

**Nyugat-magyarországi Egyetem  
Közgazdaságtudományi Kar**

**ATTITÚDÖK ÉS KOMPETENCIÁK A KÖZÉPISKOLÁS DIÁKOK,  
MINT POTENCIÁLIS BANKI ÜGYFELEK KÖRÉBEN**

Doktori (PhD) értekezés tézisei

**Hornyák Andrea**

**Sopron  
2015**

**Doktori Iskola:** Széchenyi István Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola

**Vezetője:** Prof. Dr. Székely Csaba DSc

**Program:** Marketing

**Vezetője:** Prof. Dr. Herczeg János CSc

**Témavezető:** Szabóné Dr. Pataky Eszter PhD.

.....  
**Témavezető támogató aláírása**

# Tartalomjegyzék

<b>1. BEVEZETÉS .....</b>	<b>4</b>
1.1. A téma jelentősége .....	4
1.2. A kitűzött célok .....	5
1.3. Az értekezés hipotézisei .....	6
<b>2. AZ EMPIRIKUS KUTATÁS MÓDSZEREI .....</b>	<b>7</b>
<b>3. A KUTATÁS EREDMÉNYEI.....</b>	<b>9</b>
3.1. Új tudományos eredmények .....	13
<b>4. KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK .....</b>	<b>13</b>
4.1. A kutatás elméleti jelentősége .....	16
4.2. A kutatás gyakorlati hasznosíthatósága.....	16
4.3. További javasolt kutatási irányok .....	16
<b>5. A SZERZŐNEK AZ ÉRTEKEZÉS TÉMAKÖRÉHEZ KAPCSOLÓDÓ PUBLIKÁCIÓI.....</b>	<b>18</b>

# 1. BEVEZETÉS

## 1.1. A téma jelentősége

A pénzügyi kultúra, mint gazdaságot befolyásoló jelenség már a kezdetektől jelentős hatást gyakorolt a társadalmi viszonyokra; szerepének növekedése azonban csak az 1980-as évektől figyelhető meg. A gazdasági válság bebizonyította, hogy a lakosság pénzügyi műveltsége szoros kapcsolatban áll az általuk meghozott gazdasági döntésekkel. A pénzügyi tájékozottság növelése nemcsak az egyéni, hanem a társadalmi jólétet is szolgálja, vagyis az ország gazdasági növekedését is kedvezően befolyásolja.

A **családok jelentős részében** a szülők pénzügyi kultúrájának alacsony színvonala miatt a gyerekeknek esélyük sincs alapvető pénzügyi tudás megszerzésére és gyakorlatban történő kipróbálására. Ez azért nagyon veszélyes, mert a pénzügyi tájékozatlanság tovább öröklődik majd, és a következő generációk sem lesznek képesek tudatos gazdasági döntések meghozatalára. A fiatalok a pénzügyekkel kapcsolatos fogalmak jelentős részét egyáltalán nem értik, míg másokat bár értenek, de nem tudnak vele azonosulni. Életkorukból adódóan sajátos életfelfogással rendelkeznek, aminek megismerése és megértése elengedhetetlen pénzügyi kultúrájuk fejlesztéséhez.

A pénzügyi műveltség azonban nemcsak a pénzügyi ismeretek megszerzését jelenti, hanem azokat a készségeket és képességeket is, amelyek „segítségével az egyének képesek az alapvető pénzügyi információkat értelmezni, tudatos döntéseket hozni, felmérve döntésük lehetséges jövőbeni pénzügyi következményeit” (MNB 2006). Be kell tehát azonosítani azokat a tényezőket, amelyek elősegítik a pénzügyi ismeretek, attitűdök átalakulását pénzügyi kompetenciává. Ez nem egyszerű feladat, hiszen a pénzügyi műveltségnek nemcsak mérhető elemei, hanem kevésbé számszerűsíthető, de mégis lényeges tényezői is vannak.

A fogalom definiálásában rejlő nehézségek mellett a fiatal korosztályra jellemző sajátosságokra is kiemelt figyelmet kell fordítanunk. A fiatalok viselkedését nem lehet az elméleti közgazdászok által kidolgozott racionális modellel jellemezni, hiszen az értelem mellett a lelki tényezők szerepe sokkal hangsúlyosabban jelenik meg döntéseik során. A pénzügyi viselkedéstan nézetei, amelyek a piacokon tapasztalható nem racionális magatartás jelenségeit vizsgálják, sokkal jobban alkalmazhatók a középiskolás korosztály döntéseinek leírására. Kahneman és Twersky munkássága által ismertté vált heurisztikák – leegyszerűsített döntési eljárások – segítségével hozzák meg döntéseiket és általában agyuk 1. rendszerét használják, csak ritkán igénylik az alaposabb, átgondoltabb 2. rendszer bekapcsolódását. Bár életkorukból, életvitelükből adódóan

számos hasonló tulajdonsággal rendelkeznek, mégsem kezelhetjük őket egységes, homogén piaci szegmensként, ami pénzügyi műveltségük különbségében is megmutatkozik. Nincsenek tehát könnyű helyzetben a pénzintézetek, hiszen nekik ezt a sokszínű korosztályt kell ügyfélként megnyerniük. A bankmarketing eszközszerének hatékony és eredményes felhasználásához azonban legelőször a fiatal generáció pénzügyi magatartását alakító tényezőket kell megismerniük.

A szerző szerint összességében kell tehát vizsgálni a középiskolás korosztály pénzügyi kultúráját befolyásoló tényezőket, az életkorukból adódó speciális jellemzőket, a heurisztikákon alapuló döntésekben rejlő hibáikat, ahhoz, hogy a fiatalokat szembesíteni lehessen saját viselkedési problémáikkal, és magatartásuk alapos ismerete elősegítse életüket meghatározó hatékony pénzügyi döntéseik meghozatalát.

## 1.2. A kitűzött célok

A szerző értekezésében a pénzügyi kultúra elemeinek beazonosításával igyekszik a középiskolás korosztály hatékony banki ügyfelekké válásának folyamatát felvázolni. A dolgozat kiemelten foglalkozik a pénzügyi kultúra mérhetőségének szükségességével, valamint a pénzügyi viselkedéstan elemeinek megjelenésével a fiatal korosztály pénzügyi döntései során.

A kitűzött célhoz vezető úton haladva a disszertáció:

- **felvázolja** a bankmarketing, a pénzügyi kompetencia, az attitűd és a pénzügyi kultúra közti kapcsolatot,
- **bemutatja** a középiskolás korosztály életkori sajátosságait, életvitelének jellemzőit. Kiemelten foglalkozik a nyugat-európai fiatalok óriási hitelkártya és diákhitel felhalmozásának okaival, kiemelve a bankok, és az alacsony pénzügyi tájékozottság szerepét,
- **igazolja**, hogy bár a középiskolás korosztály számos közös jellemzővel rendelkezik, mégsem lehet őket homogén szegmensként kezelni. Meghatározza azokat a tényezőket, amelyek a hatékony banki szegmentálás alapját jelenthetik,
- **igazolja** a demográfiai tényezők szerepét a fiatal korosztály pénzügyi tájékozottságában,
- **elemzi** a hazai pénzügyi oktatás jelenlegi helyzetét és szerepét a pénzügyi kultúra fejlesztésében, illetve rámutat a kötelező gazdasági oktatás bevezetésének szükségességére is,

- **bemutatja** a pénzügyi kompetencia felvételének szükségességét a kulcskompetenciák közé, valamint felvázolja a pénzhez való hozzáállás fontosságát az erősen materialista szemlélettel rendelkező középiskolás korosztály tagjainak körében,
- **igazolja** a pénzügyi kultúra mérésének szükségességét, valamint bemutatja a nemzetközi pénzügyi kultúra kutatás irányzatait és eredményeit,
- **tanulmányozza** a racionálistól eltérő anomáliák megjelenését a középiskolás korosztály pénzügyi döntéseiben, valamint bemutatja a fiatalokra jellemző heurisztikákat,
- **keresi a választ**, hogy a különböző középiskola földrajzi helyzete és típusa mennyiben determinálja a diákok pénzügyi műveltségét. Igyekszik kimutatni az értelem és az érzelem együttes hatását a középiskolások döntési helyzeteiben,
- **összefoglalja** eredményeit egy olyan modellben, amely segítségével lehet mind a fiataloknak, mind a pénzintézeteknek, mind az oktatási intézményeknek a tudatos pénzügyi döntések meghozatala során.

### 1.3. Az értekezés hipotézisei

A szekunder kutatás eredményeire alapozva a szerző az alábbi hipotéziseket fogalmazta meg:

**H1.: A középiskolások vélt és tényleges pénzügyi tudása közötti különbség nagyobb, mint nulla, vagyis a tudásillúzió heurisztikája – iskolatípustól függetlenül – kimutatható ennél a korosztálynál.**

**H2.: A pénzügyi oktatás csökkenti a családi háttérből adódó különbségeket a pénzügyi tájékozottság területén.**

**H3.: Szoros kapcsolat van a tanulók pénzügyi kultúrája és az általuk látogatott középiskola típusa és földrajzi helyzete között.**

**H4.: A hazánknál fejlettebb pénzügyi kultúrával rendelkező társadalmak fiataljaira jellemző óriási hitelkártya- és diákhitel eladósodottság kockázata a kötelező pénzügyi oktatás bevezetésével Magyarországon elkerülhető.**

**H5.: Az alaposabb pénzügyi ismeretekkel rendelkező diákokra pénzügyi döntéseik során tudatosabb pénzügyi viselkedés a jellemző.**

**H6.: A fiatalok gazdasági döntéseiben az értelem és az érzelem együtt jelenik meg.**

**H7.: A középiskolás korosztály pénzügyi attitűdjei alapján történő csoportosítása pontosabb szegmentálást tesz lehetővé a pénzintézetek számára.**

## **2. AZ EMPIRIKUS KUTATÁS MÓDSZEREI**

A szerző kutatásának célja az volt, hogy a felmérje a középiskolás diákok általános gazdasági ismereteit, pénzügyi szokásait, pénzintézetekkel kapcsolatos attitűdjeit. A primer adatfelvételt a szerző 2012. tavasztól 2013. nyaráig hajtotta végre több lépésben Budapest, Kelet-Magyarország (Miskolc, Debrecen, Nyíradony) és Nyugat-Magyarország (Sopron, Szombathely) több középfokú oktatási intézményében. Mindhárom régióban gimnazisták, gazdasági szakközépiskolások és egyéb középiskolások szerepeltek a kiválasztott mintában. A mintavétel a 15-19 éves középiskolások körében véletlenszerűen történt.

A lekérdezés módszere kérdőíves felmérés volt. Ennél a módszernél számszerűsíthetők az adatok és így kiválóan alkalmasak a statisztikai elemzések elvégzésére. A kérdőívet a szerző papíralapon juttatta el a diákokhoz. A kiadott 600 kérdőívből 573 db érkezett vissza, de ezekből 21 db értékelhetetlen volt, ezért 552 kérdőív került feldolgozásra.

A „Pénzügyekkel kapcsolatos kérdőív” az alábbi 5 részre tagolódik:

- I. A pénzügyi ismeretek felmérése:** a pénzügyi szervezetekkel, fogalmakkal kapcsolatos vélt és valós pénzügyi tudás.
- II. A pénzhez, pénzügyekhez való hozzáállás értékelése:** megtakarítással, pénzköltéssel, pénzügyi oktatással, kölcsönkéréssel-adással kapcsolatos attitűdök.
- III. A pénzügyi viselkedés meghatározó elemeinek vizsgálata:** családi költségvetés készítése, későbbi hitelfelvétel, tudatos pénzügyi gazdálkodás.
- IV. Bankkal kapcsolatos tényezők felmérése:** banki termékek ismerete, diákhitel igénybevétele, bankválasztás tényezői.
- V. Alapadatok:** demográfiai jellemzők.

A kérdőívben szereplő kérdések sokféleségével igyekezett a szerző biztosítani a minél teljesebb körű információszerzést. Az ismereti kérdések egy része nyitott kérdésként lehetővé tette a teljesen szabad válaszadást, a többi kérdésnél azonban a megadott lehetőségekből kellett választani. A diákok viselkedésével, attitűdjével kapcsolatos kérdések zömében skála típusúak voltak. A megkérdezettek bankválasztási preferenciáit 5 fokozatú Likert-skála, míg a pénzügyi termékekhez, pénzintézetekhez való hozzáállást minősítő skála mérte.

Az adatok elemzéséhez a Microsoft Excel program és a Statistical Package for Social Sciences (SPSS) programcsomag 17.0 verziója került alkalmazásra. A szerző az eredmények értelmezését egyváltozós elemzésekkel kezdte, mivel ezek nyújtanak elsődleges, alapvető információkat a mintasokaságról, illetve elősegítik a többváltozós elemzési módszerek (keresztábra-elemzés, faktoranalízis, klaszterelemzés) alkalmazását is.

A keresztábra-elemzés két vagy több változó közötti összefüggést vizsgálja, illetve ezek kombinált gyakorisági eloszlását mutatja. A módszer alkalmazása előtt azt kell megvizsgálni, hogy van-e szignifikáns kapcsolat a két vizsgált változó között (Pearson féle Khi-négyzet próbával), majd a kapcsolat erősségét (Cramer V és kontingencia-együtthatóval) kell kimutatni.

A faktoranalízis célja a közvetlenül nem megfigyelhető háttérváltozóknak, ún. faktoroknak a meghatározása a változók közti korrelációk alapján. (Magyar Biostatistikai Értelmező Szótár, 2009). A szerző először azt vizsgálta meg, hogy az adatok alkalmasak-e a faktorelemzésre, amelyhez a Bartlett-tesztet és a Kaiser–Meyer–Olkin (KMO) kritériumot használta fel.

A Bartlett-teszt azt vizsgálja, hogy a változók az alapsokaságban korrelálatlanok-e (nullhipotézis). A Bartlett-próba nullhipotézise akkor vethető el, ha a szignifikanciaszint kisebb 0,05-nél, azaz a változók alkalmasak a faktorelemzésre. (Sajtos–Mitev, 2006, 257.p.) A Kaiser–Meyer–Olkin (KMO) kritérium segítségével került elemzésre, hogy a változók mennyire alkalmasak a faktorelemzésre.

Primer kutatását a szerző klaszterelemzéssel fejezte be, amelynek során a kérdőívet kitöltő diákokat igyekezett homogén csoportokba, klaszterekbe besorolni. Az azonos klaszterbe tartozó elemek hasonló tulajdonságokkal rendelkeztek és jelentős különbségeket mutattak a többi klaszterhez képest.



### 3. A KUTATÁS EREDMÉNYEI

**H1.: A középiskolások vélt és tényleges pénzügyi tudása közötti különbség nagyobb, mint nulla, vagyis a tudásillúzió heurisztikája – iskolatípustól függetlenül – kimutatható ennél a korosztálynál.**

A 1. táblázatból megállapítható, hogy mind a gazdasági középiskolások, mind a gimnáziumban tanulók magasabbra értékelték tudásukat a ténylegesnél, vagyis a tudásillúzió jelensége megfigyelhető volt náluk. Egyedül a harmadik csoportnál nem volt kimutatható ez a jelenség, bár tudásukat nekik sem sikerült reálisan értékelniük, hiszen a tényleges jó válaszaik aránya (62,57%) meghaladta az előre jelzett 60,8%-os eredményt.

#### 1. táblázat: A tudásillúzió megjelenése a különböző iskolatípusba járó középiskolás diákoknál

Forrás: Saját kutatás (2014)

Iskolatípusok	Vélt pénzügyi tudás	Valós pénzügyi tudás	Tudásillúzió
Gazdasági középiskolások	88,80 %	82,29%	✓
Gimnazisták	83,80%	79,42%	✓
Egyéb középiskolások	60,80%	62,57%	✗

A pénzügyi viselkedéstanból megismert tudásillúzió jelenségét, vagyis, hogy az egyén túlértékeli az adott témával kapcsolatos tájékozottságát, a szerző a középiskolás korosztály **egészére** nem tudta kimutatni. A fiatalok által látogatott középiskola típusától függ a jelenség megjelenése, vagyis a 14-19 éves korosztály egészére nem vonatkoztatható, ezért **ez a hipotézis elvetésre került.**

**H2.: A pénzügyi oktatás csökkenti a családi háttérből adódó különbségeket a pénzügyi tájékozottság területén.**

A szerző kutatása során megállapította, hogy a gazdasági középiskolába járók alaposabb pénzügyi ismeretekkel rendelkeztek a másik két iskolatípusba járóknál, hiszen magasabb

arányban válaszoltak helyesen a feltett kérdésekre. A gazdasági oktatás szerepe nemcsak a tudás átadásában, hanem a pénzügyi hozzáállás kialakításában is megmutatkozott, hiszen a szakmai tárgyakat tanulók pénzügyi viselkedésükben és hozzáállásukban is magasabb eredményeket értek el a többiekénél. A gazdasági középiskolás lányok 61%-a, fiúk 52%-a, míg a gimnazista lányok 43%-a és fiúk 49%-a, egyéb középiskolás lányok 28%-a és fiúk 32%-a ért el magas viselkedési pontszámot, vagyis adott legalább 6 pozitív választ a pénzügyi magatartással kapcsolatosan.

Kutatási eredmények alapján a szerző *ezt a hipotézist is elfogadta.*

**H3.: Szoros kapcsolat van a tanulók pénzügyi kultúrája és az általuk látogatott középiskola típusa és földrajzi helyzete között.**

A fiatalok iskolájának földrajzi helyzete és típusai is jelentős befolyásoló tényező, hiszen az ország különböző területén iskolába járó diákok pénzügyi attitűdjeik, viselkedésük tekintetében jelentős különbségeket mutattak. Bankválasztásuk során más-más tényezőket preferáltak: míg a budapesti mintában a kamatkondíciók figyelembevétele volt a legfontosabb bankválasztási tényező, addig a vidéken tanuló diákok elsősorban szüleikre hallgattak ebben a kérdésben. A vidéki fiataloknál a család ajánlása mellett az ATM hálózat kiterjedtsége is fontos szerepet játszott, és a kamatkondíciók csak a harmadik választási tényezőként szerepeltek.

A szerző jelentős különbségeket tapasztalt a különböző iskolatípusba járók, valamint az ország különböző helyein tanulók pénzügyi kultúrájában, ezért *ezt a hipotézist elfogadta.*

**H4.: A hazánknál fejlettebb pénzügyi kultúrával rendelkező társadalmak fiataljaira jellemző óriási hitelkártya- és diákhitel eladósodottság kockázata a kötelező pénzügyi oktatás bevezetésével Magyarországon elkerülhető.**

A disszertációban összegyűjtött kutatási adatokból megállapítható, hogy a középiskolások között is megfigyelhető a hiperbolisztikus diszkontálás heurisztikája, hiszen a diákok inkább hajlanak a későbbi hitelfelvételre, mint a megtakarításokra. A megkérdezettek 63%-a elképzelhetőnek tartja a későbbi hitelfelvételt, és csak 29%-uknak sikerült az elmúlt év során bizonyos összeget megtakarítania.

Jó lenne, ha hazánkban még a kritikus helyzet kialakulása előtt megadnánk fiataljainknak az esélyt a pénzügyi ismeretek megszerzésére. Teljesen meg nem akadályozható, de a pénzügyi oktatás bevezetésével csökkenthető a középiskolás korosztály eladósodottságának mértéke és kockázata.

*A hipotézis tehát elutasításra került.*

**H5.: Az alaposabb pénzügyi ismeretekkel rendelkező diákokra pénzügyi döntéseik során tudatosabb pénzügyi viselkedés a jellemző.**

A pénzügyi műveltség egyes elemeinek külön-külön történő vizsgálata után a szerző azt kutatta, hogy együttesen mi jellemzi a különböző iskolatípusba járókat. A 2. táblázat a magas ismeret, magas viselkedés és magas attitűd pontokat elért diákok %-os megoszlását mutatja iskolatípusonkénti bontásban.

**2.táblázat: A diákok pénzügyi kultúrájának összetevői iskolatípusonkénti bontásban**

Forrás: saját kutatás (2014)

Iskolatípus	Magas ismeret - pontszám	Magas viselkedés - pontszám	Magas attitűd - pontszám
Gazdasági középiskola	58,00 %	56,50 %	62,67 %
Gimnázium	55,50 %	46,00 %	52,67 %
Egyéb középiskola	40,00 %	30,00 %	37,33 %

Az eredményekből látható, hogy mindegyik iskolatípusnál pozitív kapcsolat van az ismeretek mélysége és a viselkedés között. A magasabb pénzügyi tudásszinttel rendelkező válaszadók tudatosabb gazdasági magatartást is tanúsítottak. Hasonlóan szignifikáns összefüggés észlelhető a viselkedés és az attitűd pontszámok között, hiszen a hosszú távú gondoskodást fontosnak tartó diákok pozitívabb viselkedést mutattak a rövid távú preferenciákkal rendelkezőknél.

*A kutatás alapján ez a hipotézis elfogadásra került.*

**H6.: A fiatalok gazdasági döntéseiben az értelem és az érzelem együtt jelenik meg.**

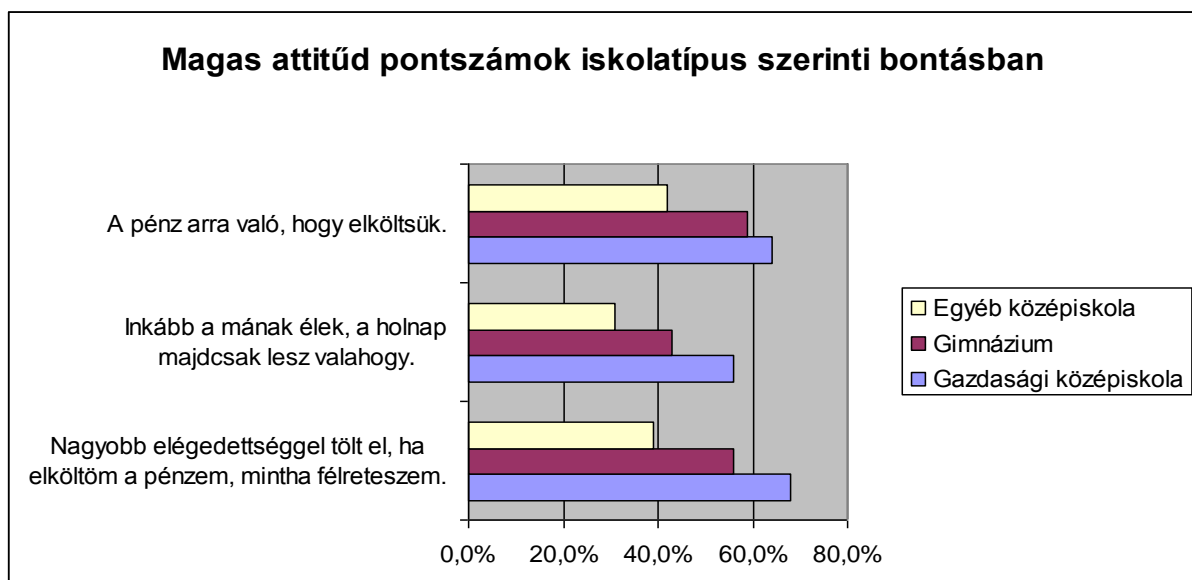
Az érzelmi heurisztika jelensége hangsúlyosan jelenik meg a fiatalok pénzügyi döntéseiben. A szekunder információkhoz hasonlóan a szerző is azt állapította meg, hogy a középiskolás

korosztály inkább a mának él „a holnap majdcsak lesz valahogy” elv alapján. Jelentős részük vásárlásait nem fontolja meg előre, inkább pillanatnyi érzelmei alapján hozza meg döntéseit. Tapasztalatok és alapos pénzügyi ismeretek hiányában elsősorban szüleikre igyekeznek támaszkodni pénzügyi döntéseik során.

A fentiek miatt *ez a hipotézis is elfogadásra került.*

**H7.: A középiskolás korosztály pénzügyi attitűdjei alapján történő csoportosítása pontosabb szegmentálást tesz lehetővé a pénzintézetek számára.**

A szerző az általa képzett magas attitűd pontszámok alapján megállapította, hogy jelentős különbség van az egyes iskolatípusba járók pénzhez való hozzáállása között. Az 1. ábrából kirajzolódnak a diákok közti különbségek. Legmagasabb attitűd pontszámokat a gazdasági középiskolások érték el, mivel ők értettek legkevésbé egyet az attitűdállításokkal. Ők a többiekhez képest máshogy viszonyulnak a pénzügyekhez, igyekeznek tudatosabban gazdálkodni.



**1. ábra: A középiskolás diákok magas attitűd eredményei**

Forrás: Saját kutatás (2014)

A szerző klaszterelemzéssel a mintasokaságából 4 homogén szegmentumot képzett. A szegmentumok pénzügyi ismereteik, viselkedésük, attitűdjeik tekintetében jelentős különbségeket mutatnak, tehát „bankolásuk” során a pénzintézeteknek is különböző stratégiát

kell velük szemben alkalmazniuk. Vannak olyan szegmentumok, akiket nem racionális érvek alapján, hanem érzelmeik alapján lehet megnyerni, míg mások a pénzügyi szolgáltatások területén igényelnek sokkal nagyobb odafigyelést.

*A szerző kutatása alapján ezt a hipotézist is elfogadta.*

### 3.1. Új tudományos eredmények

Az értekezés bevezetésében megfogalmazott célkitűzések figyelembevételével, az alábbi új és újszerű tudományos eredmények létrehozása valósult meg.

- Bizonyítást nyert a pénzügyi attitűdök, a kompetencia és a bankmarketing közötti kapcsolat, eljutva a pénzügyi kultúráig.
- Igazolásra került a pénzügyi kultúra mérésének szükségessége, a pénzügyi műveltség fejlesztése, a gazdasági oktatás hatékonyságának növelése érdekében.
- Bemutatásra kerültek a fiatalokra jellemző heurisztikák, amelyek közoktatásba történő beépítésével csökkenthetők lennének a diákok által elkövetett döntési hibák.
- Sikerült beazonosítani 4 új fogyasztói csoportot, akik pénzügyi kultúrájukban jelentős különbségeket hordoztak, ezért a bankmarketing szegmentálási stratégiájának alapját jelenthetik.

## 4. KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

1. A PISA és az OKM felmérésekben a matematikai, szövegértési, természettudományos készségek mellett vizsgálni kellene a tanulók pénzügyi kompetenciáit is, hiszen ezek megléte is szükséges a felnőtt társadalomba való hatékony beilleszkedéshez. A pénzügyi kompetenciák meghatározásánál a racionális tényezőkön túl az érzelmi elemeket is figyelembe kell venni.

2. A szerző fontosnak tartja a pénzügyi információáramlás kontrollálását is; nem biztos, hogy a középiskolások számára rendelkezésre bocsátott rengeteg információ hatékony lehet. Nagyon jól használható Dan Ariely által bemutatott **interaktív információs rendszer** a fiatal korosztálynál is, hiszen ezzel a diákok saját preferenciáik alapján határozhatják meg a számukra szükséges információk körét. Ezt azonban össze kell kapcsolni az érzelmi heurisztika jellemzőivel is, hiszen pozitív, illetve negatív érzelmi állapotban más-más információra van szükség.

3. Nemzetenként jelentős különbségek tapasztalhatók a megtakarításokhoz való hozzáállás tekintetében: hiszen míg az USA-ban az amerikai álmot a hitelkártyák sokaságában testesül meg, addig Kínában mindezt a megtakarítás jelenti. A takarékoskodás fontosságát már egész kiskorban meg kell tanítani a fiataloknak, hogy ez pénzügyi viselkedésük szerves része legyen. A hiperbolikus diszkontálás heurisztikája azonban csak úgy előzhető meg hazánkban, ha a megtakarítás a nemzeti identitás részévé válik, és a kívánt társadalmi csoporthoz való tartozás eszköze lesz. Mindehhez azonban szükség van az állam általi „bökdöséshez”, neveléshez, valamint „takarékoskodási programok” kidolgozásához.

4. A 2. ábra a szerző által készített **PÉNZÜGYI VISELKEDÉSTAN SZEGMENTÁLÁSI MODELLJÉT** mutatja be, amelyben a fiatalok pénzügyi kultúráját kapcsolja össze azzal a tényezővel, hogy az adott egyén pénzügyi döntéshozatala során jellemzően az 1. vagy a 2. gondolkodási rendszerét használja. A modellben bemutatásra kerültek az „**érzelmi költelezők**”, „**bizonytalan bizakodók**”, „**spontán magabiztosak**” és „**tudatosan racionális**” fogyasztói csoportok eltérő tulajdonságai, valamint az őket jellemző heurisztikák.

Mindent meg kell tenni azért, hogy megismertessük a fiatalokat saját viselkedésbeli hibáikkal, hogy ellen tudjanak állni a szolgáltatók befolyásolási törekvéseinek és magatartásuk alapos ismerete elősegítse hatékony pénzügyi választásukat. Ez azonban nem egy egyszerű feladat, hiszen a fiatal korosztályt a viselkedésbeli jellemzőik alapján nem kezelhetjük homogén piaci szegmensként, hiszen döntéseikben a racionális és az emocionális tényezők aránya különböző mértékben oszlik meg. Philip Kotler „Fekete doboz” elméletét a pénzügyi termékekre is kiterjesztve látható, hogy ugyanolyan piaci és marketingbenyomások hatására, a „fekete dobozban” lejátszódó különbségek miatt a korosztály tagjai más-más pénzügyi döntést fognak hozni. Nagyon hasznos lenne, ha a fiatalok minden választásuk előtt előre tisztában lennének az agyukban végbemenő mechanizmusokkal.

	<i>1. gondolkodási rendszer használata</i>	<i>2. gondolkodási rendszer használata</i>
<i>Alacsony pénzügyi kultúra (ismeret, attitűd, kompetencia)</i>	<p><b>„ÉRZELMI KÖLTEKEZŐK”</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nem érdeklődnek a pénzügyek iránt</li> <li>▪ Spontán módon, érzelmi alapon döntenek</li> <li>▪ Élvezettel költekeznek</li> <li>▪ Nem képesek pénzügyeiket kézben tartani</li> <li>▪ Impulzív döntéshozók</li> </ul> <p><u>Túlzott önbizalom,</u> <u>csordaszellem,</u> <u>érzelmi heurisztika</u></p>	<p><b>„BIZONYTALAN BIZAKODÓK”</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pénzhez való hozzáállásukat az aggodás, a szorongás jellemzi</li> <li>▪ Megfontolt, analizáló típusok</li> <li>▪ A megtakarítások szerepe jelentős életükben</li> <li>▪ Fontos számukra a többlet információ</li> <li>▪ Döntéseiknél segítségre szorulnak</li> </ul> <p><u>Hiperbolikus diszkontálás,</u> <u>(a különböző időponbeli</u> <u>pénzösszegek összehasonlítása),</u> <u>csordaszellem</u></p>
<i>Magas pénzügyi kultúra (ismeret, attitűd, kompetencia)</i>	<p><b>„SPONTÁN MAGABIZTOSAK”</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Korábbi tapasztalataik alapján gyorsan döntenek</li> <li>▪ Impulzív döntéshozók</li> <li>▪ Pénzügyeiket képesek hatékonyan kezelni</li> <li>▪ Személyes élmények fontossága</li> <li>▪ Nem aggódó típusok</li> </ul> <p><u>Lehorgonyzási hatás, érzelmi</u> <u>heurisztika</u></p>	<p><b>„TUDATOSAN RACIONÁLISAK”</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hatékonyan kezelik pénzügyeiket</li> <li>▪ Racionális alapon hozzák döntéseket</li> <li>▪ Nem küzdenek pénzügyi problémákkal</li> <li>▪ Megtakarítások fontosak számukra</li> </ul> <p><u>Hiperbolikus diszkontálás</u></p>

**2. ábra: A Pénzügyi Viselkedéstan Szegmentálási Modellje**

Forrás: Saját kutatás (2014)

#### 4.1. A kutatás elméleti jelentősége

A dolgozat nagyon széles témát ölel fel, hiszen igyekszik összekapcsolni a pénzügytan, a szolgáltatásmarketing, és az oktatás területeit. Az értekezés újszerűsége abban rejlik, hogy a pénzügyi viselkedéstan nézeteinek érvényességét vizsgálja a középiskolás korosztály körében. A kizárólag racionális alapon történő döntéshozatalt mindenképpen ki kell egészíteni az érzelmekkel is, hiszen a lelki tényezők különösen fontosak a fiatal generáció esetében.

A pénzügyintézetek szegmentálási szempontjainak kiterjesztésével a szolgáltatás marketing új eszközrendszerrel gazdagodik, ami növeli a pénzügyintézetek által elért jövedelmezőséget.

#### 4.2. A kutatás gyakorlati hasznosíthatósága

A gazdasági oktatás átalakításával, a pénzügyi viselkedéstan elemeinek közoktatásba történő beillesztésével taníthatjuk meg fiataljainknak saját viselkedésbeli hibáik felismerését. Ha ezeket még pénzügyi döntéseik előtt belátják, akkor elkerülhetik a kizárólag érzelmi alapon, a kockázatok mérlegelése nélkül hozott 1. rendszerük döntéseit.

Pénzügyileg tudatos állampolgárokat kell nevelni belőlük, hogy a szolgáltatók csak azokat a termékeket adhassák el számukra, amire **tényleg szükségük** van és ne azokat, amiről csak azt **hiszik**, hogy nem tudnak nélküle élni.

A szerző által kidolgozott új modellt a pénzügyintézetek is jól használhatják, hiszen a pénzügyi kultúra elemeinek felhasználásával hatékonyabbá válhatna szegmentálási stratégiájuk, és máshogy viszonyulnának a különböző pénzügyi attitűdökkel, kompetenciával rendelkező fiatal ügyfelekhez. Az oktatási intézményekkel történő szoros kapcsolattartással pedig primer információkhoz jutnának a középiskolás diákok életvitelével, igényeivel kapcsolatban.

#### 4.3. További javasolt kutatási irányok

<b>1. A viselkedéstan nézeteinek vizsgálata a 18-30 éves korosztály körében.</b>
--

A viselkedési pénzügytan elemei jelentős hatással vannak az egyének pénzügyi döntéseikre, amely azonban az egyén életkorától, életvívétől is jelentősen függ. Másféle döntési hibák jellemzőek egy 23 éves egyedül élő egyetemistára, mint egy hasonló korú 2 gyermekes családapára.



## **2. A kötelező pénzügyi oktatás bevezetésének erősségei, gyengeségei, lehetőségei és veszélyei.**

Fontos tényezőként jelenik meg, hogy mindenki hozzájuthasson életkorának, előképzettségének megfelelő pénzügyi ismeretekhez, ami a pénzügyi tantárgy közoktatásba történő kötelező bevezetésével érhető el. Ehhez azonban biztosítani kell a megfelelő személyi, anyagi, tárgyi feltételeket. SWOT analízis segítségével lehet meghatározni a bevezetés előnyeit és hátrányait.

## **3. Az etika és a marketing kapcsolata a pénzügyi intézetek tevékenységében.**

A pénzügyi intézetek üzletpolitikai célja nem más, mint a mindenkori jövedelmezőség, a likviditás és biztonság dinamikus egyensúlyban tartása, valamint az egyenletes növekedés biztosítása, a mögötte lévő kockázatvállaló képesség figyelembevételével. Felvetődik tehát a kérdés, hogy van-e létjogosultsága az etika megjelenésének a hazai közgazdasági gondolkodásban, és a pénzügyi intézetek eredménycentrikus gazdálkodásában. A banki szolgáltatások igénybevétele azonban mindenképpen megköveteli a bizalom meglétét, ami az utóbbi időben megrendülőben van. A pénzügyi intézetek etikus magatartásuk segítségével próbálhatják meg visszaszerezni az ügyfelek beléjük vetett bizalmát.

## **4. A viselkedéstan elemeinek megjelenése a pénzügyi fogyasztóvédelemben.**

A viselkedéstan elemei a pénzügyi fogyasztóvédelemben is éreztetik hatásukat, hiszen a döntéshozatali hibákat feltáró eredmények új fogyasztóvédelmi irányzatokat hoztak létre. A fogyasztóvédelem súlypontja folyamatosan eltolódik a hatósági szabályozás irányából a fogyasztói döntések befolyásolása felé. A szolgáltatási szektorban nagy szükség is van erre, hiszen itt nem beszélhetünk kézzel fogható, előre kipróbálható termékekről.

## 5. A SZERZŐNEK AZ ÉRTEKEZÉS TÉMAKÖRÉHEZ KAPCSOLÓDÓ PUBLIKÁCIÓI

### Tudományos előadások (CD-n vagy konferencia kiadványban megjelent)

*Hornyák Andrea: A fiatalok pénzügyi kultúrája és a bankmarketing közti kapcsolat*

„Változó környezet – Innovatív stratégiák” Nemzetközi Tudományos Konferencia, a Magyar Tudomány Ünnepe alkalmából, Nyugat-magyarországi Egyetem Sopron, 2011. november 2.

ISBN: 978-963-9883-87-1 (CD-n megjelent)

*Hornyák Andrea: A fiatalok, mint potenciális banki ügyfelek*

XII. RODOSZ Konferencia, Kolozsvár, 2011. december 2-4.

ISBN: 978-606-8259-39-0 pp. 337-356. (CD-n és konferenciakötetben is megjelent)

*Hornyák Andrea: A bankmarketing etikai vonatkozásai*

„Új eredmények a közgazdasági és üzleti tudományokban” konferencia, Debreceni Egyetem Közgazdaság- és Gazdaságtudományi Kar, Debrecen, 2012. április 27-28.

ISBN 978-963-473-600-4 (CD-n megjelent)

*Hornyák Andrea: Tanítható-e a pénzügyi kultúra, avagy hogyan bővíthető a fiatalok gazdasági tájékozottsága*

„Aktuális gazdasági és társadalmi attitűdök Magyarországon” VII. KHEOPS Tudományos Konferencia, Mór, 2012. május 16.

ISBN: 978-963-87553-9-1 (CD-n megjelent)

*Hornyák Andrea: A bankmarketing etikai vonatkozásai. Létezik-e etikus bank?*

„I. Alternatív finanszírozási stratégiák tudományos konferencia” Kaposvári Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Sopron, 2012. október 3.

ISBN 978-963-89173-5-5 (CD-n megjelent)

*Hornyák Andrea: A kötelező pénzügyi oktatás bevezetésének szükségessége*

„Szolidaritás és párbeszéd a nemzedékek között”, XVI. Apáczai –napok Tudományos Konferencia, Nyugat- magyarországi Egyetem, Apáczai Csere János Kar, Győr, 2012. október 26. (Megjelenés alatt)

*Hornyák Andrea: A fiatalok: hasonlóak, mégis egyediek, avagy hogyan tudja őket a bankmarketing szegmentálni*

XIII. RODOSZ Konferencia, Kolozsvár, 2012. november 9-11. (Megjelenés alatt)

*Hornyák Andrea: A pénzügyi kultúra fejlesztésének lehetőségei a fiatal korosztály körében*

„A jövő gazdasága, a jövő befektetése” c. konferencia, a Magyar Tudomány Ünnepe alkalmából, Szent István Egyetem, Gazdaság és Társadalomtudományi Kar, Pénzügyi és Számviteli Intézet, Gödöllő, 2012. november 22.

ISBN 978-963-269-326-2 (CD-n megjelent)

*Hornyák Andrea: „Ismerem, értem és használom” avagy a fiatalok mindennapi pénzügyi döntései*

„Tudományos próbabálya” című konferencia, Professzorok az Európai Magyarországért Egyesület, Budapest, 2013. március 12.

ISBN 978-963-88433-8-8 ([www.peme.hu](http://www.peme.hu) honlapon, elektronikus könyvben megjelent)

*Hornyák Andrea: „Tanítható-e a pénzügyi kultúra, avagy hogyan bővíthető a fiatalok gazdasági tájékozottsága*

Vállalati és intézményi kihívások a 21. században - Best of KHEOPS II. (2006-2012)-TANULMÁNYKÖTET, Válogatás a 2006 és 2012 között megrendezésre került KHEOPS Tudományos Konferenciák legszínvonalasabb előadásainak írott verzióiból, Első kiadás: 2013. április, pp. 325-336.

ISBN 978-963-89779-1-5

### **Idegen nyelvű tudományos előadások (CD-n megjelent)**

*Andrea Hornyák: Finanzielle Schulpflicht – Argumente und Gegenargumente*

„A gazdasági fejlődés fő hajtóerői (innováció-hatékonyság- munkahelyteremtés)” Nemzetközi Tudományos Konferencia, a Magyar Tudomány Ünnepe alkalmából, Nyugat- magyarországi Egyetem, Sopron, 2012. november 12.

ISBN 978-963-9883-99-4 (CD-n megjelent)

*Andrea Hornyák: Bewirtschaftete klug, oder Erziehung auf finanzielle Bewusstheit in dem öffentlichen Unterricht*

„Sokszínűség a közgazdaságtanban” VIII. KHEOPS Tudományos Konferencia, Mór, 2013. április 26.

ISBN 978-963-89779-0-8 (CD-n megjelent)

### **Tudományos folyóiratban megjelent tanulmányok, szakcikkek**

*Hornyák Andrea: Kereskedelem-marketing, üzleti adminisztráció szakmacsoport*

Oktatókutatató és Fejlesztő Intézet (2009): Ökoiskolai útmutató, Gazdasági szakmacsoport, pp. 52-53.

ISBN: 978-963-682-640-6

*Hornyák Andrea: Pénzügyi kultúra és gazdasági oktatás- Ez lehet a megoldás?*

EDUCATIO című folyóirat, 22. évfolyam első szám, 2013 – tavasz, pp. 89-95.

ISSN:1216-3384

*Hornyák Andrea: A fiatal korosztály szegmentálása a pénzügyi viselkedés alapján*

Közgazdász Fórum, XVI. évfolyam, 112. szám, 2013/3., Kiadja: a Romániai Magyar Társaság pp. 53-71. ISSN 1582-1986, CNCSIS 755-2010

<http://www.rmkt.ro/uploads/media/EconomistsForumVOLXVINr.112.pdf>

*Hornyák Andrea: Új szegmentálási szempontok a fiatalok, mint potenciális banki ügyfelek körében*

Marketing & Menedzsment, XLVII. Évfolyam 2. szám/2013, Pécsi Tudományegyetem, pp. 14-24.,

ISSN 1219-03-49

*Hornyák Andrea: Pénz, pénz, pénz avagy a fiatalok pénzügyi kultúrája*

Képzés és Gyakorlat Neveléstudományi Folyóirat, 11. évfolyam 2013/1-4.sz. novemberi online szám,

ISSN 2064-4027

### **Idegen nyelvű publikáció**

*Andrea Hornyák: "Moral Organisation: Dream or Reality"*

Acta Universitatis Sapientiae, Economics and Business, Volume 1, 2013, pp.69-84, ISSN 2343-8894 (printed version), ISSN-L 2343-8894