerint a 18-35 éves korosztályra a pénzügyi megfontoltság kevésbé, míg a hosszú távú pénzügyi célok kitűzése (gazdagodás, az ehhez szükséges források bármi áron történő megszerzése, egyfajta jólét fenntarthatósága) és a hedonizmus inkább jellemző. Pénzügyi céljaikat kevésbé a kiadások csökkentésével, avagy megtakarítással, esetleg különféle befektetések kezdeményezésével kívánják elérni. Kitűzött céljaik elérése érdekében akár cselekvési tervet is készítenek, de a jellemző mégis inkább az, hogy pluszmunkát vállalnak. A kutatás során három klasztert azonosítottam, az aggodalmaskodó költekezőket, az elégedett kockáztatókat és az óvatos megfontoltakat.



3. ábra: A fiatalok három csoportja pénzügyi megfontolásaik alapján (Forrás: saját szerkesztés)

A pénzügyi sérülékenység az aggodó költekezőkre jellemző, akik a fiatal felnőttek, mintegy negyedét alkotják. Ők inkább a mának élnek. Megélhetési problémáik miatt sokat szoronganak, hiszen megtakarítással nem igazán rendelkeznek. A másik két klaszterhez viszonyítva a pénzügyi tudásuk és készségeik alacsonyabb szintűek, kevesebben készítenek rövid vagy hosszú távú költségvetést, a jövedelmük is alacsonyabb, és nem jellemző rájuk a pénzügyi célok kitűzése sem.

A 2015-ös felmérés elemzését az OECD 2016. október 12-én publikálta. Nemzetközi összehasonlításban a magyar eredmények kedvezőtlen képet mutatnak a lakosság pénzügyi tudatosságának aktuális állapotáról, mi több, az elmúlt öt év (2015/2010) során romlásról számol be az elemzés.

Az OECD-elemzés néhány érdekes megállapítása Magyarország kapcsán:

- az infláció fogalmának ismerete kapcsán még a 4. helyen végeztünk, ez jó eredménynek számít;
- a magyar háztartások mindösszesen 25 %-a rendelkezik saját költségvetéssel, ezzel a legrosszabbul teljesítő ország vagyunk
- mi végeztünk a megtakarítási hajlandósági lista legrosszabb helyén is
- pénzügyi szolgáltatás igénybevétele esetén több kínált pénzügyi termékek közötti előzetes összehasonlítástól, tájékozódástól és a tudatos választástól is idegenkedik a magyar fogyasztó, itt csak a csehek teljesítettek nálunk rosszabbul
- a pénzügyi magatartáshoz való pozitív viszonyulás területén is sereghajtók lettünk (míg az OECD-átlag is 50% körüli, addig a magyarok csak 25% közelében teljesítettek),

- a magyar fogyasztók a hosszú távú befektetések tervezése kapcsán elutasítóak maradtak (4. legrosszabb eredmény), még mindig a 2010-es felmérés szerinti hozzáállás tapasztalható, azaz az „éljük a mának”-attitűd (érdekesség, hogy a magyar nők itt még kevésbé megfontoltak, mint a férfiak.),
- a felmérés a pénzügyi termékek (kiemelten: hitel-, biztosítási, megtakarítási, készpénzhelyettesítő fizetőeszközök) birtoklását is felmérte; sajnos itt is az átlag alatti kategóriába tartozunk (az észtek 97%-a bír valamilyen biztosítással – az életbiztosítást a felmérés a megtakarításokhoz sorolta –, a magyarok mindössze 43 %-a).

A fenti eredmények a felnőtt lakosság (18 éven felüliek) pénzügyi kultúrájának szintjére vonatkoznak. A 18 éven aluliak (diákok) esetében nem állnak rendelkezésre reprezentatív kutatási adatok. Ugyanakkor a felnőtt lakosság körében a pénzügyi kultúra – köztük a pénzügyi ismeretek - alacsony színvonala aláhúzza annak fontosságát, hogy az élet korai szakaszában, lehetőleg már az iskolában ki kell építeni az ilyen kompetenciákat. (*OECD ajánlás, 2005*). Az iskolai pénzügyi képzés garantálhatja, hogy a következő nemzedék releváns pénzügyi ismeretekre (pl. pénzügyi szempontú számolási készségek), és magabiztosságra tegyen szert. Az iskolák segíthetik a gyermekeket és a fiatalokat olyan készségek és attitűdök kialakításában, amelyek révén elérhetik a pénzügyi stabilitást, jóllétet, valamint pozitív szokások és magatartások megszerzésére ösztönzik őket, például arra, hogy megtervezzék költségeiket, megtakarítsanak és készítsenek terveket a jövőre.

2.4. A PÉNZ MINDENNAPI HELYES KEZELÉSE - PÉNZÜGYI TUDATOSSÁG

Az emberek pénzügyi ismereteinek mértéke olyan tényező, amely befolyásolja a napi pénzügyi döntéseit. Hilgert, Hogarth és Beverly (2003) szerint azon háztartások, amelyek alacsonyabb átlagos pénzügyi ismerettel rendelkeztek kevésbé jól teljesítenek a hitelkezelés, megtakarítási, befektetési és jelzáloghitel-fizetési készségek tekintetében is, mint azok a háztartások, amelyeket a közepes vagy magas pénzkezelési készségekkel rendelkeztek. Ez azt sugallja, hogy (a) a gyenge teljesítmény az egyik területen gyakran összefügghet a gyenge teljesítménnyel más készségek területén, és (b) hogy – legalábbis potenciálisan – a pénzügyi felkészültség növekedése a pénzkezelési gyakorlat javítását eredményezhetné a nagyobb tudás és tapasztalatok révén. Thaler és Johnson (1990) a „kockázatvállalás nagyobb nyereség reményében” effektus („house money effect”) alkalmazását javasolják, melynek során az aktuális költségvetés megtervezése nagymértékben függ a múltbeli eredményektől. A korábbi nyereségek arra bírják rá az embereket, hogy legyenek hajlandók több kockázatot vállalni, míg

a korábbi veszteségek csökkentik a kockázatvállalási hajlandóságot, és azok az eredmények, amelyek nullszaldót kínálnak, vonzóbbá válnak.

A költségvetés-készítési képesség fontos, de az embereknek meg kell erősíteni a pénzügyi felkészültségét a mindennapi pénzügyi szolgáltatási tranzakciók keresésére és egyszerűbb végrehajtására. Ezt keresési és tranzakciós költségeket csökkentő képességnek lehet tekinteni. Valójában a Mexikóban és Chilében végzett kísérleti kutatások azt mutatták, hogy a pénzügyi szempontból képzett emberek nagyobb valószínűséggel választanak alacsonyabb adminisztrációs díjért kínált nyugdíjszámlákat, azaz hatékonyabban néznek körül, mielőtt egy tranzakciót végrehajtanának (Hastings és Tejada-Ashton, 2008; Hastings és Mitchell. 2011). Hasonlóképpen Engström és Westerberg (2003) is vizsgálja az összefüggéseket a pénzügyi kultúra elemei és az emberek megtakarításokban való aktív részvétele között, és példát mutat arra, hogy a pénzügyi felkészültség miként eredményezi a befektetések jobb megtérülését.

A napi pénzügyi döntéseket ugyancsak gátolják az „újdonság” egyoldalúsága, az, hogy az emberek hajlamosak túlértékelni, ha a legutóbbi időben bármilyen információt kaptak (Kennedy, 1993). Ezek sürgősebb és túlzottabb igényt támasztanak az olyan termékek és szolgáltatások – illetve olyan termékek és szolgáltatások meghatározott jellemzői – iránt, amelyekről újabban kaptak tájékoztatást.

A finanszírozással kapcsolatos szakismeretek mértéke ugyancsak fontos. Moore (2003) rámutat a kamatos kamat, mint alapvető pénzügyi tényező ismeretének fontosságára annak megértéséhez, hogy a kamatláb változásai miként érintik a megtakarításokat és generálhatnak vagyont. A kamatoskamat-számítás ismerete ugyancsak kritikus a felvett kölcsön tényleges költségének felértékelése szempontjából. Sokan nem ismerik a hiteleket és a kamatlábakat, azaz anélkül kötnek hitelszerződéseket, hogy tudnák, mennyit fizetnének a felvett pénz után, illetve ismernék az általuk befektetett pénz lehetséges költségét.

Ennek fényében nem meglepő, hogy a fogyasztói hitelek kezelése sokszor gyenge minőségű. Például az, hogy a fogyasztók miként reagálnak a különféle hitelkártya kamatokra, rávilágít a fogyasztói keresés és a tervezési magatartás hatékonyságának korlátaira. Shui és Ausubel (2004) arra mutat rá, mennyire részesíthetik a fogyasztók előnyben az alacsony kezdő kamatú hitelkártya-szerződéseket (ahol a kamat később meredeken emelkedik) a stabilabb kamatozású szerződésekkel szemben, ahol a kamatok magasabbak, mint az egyéb hitelkártyák kezdő kamatai, de végső soron visszamenőleg kedvezőbbek.

Klapper, Lusardi és Panos (2012) azt állapítja meg, hogy a nagyobb pénzügyi kultúrával rendelkező személyek nagyobb valószínűséggel alkalmaznak kevésbé kockázatosabb hitelfelvételi forrásokat. A vagyonosabb és pénzügyileg szofisztikáltabb háztartások hajlamosak hatékonyabban befektetni – pl. növelve befektetési kitétséget a nemzetközi eszközökkel szemben –, és hajlamosabbak több kockázatot vállalni, ami magasabb hozamok potenciális elérését teheti lehetővé.

Lusardi és Mitchell (pl. 2011-ben) megállapította, hogy a nagyobb pénzügyi kultúrával rendelkező személyek nagyobb valószínűséggel vállalkoznak nyugdíjas koruk megtervezésére, valamint több vagyon felhalmozására. Bernheim és szerzőtársai (2003) Auerbach és Kotlikoff (1985) munkájára alapítanak és vizsgálják az életbiztosítások megtartását, valamint a nyugdíjas korhoz közeledő párok¹ pénzügyi sérülékenységet. Az egyes háztartások pénzügyi sérülékenységének vizsgálatakor a hatóságok olyan életciklus modellt alkalmaznak, amely a demográfiai, gazdasági és pénzügyi tényezők széles körét veszi figyelembe. Ennek során képesek számszerűsíteni azt a pénzügyi sérülékenységet, amely biztosítás nélkül előfordult volna, és ki tudják értékelni, hogy a megkötött biztosítás milyen mértékben kezeli az említett sérülékenységeket. Eredményeik jelentős tévedésekre utalnak:

- az alapul vett nagyobb sérülékenységet felmutató háztartások nagyobb valószínűséggel nem rendelkeztek életbiztosítási védelemmel, és átlaguk nem vásárol több biztosítást, aminek eredménye nagymértékű biztosítás nélküli kitétség; és
- a biztosítás nélküli sérülékenységek mértéke, valamint annak tendenciája, hogy életbiztosítás vásárlása céljából megkeresik őket, egyéni és háztartási jellemzők mentén módszeresen eltért, és szisztematikus nem szerinti egyoldalúságot tükrözött.

A szerzők arra következtetésre jutottak, hogy a kitétségek kezelésére irányuló alacsony hajlandóság vagy az alacsonyabb jövedelmű háztartásokat, vagy az idősebb egyéneket érintette, akiknek pénzügyi felkészültsége nagy valószínűséggel alacsonyabb.

¹ A pénzügyi sérülékenység egy ember fenntartható életszínvonalának százalékos romlása, amely a házastárs halálából származna, ha nem kötne életbiztosítást. Ennek az életszínvonalromlásnak a számításához a szerzők egy kidolgozott életciklus modellt alkalmaznak. A modell egy pénzügyi tervezés szoftverben testesül meg, melynek neve Gazdasági Biztonsági Tervező (Economic Security Planner vagy ES Planner). Az Economic Security Planning, Inc. kutatás céljára ingyenes másolatokat biztosít a szoftverről, amely a www.ESPlanner.com weboldalon áll rendelkezésre.

2.4.1. A pénzügyi nehézségek kezelése

A pénzügyi innováció többek között azt eredményezte, hogy az emberek korábban nem tapasztalt mértékben jutottak hitelhez. Elszaporodtak például a hitelfelvétel magas költségű módszerei (pl. a gyorskölcsönök).² Sokuk kedvező volt, de ezek közül az innovációk közül néhány – a hitelválsággal együtt – nagyszámú embert pénzügyi nehézségekbe sodort, akik képtelenek törleszteni adósságukat. Annak, hogy az emberek miért kerülnek szembe adósságproblémákkal, igen sokrétű okai vannak. Például:

- Kober (2005) az olyan negatív jövedelmi sokkokra mutat rá, mint az állás elvesztése vagy a betegség, illetve munkaképtelenség, amelyek a jövedelem hirtelen csökkenéséhez vagy a kiadások (akár racionálisan) elvárt szinthez képesti növekedéséhez vezethetnek. Ez utóbbi sokkok közül Kempson (2002) az állás elvesztését jelöli meg az adósságproblémához hozzájáruló legjelentősebb tényezőként.
- Day, Collard és Hay (2008) azt sejteti, hogy a megnövekedett eladósodottság nem kizárólag a gyenge pénzkezeléssel, hanem a pénzügyi ismeretek hiányával, illetve a hitel felhalmozásával van összefüggésben.

Angliában - ahogy nálunk is - Agarwal és szerzőtársai (2009) megállapították, hogy a középkorúak kevesebb pénzügyi hibát követnek el, mint a fiatalabb felnőttek vagy az idősebb emberek.

2.5. A HITELINTÉZETEK KERESKEDELMI KOMMUNIKÁCIÓJÁRA VONATKOZÓ „ÁLTALÁNOS” TÖRVÉNYI SZABÁLYOZÁS FOGYASZTÓVÉDELMI ASPEKTUSA

Hazánkban a hitelintézetek³ kereskedelmi kommunikációjának jogi szabályozása többértű. Különbséget tehetünk pl. aszerint, hogy minden vállalkozásra egyformán vonatkozik-e, vagy a

² Csak az Egyesült Államokban a Federal Deposit Insurance Corporation 2009-ben az alternatív pénzügy szolgáltatások ágazatának értékét legalább 320 milliárd dollárra becsülte a tranzakciós szolgáltatások tekintetében.

³ A hitelintézet fogalmát a hitelintézetekről és a pénzügyi vállalkozásokról szóló 2013. évi CCXXXVII. törvény (Továbbiakban: Hpt.) 8.§ (1) bekezdése definiálja. A definíció alapján hitelintézet az a pénzügyi intézmény, amely a Hpt. 3. §-ban meghatározott pénzügyi szolgáltatások közül legalább betétet gyűjt, vagy más visszafizetendő pénzeszközt fogad el a nyilvánosságtól - ide nem értve a jogszabályban meghatározott nyilvános kötvénykibocsátást - , valamint hitelt és pénzkölcsönt nyújt. A törvény 8.§ (3) bekezdése szerint hitelintézet bank, szakosított hitelintézet vagy - részvénytársasági vagy szövetkezeti formában működő - szövetkezeti hitelintézet lehet.

versenytársak, illetve a fogyasztók védelmét szolgálják-e; vagy kifejezetten a hitelintézetek marketingtevékenységét hivatottak korlátok közé szorítani.

Balogh (2010) szerint, „Fogyasztóvédelem alatt a hazai és uniós jogrend mindazon intézményét és szabályrendszerét értjük, amelyek elsődleges célja a tudatos, kellő ismerettel, igényérvényesítési képességgel és készséggel rendelkező fogyasztó alapvető jogainak: az egészségének, biztonságának, gazdasági érdekeinek védelme, a fogyasztói jogokról való tájékoztatása és oktatása, a jogorvoslathoz, illetve a kárigények érvényesítéséhez szükséges ismeretek megszerzésének, illetve a fogyasztói érdekek képviselőjének biztosítása.” (Balogh et al., 2010)

A fogyasztóvédelem lényege a gyengébb fél védelme a mindennapok ügyleteiben. A fogyasztó Veres (2013) szerint önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy, aki az önálló foglalkozásával, vagy gazdasági tevékenységével összefüggő célok érdekében eljáró vállalkozással szemben minősül gyengébb félnek a közöttük kilévő gazdasági erőkülönbség és információs aszimmetria miatt. „Manapság a piacon a fogyasztók többsége kiszolgáltatott helyzetben van a kínálati oldal professzionális szereplőivel szemben, akik a kiterjedt reklám és marketing tevékenység révén képesek a keresletet manipulálni, továbbá olyan információkkal rendelkeznek az értékesíteni kívánt termék/szolgáltatás, az ügyletre vonatkozó jogszabályok, gazdasági ismeretek, stb. vonatkozásában, amelyekkel az átlagos vásárlók nincsenek tisztában.” (Veres, 2013)

A hitelintézetek és fogyasztó ügyfelek közötti ügylet számos speciális aspektussal rendelkezik, (Szebelédi, 2012) amely egy összetett fogyasztóvédelmi rendszer kialakítását igényli: a természetes személyeket már az egyes ügyletkötéseket megelőző időponttól, azaz a pénzügyi szolgáltatások nem egyediesített hirdetésétől az ügyletkötésen át a felek közötti jogviszony végéig védeni kell. A vállalkozás és fogyasztó közötti jogviszonnyal összefüggésben hangsúlyozandó – különös tekintettel a jelen tanulmány témájára, hogy „nemcsak a fogyasztói szerződés, hanem a vállalkozások azon magatartása is fogyasztói jogviszonyt keletkeztet, amikor árujukkal, szolgáltatásukkal kapcsolatosan kereskedelmi kommunikációjukban a fogyasztó számára árujukat, szolgáltatásukat ajánlják, azokat reklámozzák.”(Balogh et al., 2010) A jogviszony tárgya lehet termék, áru, szolgáltatás, közüzemi szolgáltatás, pénztári szolgáltatás, biztosítási szolgáltatás, illetve a vizsgát téma szempontjából releváns – a későbbiekben részletezett - pénzügyi szolgáltatás (Balogh et al., 2010).

2.6. A FOGYASZTÓKKAL SZEMBENI TISZTESSÉGTELEN KERESKEDELMI GYAKORLAT TILALMÁRÓL SZÓLÓ 2008. ÉVI XLVII. TÖRVÉNY KERESKEDELMI KOMMUNIKÁCIÓRA VONATKOZÓ RENDELKEZÉSEI

Az „általános” joganyag első pillére a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (Továbbiakban: Fttv). A törvény preambuluma az Unfair Commercial Practices (Továbbiakban: UCP) irányelvvel összhangban három jogalkotói célt rögzít:

- a fogyasztók érdekeinek védelmét,
- a tisztességes piaci magatartás előmozdítását,
- a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokkal szembeni hatékonyabb fellépést;

valamint elismeri a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat felszámolását célzó szakmai önszabályozás gyakorlatának jelentőségét.

Az Fttv. állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, valamint az ilyen kereskedelmi gyakorlat tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. A törvény hatálya arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely Magyarország területén valósul meg, továbbá arra is, amely Magyarország területén bárkit fogyasztóként érint. (Fttv. 1.§ (1) – (2) bek, 2008). A törvény 1.§ (4) bekezdésének a) pontja az UCP irányelvvel összhangban megteremti annak a lehetőségét, hogy külön törvény, vagy az annak végrehajtására kiadott jogszabály a fogyasztók tájékoztatására vonatkozóan a törvényben foglalt szabályokon túl részletesebb, illetve szigorúbb szabályokat írhat elő a pénzügyi és kiegészítő pénzügyi szolgáltatás tekintetében.

Az Fttv. nem definiálja az átlagfogyasztót, de a 4.§ - a (Fttv. 4. § (1) és (2), 2008) összhangot teremt a hazai és az uniós szabályozás között.

A törvény értelmében *kereskedelmi gyakorlat* a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében, vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával, vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenysége, vagy egyéb kereskedelmi

kommunikációja. A definícióból kiemelendő az áru fogalma, amely az Fttv. 2.§ c) pontja alapján magában foglal minden birtokba vehető forgalomképes ingó dolgot (ideértve a pénzt, az értékpapírt és a pénzügyi eszközt, valamint a dolog módjára hasznosítható természeti erőket), az ingatlant, a szolgáltatást, továbbá a vagyoni értékű jogot.

2.7. A HITELINTÉZETEK KERESKEDELMI KOMMUNIKÁCIÓJÁRA VONATKOZÓ „KÜLÖNÖS” TÖRVÉNYI SZABÁLYOZÁS

A 2009. évi CLXII. törvény a fogyasztónak nyújtott hitel (továbbiakban: Fht). kereskedelmi kommunikációra, reklámra vonatkozó rendelkezései. A 2014/17/EU irányelv 10-11. cikke a következő rendelkezéseket fogalmazza meg a hitelre vonatkozó reklámokkal szemben. A tagállamok megkövetelik, hogy a hitel-megállapodásokra vonatkozó reklámok és marketingközlemények tisztességesek és egyértelműek legyenek, és ne legyenek megtévesztőek. Tilos különösen az olyan megfogalmazás, amely a hitel elérhetősége, vagy költsége tekintetében téves várakozásokat kelthet a fogyasztóban. A hitel-megállapodásra vonatkozó reklámban, amelyben kamatláb, vagy a hitelnek a fogyasztó által viselt költségére vonatkozó bármilyen számadat szerepel, egységes tájékoztatást kell tartalmaznia. A tagállamok eltekinthetnek ettől a rendelkezéstől, ha a nemzeti jog a THM feltüntetését írja elő a hitel-megállapodásokra vonatkozó olyan reklámokban, amelyek nem jelölnék meg sem kamatlábat, sem a hitelnek a fogyasztó által viselt költségére vonatkozó semmilyen számadatot. A tájékoztatásnak egyértelműen, tömören és jól kiemelt módon közölni kell az irányelvben meghatározott adatokat a (2) bekezdés reprezentatív példáival:

- a) a hitelező, vagy adott esetben a hitelközvetítő, vagy kijelölt képviselő nevét;
- b) adott esetben azt, hogy a hitelmegállapodás fedezete lakóingatlanra bejegyzett jelzálog vagy a tagállamokban általánosan alkalmazott más hasonló lakóingatlan-alapú biztosíték, vagy lakóingatlanhoz kapcsolódó jog lesz.
- c) a hitelkamatlábát megjelölve, hogy az rögzített, változó, vagy e kettő kombinációja, a hitel fogyasztó által viselt teljes költségében foglalt díjakra vonatkozó részletes tájékoztatással együtt;
- d) a teljes hitelösszeget;
- e) a THM-et, amelyet a reklámban legalább olyan jól kiemelt módon kell megjeleníteni, mint bármely kamatlábat;
- f) adott esetben a hitelmegállapodás időtartamát;
- g) adott esetben a törlesztőrészletek összegét;

- h) adott esetben a fogyasztó által fizetendő teljes összeget;
- i) adott esetben a törlesztőrészek számát;
- j) adott esetben egy arra vonatkozó figyelmeztetést, hogy az árfolyam esetleges ingadozásai befolyásolhatják a fogyasztó által fizetendő összeget.

A (3) bekezdés szerint a (2) bekezdésben felsorolt információkat – annak az a), b), vagy j) pontjában felsoroltak kivételével – reprezentatív példával kell szemléltetni, mely reprezentatív példát a tájékoztatásban következetesen végig kell vezetni. A tagállamok elfogadják a reprezentatív példa meghatározására vonatkozó kritériumokat. (EU irányelv, 2014/17/EU 10-11. cikke)

Ha a hitel felvételéhez, vagy annak a meghirdetett feltételek melletti felvételéhez járulékos szolgáltatásra, különösen biztosításra vonatkozó szerződés megkötését írják elő, és e szolgáltatás költségei előre nem határozhatók meg, akkor az e szerződés megkötésének kötelezettségét egyértelműen, tömören és jól kiemelt módon jelezni kell, a THM-mel együtt.

Az Fht. 4. § (1) bekezdés alapján „a hitelre vonatkozó kereskedelmi kommunikáció során kerülni kell minden olyan megfogalmazást, amely a hitel elérhetősége vagy költsége tekintetében téves várakozásokat kelthet a fogyasztóban. A kereskedelmi kommunikáció során az információnak könnyen olvashatónak, vagy jól hallhatónak kell lennie. A hitelre vonatkozó kereskedelmi kommunikációban a teljes hiteldíj mutató értékét (Fht. 3.§ 20., 2009) feltűnően, a rövidítés feltüntetésével, egy tizedesjegy pontossággal minden esetben meg kell adni.” Az MNB következetes álláspontja, hogy a *feltűnő módon való megjelenítés* követelményének az felel meg, ha a hitellel kapcsolatos tájékoztatás során a teljes hiteldíj mutató értékére vonatkozó rész arányaiban grafikai megoldásokkal - pl. jól látható betűmérettel – kiemelkedik a kereskedelmi kommunikációban, ezáltal könnyen érzékelhetővé és jól láthatóvá válik, vagy televíziós reklám esetén jól érthetően elhangzik az értéke, és ezáltal a fogyasztó számára szembeötlő a hirdetés megtekintése során (Magyar Nemzeti Bank – MNB - Pénzügyi Stabilitási Tanácsának H-FH-I-B-105/2014. számú határozata, 2014). A törvényi rendelkezéssel összefüggésben továbbá hangsúlyozandó, hogy több hiteltermék egy kereskedelmi kommunikációban való feltüntetése esetén nem megfelelő gyakorlat, ha a teljes hiteldíj mutató értéke csak közelítő módon, valamennyi hiteltermékre együttesen kerül meghatározásra. Ilyen esetben a jogszabályi előírásoknak minden egyes hitel vonatkozásában eleget kell tenni (A Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyeletének – PSZÁF - FH-I/B-7820/2011. számú fogyasztóvédelmi határozata, 2011).

3. DEVIZAHITELEKKEL KAPCSOLATOS TUDNIVALÓK

A devizahitelekkel kapcsolatban évek óta számos helyen foglalkoztak, televízióban, rádióban, internetes cikkekben és fórumokon, valamint újságokban és bizony eléggé nehéz volt jó megoldást találni a több (megközelítőleg 520 és 780 közötti) ezer magyar családot érintő problémára. (<http://mnb.hu>, 2017) Sajnos a magyar fogyasztókra nem igazán jellemző a pénzügyi tudatosság, vagy ha tisztában is vannak, a jogaikkal, nem merik alkalmazni a tudásukat.

Ily módon a fogyasztók többsége a hitelt és a kölcsönt is egy fogalomnak gondolja, vagy szinonimaként használják, pedig a két definíció nem ugyanaz. Jó 10 évvel ezelőtt a devizahitel egy úgymond „slágerterméknek” számított Magyarországon, az így megkapott pénzforrásokat a lakosság főként ház, lakás és autóvásárlásra, illetve korszerűsítésre fordította. Nem gondoltak abba bele, hogy gazdasági válság miatt a havi törlesztő részlet akár a duplájára is emelkedhet, amely bizonyos esetekben meghaladta a család egész havi bevételét. Sajnos ennek a jelenségnek több következménye is lett a házak, autók elvesztésétől a családok, házasságok széthullásáig, tehát nem csupán egy gazdasági, de egy társadalmi és szociális lavinát is elindított.

Másokhoz hasonlóan én is azon igyekszem, hogy jelen tanulmánnyal ezeknek a károsultaknak segítséget nyújtsak. Amennyiben lehetséges minden embert abba a helyzetbe hozunk - más fogyasztóvédelmi szervezetekkel együtt - hogy minél jobban megismerjék azon összefüggéseket, amivel hasonló csapdába nem sodródnak bele.

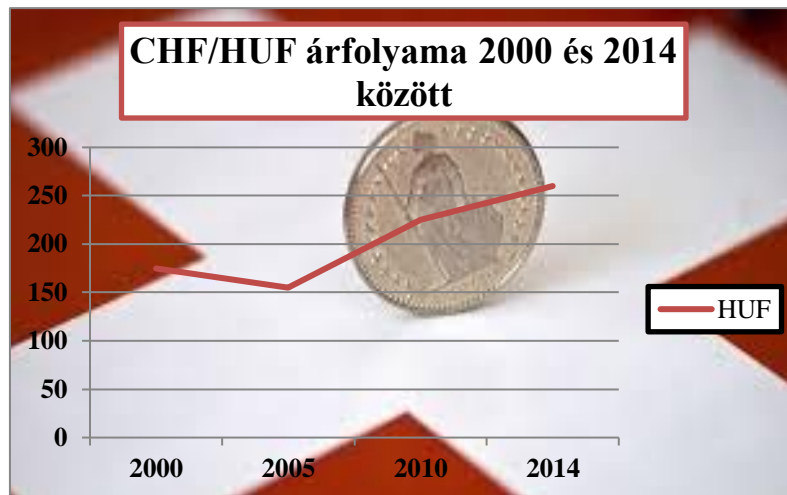
3.1. DEVIZAHITELESEKNEK NYÚJTOTT EDDIGI SEGÍTSÉGEK

Azért volt nehéz ügy valamennyi deviza hitelesnek segíteni, mert szinte valamennyi szerződés más és már feltételeket és kondíciókat tartalmazott. 2018-ig az alábbi intézkedésekkel próbáltak meg segíteni a devizahitelek problémáján:

- végtörlesztés
- árfolyamgát
- Nemzeti Eszközkezelő (NET) létrehozása.
- Európai Unió Bírósági (EUB) ítélet (kimondja, hogy a magyar bíróságok vizsgálhatják az árfolyamkockázat tisztességességét)

Az árfolyamgát esetében az adott deviza árfolyamrögzítésre kerül, ami svájci frank (CHF) esetében 180 Ft, eurónál (€) 250 Ft, míg a japán jennél 2,5 Ft lehetett törleszteni legfeljebb 5

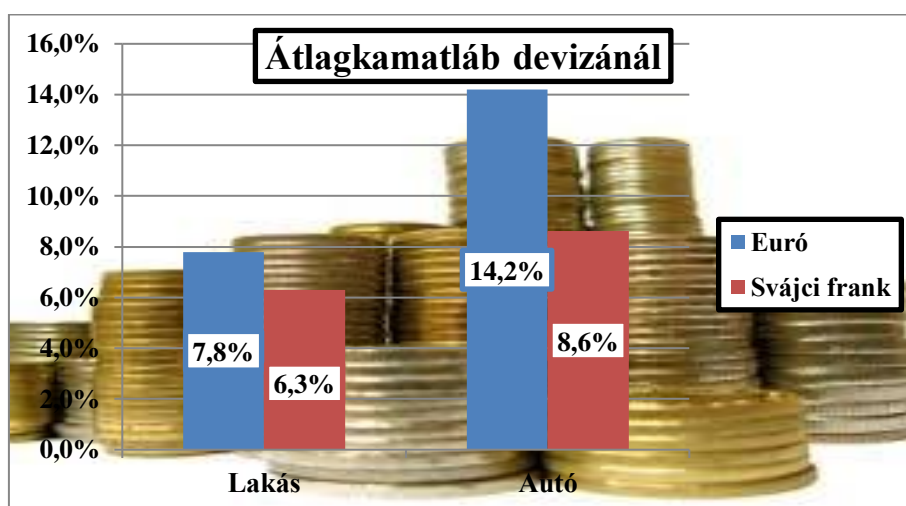
évig, illetve a devizakölcsön lejártáig. A svájci frank esetében a 180 Ft igen kedvező, hiszen az 4. ábrán látható, hogy utoljára 2005 körül mozgott ilyen szinten a deviza árfolyama.



4. ábra: A svájci frank és a forint árfolyamának változása

Forrás: MNB (2014) Saját szerkesztés

Az aktuális és a rögzített árfolyam közötti különbség egy gyűjtőszámlán halmozódik. A kamattörlesztés rögzített árfolyam feletti részét a bank és az állam átvállalja, az ügyfélnek csak a tőkerészt kell a későbbiek folyamán visszafizetnie. A gyűjtőszámlán összegyűlő összeg forintalapú hitel, amelynek kamata az árfolyamrögzítés alatt nem haladhatja meg a háromhavi bankközi kamatláb mértékét. A jegybanki alapkamat 2014 júliusától 2,1%, ami igen csekélynek mondható a pár évvel korábbi 10%-hoz viszonyítva (<http://mnb.hu>, 2017).



5. ábra: A devizánál alkalmazott átlagkamatláb Forrás: MNB (2015) Saját szerkesztés

A fenti 5. ábráról jól leolvasható, hogy a svájci frank esetében a lakás és az autó hitel esetében is alacsonyabbak az átlagkamatlábak, mint az euróban nyújtott hasonló hitelek esetében 2014-ben. Éppen ezért az emberek többsége ebben a devizanemben adósodott el. 2014-ben a pénzügyi intézményeknek el kellett számolniuk fogyasztóikkal. A múltbeli túlfizetések megállapítását az MNB elszámolási módszertanának alapján végezték el.

3.2. AZ ÁRFOLYAMRÉS ÉS AZ EGYOLDALÚ SZERZŐDÉSMÓDOSÍTÁS

A 2014. évi XXXVIII. Kúria döntésének törvény szerint értelmezése szerint az ÁRFOLYAMRÉS SEMMIS, ÉS AZ EGYOLDALÚ SZERZŐDÉSMÓDOSÍTÁS IS TISZTESSÉGTELENNEK MINŐSÜL. Ez a törvény a 2004. május 1. és 2014. július 26. közötti fogyasztói kölcsönszerződésekre terjed ki és magában foglalta a deviza alapú, forint alapú vagy deviza alapúnak nem minősülő devizában nyújtott hitel-, kölcsön-, pénzügyi lízingszerződéseket. Második részeként pedig azt szabályozta, hogy a bankoknak hogyan kellett elszámolniuk az ügyfelekkel.



6. ábra: Az árfolyamrész és az egyoldalú szerződésmódosítás semmis és törvénytelen

Forrás: MNB (2015) Saját szerkesztés

Nem terjed ki a törvény hatálya:

- hitelkártyához kapcsolódó kölcsönszerződésre,
- állami kamattámogatott lakáscélú forint alapú kölcsönszerződésre,

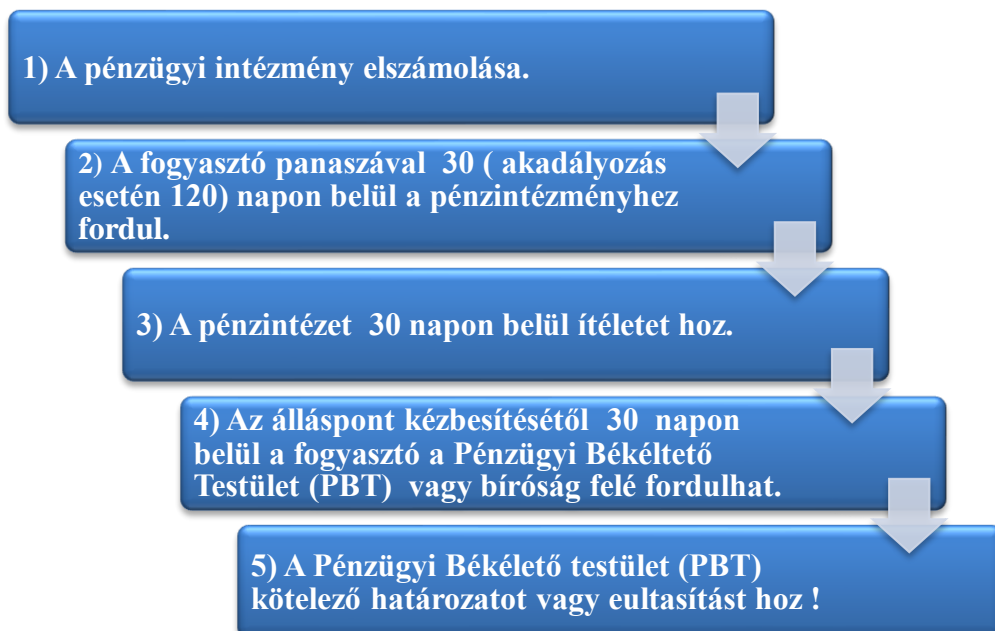
de kiterjed a végtörlesztett fogyasztókra, és a Nemzeti Eszközkezelő lakóingatlanokkal érintett fogyasztói kölcsönszerződésekre. A Magyar Nemzeti Bank alkotta meg azt a képletet mely alapján a fogyasztók visszakapták a túlfizetéseiket.

3.3. ELSZÁMOLÁSI KÖTELEZETTSÉG A KÖVETKEZŐKRE TERJEDT KI

Még élő szerződésre, öt éves időn belül megszűnt szerződésre (2009. július 26. után), végtörlesztett fogyasztóra, akinek bejelentési kötelezettsége volt 2015. március 1. és 31. között (forint alapúnál nem volt díj), a Nemzeti Eszközkezelőnek felajánlott ingatlan hitelével NEM KELLETT ELSZÁMOLNI A FOGYASZTÓVAL! Átszámítás időpontja és árfolyama MNB rendeletben lett meghatározva. Pénzügyi intézmény nem kezdeményezhetett polgári peres eljárást. 2015. január 15. és 29. között kellett megküldeni az elszámolást. 2016 az elszámolásokkal telt el. (<http://mnb.hu>, 2017)

3.3.1. Az elszámolás közlése, felülvizsgálata

Ez a feladat igen nagy adminisztrációt vont maga után. Az elszámolást tértivevényes levélben kellett megküldeni, mivel így könnyebben utánkövethető volt, hogy mikor adták fel a levelet és mikor vették át. Fontos volt, hogy a FOGYASZTÓ FIGYELEMMEL KÍSÉRJE A BANKFIÓK KÖZZÉTÉTELÉT IS. Ha a pénzügyi intézmény nem számolt el, a honlapon történő közzétételt követő 60 napon belül panasszal élhetett a pénzügyi intézmény felé. Panasz elutasítása esetén, ha a fogyasztó a panaszát továbbra is fenntartotta, a pénzügyi intézmény álláspontjának kézbesítésétől számított 30 napon belül a Pénzügyi Békéltető Testület eljárását lehetett kezdeményezni.



7. ábra: Az elszámolás folyamata fogyasztói panasz, vita esetén

Forrás: MNB (2016) Saját szerkesztés

3.3.2. Az elszámolási törvénytervezet

- Deviza alapú hitelek, forintHITELEK és devizahitelek
- Pénzügyi lízing ügyletek
- Autófinanszírozási ügyletek
- Árfolyamgátba tartozó ügyek
- Végtörlesztett hitelek
- Megszűnt hitelek
- Követeléskezelőnél lévő hitelek
- A Nemzeti Eszközkezelő (NET) - nél lévő ingatlanokkal kapcsolatos hitelek
- A pénzügyi stabilitási, vagy végelszámolás hatálya alatt álló hitelintézetek forint és deviza alapú hitelei

A Pénzügyi Békéltető Testülethez akkor lehetett fordulni a fogyasztónak/károsultnak, ha a panaszjárás befejeződött és a fogyasztó tudomására jutásától számított 30 napon belül, de legkésőbb a kézbesítéstől számított 6 hónapon belül a bank nem küldött választ.

3.3.3. A lehetséges kérelemtípusok

- *az elszámolási eljárás vitatása* (számítási hiba és annak okának megjelölése)
- *a fogyasztó bizonyítja a panasz elkésett volt-e, avagy nem* (megindokolni, hogy miért nem volt a panasz elkésett)
- *jogszabályi elszámolási kötelezettség* (elő kellett adni az elszámolási kötelezettség teljesítésre vonatkozó okokat)

Az elszámolási eljárás vitájának esetén a Pénzügyi Békéltető Testület (PBT) vagy jóváhagyó, vagy kötelezést tartalmazó határozattal dönt, vagy elutasítja a kérelmet. A panasz elkérésének bizonyítása és a jogszabályi elszámolási kötelezettség szerint nincs meghallgatási kötelezettség, mivel egy testületi tag bírálta el a kérelmet, melynek eredménye vagy kötelezőhatározat, vagy elutasítás. A Pénzügyi Békéltető Testület kötelezését tartalmazó határozat az érintett pénzügyi szolgáltatót akkor is kötelezi, ha sem általános, sem egyedi alávetést nem tett.

Az eljáró tanács, vagy a kijelölt testületi tag a meghallgatás időpontjáról mindkét felet értesíti, és a pénzügyi szolgáltatót felszólítja, hogy 15 napon belül nyilatkozzék és a dokumentumokat elektronikus adathordozón bocsássa az MNB rendelkezésre. Abban az esetben, ha a PBT előtt egyezés születik, akkor a pénzügyi szolgáltató azt az eljáró tanácsnak 8 napon belül köteles megküldeni! **HATÁSKÖRI KIFOGÁST** egyik fél sem terjeszthet elő a Pénzügyi Békéltető Testülettel szemben. A fogyasztó a pénzügyi intézmény, vagy a Pénzügyi Békéltető Testület

eljárását követően, a meghozott határozat hatályon kívül helyezését kérheti nem peres eljárásban a fogyasztó lakhelye szerinti illetékes törvényszék székhelyén működő járásbíróságtól.

Nem peres eljárásnál a Pénzügyi Békéltető Testület előtt nem peres fél, az eredeti aktát átadta az illetékes járásbíróságnak. A bíróság ezen iratok alapján döntött, ezen eljárás alatt szüneteltetésének, felfüggesztésnek, vagy felülvizsgálatnak nem volt helye! Az eljárás befejeztével a bíróság az aktákat visszaküldi a Pénzügyi Békéltető Testületnek, aki ezt köteles volt irattározni. A 2014. szeptember 24.-én a parlament által megszavazott törvényjavaslat 2014. november 1.-én lépett törvényi hatályba.

3.4. EGYÉB PÉNZÜGYI VÁLTOZÁSOK

Még 2014-ben az Országgyűlés elfogadta a „**fair bankrendszerről**” szóló törvényt, mely védi a lakossági fogyasztókat az átláthatatlan és nehezen értelmezhető hitelajánlatoktól, mely mentes az „apró betűktől”. A fogyasztóknak nyújtott hitelről szóló 2009. évi CLXII. törvény és egyes kapcsolódó törvények módosításáról szóló 2014. évi LXXVIII. törvény „fair”, azaz etikus bankrendszer néven vált ismertté, mely **átláthatóvá** és ezáltal **követhetővé** teszi a fogyasztói hitelszerződések kamatának alakulását. A jogszabályok vonatkozó előírásait 2015. február 01. napjától kellett alkalmazni (<https://www.mnb.hu/fair-bank/tajekoztato>, 2017).

Az Magyar Nemzeti Bank a bankrendszeri verseny erősítésére, a hiteltermékek átláthatóságának, és azok összehasonlításának növelése érdekében megalkotta a "Minősített Fogyasztóbarát Lakáshitel" minősítést (MNB, 2017), amelyet csak a Pályázati kiírásban meghatározott feltételeknek megfelelő, forint alapú banki lakáshiteltermékek nyerhetnek el. A Minősített Fogyasztóbarát Lakáshitel Kalkulátor ezen fogyasztóbarát lakáshitel ajánlatok között segíti a fogyasztók tájékozódását. A kalkulátor a www.minositett hitel.hu weboldalon érhető el, melyen a fogyasztó összehasonlíthatja, és kiválaszthatja a számára legkedvezőbb tulajdonságokkal bíró MFL koncepciót. A „Minősített fogyasztóbarát lakáshitel” kialakításának a célja, hogy az adósok széles köre számára elérhető, könnyen érthető, áttekinthető feltételrendszerű, egyszerű és gyors ügyintézés mellett felvehető lakáscélú jelzálogkölcson kerüljön forgalomba. Emellett a Magyar Nemzeti Bank (MNB) célja a bankrendszeren belül a verseny erősítése. A „Minősített fogyasztóbarát lakáshitel” termék biztosítja a törlesztőrészletek hosszabb távú kiszámíthatóságát, a minősített termékekre vonatkozó ajánlatok egyszerű összehasonlíthatóságát és a hitelkiváltások ösztönzését is (Világgazdaság, 2018).

A Magyar Nemzeti Bank (MNB) több eszközzel, így a Minősített Fogyasztóbarát Lakáshitel (MFL) minősítési rendszer mellett, a jelzáloghitel-finanszírozás-megfelelési mutatóval, a hosszú futamidejű kamatcsereügyletekkel és a jelzáloglevél-vásárlási programmal ösztönzi a hosszabb kamatperiódus mellett nyújtott jelzáloghitelek elterjedését. A változó kamatozású hitelek súlyának mérséklése és a hosszabb kamatperiódusú, fix kamatozású hitelek térnyerése kiemelten fontos a háztartások kamatkockázati kitettségének csökkentése miatt. E célt szem előtt tartva az MNB Pénzügyi Stabilitási Tanácsa a jövedelemarányos törlesztőrészlet mutatóra (JTM) vonatkozó szabályok módosításáról döntött. 2018. október 1-jétől az új, 5 évnél rövidebb kamatperiódusú forint jelzáloghitelek felvétele esetén az adós havi törlesztőrészleteinek összege nem haladhatja meg a rendszeres havi nettó jövedelem 25, illetve magasabb jövedelem esetén 30 százalékát. Öt évnél hosszabb, de 10 évnél rövidebb kamatperiódusú új forint jelzáloghitelek esetében az arány a rendszeres havi nettó jövedelem 35, illetve 40 százaléka lehet. A legalább 10 évre vagy a futamidő végéig fixált kamatozású forint jelzáloghiteleknél - a kisebb kamatkockázat miatt - nem módosul a jelenlegi 50, illetve 60 százalékos JTM-limit. A családok életében a lakásvásárláshoz, fejlesztéshez kötődő lakáshitel-felvétel az egyik legnagyobb döntés. A megfelelő adósságfékszabályok megakadályozzák az ügyfelek túleladósodottságát, miközben a hitelkamat-változás miatti kockázatok is csökkennek, a hitelek törlesztőrészlete kiszámíthatóbbá válik, ezáltal a családok költségvetésének tervezhetősége nagymértékben javul, ami mind szociális, mind pénzügyi stabilitási szempontból kiemelten fontos.

3.4.1. Néhány fontosabb dátum:

- **2014.11.01:** Tervezetten ekkor lépett hatályba az elszámoltatási törvény.
- **2015.01.15.-29. között:** Ekkor kellett a banknak elküldenie az elszámolást az adósnak, ha nem perelte az államot.
- **2015.02. 14-28 között:** Ekkor kellett a banknak elküldenie az elszámolást az adósnak, ha perelte az államot.
- **2015.01.15- 2015.11.30 között:** Az elszámolás időtartama (külön csoportokban).
- **2015.12.31:** Eddig az időpontig volt benyújtható a panasz az elszámolással kapcsolatban.

4. A KUTATÁS MÓDSZERTANA

A tudatos fogyasztói szokások és magatartások vizsgálatakor a marketingkutatás két alapvető módszerét alkalmaztam: a szekunder és a primer kutatást. Ebben a fejezetben az alkalmazott kutatási módszereket és azok elemzését mutatom be.

Szekunder kutatás: Egy adott marketingkérdés megválaszolása szempontjából szekunder piackutatásnak hívunk minden olyan adat, információ megszerzésére, rendszerezésére, irányuló cselekvést, amelyet időben korábban -és általában nem az adott marketingprobléma megoldására specializálódva gyűjtöttek (Veres, Hoffmann, Kozák, 2006).

Primer kutatás: A primer kutatás célja, hogy a kutatás az adott problémával kapcsolatban gyűjtse össze a primer adatokat. A primer adatok, olyan adatok, amelyeket a kutató a probléma megoldásának céljából gyűjt össze (Malhorta, 2008).

4.1. SZEKUNDER ADATGYŰJTÉS

A szekunder adatokat elsősorban a szakdolgozat témájához kapcsolódó, szakirányú folyóiratokból gyűjtöttem, továbbá több bank honlapját, a MNB, KSH és a GfK honlapjait is felhasználtam a kutatás ezen szakaszában. Mindezt annak érdekében, hogy mélyebb betekintést nyerjek egy ilyen meglehetősen komplex témába. Hasznos információk és források az interneten is megtalálhatóak voltak. A tudatos pénzügyi fogyasztói magatartással kapcsolatosan a mai napig kevés felmérés készült. A forrásokból nyert információk hasznos segítséget jelentettek a primer kutatásom során, az itt nyert adatok jó viszonyítási alapot képeztek.

4.2. PRIMER ADATGYŰJTÉS (KVANTITATÍV KUTATÁSI MÓDSZER)

Az adatgyűjtés módszereként kvantitatív módszert választottam, mert az így mért értékek, és kapott adatok statisztikailag egyszerűen és pontosan elemezhetőek. A kutatási módszerek közül a megkérdezést választottam, melyet a primer kutatások leggyakoribb formájában, 2017-ben, kérdőívvel hajtottam végre. Dolgozatom elkészítésénél az önkitöltős kérdőívet használtam, melynek jelentős részét e-mailben juttattam el a fogyasztókhoz. A teljes kérdőívet az 1. számú melléklet tartalmazza. A kérdőívek nem csupán papír alapon, hanem elektronikusan is kitölthetőek és visszaküldhetőek voltak.

4.3. ADATFELDOLGOZÁS, ELEMZÉS

A kérdőív feldolgozásához statisztikai módszereket használtam. Megoszlási viszonyszámokkal vizsgáltam a kérdésekre adott válaszokat. Kör és oszlop diagrammok segítségével szemléltettem az eredményeket. Az adatok ábrázolását Microsoft Excel és Word segítségével oldottam meg. Különös figyelmet fordítva a szignifikáns összefüggésekre.

5. EREDMÉNYEK ÉS ÉRTÉKELÉSÜK

Ebben a fejezetben a kérdőíves megkérdezés eredményeit mutatom be. A kérdésekre kapott válaszokat a kérdőívben feltett kérdések sorrendjében mutatom be. Vannak olyan kérdések, melyek kapcsolódnak egymáshoz, így ezek elemzését összefüggéseik figyelembevételével végeztem el. A megkérdezés által nyert eredményekre prezentálják a fogyasztók tudatosságát, a pénzügyi intézetek megítélését, ill. termékeik ismertségét is. Választ kerestem a törvényi szabályozottsághoz kapcsolódóan a fogyasztók tudatosságára, tájékozottságára, valamint, hogy mennyire ismerik a különböző adó-és nyugdíj megtakarítási lehetőségeket.

5.1. A KITÖLTŐK SZEMÉLYÉRE VONATKOZÓ ADATOK

A felmérés során több mint 500 db kérdőív – pontosan 540 db - került kitöltésre, ami már elég nagy szám következtetések megállapításához. A felmérés alapjául szolgáló kérdéseknél alapvető szempont volt az, hogy a kérdések egyszerűek legyenek, de mégis elgondolkodtatóak, és a válasz valamennyi kérdésre megtalálható az MNB honlapján is.

Az összes megkérdezett között a nemi arányok közel azonosak voltak, 50-50 % körül. Iskolai végzettségüket tekintve a válaszadók mindössze 35,6 % rendelkezik felsőoktatási szakképesítéssel, 62 % középiskolai végzettséggel és 1,8 % általánossal. A kor szerinti összetételben a 19-30 és a 30-50 közötti korosztály nagyjából azonos - 42% körüli - arányt tesz ki. 6 személy volt 18 éven aluli és 2 fő 75 év feletti azok közül, aki kitöltötték a pénzügyi fogyasztóvédelmi kérdőívet.

Megyei viszonylatban legtöbben Jász-Nagykun-Szolnok, Pest, illetve Bács-Kiskun megyében élők válaszoltak, de az online felületnek köszönhetően a 19 megyéből 15-ből legalább 3 főt elért a pénzügyi fogyasztóvédelmi kérdőívem.

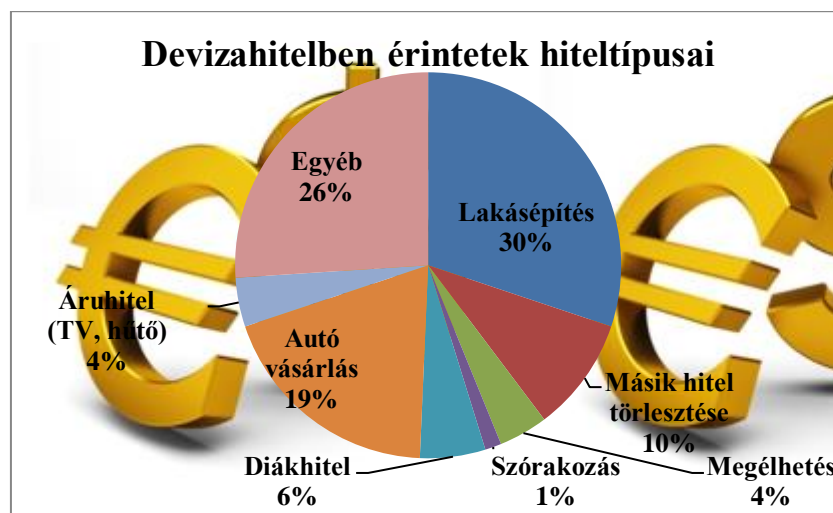
5.2. A DEVIZAHITELBEN ÉRINTETT FOGYASZTÓK HITELTÍPUSAI

A megkérdezettek 24%-a szerint fellendülő, 39%-uk szerint stagnáló, míg 36%-uk szerint hanyatló Magyarország jelenlegi gazdasági helyzete. Jól látható, hogy a megkérdezett emberek többsége eléggé pesszimistán látja a magyar gazdaságot. Természetesen a mikro és makro ökonómiai tényezők is nagy szerepet játszanak ebben, többek között a megtakarítások és beruházások nagysága. Jellemzően hazánkban az emberek megtakarításai igen kis összeget jelentenek, sőt, sok fogyasztó nem is rendelkezik megtakarítással. Ennek több oka is lehet: nem

tud a keresetéből félretenni, mert alacsony; támogatja a szüleit, rokonait; nem tudja beosztani a fizetését.

A válaszadók többsége szerint (45%) a magyar fogyasztók pénzügyi tudatossága azonnali fejlesztésre szorul, 35%-a szerint egyre tudatosabbak vagyunk, de szükség van ilyen jellegű előadásokra, rendezvényekre, 9% szerint kellően tudatosak a fogyasztók. A megkérdezettek 10%-a nem tudott, illetve nem akart válaszolni erre a kérdésre.

Aktualitásként a devizahitel témakörét kérdeztem a következő kérdésben. Arra voltam kíváncsi, hogy hallottak-e a problémáról, illetve érintettek-e benne. 68%-uk hallott a devizahitelekről, de nem érintett benne, 29% volt érintett devizakérdésben, és 3% még csak nem is hallott ilyen jellegű problémáról.



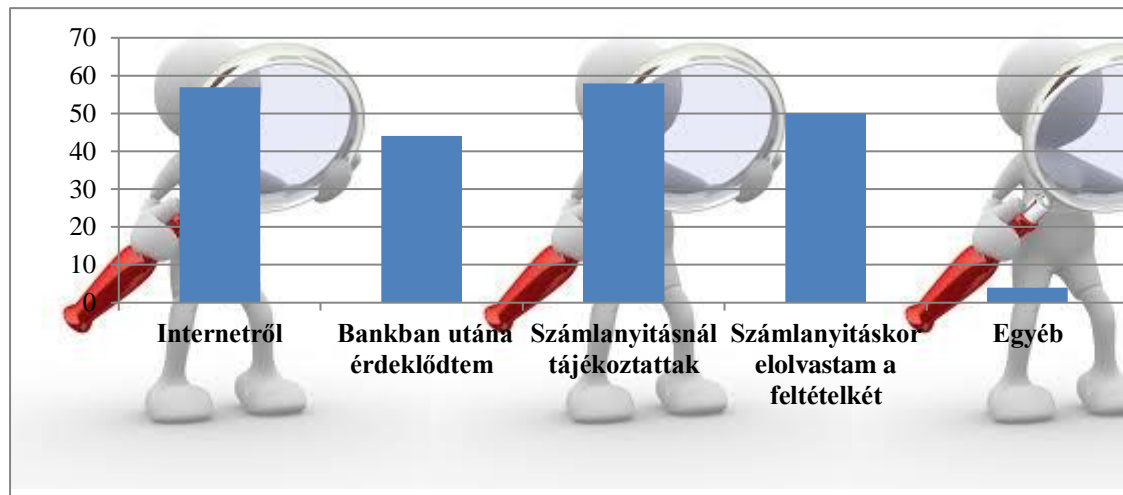
8. ábra: A devizahitelben érintett válaszadók hiteltípusai.

Forrás: Kérdőív válaszai (2017) Saját szerkesztés

A fenti 8. ábrán jól látható, hogy azon megkérdezettek, akik érintettek devizahitelben, azoknak más kiegészítő hitelük is lehetett, például (6%) diákhitel. A többség (30%) lakásépítés vagy lakásvásárlás miatt vett fel devizahitelt. Ezt követi (19%) autóvásárlás. Sajnálatos tény, hogy a fogyasztók 10%-a azért vett fel újabb hitelt, hogy egy régit fizetni tudjon. Továbbá 4% megélhetés és ugyanekkor arány áruhitel (pl. hűtő, televízió stb. vásárlás) miatt; 1% szórakozás, nyaralás miatt döntött a devizahitel mellett.

A következő kérdésben arra kerestem a választ, hogy milyen ok vezetett ahhoz, hogy az emberek többsége a forint hitel helyett a külföldi deviza alapú kölcsönt választották. A megkérdezettek 41%-a a pénzügyi ismeretek hiányát válaszolta, 36%-a a pénzintézetek nem

megfelelő tájékoztatását, 30%-a hirtelen döntésnek ítélte, míg 15%-a egyéb okokra (más lehetőség hiánya, magas forint hitelkamatláb) hivatkozott.



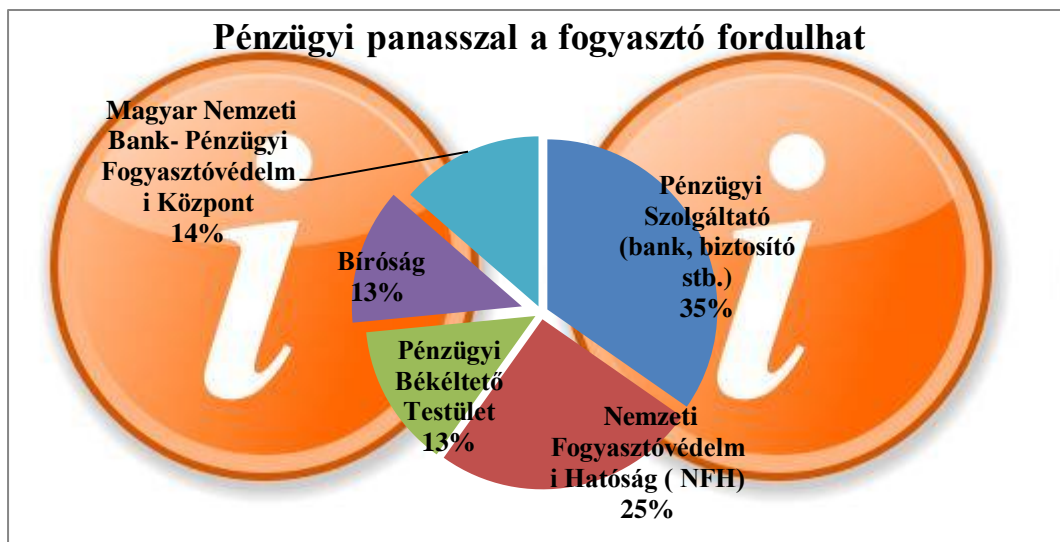
9. ábra: Honnan informálódnak a fogyasztók a pénzügyi intézetek költségéről

Forrás: Kérdőív válaszai (2017) Saját szerkesztés

A 9. ábrán látható, hogy a fogyasztók majdnem 60%-a a számlanyitáskor informálódik a pénzügyi termékek költségeiről. A fiatalok körében viszont hasonló magas szám tájékozódik az interneten. A megkérdezettek 60%-a tisztában van azzal, hogy a pénzügyi intézetek mekkora díjat, költséget számolnak fel szolgáltatásukért, míg 40%-a nem tudja még megközelítőleg sem. A tudatos fogyasztók többségét (21 %) a számlanyitáskor tájékoztatták. Számlanyitáskor elolvasta a szerződési feltételeket kérdésre (18%) az interneten utána nézettek és a bankban utána érdeklődtek (16-16%) egyforma százalékot produkáltak.

5.3. FOGYASZTÓI KÉRDÉSEK A PÉNZÜGYI FOGYASZTÓVÉDELEMHEZ

A válaszadók többsége 35% (10. ábra) tudatos fogyasztóként először az adott pénzügyi intézethez (bank, biztosító) fordul a kérdésével, panaszával. 25%-uk a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóságot jelölte meg, hogy észrevételével e szervezethez fordulna, 13% körüli volt a válaszadók aránya a Pénzügyi Békéltető Testületre (PBT), 14% a MAGYAR NEMZETI BANK - Pénzügyi Fogyasztóvédelmi Központjára és a Bíróságra is. Tudatosítani kell, hogy elsőként mindenképpen az adott pénzügyi intézetnél kell panasszal élni, és ha a fogyasztó panasa elutasításra kerül, csak ezt követően fordulhat a panaszos a PBT, illetve a Bíróság felé.



10. ábra: Pénzügyi panasszal a fogyasztó hova fordulhat

Forrás: Kérdőív válaszai (2017) Saját szerkesztés

A következő kérdéskörben a biztosítások és megtakarítások témakörében kellett a fogyasztóknak egytől ötig értékelniük a kérdéseket egy skálán. Az értékek az alábbiak voltak:

1. Egyáltalán nem értek egyet
2. Kissé egyetértek
3. Egyetértek
4. Inkább egyetértek
5. Teljes mértékben egyet értek

A kérdőív 8. kérdésköre a fogyasztók biztosítással, befektetéssel, takarékossgal (nyugdíj, lakás, egészségbiztosítással) kapcsolatos szokásait érintette. A megkérdezettek 63,6%-a teljes mértékben egyetért, 12,7% inkább egyetért, 6,5 % egyetért és 1,1% inkább egyetért abban, hogy számára fontos a családja (gyermekei, szülei) anyagi biztonsága. Ez is jól mutatja, hogy a gazdasági függetlenség, vagyis a biztonságra való törekvés alapvető emberi szükséglet. A fogyasztóknak egyszerre több igényük is van. Ezek biológiai és pszichológiai jellegűek, melyek bizonyos szintű feszültséget okoznak, viszont nem elég intenzívek, így nem késztetik azonnali cselekvésre a fogyasztót. Ha az igény felerősödik, akkor motiváció lesz, melyet ki kell elégíteni, hogy csökkenjen a feszültség.

Az 1950-es években Maslow közzétette közismert „Szükségletek hierarchiája” elméletét, mely összetettségében, közérthetőségében még ma is a legelterjedtebb (Baracska, 1998). „A szükségletek (motivációk) hierarchiája” elmélet szerint az emberi szükségletek öt, egymástól

elkülöníthető kategóriába sorolhatók, melyek a (11.ábra) szerinti hierarchikus formában szerveződnek. A hierarchia alsóbb részein elhelyezkedők az erősebbek, fontosabbak. Az ember „alulról fölfelé” sorrendben haladva elégíti ki azokat, illetve válnak motivációs erőkké. Az elmélet azt mondja, hogy ameddig egy, a hierarchiában „alacsonyabb szinten” elhelyezkedő szükséglet nincs kielégítve, addig a „felsőbb szinten” elhelyezkedő kielégítése nem lehetséges (mert nincs meg hozzá a kellő motiváció). Ha viszont már egy felsőbb szintnél tartunk, az alacsonyabb szinten elhelyezkedő szükséglet elveszti motivációs szerepét. Az első szinten elhelyezkedő fiziológiai szükségletekkel majdnem azonos fontosságú a második szintre helyezett biztonság iránti igény.



11. ábra: Maslow szükséglet hierarchiája (Forrás: Kotler, 1991)

A biztonság a második szinten áll, míg az önmegvalósítás az ötödiken. Ebbe a kategóriába sorolható a kreativitás, az önfenntartás, a hitelesség és a céltudatosság is. Minden embernek fontosak ezek a célok, amit sok esetben egy egész élet munkájával tudnak csak elérni. Vagyis házat építeni, autót venni, nyaralni, szórakozni mindenki szeretne és, hogy ezeket a célokat pénzügyileg finanszírozni tudják (deviza alapú), hitelt vettek fel a pénzintézetektől.

A megtakarítások fontosságával a megkérdezettek 41,8% teljes mértékben egyetért, 22, 9% inkább egyetért, 13,5 % egyetért, 4% kissé egyetért és 1,1% egyáltalán nem ért egyet. A biztosítások a megkérdezettek számára nem tartoznak a legfontosabb szolgáltatások közé, pedig a biztosítások legyen szó élet, lakás, gépjármű vagy utas biztosításról éppen azt a célt szolgálják, hogy előre nem várt élethelyzet (baleset, elemi kár) esetén a fogyasztó biztosítva legyen arról, hogy nem vesz el a vagyontárgya, egészsége. A megkérdezetteknek az

életbiztosítás 17,5% lényeges 21,1% inkább egyetért, 24% egyetért, 16% kismértékben egyetért és 4,4%-nak egyáltalán nem releváns ez a fajta biztosítási forma.

Azzal az állítással, hogy „*akármennyit keresek is félre kell tennem belőle*” a megkérdezettek 31,6% teljes mértékben egyetért, 17,8% inkább egyetért, 19,6% egyetért, 10,5% kissé egyetért és majdnem 3% egyáltalán nem ért egyet az állítással.

A családi vésztartalék „malacpersely” a megkérdezettek majdnem felének 43,3% prioritást érdemel, míg 21% számára is fontos, 13,8% egyetért 4% kissé egyetért és a megkérdezettek 0,4% egyáltalán nem ért egyet.

5.4. MEGTAKARÍTÁSI FORMÁK

Az előző kérdésből adódik a következő is, melyben azt vizsgáltam, hogy mennyire tartják fontosnak a *gyermek jövőjére való takarékoskodást*, hiszen az tudvalevő, hogy a felsőoktatási tanulmányok (jegyzetek, költségtérítés, albérlet, utazás) bizony igen nagy költséget jelent a szülők számára. Éppen ezért kell már időben (már a gyermek születésekor) bizonyos összeget félretenni erre a célra. A megkérdezettek 42,9%-a teljes mértékben egyetért, 21,1% inkább egyetért, 14,2% egyetért 4% kissé egyetért, és 0,4% egyáltalán nem ért egyet azzal, hogy a gyermekek jövőjére takarékoskodni kell. A start számlát (Baba kötvényt) a megkérdezettek 21,1% egyáltalán nem, 14%-a ismeri és 5% kismértékben ismeri csak.

5.4.1. Baba kötvény

Lényege, hogy a 2006-ban, vagy aztán született gyermekek után a magyar állam 40.000 Ft, míg a 2014-után született gyermek után 42.500 Ft alaptámogatást fizet a gyermek Start-számlájára. Amennyiben a szülő ezután befizet a gyermek számlájára, úgy a befizetés összegének 10%-nak erejéig - de évi maximum 6.000 Ft - állami támogatást kap.

5.4.2. A lakásért való takarékoskodás

A megkérdezettek 34,2%-nak nagyon fontos, 24,4%-nak lényeges, 19,3% egyetért az állítással, 3,3% kissé egyetért és 1,5% egyáltalán nem ért egyet. Az emberek többsége Magyarországon saját tulajdonú lakásban lakik. Főként egyetemisták és fiatal munkavállalók laknak albérletben, bérlakásban. Sajnos, a lakástulajdonosok jelentős része (deviza alapú) jelzálogkölcsönből finanszírozta az otthonát. Aki így tett bizony igen nagy kockázatot vállalt a deviza árfolyamváltozás miatt. 2015-ben ezek a fogyasztók visszakapták az egyoldalú szerződésmódosítás (kamat, költség díj) és az árfolyamrés (eladási és vételi árfolyam közötti

különbség) miatti túlfizetésüket a pénzintézetektől. A lakás-takarékpénztári számla előnyeit a válaszadók 10,9 % egyáltalán nem ismeri, míg 13,1 % csak kismértékben hallott róla.

5.4.3. A nyugdíjas évekről való gondolkodás

Hasonló eredményt mutatnak az erre a kérdésre adott válaszok is. A megkérdezettek 28 % teljes mértékben egyetért, 25,1 % inkább egyetért. 21,5 % egyetért, 3,6 % kismértékben egyetért és 4 % egyáltalán nem ért egyet azzal az állítással, miszerint a nyugdíjas évek biztonsága miatt takarékoskodni kell. Ezzel a témával összhangban a fogyasztók 12, 7%-a egyáltalán nem ismeri és további 14,6 % csak kismértékben ismeri az önkéntes nyugdíjpénztári számla nyújtotta előnyöket. Megközelítőleg 15 % nyilatkozott úgy, hogy ismeri. A fogyasztók 44,2 % mondta, hogy az állami nyugdíj fedezni fogja a szükségleteit, és csak 2, 5% gondolta úgy, hogy az államtól kapott nyugdíj elegendő fedezet lesz a kiadásaira. Kissé paradoxon módon az tűnik ki a kérdőívek lekérdezése alapján, hogy az emberek többsége úgy véli, hogy az államtól kapott öregségi nyugdíj nem fogja fedezni a költségeiket. Ennek ellenére mégsem gondolkodnak azon, hogy milyen módon tudnának félretenni, vagy önkéntes nyugdíjpénztári számlát nyitni, pedig az előbbi két mód nagyban hozzájárulhat a gondtalan nyugdíjas létformához.

A fenti három témakört (gyermek jövője, lakás, nyugdíj) a megkérdezettek fontosnak tartják, de hogy ebbe hogyan tudnának befektetni, nem igazán tudják, vagy csak kismértékű tapasztalattal rendelkeznek e területeken.

5.4.4. Az önkéntes egészségpénztár

A számla fontosságával a válaszadók 12,4% teljes mértékben egyetért, 16,4% inkább egyetért, 24,4% egyetért, 15,6% kissé egyetért és 13,8% egyáltalán nem ért egyet.

5.5. A PÉNZÜGYI (FOGYASZTÓVÉDELMI) ISMERETEK KÉRDÉSEI

A pénzügyi (fogyasztóvédelmi) ismeretek okítását a válaszadók több mint 40% fontosnak tartja már iskolában is. Amennyiben a gyermekkorban megszokják a rendelkezésre álló pénz beosztását, akkor később sem lesz probléma, hogy bevételeik fedezzék a kiadásukat. Így hosszú távon tudatosan tudják a jövőjüket megtervezni és nem lesz szükségük (deviza) hitel felvételére, hitelkártyák kiváltására csak azért, hogy abból szórakozni, utazni tudjanak.

A 8. kérdést összegezve a válaszadók számára a következő kategóriák voltak fontosak a pénzügy és a fogyasztóvédelem területén. (1. táblázat)

1. táblázat: A pénzügyi fogyasztóvédelem területén lévő kérdések, 2017

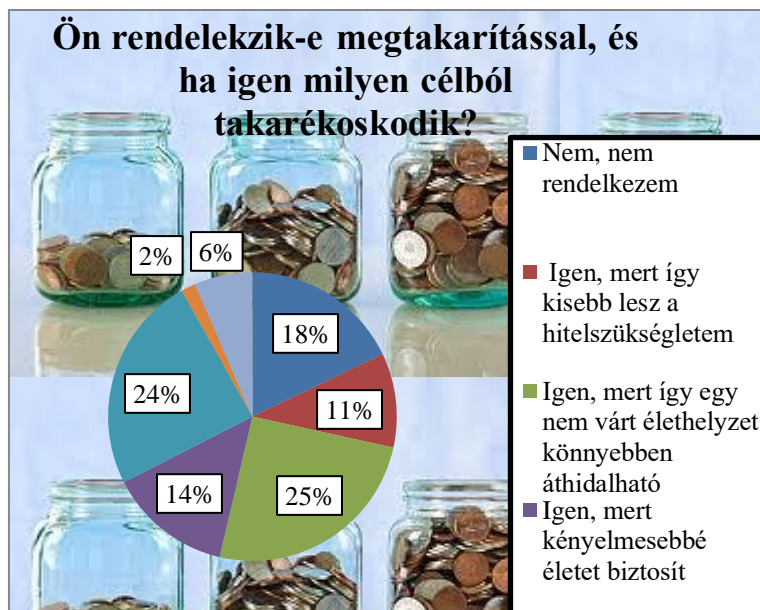
KIEMELKEDŐEN FONTOS	RÉSZBEN FONTOS	EGYÁLTALÁN NEM FONTOS
<ul style="list-style-type: none"> • A felnőtt lakosság pénzügyi kultúrájának fejlesztése • A pénzügyi tudatosság fejlesztése az oktatásban 	<ul style="list-style-type: none"> • Lakástakarék-pénztári számla • Önkéntes egészségbiztosítási számla • Önkéntes nyugdíjpénztári számla • Tartós befektetési számla • Lakás/egészség/nyugdíj takarékpénztári számla • állami támogatás / adókedvezmény 	<ul style="list-style-type: none"> • Start számla (Baba kötvény).

Forrás: Kérdőív válaszai (2017) Saját szerkesztés

5.5.1. A takarékoskodási célok és formák

A 9. kérdés a takarékoskodás okaira kérdezett rá. Az alábbi képen (12. ábra) jól látható, hogy a megkérdezettek több mint 18% semmilyen megtakarítási formával nem rendelkezik.

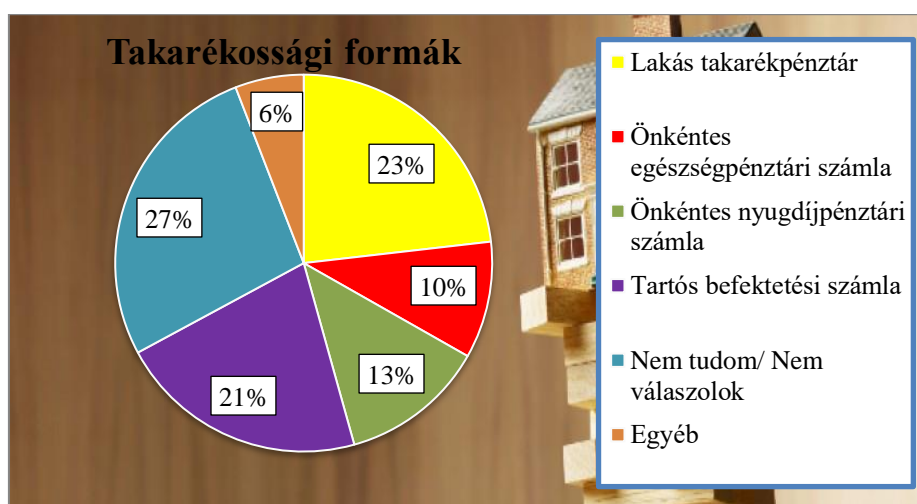
A takarékoskodás a fogyasztók szerint, leginkább az előre nem várt élethelyzet (baleset, állás elvesztése) időszakán segít könnyebben túljutni. 24% válaszolta azt, hogy ezzel tudatosabban tudja a pénzügyeit megtervezni, 14 %-nak a kényelmesebb életstílushoz kell (nyaralás) a kisebb hitelszükséglet. 11%-nál fontos szempont pénzt félretenni későbbre. A megkérdezettek 8% egyéb okok miatt (nyugdíjas évek biztonsága) tartja lényegesnek a takarékoskodást és 2% nem válaszolt a kérdésre.



12. ábra: A takarékoskodási célok

Forrás: Kérdőív válaszai (2017) Saját szerkesztés

Látható, hogy ahány fogyasztó, lényegében annyi szempont, hogy számára mi a fontos és mire szeretné megtakarítását fordítani. Ebbe olyan szempontok is szerepet játszanak, mint a kor, hiszen egy fiatal pályakezdő vélhetőleg saját lakásra, autóra gyűjt; míg a kisgyermekes családok a gyermek jövőjére; vagy a középkorúak nyugdíjas éveik biztonságára. Azonban a tudatos pénzügyi tervezés és a kényelmesebb életstílus is jén volt a válaszok között.



13. ábra: A takarékosági formák megoszlása a fogyasztók között

Forrás: MNB (2016) Saját szerkesztés

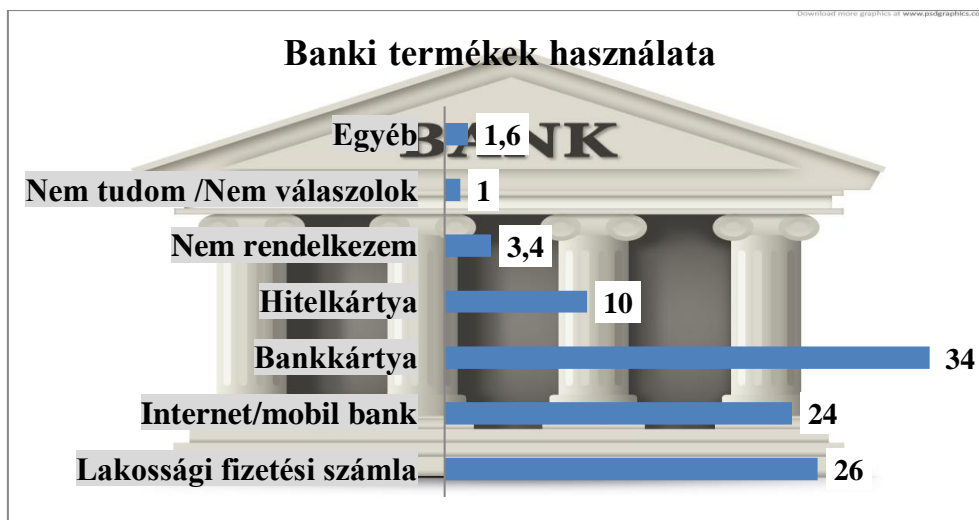
A 10. kérdésben a takarékosági formák megoszlását vizsgáltam, melynek eredményét a (13. ábra) mutatja. A legnépszerűbb megtakarítási forma a lakás takarékpénztár (23%) - ami

2018.10.18-tól már nem köthető -, majd ezt követi a tartós befektetési számla (21%), és nagyjából egyforma arányban az önkéntes egészségpénztári és nyugdíjbiztosítási számla. Sajnálatos módon a megkérdezettek 27% nem tudott, vagy nem akart válaszolni e kérdésre. Az egyéb kategóriában (6%) a fogyasztók említették az életbiztosítást, a lakásba és aranyba való investálást.

A 2008-as gazdasági válság hatására az ingatlan árak az ország szinte valamennyi részében csökkentek. Azonban ez az irány 2014-től megfordult és napjainkban is folyamatosan növekedő tendenciát mutat.

5.5.2. A banki és biztosítási termékek használati formái

A 11. kérdésben a banki termékekkel kapcsolatban kerestük a válaszokat. A 14. ábrán látható, hogy a megkérdezettek 44% rendelkezik egy vagy több bankkártyával, 26% lakossági fizetési számlával, és majdnem 25% internet vagy mobil bankolási lehetőséggel. 10%-nak van hitelkártyája is, viszont 3,4% nem rendelkezik ilyen jellegű termékekkel. 1% nem válaszolt erre a kérdésre.

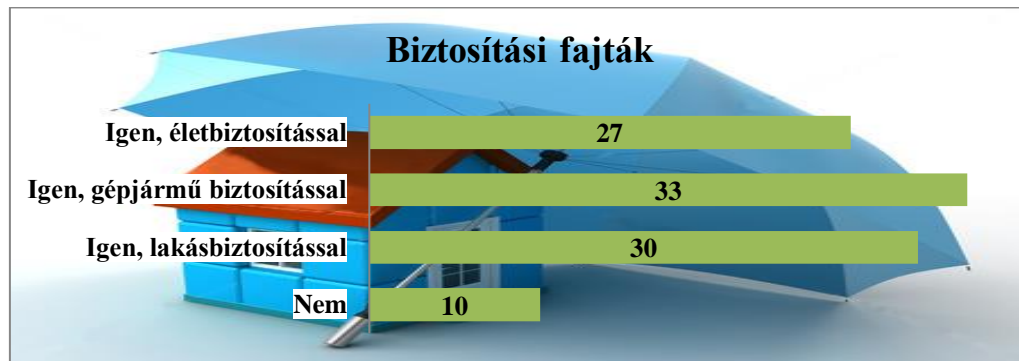


14. ábra: Banki termékek használata %

Forrás: MNB (2016) Saját szerkesztés

A megkérdezettek többsége rendelkezik valamilyen banki termékkel, főként bankkártyával. A biztosítások tekintetében a megkérdezettek 10 % semmilyen biztosítással nem rendelkezik. A megkérdezettek többsége (33%) rendelkezik gépjármű biztosítással (nem került külön megkérdezésre a kötelező és a CASCO biztosítás, csupán általánosságban). Vélhetőleg azért alakult így ki ez az arány, mert a megkérdezettek rendelkeznek gépjármű

biztosítással, illetve lakásbiztosítással. A 15. ábrán látható, hogy a megkérdezettek 30% rendelkezik lakásbiztosítással, vagy a családjában van ilyen fajta biztosítás. Életbiztosítással a megkérdezettek 27 % rendelkezik. Ez a magas % annak köszönhető, hogy a bankoknál a hitelfelvételnél szinte már alapfeltétel a hitelfedezeti életbiztosítás.



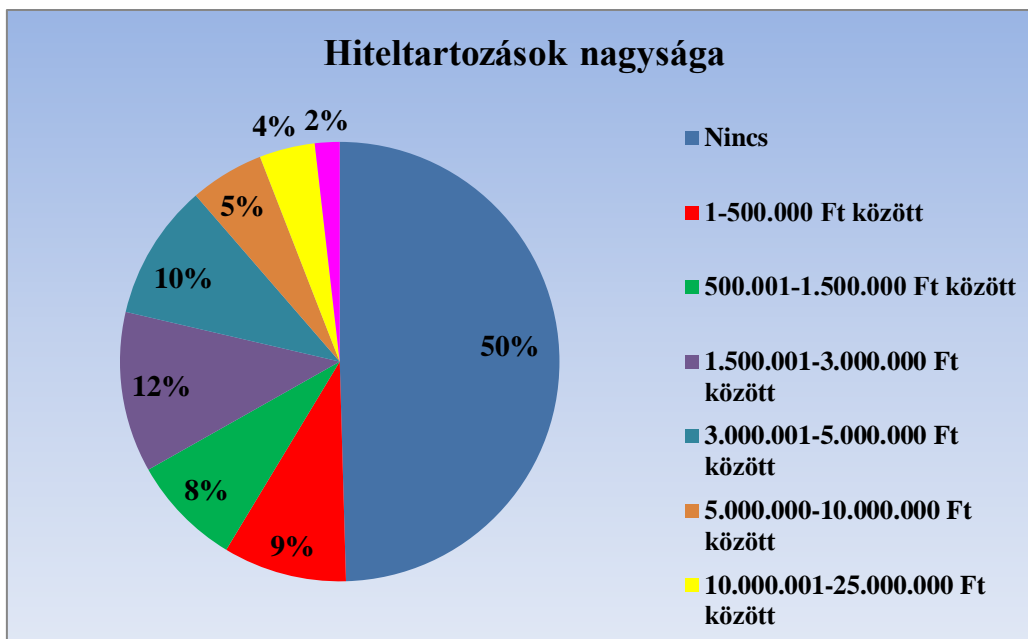
15. ábra: Milyen a legnépszerűbb biztosítási forma manapság %

Forrás: MNB (2016) Saját szerkesztés

A megkérdezettek közül alig több mint 8 % mondta azt, hogy ő mind gépjármű, mind lakás, mind pedig életbiztosítással rendelkezik. Ennek a csoportnak több mint 90%-nak van hiteltartozása, amit 40 % lakásépítés és vásárlás miatt vett fel devizában. Az átlag életkoruk 31-50 év.

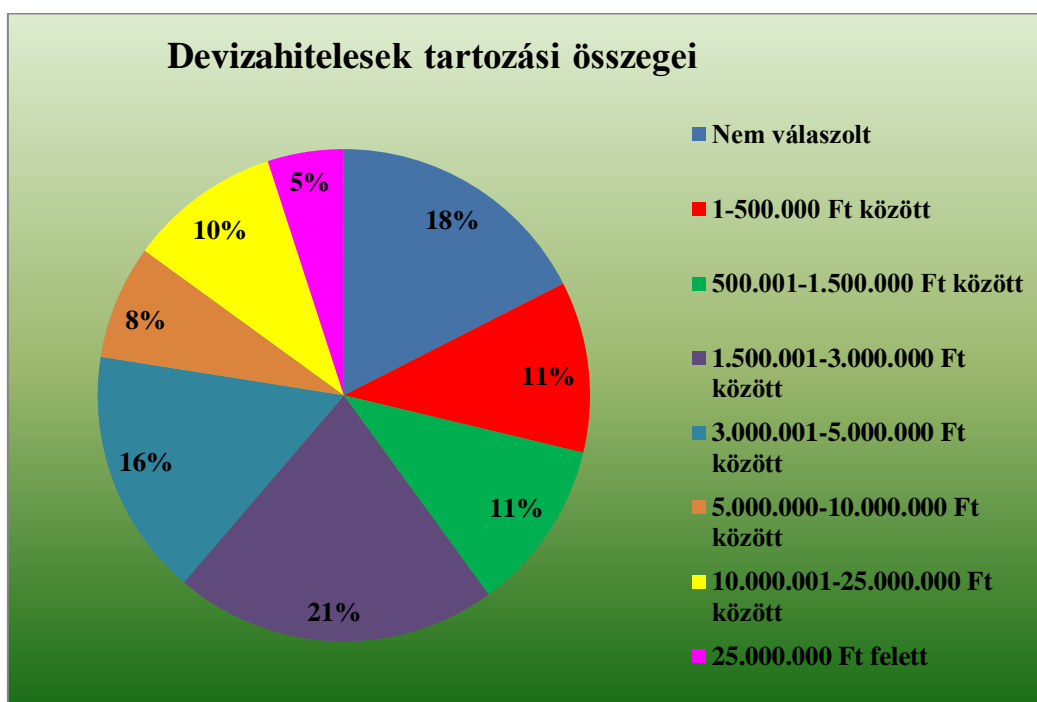
5.6. A DEVIZAHITEL KÉRDÉSEI

A devizahitellel érintett ügyfelek és a többi fogyasztó adósságának mértéke bizony igen különböző (16. ábra, 17. ábra). Az összes fogyasztó 50 % nem rendelkezik hitellel és a devizahitelek csupán 18 % nem válaszolta meg, hogy mekkora összegű hitellel rendelkezik. Hasonlóság a devizahitelek és a sokaság között, hogy mind a kettőnél az átlag hitel nagysága 1.500.000- 3.000.000 Ft között volt. Ekkora összegből egy autót lehet venni, vagy egy lakást/házat felújítani, de újat vásárolni semmiképpen sem. Ezt jól mutatja, hogy megkérdezett fogyasztók többsége autóhitel miatt választotta a deviza alapú hitelt.



16. ábra: A hiteltartozások nagysága az összes megkérdezettre

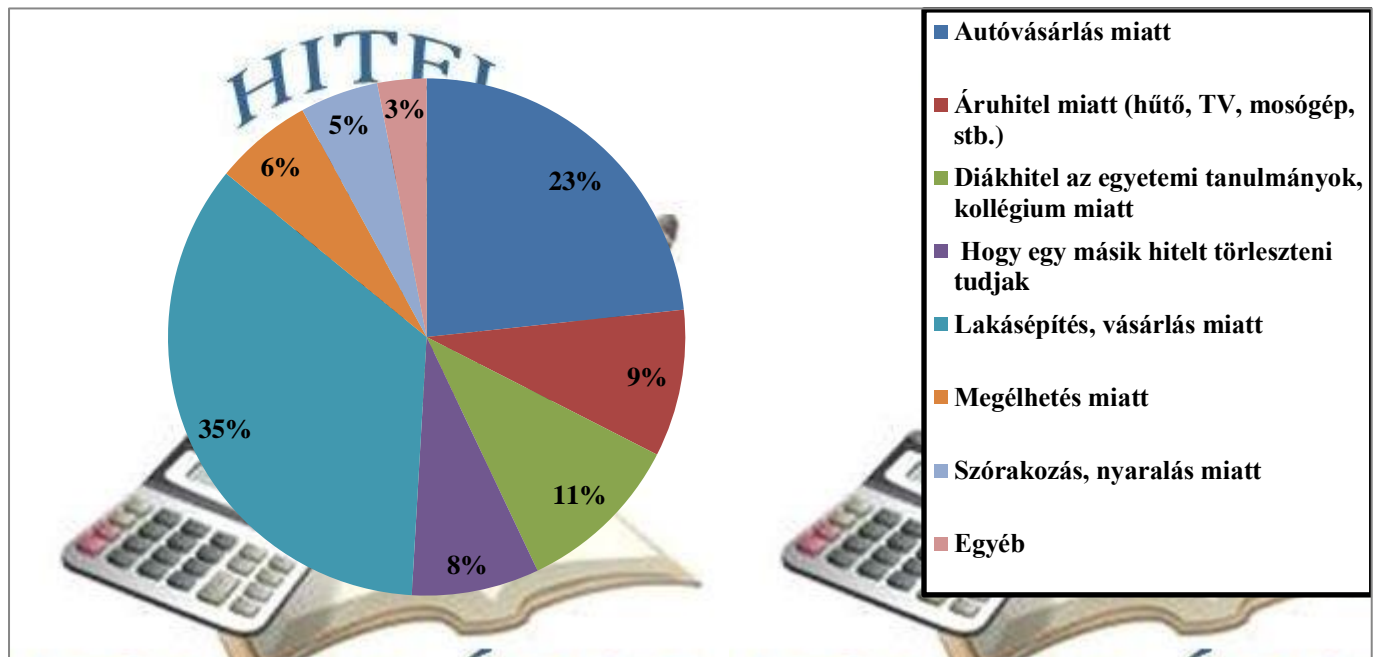
Forrás: Kérdőív válaszai (2017) Saját szerkesztés



17. ábra: Hiteltartozások nagysága a devizahitelekre vetítve

Forrás: Kérdőív válaszai (2017) Saját szerkesztés

Az összes megkérdezett alig több mint 2 % monda azt, hogy 25 millió Ft-ot meghaladó adóssága van, míg a devizahitellel érintett ügyfeleknél ez az arány 5 %.



18. ábra: A felvett hitelek fajtái

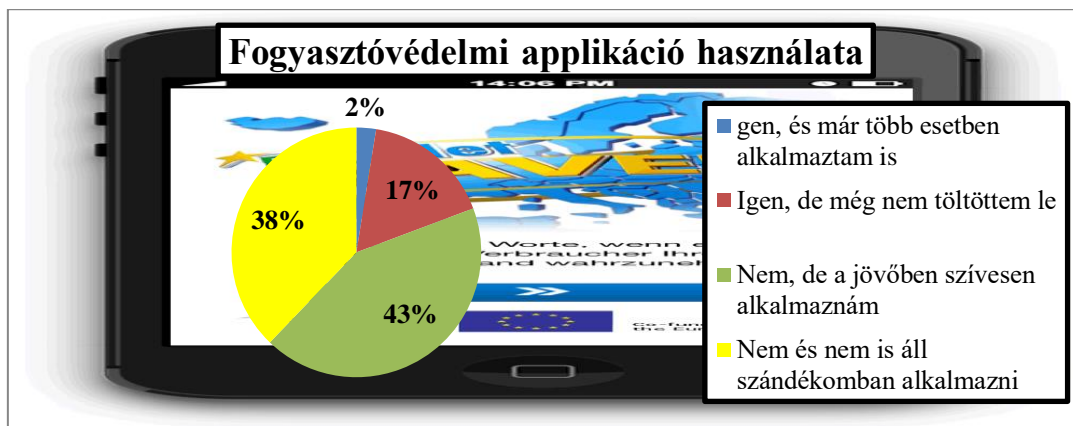
Forrás: MNB (2016) Saját szerkesztés

A fenti (18. ábra) képen jól látható, hogy a legtöbb ember lakásépítés és vásárlás miatt (35%), autóvásárlás (23 %), diákhitel (11%) és áruhitel (9 %) miatt döntött a hitelfelvétel mellett, mert saját forrásból nem tudta volna finanszírozni az elromlott eszközét, otthonot teremteni, vagy a tanulmányait elkezdni.

Ebből a kérdésből nagyon jól lemérhető, hogy a fogyasztók mennyire tudatosak a pénzügyeket tekintve. Azok a legnagyobb számú hitelek miből a fogyasztók később profitálhatnak (lakás megvétele és albérletbe adása) vagy alapvető szükségletükhöz kell (lakhatás) illetve a gyermek jövőjének esélyeit jobbíthatják (egyetem/főiskolai tanulás támogatása). Vélhetőleg e cselekedeteknek lesz majd jövőbeli pozitív hatása. Ezzel szemben kissé megdöbbentő az, hogy a megkérdezettek majdnem 5% csak szórakozás és nyaralás miatt döntött a hitelfelvétel mellett, ami jól tükrözi a pénzügyi kultúrájukat. Vélhetőleg a megkérdezettek 6 %, aki a megélhetés miatt választotta a hitel felvételét, illetve majdnem 8 % azért, hogy egy másik hitelt törleszteni tudjon, bizonyára olyan élethelyzetbe kerültek, hogy máshogy nem tudták volna finanszírozni a kiadásaikat és ezért döntöttek e megoldás mellett.

5.7. A MOBIL APPLIKÁCIÓ LEHETŐSÉGEI

A 15. kérdésben az került vizsgálatra, hogy mennyien hallottak a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hivatal mobil applikációjáról. A megkérdezettek 2% már használja is ezt az alkalmazást. Ez a kis szám azzal is magyarázható, hogy nem minden fogyasztó rendelkezik okos telefonnal, táblagéppel melyeken ezeket az alkalmazásokat lehet használni. 17 % halott erről az applikációról, de még nem töltötte le, 43 % nem halott erről az alkalmazásról, de a jövőben szívesen használná. 38 % nem kíván élni ezzel a fogyasztóvédelmi lehetőséggel. (19.ábra)



19. ábra: Fogyasztóvédelmi applikáció használata

Forrás: MNB (2015) Saját szerkesztés

Az Európai Fogyasztói Központok Hálózata (EFK-Hálózat, ECC-Net) – amelynek a *Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság szervezetében működő Európai Fogyasztói Központ Magyarország* is tagja - egy egyedülálló mobil alkalmazást készített, melynek neve „ECC-Net: Travel”.

Az „ECC-Net: Travel” alkalmazás egy olyan nélkülözhetetlen útitárs az Európai Unióban, valamint Norvégiában és Izlandon, amely segíti a fogyasztókat a szabadságuk alatt külföldön előforduló kellemetlen helyzetek megoldásában, és lehetőséget teremt arra, *hogy fogyasztói jogukat a célország nyelvén fejezhessék ki és érvényesíthessék*. Az alkalmazás jogi tudnivalókat és nyelvi támogatást nyújt az EU 23 nyelvén, továbbá norvég és izlandi nyelven.

Az „ECC-Net: Travel” alkalmazás a bolti vásárlás, az autóbérlés, a szállodai szolgáltatások, a légi, vasúti, buszos és hajóval történő közlekedés és az egészségügyi ellátások témakörében nyújt segítséget és tájékoztatást a fogyasztói jogokról a magyar fogyasztók számára, valamint a külföldi vállalkozással való kommunikációt is megkönnyítheti. Emellett a hasznos

információkat tartalmazó részben fontos telefonszámokat és elérhetőségi adatokat tartalmaz az esetleges szükséghelyzetek megoldására.

Az „ECC-Net: Travel” alkalmazás ingyenes, továbbá offline módon, azaz internet kapcsolat nélkül is használható a roaming díjak elkerülése érdekében. Olyan mobil eszközökre telepíthető, amelyek iOS, Android, Microsoft Windows operációs rendszerrel működnek.

A pénzügyi fogyasztóvédelem területén is érdekes lenne valami hasonló megoldás de elsősorban főleg a hazai fogyasztók igényeinek a kiszolgálása érdekében

5.8. MNB ÉS A CIVILHÁLÓ

Érdekes volt látni, a 20. ábrán, hogy a megkérdezettek 83% nem hallott a Magyar Nemzeti Bank Civilháló kezdeményezéséről. Az a 17%, aki hallott a fogyasztóknak szóló ezen kezdeményezésről, az is elég hiányos ismeretekkel rendelkezik.



20. ábra: A fogyasztók értesülése a MNB- Pénzügyi Fogyasztóvédelmi Központ által kiírt Civilháló Programról, Forrás: MNB (2016) Saját szerkesztés

A kérdezettek 50 % részt venne további hasonló témában tartott előadáson, workshop-on. A megkérdezettek másik fele, feltehetően a hiányos ismeretekből kifolyólag, nem érdeklődik az ilyen lehetőség iránt. Azoknak, akik szívesen részt vennének fogyasztóvédelmi előadáson a nagyrészüik szakközépiskola/ gimnáziumi végzettséggel rendelkeznek és 19-30 év közötti személy.

6. ÖSSZEGZÉS, KÖVETKEZTETÉSEK

A fogyasztóvédelmet a kereskedelem részének tekintjük és azzal együtt fejlődött. A fogyasztóvédelem fő célja a fogyasztó érdekének védelme, biztonságának megóvása, mint ahogyan a különböző biztosítások is ugyanezen okból kifolyólag köttetnek.

A fogyasztóvédelem célja az, hogy egyensúlyi helyzetet teremtsen a fogyasztó és a terméket értékesítő között annak érdekében, hogy a fogyasztó jogai a legteljesebben érvényesüljenek (<http://www.penziranytu.hu>,2017). Fogyasztónak a mai viszonylatban az a természetes személy tekinthető, aki az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységi körén kívül eső célok érdekében jár el, aki árut vesz, rendel, kap, használ, igénybe vesz, vagy az áruval kapcsolatos kereskedelmi kommunikáció, ajánlat címzettje. Magyarországon 1989 előtt a fogyasztóvédelem alatt főként a minőségvédelmet, az ellátási biztonság garantálását, valamint az eladó és a vásárló közötti szerződéses kapcsolat kirívó egyenlőtlenségei elleni védelmet értették. A '90-es években, a rendszerváltást követően felerősödött a fogyasztók kiszolgáltatottsága a kínálat jelentős megnövekedése révén, ezért szükségessé vált a fogyasztóvédelem területének átfogó szabályozása.

A szabályozásban, illetve az intézményrendszer kiépítésében döntő hatást gyakorolt továbbá az Európai Unióhoz történő 2004. május 1.-ei csatlakozásunk is. Magyarországnak biztosítani kellett, hogy amennyire lehetséges, jövőbeni jogszabályai a Közösség jogszabályaival összeegyeztethetők legyenek.

Ehhez nyújtott segítséget az 1995-ben elfogadott ún. „*Fehér Könyv*”, amely a jogközelítés végrehajtása szempontjából az útmutató szerepét töltötte be. 23. fejezete foglalta össze a fogyasztóvédelmi jogharmonizáció követelményeit. A fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvénnyel sor került egy átfogó fogyasztóvédelmi törvény megalkotására, amely a fogyasztói érdekek védelmének öt alapelvére épült. (21. ábra)



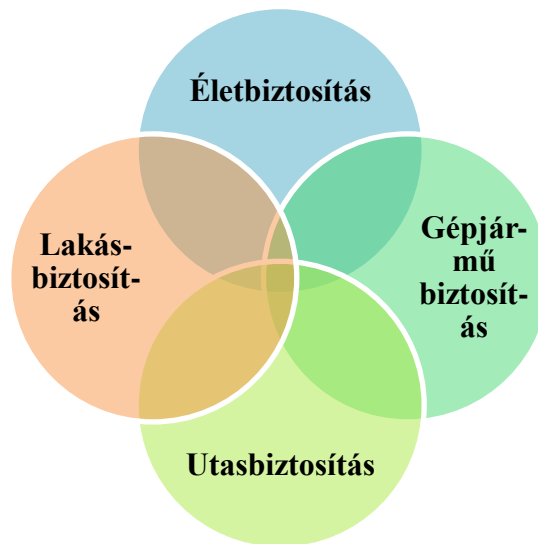
21. ábra: A fogyasztói jogok érvényesítésének területei

Forrás: Fttv, (2008) Saját szerkesztés

Az emberek számára más, az őskorban is fontos szerepet töltött be a biztonság. Az időjárás viszontagságaitól, vagy a vadállatoktól való megóvás eszköze lett a ruházat és az őseber által rajzokkal is ellátott barlang. A magunk és szeretteink **biztonságára való törekvés** azóta sem változott, legfeljebb a megvalósítás módja lett más egy kicsit. Fontos, hogy mindenki rendelkezzen bizonyos mértékű **megtakarítással**, hiszen egy előre nem várt dolog (baleset, munkanélküliség) esetén is biztonságban érezhetik magukat ezáltal.

Kissé paradoxon módon az emberek amennyire törekszenek a biztonságra, legalább annyira hajlamosak a **kockázatvállalásra** is. Sokan hajlandóak több száz kilométer távolságra elköltözni, ha ott kedvező munkalehetőséget kapnak. A kockázatkezelés egyik módja a biztosítás. Biztosítást ma már szinte a legtöbb ingó és ingatlan tulajdonra lehet kötni. Ekkor egy bizonyos (havi, vagy éves) díj befizetése mellett a biztosító cég vállalja, hogy megtéríti a káreseményből adódó veszteséget, vagy annak egy részét. A biztonságra való törekvés egyik célja a többféle biztosítás, hiszen, ha valami komolyabb káresemény (beázás, viharkár miatti tetőbontás stb.) éri a lakó ingatlant, akkor nem biztos, hogy a fogyasztó rendelkezik olyan méretű megtakarítással, pénzmennyiséggel, amelyből kifizetheti a kárt.

A biztosítások tárgya más, de a biztonságra való törekvés mindegyikben azonos. Meg kell különböztetni, hogy mi a cél. A biztosított óvja saját és családja épségét; vagy inkább befektetés, megtakarítás biztonsága a cél. Ez esetben érdemes összevetni őket más befektetési (kötvény, részvény) formával is.



22. ábra: A biztosítások típusai

Forrás: <https://www.allianz.hu>, (2017) Saját szerkesztés

A biztosítási esemény bekövetkeztekor a biztosító a szerződés tartalma szerinti biztosítási összeget köteles kifizetni (esetleg járadék formájában folyósítani). Életbiztosítás esetén a biztosító szolgáltatásának mértékét nem a bekövetkezett kár nagyság

a határozza meg, hiszen a biztosítási esemény (élethelyzet) általában pénzben nem fejezhető ki. A biztosító és a vele szerződő fél a szerződéskötéskor szabadon állapodhat meg a biztosítási összeg mértékében.

Megállapítható, hogy a tájékozatlanság és a tudatosság teljes hiánya olyan helyzeteket is eredményezett, ahol a fogyasztó áruhitel (pl. hűtő, televízió stb. vásárlás miatt) szórakozás, nyaralás miatt döntött a devizahitel felvétele mellett. Akik érintettek a devizahitelben, azoknak más kiegészítő hitelük is volt. Jellemzően főleg lakásépítésre ill. autóvásárlásra fordították a hitelt. Sajnos a hitelt a fogyasztók majd 10%-a azért vette fel, hogy egy újabb hitelt, vagy egy másikat, régit fizetni tudjon.

Az ügyfelek részéről történő tájékozatlanság - pénzügyi folyamatok nem kellő ismerete a tudatos fogyasztói magatartás hiánya, valamint a bankok és hitelközvetítők oldaláról a nem teljes körű tájékoztatás - kockázatok elhallgatása, bagatelizálása - miatt a forint hitel helyett a külföldi deviza alapú kölcsönt választották jellemzően a fogyasztók. Természetesen más lehetőség hiánya, magas forint hitelkamatláb is kedvezett a devizahitelnek.

Emellett megállapítható volt, hogy az emberek többsége eléggé pesszimistán látta a magyar gazdaság helyzetét. Természetesen a mikro és makro ökonómiai tényezők is nagy szerepet játszottak ebben, többek között a megtakarítások és beruházások nagysága. Jellemzően hazánkban az emberek megtakarításai igen kis összeget jelentenek, sőt, sok fogyasztó nem is rendelkezik megtakarítással. Ennek több oka is lehet: nem tud a keresetéből félretenni, mert alacsony; támogatja a szüleit, rokonait; nem tudja beosztani a fizetését.

A megtakarítások fontosságával a megkérdezettek majd 50% teljes mértékben egyetért, ami azt bizonyítja, hogy a lakosság tisztában van ennek fontosságával, de nem tudja, hogyan lehetne ezt megvalósítani.

Tökéletesen bebizonyosodik ez az állításom a biztosítások vizsgálatánál. A megkérdezettek számára nem tartozik a legfontosabb szolgáltatások közé, pedig a biztosítás legyen szó élet, lakás, gépjármű vagy utas biztosításról éppen azt a célt szolgálja, hogy előre nem várt élet helyzetben (baleset, elemi kár) a fogyasztó biztosítva legyen arról, hogy nem vész el a vagyontárgya, egészsége. Miután a megkérdezetteknek csak alig 17%-a tartja az életbiztosítást fontosnak megállapítható, hogy van még min változtatni.

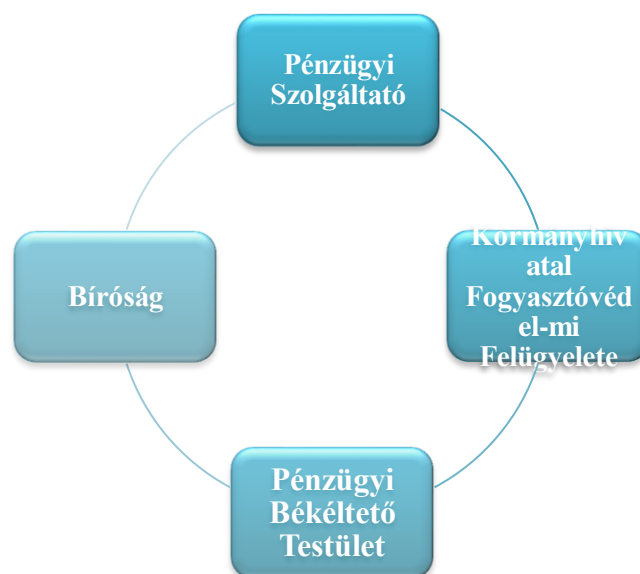
Az öngondoskodás mindenkinek saját feladata. Még ha időben igen távolinak tűnik is az idős kor, nem árt arra is gondolni, hogy előre nem várt események is történhetnek. A megtakarítások ezek leküzdésében is segítenek. Olyan álmok is megvalósíthatók a félretett összegből, mint egy nyaraló vásárlása vagy egy világkörüli út.

Már a kisgyermeket is meg kell tanítani a pénz beosztására és a felelős döntéshozatalra. Az előregedő társadalom a jövőben bizonyosan gondokat fog okozni az eddig állami nyugdíjrendszerben, ezért érdemes felkészülni, és önkéntes nyugdíjipénztár tagnak lenni, melyre 20 % adókedvezmény is kapható.

A kérdőívet kitöltők segítségével le lehetett mérni a pénzügyi tudatosságukat. Látható, hogy a termékek témakörét nem számítva, a fogyasztók többsége nem ismeri a pénzügyi termékeket, ill. nem tud mindig helyes pénzügyi döntéseket hozni. Elmondható, hogy még bőven vannak sötét foltok. Vannak olyan területek, mint például a tájékozottság az adókedvezményekről; fogyasztóvédelmi ismeretekről; amik még fejlesztésre szorulnak.

Amennyiben a pénzügyi fogyasztónak a pénzügyi szervezet magatartásával, mulasztásával, illetve termékeikkel, szolgáltatásaikkal kapcsolatos észrevétele van, akkor 4 intézet (21.ábra) felé fordulhat:

- elsőként is a **szolgáltatóhoz**, aki köteles az ügyet kivizsgálni és a szükséges intézkedéseket meghozni
- jogszabálysértés esetén az illetékes **Fogyasztóvédelmi Felügyelethez**
- szerződéssel kapcsolatos vita esetén az ügyfél beadhatja kérelmét a **Pénzügyi Békéltető Testülethez**
- **vagy fordulhat keresettel a bírósághoz**



23. ábra: A fogyasztó sérelmével négy intézményhez fordulhat

Forrás: <https://www.mnb.hu>, (2017) Saját szerkesztés

A kérdőív kiértékelése során azt a konzekvenciát lehet levonni, hogy alapvetően van egy bizonyos tudatosság a fogyasztók körében a pénzügyi fogyasztóvédelem területén, de főként csak alapvető ismeretekkel rendelkeznek (hova kell tenni a vásárlók könyvét). A fiatalok egyre tudatosabbak és megfontoltabbak a pénzügyeket tekintve, de szükséges a pénzügyi intelligenciájuk tovább fejlesztése. Jó alkalom lehet a továbbiakban is pénzügyi fogyasztóvédelmi tájékoztató napok szervezése, valamint pénzügyi ismeretek beintegrálása az oktatási rendszerbe már egész fiatal korban is. Javaslom olyan számítástechnikai megoldások fejlesztését, terjesztését - oktató mesék, játékok, applikációk – mely szórakoztatóan új technikák segítségével vezeti be a jövő fogyasztóit a pénzügyi ismeretek és tudatosság világába.

IRODALOMJEGYZÉK

Szakirodalom

1. Agarwal, S., Driscoll, J., Gabaix, X. and Laibson, D. (2009) “The age of reason: Financial decisions over the life cycle and implications for regulation” Brookings Papers on Economic Activity, pp. 51–101.
2. Atkinson, Adele – Messy, Flore-Anne (2012): Measuring Financial Literacy: Results of the OECD International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study, OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions, No. 15, OECD Publishing, Paris
3. Balázsné Lendvai Marietta (2006): Pénzügyi kultúránk fejlesztése mint a tudásalapú gazdaság megteremtésének fontos építőköve. In: Tudományos évkönyv 2006. Stratégiák 2007 és 2013 között. Tudományos évkönyv. Budapesti Gazdasági Főiskola, Budapest, pp.13-25
4. Dr. Balogh V. – Dr. Kaszainé Dr. Mezey K. – Dr. Pázmándi K. – Dr. Zavodnyik J.: Magyar fogyasztóvédelmi és reklámjog. HVG – OARC Lap- és Könyvkiadó Kft. 2010. p. 22.,
5. Dr. Balogh L. – Dr. Mezey K. – Dr. Pázmándi K. – Dr. Zavodnyik J.: Magyar fogyasztóvédelmi és reklámjog. 2010. pp. 32., 36-38.
6. Dr. Balogh L. – Dr. Varga J. (2013): A helyi pénzkezdeményezések alapja: Silvio Gesell pénzelméletének mai üzenete. In: Róbert Péter (szerk.) Gazdaság és morál: tiszta társadalom, tiszta gazdaság: a 2012. június 12-i Kautz Gyula Emlékkonferencia válogatott tanulmányai. Konferencia helye, ideje: Győr, Magyarország, 2012.06.12 Győr: Széchenyi István Egyetem
7. Baracska Z.- Berki S.- Döfler V.: Vezetés. Nyíregyháza: Doctus Kiadó, 1998.
8. Bánóczy, J. – Varga, J. (2016): The role of interest-freeness in the economics comparing the judeo-christian and islamic monetary system. In: Csata A., Fejér-Király G., György O.,
9. Béres D. – Huzdik K. – Németh E. – Zsótér B. (2015): Pénzügyi személyiség. A magyar lakosság pénzügyi magatartása, szokásai és attitűdjei. Kutatási jelentés. Pénziránytű Alapítvány, Budapest.
10. Béres D. – Huzdik K. – Kovács P. – Sági Á. – Németh E. (2013): Felmérés a felsőoktatásban tanuló fiatalok pénzügyi kultúrájáról. Kutatási jelentés. Letöltve innen:

- <http://www.asz.hu/tanulmanyok/2013/kutatasijelentes-felmeres-a-felsooktatásban-tanulo-fiatalok-penzugyi-kulturajarol/t353.pdf> Letöltés ideje: 2018. szeptember 10.
11. Bernheim, B., Forni, L., Gokhale, J. and Kotlikoff, L. (2003) “The mismatch between life insurance holdings and financial vulnerabilities: Evidence from the health and retirement study” *American Economic Review*, 93, kötet 1. szám, pp. 354-365.
 12. Botos K. – Botos J. – Béres D. – Csernák J. – Németh E. (2012): Pénzügyi kultúra és kockázatvállalás a közép-alföldi háztartásokban. *Pénzügyi Szemle*, 3, pp. 291–309.
 13. BOWEN C. (2002): Financial Knowledge of Teens and Their Parents. *Financial Counseling and Planning*, 13(2) pp. 93–102.
 14. Czakó Ágnes – Husz Ildikó – Szántó Zoltán (szerk.) (2011): *Meddig nyújtózkodjunk? A magyar háztartások és vállalkozások pénzügyi kultúrájának változása a válság időszakában.* Budapest, Budapesti Corvinus Egyetem Szociológia és Társadalompolitika Intézet.
 15. Cudet et. al. (2006): College Students and Financial Literacy: What They Know and What We Need to learn. Eastern Family Economics and Resource Management Association. Conference Proceedings pp. 102-109, February.
 16. Day, L., Collard, S. and Hay, C. (2008) “Money advice outreach evaluation: Qualitative outcomes for clients” Legal Services Research Centre.
 17. Deacon, Ruth E. – Firebaugh, Francille M. (1988): *Family resource management: Principles and applications.* Boston, Allyn and Bacon.
 18. Dudás K. (2011) A tudatos fogyasztói magatartás dimenziói, *Vezetéstudomány*, XLII. Évf. 2011. 7-8. szám pp. 47-55
 19. Engström, S., és Westerberg, A. (2003) “Which Individuals Make Active Investment Decisions in the New Swedish Pension System?” *Journal of Pension Economics and Finance*, 2: pp. 225-245.
 20. FISHER PJ. (2010): Gender Differences in Personal Saving Behaviors. *Journal Of Financial Counseling & Planning*, 21, 1, pp. 14–24, Business Source Complete, EBSCOhost, viewed 10. online, letöltve: 2018. szeptember 09., <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=59338289&site=ehost-live>
 21. Garman, Thomas E. – Fougue, Raymond. E. (2006): *Personal finance.* Boston: Houghton Mifflin.
 22. Habschick, Marco – Seidl, Britta – Evers, Jan (2007): Survey of financial literacy schemes in the EU27 (VT Markt/2006/26H, Final Report). Letöltve: <http://>

ec.europa.eu/internal_market/finservices-retail/docs/capability/report_survey_en.pdf

Letöltés ideje: 2018.10.01.

23. Hastings, J. és Mitchell, O. (2011) “How financial literacy and impatience shape retirement wealth and investment behaviors” NBER munkaanyag 16740.
24. Hilgert, M., Hogarth, J. és Beverly, S. (2003) “Household financial management: The connection between knowledge and behaviour” Federal Reserve Bulletin. pp. 309-322.
25. Huzdik K. - Béres D. - Németh E. (2014): Pénzügyi kultúra versus kockázatvállalás empirikus vizsgálata a felsőoktatásban tanulóknál. Pénzügyi Szemle, 2014/4: pp. 476-488.
26. Jakovác K.– Németh E. (2017): A pénzügyi kultúra fejlesztésének nemzeti stratégia: Tapasztalatok és tanulságok, Magyar Közigazgatás, 2017/1 sz. pp.196-211.
27. Juhász I (2016) Adó Online Letöltve innen: <https://ado.hu/ado/kulonos-adobol-szarmazik-az-ismert-mondas.pdf> Letöltés ideje: 2018. szeptember 10.
28. Kautz Gy. (2013) Humanities and Social Sciences Review. 3:1, Győr Gazdaságtudományi Kar, pp. 195-204.
29. Kassay J., Nagy B., Tánzos LJ (szerk.) Value changes in a transforming economy. 407 p. Konferencia helye, ideje: Csíkszereda, Románia, 2015.06.05-2015.06.06. Csíkszereda; Sepsiszentgyörgy: Risoprint, 2016. pp. 327-344.
30. Kempson, E. (2002) “Over indebtedness in Britain: A report to the Department of Trade and Industry” Personal Finance Research Centre.
31. Kennedy, J. (1993) “Debiasing audit judgment with accountability: A framework and experimental results” Journal of Accounting Research, 31. kötet, 2. szám, pp. 231-245.
32. KIM J. (2001): Financial Knowledge and Subjective and Objektive Financial Wellbeing, Consumer Interests Annual 47. pp. 1-3.
33. Klapper, L., Lusardi, A. és Panos, G. (2012) “Financial literacy and the financial crisis” The World Bank Policy Research munkaanyaga 5980.
34. Kober, C. (2005) “In the Balance: Disabled people's experiences of debt” Leonard Cheshire.
35. Luksander A. – Béres D.– Huzdik K. – Németh E. (2014): Analysis of the Factors that Influence the Financial Literacy of Young People Studying in Higher Education = A felsőoktatásban tanuló fiatalok pénzügyi kultúráját befolyásoló tényezők vizsgálata. PÉNZÜGYI SZEMLE/PUBLIC FINANCE QUARTERLY 59: (2) pp. 220–241

36. Lusardi, Annamaria (2008): Household Saving Behavior: The Role of Financial Literacy, Information, and Financial Education Programs. Publisher National Bureau of Economic Research
37. Lusardi, A. and Mitchell, O. (2011) “Financial literacy and retirement planning in the United States” *Journal of Pension Economics and Finance*, 10. kötet, 4. szám, pp. 509–525.
38. Malhorta N.K.: Marketingkutatás. Akadémiai Kiadó Zrt, Budapest, 2008, 20-763.
39. Maslow, A. (1943): A Theory of Human Motivation. In: Vroom, V.H.– Deci, E.L. (1992): *Management and Motivation. Selected Readings*. Penguin Books.
40. Merth L. (2017) XI. Soproni Pénzügyi Napok, konferenciakötet, pp. 91-99.
41. Moore, D. (2003) “Survey of financial literacy in Washington state: Knowledge, behavior, attitudes, and experiences” *Washington State University Social and Economic Sciences Research Center Technical Report* , pp. 03-39.
42. Németh E. – Zsótér B. – Luksander A. (2017): A 18-35 évesek pénzügyi sérülékenység háttértényezői. *Esély*, 28. évf. 3. sz., pp. 3-33.
43. Remund, D. L. (2010): *Financial Literacy Explicated: The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy*. *The Journal of Consumer Affairs*
44. SERVON L. – KAESTNER R. (2008): *Consumer Financial Literacy and the Impact of Online Banking on the Financial Behavior of Lower-Income Bank Customers*. *Journal Of Consumer Affairs*, 42, 2, pp. 271–305, Business Source Complete, EBSCOhost, viewed 10 online, letöltve: 2018. augusztus 4., <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=32168151&site=ehost-live> Letöltés ideje: 2018.10.02.
45. Steptoe, Andrew – Angus Deaton – Arthur A. Stone (2015): *Subjective Wellbeing, Health, and ageing*. *The Lancet*, 385 (9968) pp. 640–648
46. Shui, H. és Ausubel, L. (2004) “Time inconsistency in the credit card market”, készült a14. Annual Utah-i éves téli pénzügyi konferenciára, szerkesztette Avner Kalay és Jim S. Schallheim.
47. Szakács A. (2004): *Termékfelelősség és biztosítása*, SZIE Ph.D értekezés
48. Szakács D, Dr. Tariszka É., Dr. Szakács A. (2018): *Pénzügyi fogyasztóvédelem – tudatos fogyasztó*, *Controller Infó c. szakmai folyóirat*, 2018 különszám Budapest, Copy & Consulting Kft., ISSN 2063-9309, pp. 26-31.
49. Szebelédi Ferenc: *A pénzügyi fogyasztóvédelem jogérvényesítési kérdései*. In: *THEMIS*. 2012. október, pp. 98-111.

50. Thaler, R. és Johnson, E. (1990) "Gambling with the house money and trying to break even: the effects of prior outcomes on risky choice" *Management Science* 36. kötet, 6. szám, pp. 643-660.
51. Veres Zoltán: Ügyfélvédelem a pénzügyi szektorban: Gondolatok a pénzügyi fogyasztóvédelem egyes alapkérdéseiről. In: *Jogelméleti Szemle*. 2013/4. szám
52. Veres Z., Hoffmann M., Kozák Á.: Bevezetés a piackutatásba. Akadémiai Kiadó Zrt, Budapest, 2006, 5-504.
53. Zsótér Boglárka – Béres Dániel – Németh Erzsébet (2015): Magyar fiatalok jellemzése pénzügyi attitűdjeik és magatartásuk mentén. *Vezetéstudomány*, 46 (6): pp. 70–80

Források

1. EU irányelv, 2014/17/EU 10-11. cikke, 2014
2. MNB – Magyar Nemzeti Bank - Pénzügyi Stabilitási Tanácsának H-FH-I-B-105/2014. számú határozata: a Provident Pénzügyi Zrt. számára, 2014
3. PSZÁF - Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyeletének - FH-I/B-7820/2011. számú fogyasztóvédelmi intézkedést és bírság kiszabását tartalmazó határozata: a FOLAX HITEL Kft. számára, 2011
4. Az Állami Számvevőszék szerepe a pénzügyi kultúra fejlesztésében (Projektfüzet, 2014.)

Jogszabályok

1. Európai Parlament 2000/31/EK irányelv (2. cikk f) pont)
2. 2008. évi XLVII. törvény a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról, Fttv. 1.§ (1) – (2) bek.
3. 2008. évi XLVII. törvény a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról, Fttv. 2.§ d) - f) pontjai
4. 2008. évi XLVII. törvény a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról Fttv. 4. § (1)
5. 2008. évi XLVII. törvény a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról Fttv. 4.§ (3)
6. 2009 évi CLXII. törvény a fogyasztónak nyújtott hitel, Fht. 3.§ 20.
7. Az Országgyűlés 88/2009. (X. 29.) OGY határozata a Nemzeti Ifjúsági Stratégiáról (2009-2024)

Internetes források

1. <https://www.mnb.hu/fair-bank/tajekoztato>. letöltés ideje: 2017.10.30.
2. <https://www.allianz.hu>. letöltés időpontja: 2017.10.30.
3. <https://mnb.hu>. letöltés időpontja: 2017.10.30.
4. <http://penziranytu.hu/archivalt-pop-torzanyag/konyv/az-en-penzem/iii-akik-gazdalkodnak-szereplok-gazdasagban/az-allam/16-fogyaszto-es-versenyvedelem-mo/1-fogyasztovedelem-fog>. letöltés időpontja: 2017.10.30.
5. Világgazdaság (2018) Online Letöltve innen: <https://www.vg.hu/vallalatok/terjed-piacon-minositett-fogyasztobarat-lakashitel-813255/>

Mellékletek

I. Kérdőív

Ez a kérdőív abból a célból készült, hogy megtudjam, a lakosság milyen mértékben tájékozott pénzügyi, illetve fogyasztóvédelmi kérdésekben. Kérem, az alábbi kérdőív kitöltésével támogassa munkámat.

- 1) **Ön mit gondol Magyarország jelenlegi gazdasági helyzetéről?**
 - a) Fellendülő
 - b) Stagnáló
 - c) Hanyatló

- 2) **Ön szerint milyen a magyar fogyasztók pénzügyi tudatossága?**
 - a) Jó, egyre tudatosabbak és tisztában vannak a jogaikkal
 - b) Egyre tudatosabbak, de lehetne ezzel kapcsolatban rendezvényeket szervezni
 - c) Nem jó, sürgősen fejlesztésre szorul a kisdiákoktól az idősebb korosztályig
 - d) Nem tudom/Nem válaszolok.

- 3) **Hallott-e a devizahitel károsultakról, illetve érintett-e benne?**
 - a) Igen hallottam és érintett vagyok benne
 - b) Hallottam, de nem vagyok benne érintett
 - c) Nem hallottam róla

- 4) **Ön szerint mi lehet az oka annak, hogy ennyi ember beleesett ugyanabba a hibába?**
 - a) Az emberek nem megfelelő tájékoztatása a pénzintézet felől
 - b) Alapvető pénzügyi ismeretek hiánya
 - c) Hirtelen döntésből felvett hitelek
 - d) Egyéb: _____

- 5) **Ön tisztában van-e azzal, hogy a bankok mekkora összeget számolnak fel egy fizetési számla szolgáltatásért?**
 - a) Igen
 - b) Nem

- 6) **Ha az 5. kérdésre „Igen” volt a válasza, honnan kapott tájékoztatást?**
 - a) Internetről
 - b) Bankban utána érdeklődött
 - c) Számlanyitáskor elolvastam a feltételeket
 - d) Számlanyitáskor elolvastam a feltételeket
 - e) Egyéb _____

- 7) **Véleménye szerint Önnek, mint pénzügyi fogyasztónak, ha észrevétele, kérdése, panasza van mely szervezet(ek) felé fordulhat?**

- a) Pénzügyi Szolgáltató (bank, biztosító stb.)
- b) Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság (NFH)
- c) Pénzügyi Békéltető Testület
- d) Bíróság
- e) Magyar nemzeti Bank- Pénzügyi Fogyasztóvédelmi Központ

8) Kérem, határozza meg, mennyire ért egyet / mennyire tartja saját magára jellemzőnek a következő megállapításokat!

	1.Egyáltalán nem értek egyet	2. Kissé egyetértek	3. Egyetértek	4. Inkább egyetértek	5. Teljes mértékben egyet értek.
<i>Fontos családom anyagi biztonsága.</i>					
<i>Fontosnak tartom a megtakarítást.</i>					
<i>Számomra lényeges az életbiztosítás.</i>					
<i>Akár mennyit keresek, félre kell tenni belőle.</i>					
<i>Szükség van "véstartalékra" a család anyagi biztonsága érdekében.</i>					
<i>A gyermekek jövőjére takarékoskodni kell.</i>					
<i>A lakáscél érdekében takarékoskodni kell.</i>					
<i>A nyugdíjas évek biztonságáért takarékoskodni kell.</i>					
<i>Ismerem a Start számlát (Baba kötvényt).</i>					
<i>Ismerem a lakás takarékpénztári számla előnyeit.</i>					
<i>Ismerem az önkéntes egészségpénztári számlát</i>					
<i>Ismerem az önkéntes nyugdíjpénztári számlát.</i>					
<i>Ismerem a tartós befektetési számlát.</i>					
<i>A pénzügyi kultúrát fejleszteni szükséges a felnőtt lakosság körében.</i>					

<i>Szükséges a pénzügyi ismeretek gyakorlati hasznosíthatóságának oktatása az iskolákban.</i>					
<i>Az állami nyugdíj fedezni tudja majd a nyugdíjas éveim szükségleteit.</i>					
<i>A lakás/egészség/nyugdíj takarékpénztári számla megkötésénél engem befolyásol az állami támogatás igénybevételének lehetősége.</i>					

9) Ön rendelkezik-e megtakarítással, és ha igen milyen célból takarékoskodik?

- Nem, nem rendelkezem
- Igen, mert így kisebb lesz a hitelszükségletem egy esetleges kölcsön esetén
- Igen, mert így egy nem várt élethelyzet (pl. betegség) könnyebben áthidalható
- Igen, mert a megtakarítás kényelmesebb életvitelt biztosít pl. nyaralás
- Igen, mert így tudatosabban tudom megtervezni a pénzügyeimet
- Igen, mert _____
- Nem tudom/ Nem válaszolok

10) Ön milyen megtakarítási formával rendelkezik? (több válasz is megjelölhető)

- Lakás takarékpénztár
- Önkéntes egészségpénztári számla
- Önkéntes nyugdíjpénztári számla
- Tartós befektetési számla
- Egyéb _____
- Nem tudom/ Nem válaszolok

11) Rendelkezik-e Ön a következő banki termékekkel? (több válasz is megjelölhető)

- Lakossági fizetési számla
- Internet/mobil bank
- Bank kártya
- Hitelkártya
- Nem rendelkezem
- Egyéb _____

12) Rendelkezik-e Ön biztosítással, és ha igen milyen fajtával?(több válasz is megjelölhető)

- Nem
- Igen, lakásbiztosítással
- Igen, gépjármű biztosítással
- Igen, életbiztosítással

13) Van-e az Önök háztartásában felvett hiteltartozás?

- a) Nincs
- b) 1-500.000 Ft között
- c) 500.001-1.500.000 Ft között
- d) 1.500.001-3.000.000 Ft között
- e) 3.000.001 - 5.000.000 Ft között
- f) 5.000.001-10.000.000 Ft között
- g) 10.000.001-25.000.000 Ft között
- h) 25.000.0000 Ft felett

14) Milyen célból vett fel hitelt?

- a) Autóvásárlás miatt
- b) Áruhitel miatt (hűtő, TV, mosógép stb.)
- c) Diákhitel az egyetemi tanulmányok, kollégium miatt
- d) Hogy egy másik hitelt törleszteni tudjak
- e) Lakásépítés, vásárlás miatt
- f) Megélhetés miatt
- g) Szórakozás, nyaralás miatt
- h) Egyéb _____

15) Ön hallott-e már a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hivatal mobil applikációjáról?

- a) Igen, és már több esetben alkalmaztam is
- b) Igen, de még nem töltöttem le
- c) Nem, de a jövőben szívesen alkalmaznám
- d) Nem, és nem is áll szándékomban alkalmazni

16) Tudta-e hogy a Magyar Nemzeti Bank létre szeretne hozni egy Fogyasztóvédelmi Civilhálót melyen keresztül a lakosság színvonalas és egyszerűen megérthető tájékoztatást kaphatna pénzügyi fogyasztóvédelmi kérdésekben?

- a) Igen
- b) Nem

17) Ennek keretében, különböző workshop-okat fognak szervezni, illetve igyekeznek fesztiválokon is tanácsadási/tájékoztatási lehetőségekkel megjelenni. Ön részt venne-e a jövőben fogyasztóvédelemről szóló előadáson, rendezvényen, workshop-on?

- a) Igen
- b) Nem

18) Van-e kérdése, észrevétele, tapasztalata a fogyasztóvédelem témakörével kapcsolatban?

Demográfiai adatok

19) Az Ön neme?

- a) Férfi
- b) Nő

20) Az Ön legmagasabb iskolai végzettsége?

- a) 8 általános
- b) Szakmunkásképző
- c) Gimnázium/szakközépiskola
- d) Egyetem/főiskola

21) Az Ön kora?

- a) 18 év alatti
- b) 19-30 év közötti
- c) 31-50 év közötti
- d) 51-75 év közötti
- e) 75 év feletti

22) Honnan érkezett a rendezvényre?

- a) Szolnok
- b) 50 km-es vonzáskörzet
- c) 100 km-es vonzáskörzet
- d) 100 km felett _____
- e) Külföld _____

23) Melyik megyében található az Ön lakhelye?

- a) Budapest
- b) Baranya
- c) Bács-Kiskun
- d) Békés
- e) Borsod-Abaúj-Zemplén
- f) Csongrád
- g) Fejér
- h) Győr-Moson-Sopron
- i) Hajdú-Bihar
- j) Heves
- k) Jász-Nagykun-Szolnok
- l) Komárom-Esztergom
- m) Nógrád
- n) Pest
- o) Somogy
- p) Szabolcs-Szatmár-Bereg
- q) Tolna
- r) Vas

s) Veszprém

t) Zala

