

Banki ajánlatok a viselkedési közgazdaságtan tükrében

2011. szeptember 15.



H-1021 Budapest, Tárogató út 2-4.
Tel.: (+36 1) 224-0700, Fax: (+36 1) 201-1330
www.bankarkepzo.hu
Nyilvántartási szám: 01-0339-04
Intézmény-akkreditációs lajstromszám: 0083

A tanulmány a Gazdasági Versenyhivatal Versenykultúra Központ VKK 2/2010. számú pályázatára valósult meg.

Készítette a Nemzetközi Bankárképző Központ, 2011.

Közreműködött:

Sebestyén Krisztián, Pintér Klára és Zsebő Béla

Tartalom

1	BEVEZETŐ: A VISELKEDÉSI KÖZGAZDASÁGTAN KIALAKULÁSA.....	4
2	A VISELKEDÉSI KÖZGAZDASÁGTAN TÉMÁI ÉS TOPOSZAI	7
2.1	REFERENCIAPONT-FÜGGŐSÉG, VESZTESÉGEKELKERÜLÉS ÉS AZ „ALAP” LEHETŐSÉG SZEREPE.....	7
2.2	A DÖNTÉSI ALTERNATÍVÁK MEGFOGALMAZÁSÁNAK HATÁSA A PREFERENCIÁKRA.....	10
2.3	KOCKÁZATOS ÉS BIZONYTALAN KIMENETEK IRÁNTI PREFERENCIÁK.....	13
2.4	IDŐ-INKONZISZTENS PREFERENCIÁK, HALOGATÁS ÉS ÖNKONTROLL.....	13
2.5	TÚLZOTT OPTIMIZMUS	15
2.6	MÉLTÁNYOSSÁG ÉS TÁRSADALMI PREFERENCIÁK.....	16
3	BANKI TERMÉKEK ÉS VISELKEDÉSI KÖZGAZDASÁGTAN.....	17
3.1	ELENGEDET UP-FRONT DÍJAK, KEDVEZMÉNYES KAMATOK	17
3.2	ELŐRE KIFIZETETT BETÉTI KAMATOK.....	19
3.3	MEGTAKARÍTÁSI TERMÉKEK – ELŐRE RÖGZÍTETT MEGTAKARÍTÁS.....	19
3.4	HITELKÁRTYA-HASZNÁLAT	21
3.5	ELTÉRŐ REKLÁMOK – TÖRLESZTÖRÉSZLET HANGSÚLYOZÁSA	24
4	ÖSSZEFOGLALÁS	26
5	IRODALOMJEGYZÉK.....	28
6	MELLÉKLET – A BANKI AJÁNLATOK	33

1 Bevezető: a viselkedési közgazdaságtan kialakulása

A viselkedési közgazdaságtan (behavioural economics) ma a közgazdaságtan egyik ünnepelet és sokat kutatott területe. Részterületével, a viselkedési pénzügyekkel együtt elsődleges vizsgálódási területe a különböző szociális és pszichológiai – kognitív és emocionális – tényezők beillesztése az egyéni és intézményi gazdasági döntések modellezésébe, beleértve a fogyasztói, hitelfelvevői és befektetési döntéseket, és ezek hatását a kialakuló piaci árakra, hozamokra, erőforrás-allokációra, illetve a társadalmi jólétre. A viselkedési közgazdaságtan által kutatott területek többnyire az ember, mint gazdasági szereplő racionalitásának korlátain alapulnak. Jellemzően a neoklasszikus közgazdaságtan eszközeivel, nyelvén ír a gazdasági viszonyokról, többnyire a pszichológia eredményeit felhasználva. Koltay – Vincze [2009] megfogalmazásában ma általában úgy tekintenek a viselkedési közgazdaságtanra, mint a klasszikus elmélet természetes továbbfejlesztésére, nem pedig mint valamilyen radikális alternatívájára. Ennek megfelelően nem húzható éles határvonal a hagyományos és a viselkedési elmélet közé.

Bár a viselkedési közgazdaságtan karrierjét egyértelműen a XX. század második felében futotta be, a mögöttes gondolat, a viselkedési közgazdaságtan megközelítésmódja, a pszichológiai tényezők szerepének felismerése régóta jelen van a közgazdaságtanban. Már Adam Smith „Az erkölcsi érzelmek elmélete” című munkájában is pszichológiai magyarázatot javasolt az egyéni viselkedés leírására. Így például már 1759-ben megállapította, hogy az ember jobban szenved, ha egy jobb szituációból egy rosszabbba kerül, mint amennyire örül annak, ha rosszabb helyzetből jobb helyzetbe jut – ez a klasszikus veszteségelkerülés (*loss aversion*) korai megfogalmazása (idézi Camerer és szerzőtársai, 2004). A hasznosságelmélet megalapítója, Jeremy Bentham szintén hosszas pszichológiai fejtegetéssel támasztja alá a hasznossági függvény tulajdonságait. Paradox módon a *homo economicus* (lényegében pszichológiai) természetét megkonstruáló neoklasszikus közgazdaságtan fordult el tudományos pszichológiától. A XX. század elejének közgazdasági azt remélték, hogy a tudományágukat a természettudományok

mintájára tudják alakítani, és a kifejlődőben lévő, nem túl tudományos eszközökkel dolgozó pszichológiát nem akarták a közgazdaságtan alapjává tenni. A pszichológiai eszközök, motivációk teljes kiküszöbölése ugyanakkor még váratott magára; az előző század első évtizedeiben publikáló Irving Fischer és Vilfred Pareto például hosszan elmélkednek arról, hogyan érznek az emberek a gazdasági döntéseikkel kapcsolatban. Még Keynes is fontos szerepet tulajdonított az érzelmi eredetű motivációknak, gyakran használt pszichológiai magyarázatokat egy-egy gondolatmenet alátámasztásához, a század közepére azonban az egyéni viselkedés mögötti pszichológiai megfontolások jórészt kihaltak a közgazdaságtanból.

A legtöbb ma kutatott, gazdasági döntésekben fontosnak tartott jelenség felvetése, kutatásának gyökere jóval a viselkedési közgazdaságtan népszerűvé válását megelőző publikációkig nyúlik vissza, így például a nem exponenciális diszkontálás gondolata már Strotz 1955-ös munkájában megjelenik. A viselkedési közgazdaságtan alapító atyáinak mégis Kahnemann és Tversky szerzőpárost szokás tekinteni, akik a 70-es évekbeli kutatásaikkal megalapozták az új tudományterület számos fontos eredményét, és megtették az első lépéseket a mára a közgazdaságtan több területén is szerepet kapó, a viselkedési közgazdaságtanban azonban elsődleges fontosságú empirikus módszertan, a mások által is elvégezhető, laboratóriumi kontrollált kísérletek kidolgozásában.

A viselkedési közgazdaságtan elméleti és empirikus eredményeit már magyar nyelven is többször összefoglalták, ld. Koltay – Vincze [2009], vagy Vincze [2010]. Jelen tanulmány nem kíván új elméleti megfontolásokat bemutatni, hanem arra törekszik, hogy bizonyos, az elsősorban amerikai irodalomban feltárt viselkedési közgazdaságtani toposzokat azonosítsa a magyarországi banki ajánlatok körében.

A tanulmányban – magyar nyelven először – konkrét banki ajánlatokat veszünk górcső alá és feleltetünk meg a viselkedési közgazdaságtan predikcióinak. Ugyanakkor célunk nem bizonyos bankok, vagy termékek kiemelése – semmiképp sem negatív konnotációban való szerepeltetése – hanem illusztrálni kívánjuk az egyes viselkedési mintákra adott válaszokat, valós magyar banki környezetben, tényleges hirdetések és ajánlatok alapján. Szintén nem célunk az elemzett ajánlatok,

termékek normatív értékelése, s kutatásunk az interneten nyilvánosan elérhető banki ajánlatokra terjed ki. Ez azt is előrevetíti, hogy a legfontosabb empirikus eredmények hazai környezetben való tesztelésére nincs lehetőségünk, így a viselkedési közgazdaságtan számos, a banki, hitelfelvevői viselkedésre vonatkozó eredményéről nem tudjuk megállapítani, hogy azok magyar környezetben is megjelentek-e. Ugyanakkor a nyilvánosan elérhető banki ajánlatok kutatásából is számos érdekes viselkedési toposz alátámasztható.

A tanulmány felépítése a következő. A második fejezetben röviden összefoglaljuk a viselkedési közgazdaságtan legfőbb kutatási területeit és az általa azonosított fontosabb, a fogyasztói pénzügyi döntések, illetve banki ajánlatok szempontjából releváns viselkedésmintákat, döntéseket befolyásoló motivációkat, a klasszikus közgazdaságtan által feltételezett racionális döntéshozó választásaihoz képest szisztematikus „torzításokat”. A harmadik fejezetben bemutatjuk az egyes azonosított viselkedési torzításokat kihasználó vagy felerősítő magyar banki illusztrációkat. Végül a negyedik fejezetben összefoglaljuk megállapításainkat.

2 A viselkedési közgazdaságtan témái és toposzai

Az irodalomban mára kialakult széleskörű konszenzus szerint a viselkedési közgazdaságtan alapvetően nem kíván a sztenderd neoklasszikus közgazdaságtannal szembehelyezkedni; sokkal inkább annak feltevéseit lazítja, módosítja – elsősorban a fogyasztói racionalitás tekintetében –, megtartva ugyanakkor a neoklasszikus közgazdaságtan fogalmait és eszköztárát. A viselkedési közgazdaságtan elméleti és empirikus eredményei rámutatnak, hogy mik azok a döntési helyzetek, melyekkel szembesülve a hús-vér emberek jelentős része hajlamos a neoklasszikus modell feltételezett racionális döntéshozóitól eltérő döntést hozni. Megmutatják, hogy bár ezek a döntések irracionálisnak tűnnek, ugyanakkor nem véletlenszerűek, a racionálistól eltérő viselkedés számos esetben kiszámítható, pszichológiai tényezőkkel magyarázható, mik azok a szituációk, mikor hajlamosak vagyunk a racionalitást félre tenni. Így a viselkedési közgazdászok eredményei lehetőséget adnak a neoklasszikus modell kiegészítéséhez, a feltevésekben az azonosított szisztematikus torzítások figyelembe vételével előrejelzéseikben és következtetéseikben a valóságot jobban leíró modellek megalkotását teszik lehetővé.

Az alábbiakban elsősorban Camerer és szerzőtársai már idézett tanulmánya alapján röviden áttekintjük a viselkedési közgazdaságtan jellemző témáit, az empirikus és elméleti irodalom elemzésünk szempontjából kulcsfontosságú eredményeit.

2.1 Referenciapont-függőség, veszteségelkerülés és az „alap” lehetőség szerepe

A klasszikus fogyasztási elmélet szerint adott jószágkosár iránti preferenciák függetlenek az egyén (döntéshozó) jelenlegi vagyoni helyzetétől. Ez azt is jelenti, hogy a döntéshozó két választási alternatíva (termék, termékcsoporthoz, szolgáltatás, lehetőség) közötti preferenciái stabilak, állandóak, tehát azt nem befolyásolja, hogy például rendelkezik-e éppen az egyik termékkel vagy sem. Ugyanakkor a kutatásokból úgy tűnik, hogy a preferenciák igen is függenek az egyén viszonyítási

pontjától, konkrétan az egyének számára sokkal fájdalmasabb egy jószág elvesztése a fogyasztói csomagjából, mint amekkora örömet (hasznosságot) okozott korábban annak megszerzése, illetve mint amekkora örömet jelentene más, korábban hasonlóan értékelt jószágok megszerzése. A témában az első eredményeket „klasszikus” viselkedési kísérletek támasztották alá, a kutatók számos esetben dokumentálták, hogy a résztvevők ugyanazt a tárgyat többre értékelik, miután megszerezték, és azzal a döntéssel szembesülnek, hogy mennyi pénzért hajlandóak megválni tőle, mint mielőtt hozzájutottak, és azt kellett eldönteniük, hogy legfeljebb mennyit hajlandóak fizetni érte¹. Emellett több, megfigyelt adatokra épülő empirikus tanulmány eredményei ökonometriai módszerekkel is alátámasztották ezt a jelenséget. Genesove és Mayer [2001] például megmutatták, hogy az ingatlanpiacon az emberek a házuk értékesítésekor döntően a vételi árból indulnak ki, holott a racionális szereplő azt elvesztett költségnek tekintené – a valóságban az emberek nem szeretnék eladni az ingatlant alacsonyabb áron, mint ahogy megvették. A tőkepiacok szempontjából fontos eredmény Odean [1998] tanulmánya, amely ugyanezt a hatást a részvényárfolyamok körében mutatta ki.

Kísérletek tanulságai szerint a veszteségkerülés (a negatív kimenetekre való nagyobb érzékenység) nem csak fogyasztási javak, termékek vagy fizikai eszközök tekintetében befolyásolja a döntéseket, hanem hasonló jelenség figyelhető meg a cselekvéseknél is. Az aktív cselekvés, vagy akár tudatos választás eredményeként bekövetkező veszteségre, negatív kimenetelre a kísérletek résztvevői jellemzően érzékenyebben reagálnak, mint a tétlenségből, a döntés elhalasztásából, elkerüléséből adódó veszteségekre². Van Dijk - van Knippenberg [1996] eredményei rámutatnak, hogy minél bizonytalanabb a döntési helyzet, minél kevésbé gyakorlott a döntéshozó az adott szituációban, annál erősebben érvényesül ez a hatás. Ezt támasztja alá az is, hogy ugyan megfigyelhető ez a jelenség a tőzsdei kereskedés során is a vételi és eladási ajánlatok által kiváltott eltérő pszichés válaszreakciókban is (Weber és szerzőtársai [2007]; Knutson és szerzőtársai [2008]), azonban a professzionális traderek esetében a referenciapont-függőség (endowment effect) nem mutatkozott, viszont ügyfeleiknél igen (List [2004]). Ez a megfigyelés egyik magyarázata lehet egy másik érdekes megfigyelésnek is: az ingyenes

¹ Például Ariely - Carmon [2000].

² Ezt a jelenséget dokumentálja például Samuelson - Zeckhauser [1988] és Fear - Pace [2008].

(zérusköltségű) lehetőségek (termékek) túlértékelésének, választásokat torzító szerepének³, hiszen az ingyenes lehetőség választásakor nincs (közvetlen) költsége a döntésnek, közvetlenül nem származik potenciális veszteség a „rossz” döntésből.

A referenciapont függőség és a veszteség és nyereség aszimmetrikus, veszteségre érzékenyebb értékelése következtében kitüntetett jelentőséggel bírnak a döntésekben az „alap” lehetőségek. Ugyanis, a fenti viselkedési torzítások – párosulva a későbbiekben részletesebben is bemutatásra kerülő idő-inkonzisztens diszkontálással és a halogatással – számos esetben ahhoz vezetnek, hogy a döntéshozó nem cselekszik, nem változtat az adott helyzeten, akkor sem, ha időközben már nem az az optimális számára. Ezt a jelenséget dokumentálják például a gépjárműbiztosítások terén Johnson és szerzőtársai [1993] tanulmányukban, két szomszédos, más-más biztosítási opciót – jogi igényérvényesítés lehetősége korlátlan vagy korlátozott – alapelehetőségként meghatározó USA tagállam lakosainak választásait összehasonlítva: a két lehetőség közül mindkét államban hasonló, 80% körüli az alap-termékként kínált biztosítási módozatot választók aránya. Ehhez hasonlóan, a szervadományozások terén Thaler – Sunstein [2003] mutatja meg, hogy azon európai országokban, ahol (halál esetén) a szervadományozás tiltása kötött előzetes beleegyezéshez, az adományozás aránya 90% közelében van (az állampolgárok mindössze 10%-a nyilatkozik az adományozás tiltásáról), míg az Egyesült Államokban, ahol az adományozáshoz szükséges az előzetes beleegyezés, annak aránya 20% alatti. Pénzügyi területen például Madrian – Shea [2001] dokumentálja az „alap” lehetőség szerepét a nyugdíjalapba történő befizetések esetén, szignifikánsan nagyobb részvételi arányt kimutatva azon esetekben, ahol a foglalkoztatói nyugdíjalapokban való részvétel az alapelehetőség és a befizetésről való lemondásról kell nyilatkozni, mint a belépésről nyilatkoztató alapok esetében.

³ Például Ariely - Mazar- Champanier [2007] tanulmányában két fajta csokoládé közötti választás esetén az olcsóbb csokoládé iránti kereslet jelentősen megnőtt, mikor az ingyenessé vált, annak ellenére, hogy a két termék közötti árkülönbség nem változott.

2.2 A döntési alternatívák megfogalmazásának hatása a preferenciákra

A neoklasszikus közgazdaságtan racionális fogyasztót feltételező modelljében a meghozott döntések függetlenek a döntési szituáció bemutatásától, az alternatívák leírásától, prezentálásától, mivel a racionális fogyasztó a döntés során a preferenciái alapján a hasznosságát (bizonytalan kimenetek esetén a várható hasznosságát) maximalizáló döntést hoz. Ha a racionális fogyasztók döntéseit próbáljuk előrejelezni, preferenciáik ismeretében az egyes alternatívák közötti választásban az egyetlen korlátot, amire tekintettel kell lenni, az adott fogyasztó költségvetési korlátja jelenti. Azonban a valós döntési helyzetekben a tényleges döntések más korlátokat is tükröznek. Mind a pszichológia, mind – a pszichológiai kutatások eredményeire építő – viselkedési közgazdaságtan kutatásai több, a valós döntéseket korlátozó tényezőt azonosítottak be. A viselkedési közgazdaságtan eredményei alapján a pszichológiai jellegű korlátok eredménye, hogy az egyes alternatívák megfogalmazása, a döntési helyzet bemutatása jelentősen képes befolyásolni a végső fogyasztói döntést. Ennek két kulcsfontosságú mozgatórugóját azonosították be: egyrészt az emberi információfeldolgozás képessége korlátozott, és ezért még a gyakorlatilag költségmentesen elérhető információknak is csak egy része épül be a döntésekbe, a döntéshozatalban jelentősen támaszkodunk az információfeldolgozást elősegítő, egyszerűsítő heurisztikákra, másrészt a döntés szempontjából irreleváns információk is befolyásolhatják a döntéseket⁴.

Számos kísérlet is igazolta a döntési helyzet megfogalmazásának (framing) szerepét, jelentőségét. Egyik első eredményt Tversky és Kahneman (1981) mutatta be, egy hipotetikus döntési helyzetben, egy várhatóan 600 áldozattal járó járvány kitörése esetén lehetséges különbözően megfogalmazott akciók közötti választásokat elemezve. A válaszolók első csoportjának két akció közül kellett választani: az első esetében biztosan kétszáz halálos áldozat lesz, a második esetében pedig 1/3 valószínűséggel sikerül megmenteni mind a 600 embert, viszont 2/3 valószínűséggel senkit sem sikerül megmenteni. A válaszolók második csoportjának tartalmilag azonos lehetőségeket kínáltak fel, módosított megfogalmazással: az első esetében

⁴ A döntési heurisztikák és az ebből adódó torzítások szerepének bemutatásában, azok közgazdasági elméletbe illesztésében, a mainstream közgazdaságtan nyelvén való megfogalmazásban úttörőnek számított a Tversky és Kahnemann szerzőpáros, például: Tversky - Kahneman (1974) és Tversky - Kahneman (1981).

400 embert biztosan sikerül megmenteni, a második esetben pedig $1/3$ valószínűséggel sikerül mindenkit megmenteni, de $2/3$ valószínűséggel mindenki meghal. Az azonos alternatívák közül a két csoportban lényegesen különböző választásokat figyeltek meg: az első csoportban a megkérdezettek 72%-a választotta az első lehetőséget, és csupán 28%-a a másodikat, míg a második csoportban csaknem megfordultak az arányok: mindössze 22% választotta az első lehetőséget.

Az alternatívák megfogalmazásának döntésekre, preferenciákra gyakorolt hatását bemutató empirikus eredményeket összegzi például Camerer – Lowenstein – Rabin [2004]. A széles irodalomból a pénzügyi döntések szempontjából különösen releváns két részterületet emelnénk ki. Számos tanulmány foglalkozik az árak megadási módjának (egyösszegű, mindent tartalmazó ár, illetve alapárra és további felárakra bontott ármegjelölés) fogyasztói döntésekre gyakorolt hatásával. Noha ezen tanulmányok mindegyike megállapítja, hogy az ár megadásának módja befolyásolja a fogyasztói döntéseket, a hatás mögött feltételezett pszichológiai mechanizmusoktól függően eltérő következtetésre jutnak a keresletre gyakorolt hatásra vonatkozóan. Míg például Ayres – Nalebuff [2003], Hossain – Morgan [2006]; Morwitz – Greenleaf - Johnson [1998]; Xia – Monroe [2004] a több tételben megadott árak keresletet növelő hatására következtetnek, negatív hatást jelez előre Lee – Han [2002]; Schindler – Morrin – Bechwati [2005]; Thaler [1985]; Yadav – Monroe [1993]. Huck – Wallace – Duke [2010] tanulmányában a különféle ármegjelölések és a fogyasztók keresési magatartásának kapcsolatát vizsgálták. Kísérletükben a résztvevőknek két – ugyanazon termékre vonatkozó, egy ismert tartományon belül véletlenszerűen választott árú – ajánlat között kellett választani, miközben az egy-egy ajánlat megismerése adott költséggel járt. A résztvevők a kísérlet egyes fázisaiban más-más módon – bár a két ajánlat esetében mindig azonosan – megjelölt, megfogalmazott árakkal találkoztak: az alapszituáció egyetlen árához képest például vizsgálták a több részből összeálló ármegadást, a komplex, csomagra vonatkozó ármegadást (három termék kettő áráért), a magasabb ár feltűntetése melletti akciós árat és az időben korlátozott akciós árat. Eredményeik szerint az alapesethez képest ugyan a kereslet nem változott, azonban a fogyasztók minden ármegadási mód esetében átlagosan többet fizettek a termékért, mivel gyakrabban fordult elő, hogy nem nézték meg a második ajánlatot akkor sem, mikor racionálisan meg kellett volna nézni.

A viselkedési közgazdaságtan irodalma arra is rámutat, hogy a döntéshozó preferenciái a racionális fogyasztó számára irreleváns információk megosztásával is befolyásolhatók. Erre példa lehet Ariely [2008] által idézett kísérlet, melyben a résztvevők első csoportjának három lehetőség közül kellett választani: a jelentősen drágább nyomtatott és az olcsóbb online, illetve a nyomtatottal megegyező árú kombinált (nyomtatott és online) újság előfizetés között kellett választani, míg a második csoport esetén a választási lehetőségek a nyomtatott előfizetést már nem tartalmazták. Racionális fogyasztók esetén a résztvevőknek hasonló módon kellett volna viselkedniük, hiszen a számukra releváns alternatívák nem változtak, a megszűnt lehetőség egyértelműen rosszabb volt, mint egy másik, továbbra is rendelkezésre álló azonos áron elérhető, többet kínáló csomag. Ezzel szemben az első csoport esetében a résztvevők döntő többsége a kombinált előfizetést választotta, míg a második esetben nagy többségük az olcsóbb online előfizetést részesítette előnyben. Ez a magatartás a szerző magyarázata szerint összefüggésben lehet a korábban említett referencia-függéssel: különböző alternatívák összehasonlítása bonyolult lehet, azonban egy, valamelyik alternatívához hasonlító, ám annál valamilyen tulajdonságában rosszabb új lehetőség felkínálása a két hasonló alternatívát egymáshoz viszonyíthatóvá, könnyen összehasonlíthatóvá teszi, ezzel az összehasonlítható alternatíva felé tereli a preferenciákat. Ez a viselkedési torzítás egyúttal az előző alfejezetben bemutatott „alap” lehetőség szerepével is összefügg, azok az egyes választási helyzetekben erős referencia-pontként szolgálhatnak, befolyásolva a preferenciákat.

A döntési alternatívák megfogalmazásának egy speciális esete az ingyenes lehetőségek felkínálása. Empirikus eredmények azt mutatják, hogy más árváltozások esetén relatíve stabilan viselkedő preferenciák is reagálnak az egyik lehetőség ingyenessé válására. Ariely – Mazar – Shampanier [2007] tanulmánya két csokoládé közötti választás esetén dokumentálja ezt a jelenséget mind kérdőíves felmérés, mind valós döntési helyzetet előidéző kísérlet alapján. Eredményeik szerint a két fajta csokoládé közötti választás esetén az olcsóbb csokoládé iránti kereslet jelentősen megnőtt, és a drágább iránti kereslet jelentősen visszaesett, mikor – mindkét csokoládé árát azonos mértékben csökkentve – az előbbi ingyenessé vált, annak ellenére, hogy a két termék közötti árkülönbség nem változott. A kinyilvánított preferenciákban megfigyelt változás jelentősen meghaladta a pusztán az

árcsökkenésnek köszönhető mértéket. A hatás valószínűsíthetően az ingyenességnek, és nem a nemlineáris preferenciáknak tudható be, hiszen a jelentős preferencia-változást csak az egyik termék ingyenessége váltotta ki, más, az árkülönbséget változatlanul hagyó változtatás nem.

2.3 Kockázatos és bizonytalan kimenetek iránti preferenciák

A várható hasznosság Neumann–Morgenstern féle elmélete szerint a bizonytalan kimenetelű kifizetések eloszlásának hasznossága megegyezik a kimenetek hasznosságának valószínűséggel súlyozott átlagával.

Az empirikus eredmények ennek a feltevésnek is ellentmondani látszanak. Starmer [2000] áttekinti a témában a legfontosabb kutatások megállapítását. A viselkedési közgazdaságtan eredményei szerint a várható hasznosság elmélet a nagyon kicsi, vagy nagyon magas valószínűségek esetén működik a legrosszabbul (hasonlóan a newtoni fizikához, amely alacsony sebességgel mozgó tárgyak esetén megfelelően pontos, nagy sebességeknél elveszti érvényességét, a várható hasznosság elmélete és benne a lineáris valószínűségi súlyozás sem alkalmazható szélsőséges körülmények között).

Jó példa a bizonytalan kimenetelű eseményekkel kapcsolatos tévedésre a szerencsejátékosok tévedése, ami a nagy számok törvényének félreértésén alapszik: a vélekedés szerint, ha egy esemény nagyon sokáig nem következett be, akkor egyre nagyobb valószínűséggel be kell következnie, ha ötször egymás után fejet dobunk, akkor nagy valószínűséggel hatodikra írás jön ki – holott a hatodik dobásnál, ugyanúgy 50% eséllyel fogunk fejet dobni.

2.4 Idő-inkonzisztens preferenciák, halogatás és önkontroll

Az intertemporális választások hagyományos elmélete, a diszkontált hasznosság azt feltételezi, hogy a fogyasztók minden, különböző időszakban bekövetkező eseményhez (például jövőbeli fogyasztáshoz, vagy későbbi lehetséges nyereseményhez, jövedelemhez) hozzárendelnek egy pillanatnyi (az esemény bekövetkezésekor érvényes) hasznosságot, és olyan opciót választanak, ahol ezen pillanatnyi hasznosságértékek diszkontált jelenértéke maximális. Tipikus feltételezés,

hogyan a fogyasztó adott időszaki hasznossága csak az adott időszaki fogyasztásától függ, illetve a hasznosságot exponenciálisan diszkontálja, vagyis azonos kamatlábat feltételezve a távolabbi időszakok diszkontált hasznossága exponenciálisan csökken. Az elméletet bemutató Samuelson is felhívta már a figyelmet a feltételezések pszichológiai tarthatatlanságára, a viselkedési közgazdaságtan az elmúlt évtizedekben pedig számos bizonyítékot mutatott fel, amelyek alátámasztják kételyeit.

Számos pszichológiai és viselkedési közgazdaságtani kísérlet dokumentálja, hogy valós döntési helyzetekben gyakran sérül ez a feltevés, és az emberek preferenciáit két alternatíva között befolyásolja, hogy a döntés a jelenre vagy egy későbbi időpontra vonatkozik-e. Például Read és van Leeuwen [1998] kísérletében a résztvevőknek gyümölcs és csokoládé között kellett választani. Amikor a kérdés arra vonatkozott, hogy egy hét múlva melyiket szeretnék megenni, 74%-uk a gyümölcsöt választotta, azonban amikor a kérdés az azonnali fogyasztásra vonatkozott, 70%-uk a csokoládét preferálta. Read és szerzőtársai [1999] hasonló magatartást dokumentáltak filmek választásakor: jelentősen különbözött a résztvevők filmválasztása attól függően, hogy azonnali, vagy egy későbbi időpontban esedékes filmnézésre választottak filmet: azonnali megnézésre leginkább szórakoztató, míg későbbre vonatkozóan „művészfilmeket” választottak a résztvevők. Több kísérlet is törekedett közvetlenül a monetáris kifizetések esetén alkalmazott diszkontráták vizsgálatára, stabilitásának elemzésére. Például Thaler [1981] tanulmányában a résztvevőknek arra a kérdésre kellett válaszolniuk, hogy mennyi az az összeg, amit ha egy hónap/egy év/tíz év múlva megkapnak, egyenértékűnek érznek a most kapott 15 dollárral. A válaszok nagyon magas, és erősen csökkenő diszkontrátával voltak konzisztensek: eszerint a résztvevők egy hónapos horizonton 345%-os, egy évesen 120%-os, 10 évesen 19%-os diszkontrátát alkalmaznak.

Az idő-inkonzisztens preferenciákhoz kapcsolható az ugyancsak gyakran megfigyelt halogatás jelensége, a döntéshozók számos esetben vonakodnak valamit megtenni, amit preferenciáik alapján, optimalizáló magatartást követve meg kellene tenniük. Azonban ha az adott tevékenységnek, cselekvésnek jelenben értékelt költségei, ám csak a jövőben jelentkező hasznai vannak, a jelen relatív túlértékelése miatt a hasznok kisebbnek tűnik, és a cselekvés elhalasztódik.

A hagyományos közgazdasági modellek ezen döntéseket nem tudják megmagyarázni, semmilyen állandónak feltételezett diszkontráta mellett nem fordulhat elő, hogy két, egymástól időben azonos távolságra eső, az egymásnak megfelelő időszakokban azonos kifizetéseket, hasznosságot nyújtó lehetőségek közti döntéskor a preferenciák megforduljanak. A viselkedési közgazdaságtan egyrészt modellezni tudja ezen megfigyeléseket a hagyományostól eltérő, hiperbolikus diszkontfüggvény alkalmazásával, és így modelljeik előrejelzései közelebb állhatnak a valós döntések megfigyeléseihez. Másrészt ezen megfigyelés segítségével, a mögöttes ok feltárásával lehetőség nyílik a választási helyzetek olyan alakítására, mely segít a fogyasztóknak ezen viselkedési torzítás áthidalására. Ezek jellemzően a döntéshozó elköteleződését támogatják, olyan döntési lehetőségeket teremtve, mikor a döntéshozó nem azonnali, hanem egy későbbi időpontra vonatkozó választással szembesül, és ezáltal a döntését nem torzítja a jelen túlértékelése. Ennek egyik példája az optimális megtakarítási döntések támogatását célzó, Benartzi és Thaler [2004] tanulmányában bemutatott „takaríts meg többet holnap” program, melyről bővebben a következő fejezetben lesz szó.

2.5 Túlzott optimizmus

A hagyományos közgazdasági modellek feltételezett racionális fogyasztói döntéseik során mindig jól mérik fel saját preferenciáikat és képességeiket, lehetőségeiket is. Azonban több tanulmány is dokumentálta, hogy ez a valóságban nincs mindig így, számos esetben a döntéshozók túlzottan optimisták saját viselkedésük, képességeik, vagy akár jövőbeli jövedelmi helyzetük megítélésében. A túlzott optimizmussal foglalkozó pszichológiai és viselkedési pénzügyi irodalmat, illetve annak számos területen dokumentált megjelenését részletesen összefoglalja és áttekinti Skala [2008] tanulmánya.

A pénzügyi döntések esetében a hitelkártyák használatával, választásával kapcsolatos döntésekben tulajdonít kiemelkedő szerepet az irodalom a túlzott optimizmusnak, a magas hitelkamatok melletti eladósodás hagyományos modellekkel nehezen magyarázható, ugyanakkor – mint például Heidhues – Kőszegi [2010] tanulmányában – a túlzott optimizmus, a saját viselkedés rossz felmérése és megítélésének modellbe építése segít megmagyarázni a megfigyelt döntéseket.

Ausubel [1991] empirikus eredményei is alátámasztják a hitelkártyák piacán a fogyasztók túlzott optimizmusának megjelenését.

2.6 Méltányosság és társadalmi preferenciák

Az a megközelítés, hogy a fogyasztó önérdékkövető, és csak a saját hasznosságának maximalizálására törekszik, többnyire egy helyes következtetésekhez vezető és a közgazdaságtan számára igen hasznos egyszerűsítő feltevés. Ugyanakkor számos közgazdaságtani kísérlet azt sugallja, hogy a gazdasági döntéshozók nem szigorúan véve önérdékkövetők. Az emberek gyakran arra használják a javaikat, hogy megbüntessék azokat, akik bántották őket, és jutalmazzák, aki segítette őket, vagy csak méltányosabbá akarják tenni a kifizetéseket. Ahogy a jószágok iránti preferenciák leírására megfelelő eszköznek bizonyult a hasznosságfüggvény, a szociális preferenciák megragadására is alkalmas lehet egy hasonló elven alapuló, társadalmi hasznosságfüggvény.

Koltay – Vincze [2009] áttekintése alapján a társadalmi preferenciák magyarázatára az irodalomban jelenleg három fő elmélet verseng: egyes szerzők a reciprocitás szerepét emelik ki, más modellek az egyének egyenlőtlenségtől való idegenkedését teszik a középpontba, illetve a harmadik elméleti irány szerint az altruizmus magyarázza legjobban a kísérleti eredményeket. A laboratóriumi körülmények között szépen kimutatható közösségi preferenciák érvényességét a mindennapi életben azonban sok szerző vitatja. Lazear és szerzőtársai [2005] szerint a legfőbb különbség, hogy a valós játzsmákban a szereplők többnyire választhatják azt is, hogy elkerülik az olyan szituációkat, amelyek kényelmetlenek lennének számukra. A kísérletek tipikus példája a diktátor játék, amikor az egyik szereplő dönthet, hogy egy bizonyos összegből mennyit tart meg, és mennyit juttat a másik játékosnak. Az ilyen kísérletek tipikus kimenete, hogy – szemben a klasszikus játékelmélet racionális játékosával, aki csak a legkisebb kifizethető egységet adja át a másik szereplőnek, aki ezt az ajánlatot el is fogadja – jelentős (számos esetben közel 50%-os) részt juttat a döntési helyzetben lévő szereplő a másik játékosnak, még akkor is, ha a cselekvése rejtve marad a többi játékos és a játékvezető előtt is, alátámasztva ezzel a közösségi preferenciák létezését. Ráadásul a kísérletek arra is rámutattak, hogy a másik játékos viselkedése sem racionális, a játékban résztvevők általában a túl

alacsonynak ítélt (ez az arány jellemzően 20% körül alakult) ajánlatokat elutasították.⁵ Lazear és társai eredménye szerint azonban amennyiben módosítjuk a játékot, és megengedjük a szereplőnek a játékból való kimaradást, a játékosok többsége inkább elkerüli azt a szituációt, amikor meg kell osztania javait másokkal.

3 Banki termékek és viselkedési közgazdaságtan

A viselkedési pénzügyek egyik klasszikus területe a banki termékek és az azokhoz kapcsolódó fogyasztói attitűdök vizsgálata. Tanulmányunkban a viselkedési közgazdaságtannak a nemzetközi irodalomban körüljárt toposzait igyekszünk azonosítani a magyarországi banki ajánlatok körében.

3.1 *Elengedett up-front díjak, kedvezményes kamatok*

Lippai [2009] és Bölcskei [2009] magyar nyelven már összefoglalta a hiperbolikus diszkontálás jellegzetességeit, a legfontosabb elméleti megállapításokat e cikkek nyomán mutatjuk be. Az időbeli választások klasszikus elmélete szerint a gazdasági szereplők a különböző időpontokban felmerülő hasznosságokat és költségeket egy exponenciálisan csökkenő diszkontfaktor segítségével hasonlítják össze. Az exponenciális diszkontálás formális modelljét Fishernek [1930] és Samuelsonnak [1937] köszönhetjük. Strotz idézett munkája az első, amely felveti, hogy a diszkontfüggvény nem feltétlenül exponenciális, valamint hogy a preferenciák lehetnek idő-inkonzisztensek is. Az elmúlt évtizedekben számos tanulmány mutatta be, hogy az emberi viselkedés szisztematikusan megsérti az exponenciális diszkontálás követelményeit. Válaszul számos, a viselkedési közgazdaságtanhoz sorolt elmélet született az inkonzisztensnek tűnő magatartás megmagyarázására, ilyen a hiperbolikus diszkontálás, a kvázi-hiperbolikus diszkontálás és a fix költségű diszkontálás.

⁵ Például [Henrich](#), Boyd, Bowles, Camerer, Fehr és [Gintis](#) [2004]

A hiperbolikus diszkontálás, amelyet először Phelps–Pollak [1968] formalizált leegyszerűsítve azt mondja, hogy a jószág értékelése rövid időszak alatt nagyon leesik, de később, hosszú távon már lassan csak lassan csökken az értékelés.

MAGYAR TAPASZTALATOK

A hitelfelvevők időinkonzisztenciája a viselkedési közgazdaságtan egyik kedvenc elemzési területe. Számos cikk született a hitelfelvevők rövidlátásáról, sőt a 2007-es amerikai jelzálogpiaci válság egyik felelősének is az agresszív, a fogyasztókat megtévesztő banki gyakorlatot tartották, amikor a kedvező kezdeti díjak felszámításával olyanokat is rávettek a hitelfelvételre, akik nem voltak képesek a később megemelkedett részleteket fizetni. (A magyarországi devizapiaci hitelezés kulcsa nem ebben a tényezőben rejlett).

A mai magyarországi banki hitelezési gyakorlatban is megjelenik az időinkonzisztens viselkedést kihasználó árazás. A banki hitelajánlatokat áttekintve két formáját látjuk ennek megjeleneni:

- **elengedett up front díjak** (folyósítási díj, szerződéskötési díj, értékbecslési díj, visszatérített közjegyzői díj)
- **az első időszakban akciós kamatok**

Az első, az elengedett up front díjak tipikus elemei egy magyar akciós hitelajánlatnak. Többnyire akkor jogosult a fogyasztó megszerezni ezeket a kedvezményeket, ha egyéb, a hitelügyleten kívül eső termékeket is megvásárol a banktól – pl. elsődleges számlavezetés, nyugdíjpénztárba való belépés, stb. Ugyanakkor önálló kedvezményelemként is megjelenik, sőt a „Csak kamat”-ként elterjedt konstrukciók legfőbb vonzereje, hogy a kezdeti költségektől mentesül az ügyfél – feltehetően a később fizetett részleték kárára.

A mellékletben bemutatott ajánlatok között szerepelnek aktuális jelzálogkölcsön-hirdetések is, amelyek viszont a kezdeti, akciós kamattal próbálják a fogyasztót hitelfelvételre buzdítani.

3.2 Előre kifizetett betéti kamatok

MAGYAR TAPASZTALATOK

Az időinkonzisztenciára nem csak eszköz, hanem forrásoldali termékekkel is előrukkoltak a magyar bankok.

A konstrukció lényege, hogy az ügyfél adott határidőre, fix kamatot kap lekötött betétjére, ugyanakkor a kamat összegét már az időszak elején jóváírják a számláján. A termékkel először a Raiffeisen Bank jelent meg Előrekamatozó betét néven, majd az OTP is követte KamatMOST betét néven. A konstrukció a fogyasztó hiperbolikus diszkontálása miatt lehet sikeres: azt, hogy az összeget azonnal felveheti és elfogyaszthatja, ahelyett, hogy várnia kellene a betét lejáratának végéig nagyobb hasznosságtöbbletet jelent számára, mint amennyit elveszít a többi lekötésnél kisebb kamaton.

3.3 Megtakarítási termékek – előre rögzített megtakarítás

Az **önkontroll hiánya** a viselkedési közgazdaságtan egyik legtöbbet kutatott témája. Önálló tanulmányok sokasága hoz példát az önkontroll hiányára visszavezethető viselkedési anomáliákról, amelynek megalapozását Sherfin és Thaler [1978] műve jelenti, amelyben Strotz eredeti modelljét fejlesztették tovább. Thalerék műve az embert egy szervezetként modellezte, amelyben van tervező és számos végrehajtó funkció.

A korlátozott racionalitásból fakadó önkontroll hiányt feltáró viselkedési közgazdaságtani kutatások már gyakorlati haszonnal is szolgáltak. A viselkedési közgazdaságtan egyik atyjának tartott Richard Thaler kísérlete, a SMarT (*Save More Tomorrow*) programot először egyetlen vállalatnál alkalmazták, ma már több százezer embert érint, és 2006-ban törvény is született, ami arra ösztönzi a vállalatokat, hogy ajánljanak ilyen konstrukciókat az alkalmazottaiknak. A program célja alapvetően az volt, hogy az emberek többet takarítsanak meg a nyugdíjas

éveikre. Thalerék megállapították, hogy az átlagos egyesült államokbeli munkavállalók nem takarítanak meg eleget nyugdíjas éveikre – 2005-ben az egyéni megtakarítási ráta Amerikában a nagy világválság óta először negatív lett. Ezt lehetett megváltoztatni azzal, hogy a munkavállalói megtakarítási programokba jobb alapbeállításokat (*default*) építünk. A program igen ösztönző a munkavállalók részére: abba kell beleegyezniük, hogy a jövőbeli fizetésük emelkedéséből meghatározott rész kerül megtakarításra. Benartzi és Thaler [2004] beszámolója szerint habár az emberek pozitívan állnak a megtakarításhoz, és tudják a fontosságát, mégis, ha ténylegesen meg kell takarítani a havi jövedelemből, sokan mégsem teszik ezt meg. Ezt az önkontroll problémát lépi át a SMarT programhoz való csatlakozás: nem a jelenbeli fogyasztásról kell lemondani, hanem egy jövőbeliről. A hiperbolikus diszkontálás miatt sokkal szívesebben lemondanak a néhány év múlva érkező jövedelemről a nyugdíjas éveik javára, mint az azonnali fogyasztásról.

A SMarT program minden elemében úgy lett tervezve, hogy kiküszöbölje a viselkedési közgazdaságtan jósolta anomáliákat. A munkavállalókat jóval azelőtt keresik meg a megtakarítás növelésével, mielőtt a fizetésemelést megkapnák – a hiperbolikus diszkontálás miatt minél távolabb van ez a két időpont, annál jobb. Másodsorban az első összeg csak akkor kerül levonásra, ha megérkezik a magasabb fizetés – vagyis a nettó fizetés sosem fog csökkenni, kikerülve ezzel a veszteségelkerülés már bemutatott veszélyét. Harmadszor a hozzájárulás mértéke automatikusan növekszik a fizetés növekedésével egy előre beállított küszöbig – felhasználva ezzel az alapbeállításához való vonzódást. Negyedrészt pedig a munkavállalóknak bármikor lehetőségük van kilépni a programból – bár nem valószínűsíthető, hogy nagyobb arányú elégedetlenség lenne a programmal szemben, mégis fontos tudat a dolgozók számára a kilépési szabadság. Thalerék kísérletében azoknak a munkavállalóknak, akiknek fel lett ajánlva a programhoz való csatlakozási lehetőség, 78%-a valóban csatlakozott, ezek 80%-a pedig bent maradt a programban legalább a negyedik fizetésemeléséig. A résztvevők átlagos megtakarítási rátája pedig 40 hónapos időhorizonton 3.5%-ról 13.6%-ra emelkedett.

MAGYAR TAPASZTALATOK

A magyar banki ajánlatokat vizsgálva is találhatunk érdekes, a megtakarításokat ösztönző lakossági termékeket.

A leginnovatívabb termék a Raiffeisen bizonyos kártyáihoz tartozó Rendszeres Megtakarítási Program: ha a fogyasztó belép a programba, akkor minden kártyahasználat esetén a rendszer automatikusan egy előre beállított összeget helyez el a megtakarítási számláján. Ezzel minél magasabb lesz adott hónapban a fogyasztása, minél többször használja az ügyfél a kártyáját vásárlásra, annál nagyobb összeg kerül megtakarításra is.

Hasonló minimális havi megtakarítást ösztönöz több más bank ajánlata is (ld. Melléklet), ezekben az esetekben, ha a fogyasztó nem helyez el egy, többnyire nem túl magas összeget a megtakarítási számlán, akkor elveszti a bank által ígért kiemelt kamatot, ösztönözve ezzel az ügyfelet arra, hogy minden hónapban tegyen félre valamekkora összeget.

Viselkedési közgazdaságtani megfontolások nélkül ezeknek a termékeknek a sikere nehezen lenne magyarázható. A racionális fogyasztó úgy optimalizálja a fogyasztási pályáját, hogy diszkontált hasznossága a legmagasabb legyen, és ha ehhez az szükséges, hogy a félretegyen havonta 15 000 forintot, akkor azt automatikusan megteszi. Ugyanakkor jól tudjuk, hogy az idő-inkonzisztens ember hajlamos a pillanatnyi fogyasztást túlságosan magasra értékelni, és később megbánná, hogy nem tett félre, amikor lehetősége lett volna rá. A bemutatott banki termékek ezt a diszkrepanciát segítenek leküzdeni.

3.4 Hitelkártya-használat

A Bertrand és szerzőtársai által leírt, sokat idézett kísérletben épp témánk szempontjából releváns területen, a fogyasztói hitelpiacon vizsgálták meg dél-afrikai mintán a banki ajánlatok fogyasztói fogadtatására. A potenciális ügyfelek számára

olyan fogyasztói hitel ajánlati csomagokat küldtek ki, amelyek egymástól objektív feltételekben, másrészt látszólag lényegtelen „körítésben” különböztek egymástól.

A tanulmány eredményei szerint egyrészt a klasszikus elmélet jóslatával megegyező módon az ajánlott hitelkamat nagysága szignifikánsan hatott az ajánlat elfogadásának valószínűségére. Ugyanakkor a kísérlet eredménye másrészt meglepő: a látszólag lényegtelen, a hitel feltételeit nem érintő körülmények szignifikáns hatással bírnak az ajánlatok elfogadására: átlagosan fél százalékkal voltak hajlandóak a fogyasztók magasabb kamatot fizetni egy pozitív jellemvonásokkal prezentált banki fogyasztói hitel ajánlatért. Még érdekesebb, hogy a kontextus-hatás a különösen legkedvezőtlenebb ajánlatok esetén volt erős, itt akár 4 százalékkal magasabb kamatot is fizettek a szebben csomagolt hitelért. Az effektus minden jövedelmi és iskolázottsági kategóriában kimutatható volt.

A viselkedési közgazdaságtan igen népszerű toposza, mint a korlátozott emberi racionalitás megjelenési formája, a **túlzott önbizalom**. A téma első, nem kísérleti adatokon alapuló empirikus eredményeit Ausubel [1991] és [1999] dokumentálta. A későbbi tanulmányban a hitelkártya ajánlatok piacán vizsgálta meg az aszimmetrikus információ és a viselkedési anomáliák jelentőségét. Eredményei az alábbi négy pontban fogalmazhatóak meg:

1. Egyértelmű a kontraszelekció megjelenése a hitelkártyák piacán. Azok, akik a kutatás során elfogadták az ajánlatot egyértelműen rosszabb kockázati paraméterekkel rendelkező ügyfelek voltak, mint akik elutasították az ajánlatot.
2. Másodsorban a rosszabb hitelfeltételeket kínáló ajánlatok esetén ez a kontraszelekció erősebb: kockázatosabb portfólió került a bankokhoz itt, mint az előnyösebb hitelfeltételek esetén.
3. Harmadrészt az eredmények alapján kimutatható volt, hogy a kontraszelekció rejtett információként jelenik meg: minden a kártyakibocsátó által ismert tulajdonságot felhasználva is a rosszabb hitelfeltételek elfogadó ügyfelekből nagyobb eséllyel lesznek nem teljesítők.
4. Végül negyedszer, a témánk szempontjából legérdekesebb eredménye a tanulmánynak az volt, hogy a fogyasztók szisztematikusan alulbecslik a saját leendő hiteltartozásuk nagyságát, amely azzal függ össze, hogy az ügyfelek bedőlnek a kezdeti kedvező hitelfeltételeknek. Tehát az alacsony bevezető

hitelkamatok után is magas marad a tartozásuk, és így jelentősen több kamatot fizetnek, mint azt előzetesen várták.

Ez utóbbi eredmény megerősíti Ausubel [1991] korábbi megállapítását, mikor a hitelkártyák piacán levő verseny érvényesülésének vizsgálatakor a versenyző piacra utaló jelek mellett a kompetitív piacot feltételező modellek előrejelzéseinek hibáit nagyrészt a fogyasztók túlzott önbizalmából adódó torzítások figyelmen kívül hagyásával magyarázta.

A túlzott önbizalom példáját mutatja egy másik területen Della Vigna és Malmendier [2005] híres kutatása is, ahol az edzőterembe járás tulajdonságait vizsgálták. Azt találták, hogy az emberek inkább preferáltak egy fix havidíjat, mint azt, hogy alkalmanként kelljen fizetniük a belépésért, még akkor is, ha ez végül nem érte meg nekik. Vagyis előzetesen túlbecsülték az edzőterembe járás gyakoriságát, amivel végül rosszabbul jártak. További meglepő eredményük, hogy azok, akik havi bérletet váltottak 18%-kal nagyobb valószínűséggel maradtak több mint egy évet klubtagok, mint azok, akik éves bérletet vettek; habár az éves díj kisebb volt. Ebben az esetben a fogyasztók feltehetően a későbbi önkontroll képességüket becsülték túl – az előzetes várakozással ellentétben nem mondták fel a havonta automatikusan megújuló szerződésüket.

Laibson és szerzőtársai [2003] megállapították, hogy az amerikai háztartások 60%-a rendelkezik hitelkártya adóssággal (vagyis fizet utána kamatot). Az érték meglepően nagy érték, különösen annak fényében, hogy a háztartások zöme ugyanakkor rendelkezik hosszú távú, illikvid megtakarítással. Számításaik szerint az ilyen önkéntes nyugdíjmegtakarítási összegek mértékéből 5% körüli diszkontláb vezethető le, míg a magas hitelkártya-adósság 18%-os diszkontrátát indikálna. Szimulációs modelljükben öt tényezőtől felépülő életpályamodellt alkottak (a jövedelem a kezdeti szakaszban emelkedő; vannak benne átmeneti sokkok; a háztartás rendelkezik illikvid eszközzel, amely alkalmatlan az átmeneti sokkok csillapítására; a fogyasztó kérhet maga ellen csődöt, amely csökkenti a hitelkártya effektív költségét; és végül a háztartásokban az életciklus elején több eltartott van, mint később). A szimulációs eredmények szerint a háztartások csak mintegy 20%-nak kellene rendelkeznie hitelkártya-adóssággal. Laibsonék megoldása a **dinamikusan inkonzisztens időpreferenciák**, és az ilyen preferenciákkal felruházott szimulált fogyasztó már összhangba kerül az empiria sugallta eredménnyel, és lehet egyszerre türelmes és

türelmetlen: aktív hitelfelvevő a hitelkártyapiacra, miközben relatíve magas összeget halmoz fel illikvid megtakarításban.

MAGYAR TAPASZTALATOK

A magyarországi általános hitelkártya-konstrukciók tipikusan a bemutatott viselkedési anomáliára épülnek: a fogyasztó úgy gondolja, hogy hónap végéig visszafizeti az adósságot, és kamatmentes hitelhez fog így jutni, ugyanakkor sokan mégsem rendezik hó vége előtt a tartozást, és ezzel magas kamatot kell fizetniük.

3.5 *Eltérő reklámok – törlesztőrészlet hangsúlyozása*

Stango – Zinman [2005] tanulmánya a fogyasztói hitelek reklámjainak egy érdekes sajátosságára hívta fel a figyelmet. Állításuk, hogy diszkrepancia figyelhető meg a hitelek törlesztőrészlete és a kamat között; a hirdetések egyik részlet összegét, másik része a kamat mértékét hangsúlyozza. Kutatásuk alapján az Egyesült Államokban az első főképp a nem-banki szektort jellemzi, utóbbi pedig a banki hitelezőket. A korlátozott racionalitás abban nyilvánul meg, hogy a pusztán törlesztőrészlettel reklámozott hitelek kamatát az emberek rosszul ítélik meg, jellemzően alulbecslik, így számukra előnytelen hitelfeltételeket is elfogadnak. A torzítást a szerzők megállapítása szerint sem a pénzügyi szektor szereplői közötti verseny, sem az adaptív fogyasztói magatartás nem tudja kiküszöbölni, sőt az USA-ban is érvényes kötelező nyilvánosságra hozatali törvények sem tartóztatják meg a pénzügyi cégeket a kamattartalom elhallgatásától.

A fenti észrevételek magyarországi alkalmazása azért nehézkes, mert a 2005 januárjában életbe lépett szabályozás szerint minden hirdetésnek tartalmaznia kell a teljes hiteldíj-mutatót (legalább akkora méretben, mint a kamatot). A PSZÁF és a GVH fogyasztóvédelmi eljárásainak áttekintéséből az szűrhető le, hogy nem elsősorban a THM elhallgatásával hibáztak pénzügyi szereplők, hanem szinte minden esetben a nem teljes körű tájékoztatással, amikor csak a legkedvezőbb THM-mel hirdették a hitelt, a korlátozó feltételek megosztása nélkül.

Ugyanakkor az a gyakorlat, hogy a hitelező a törlesztő részlet nagyságára helyezi a hangsúlyt, és nem párosítja mellé az egyéb fontos faktorokat, Magyarországon sem idegen, mint azt az alábbi versenyhivatali eljárás is mutatja:

A Gazdasági Versenyhivatal a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt indított eljárást a Credithill Hitelközvetítő és Tanácsadó Kft. ellen.

A Versenytanács határozatot hozott az ügyben (Vj/033-026/2010.), melyben megállapítja, hogy a Credithill a nyomtatott sajtóban - többek között nagy példányszámú bulvárlapokban - 2009. július 20. és 2010. szeptember 3. között megjelent egyes reklámjaival fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott.

A vizsgálat során kiderült, hogy a Credithill elhallgatta, hogy euró alapú hitelekéről van szó, nem közölte, hogy halasztott tőketörlesztésű konstrukciót kínál, nem derült ki a reklámokból, hogy a törlesztőrészek nem fixek, hanem 3-12 havonta módosulhatnak, garantált törlesztőrészte csak az első kamatperiódusban van.

A hirdetés teljes szövege a Mellékletben olvasható.

4 Összefoglalás

A közgazdaságtan egyik dinamikusan fejlődő területének, a viselkedési közgazdaságtannak eredményei egyre nagyobb figyelmet kapnak a fogyasztók döntéseinek elemzésekor és így fogyasztóvédelmi és versenyszabályozás területén is. A viselkedési közgazdaságtan elméleti és empirikus eredményei rámutatnak, hogy mik azok a döntési helyzetek, melyekkel szembesülve a hús-vér emberek jelentős része hajlamos a neoklasszikus modell feltételezett racionális döntéshozóitól eltérő döntést hozni. Megmutatják, hogy bár ezek a döntések irracionálisnak tűnnek, ugyanakkor nem véletlenszerűek, a racionálistól eltérő viselkedés számos esetben kiszámítható, pszichológiai tényezőkkel magyarázható, mik azok a szituációk, mikor hajlamosak vagyunk a racionalitást félre tenni.

Több felmérés és vizsgálat megmutatta, hogy igaz ez a pénzügyi döntések terén is, a lakossági hitelfelvevők körében jellemző a túlzott mértékű eladósodás, jelzálog- vagy hitelkártya termékek esetén a tényleges igényeknek nem megfelelő termék választása, tényleges kockázati preferenciáknak nem megfelelő befektetési termékek választása, gyakoriak a befektetések kezelésében hozott rossz döntések. Ezen jelenségekre a klasszikus közgazdasági modellek nem tudnak választ adni, azonban a viselkedési közgazdaságtan több lehetséges magyarázattal is szolgál: a hitelfelvevők információ-befogadó és feldolgozó képességének limitáltsága, a döntéshozatal során használt tipikus hüvelykujj-szabályok (heurisztikák), saját preferenciáik és szokásaik félreismerése, változatlanok tekintése, a jövőre vonatkozó túlzott optimizmus, a lehetséges veszteségek és nyereségek eltérő értékelése mind indokolhatják a „hibás” döntéseket.

Tanulmányunkban áttekintettük a viselkedési közgazdaságtan kialakulását és legfontosabb témáit, bemutattuk a neoklasszikus elmélethez való viszonyát és az emberi viselkedésről tett legfontosabb megállapításait.

A magyar nyelvű közgazdasági irodalom jórészt feldolgozta a viselkedési közgazdaságtan legfontosabb elméleti eredményeit. Kutatásunk továbbment a modern amerikai irodalom feldolgozásán, és magyarországi tapasztalatokat kísérelt

levonni. Célunk az volt, hogy áttekintsük a banki hitel és betéti ajánlatokat a viselkedési közgazdaságtan tükrében, magyar banki piacon milyen szerepet játszik a szolgáltatók termékeinek megtervezésében annak felismerése, hogy milyen pszichológiai tényezők motiválják az ügyfelek döntéseit, és ezek a motivációk egyes döntési szituációkban hogyan jelenhetnek meg.

Megállapítottuk, hogy a viselkedési közgazdaságtan időinkonzisztens gazdasági szereplő modelljével összhangban van számos magyarországi banki hitelajánlat. Az upfront díjak elengedése és az első időszaki kedvezményes hitelkamatok a fogyasztónak arra torzítására reflektálnak, hogy az azonnali hasznosságot jóval felülértékeli a későbbi költségekhez képest (hiperbolikus diszkontálás).

Betétoldalon szintén a dinamikus inkonzisztenciára adott válasznak tekinthetőek a rendszeres megtakarítási programok. Ebben az esetben a fogyasztó ösztönözve van arra, hogy egy kis összegű megtakarítást elhelyezzen a megtakarítási számláján, illetve a fogyasztási magatartásához van kötve az automatikus megtakarítása.

A hitelkártya-konstrukciók Magyarországon is az önkontroll hiányának nevezett jelenségnek köszönhetik jövedelmezőségüket: az ügyfelek azt gondolják, hogy képesek lesznek törleszteni hónap végén a fennálló tartozást, kamatmentes hitelhez jutva, ennek ellenére sokan jelentős hitelkártya tartozást halmoznak fel.

Végül egy érdekes jelenségre hívtuk fel a figyelmet, amely szerint azok a hirdetések, amelyek csupán a hitel törlesztő-részletét reklámozzák (akár szabálytalanul elhallgatva a hiteldíj-tartalmat) egy kognitív hibára fókuszálnak, amely szerint az ügyfél szisztematikusan alulbecsli az ilyen hitel költségét, és túlságosan magas kamattal adott hitelajánlatot is elfogad.

5 Irodalomjegyzék

Ausubel, L. M. [1991]: The Failure of Competition in the Credit Card Market. American Economic Review, 81, 50-81. o., 1991.

Ausubel, L. M. [1999]: Adverse Selection in the Credit Card Market. Working Paper, University of Maryland. 53. június, 1999.

Ariely, D. [2008]: Predictably irrational: The Hidden Forces That Shape Our Decisions. Harper Collins, 2008.

Ariely, D. – K. Shampanier – N. Mazar [2007]: Zero as a Special Price: The True Value of Free Products. Marketing Science, Vol. 26, No. 6, November–December 2007, 742–757.o., 2007.

Ayres, I. – B. Nalebuff [2003]: In Praise of Honest Pricing. MIT Sloan Management Review, 45, 24-8. o., 2003.

Benartzi, S. – R. H. Thaler [2004]: Save More Tomorrow: Using Behavioral Economics to Increase Employee Saving. Journal of Political Economy, Vol. 112. No. 1. 164–187. o., 2004.

Benhabib, J.– A. Bisin – A. Schotter [2007]: Present-Bias, Quasi-Hyperbolic Discounting, and Fixed Costs. NYU Working Paper, Department of Economics New York University, 2007.

Bertrand, M. – D. Karlan – S. Mullainathan – E. Shafir – J. Zinman: What's psychology worth? A field experiment in the consumer credit market. NBER working paper series, Working Paper 11892, 2005 december.

Bölcскеi, V. [2009]: Az intertemporális döntések viselkedési közgazdaságtani modelljeinek áttekintése. Közgazdasági Szemle, LVI. évf., 2009. november, 1025–1040. o..

Camerer, C.F. – G. Lowenstein – M. Rabin (szerk.) [2004]: Advances In Behavioral Economics. Russell Sage Foundation, New York, 2004.

Carmon, Z. – D. Ariely [2000]: Focusing on the Forgone: Why Value Can Appear So Different to Buyers and Sellers. *Journal of Consumer Research*, 27 (December), 360–70. o., 2000.

Fear, J. – G. Pace [2008]: Choosing not to choose: Making superannuation work by default. The Australia Institute, Discussion Paper No. 103., 2008.

Fisher, I. [1930]: *The Theory of Interest*. Macmillan, New York.

Gale, W. G. – J. M. Iwry – P. R. Orszag [2005]: The Automatic 401(k): A Simple Way to Strengthen Retirement Saving. *Tax Notes*, March 7, 2005, 1207-1214.o.

Genesove, D. – C. Mayer [2001]: Loss aversion and Seller Behaviour: Evidence from the Housing Market. *Quarterly Journal of Economics* 116(4), 1233-40. o., 2001.

Green, L. – A. F. Fry – J. Myerson [1994]: Discounting of delayed rewards: A life span comparison. *Psychological Science* 5 (1): 33–36, 1994.

Henrich, J. – R. Boyd – S. Bowles - C. Camerer - E. Fehr - H. Gintis [2004]: *Foundations of Human Sociality: Economic Experiments and Ethnographic Evidence from Fifteen Small-Scale Societies*. Oxford University Press, 2004.

Heidhues, P. – B. Kőszegi [2010]: Exploiting Naivete about Self-Control in the Credit Market. *American Economic Review*, 100(5), 2279-2303. o., 2010.

Hossain, T. – J. Morgan [2006]: "... Plus Shipping and Handling: Revenue (Non) Equivalence in Field Experiments on eBay. *Advances in Economic Analysis and Policy*, 6 (2), 2006.

Huck, S. – B. Wallace – C. Duke [2010]: *The Impact of Price Frames on Consumer Decision Making*. Office of Fair Trading, May 2010.

Iyengar, S. S. – J. Wei – G. Huberman [2003]: How Much Choice is Too Much?: Contributions to 401(k) Retirement Plans. Pension Research Council Working Paper, 2003.

Johnson, E. J. – J. Hershey – J. Meszaros – H. Kunreuther [1993]: Framing, probability distortions, and insurance decisions. *Journal of Risk and Uncertainty* 7, 35-51. o., 1993.

Knutson, B. – G. E. Wimmer – S. Rick – N. G. Hollon – D. Prelec [2008]: Neural antecedents of the endowment effect, *Neuron* 58, 814-822. o., 2008.

Koltay, G. – Vincze J. [2009]: Fogyasztói döntések a viselkedési közgazdaságtan szemszögéből. *Közgazdasági Szemle*, LVI. évf., 2009. június, 495–525. o.

Laibson, D. [1997]: Golden Eggs and Hyperbolic Discounting. *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 112. No. 2. 443–477. o., 1997.

Lazear, E. – M. U. Dward – R. Weber [2006]: Sorting in Experiments with Application to Social Preferences. NBER Working Papers 12041. National Bureau of Economic Research, 2006.

Lee, Y. H. – C. Y. Han [2002]: Partitioned Pricing in Advertising: Effects on Brand and Retailer Attitudes. *Marketing Letters*, 13 (1), 27-40. o., 2002.

Lippai, L. [2009]: Az intertemporális diszkontálási folyamatok jelentősége a fogyasztói döntésekben. *Közgazdasági Szemle*, LVI. évf., 2009. július–augusztus, 689–708. o.

List, J. A. [2004]: Neoclassical theory versus prospect theory: Evidence from the marketplace. *Econometrica* 72, 615-625. o., 2004.

Laibson, D.– A. Repetto – J. Tobacman [2003]: A Debt Puzzle. Megjelent: Aghion, P.– R. Frydman – J. Stiglitz – M. Woodford (szerk.): *Knowledge, Information, and Expectations in Modern Economics: In Honor of Edmund S. Phelps*. Princeton University Press, Princeton, 228–266. o., 2003.

B. C. Madrian – D. F. Shea DF [2001]: The power of suggestion: Inertia in 401(k) participation and savings behavior. *Quarterly Journal of Economics* 116, 1149-1525.

Morwitz, V. G. – E. A. Greenleaf – E. J. Johnson [1998]: Divide and Prosper: Consumers' Reactions to Partitioned Prices. *Journal of Marketing Research*, 35, 453-63. o., 1998.

Odean, T. [1998]: Are Investors Reluctant to Realize Their Losses? *Journal of Finance*, 53(5): 1775-98.o., 1998.

Bar- Gill, O. [2007]: *The Behavioral Economics of Consumer Contracts*, megjelent: *Consumer Contracts: Behavioral Economics versus Neoclassical Economics*. An Exchange between Oren Bar-Gill and Richard A. Epstein. New York University Law and Economics Working Papers, 2007.

Phelps, E. S. – Pollak, R. [1968]: On Second-Best National Saving and Game-Equilibrium Growth. *Review of Economic Studies*, 35. No. 2. 185–199. o., 1968.

Rabin, M. [1998]: Psychology and economics. *Journal of Economic Literature*, Vol. 36. No. 1. 11–46. o., 1998.

Read, D. – G. F. Loewenstein – S. Kalyanaraman [1999]: Mixing virtue and vice: The combined effects of hyperbolic discounting and diversification. *Journal of Behavioral Decision Making* 12, 257-273. o., 1999.

Read, D. – B. van Leeuwen [1998]: Predicting Hunger: The Effects of Appetite and Delay on Choice. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 76(2), 189-205. o., 1998. Samuelson, P. [1937]: A Note on Measurement of Utility. *Review of Economic Studies*, Vol. 4. No. 2. 155–561. o., 1937.

Samuelson, W. – R. Zeckhauser [1988]: Status quo bias in decision making. *Journal of Risk and Uncertainty* 1, 7-59. o., 1988.

Schindler, R. – M. Morrin, – N. N. Bechwati [2005]: Shipping Charges and Shipping-Charges Skepticism: Implications for Direct Marketers' Pricing Formats. *Journal of Interactive Marketing*, 19, 41-53. o., 2005.

Shefrin, H. M. – R. Thaler [1978]: An Economic Theory Of Self-Control. NBER Working Paper No. 208., 1978.

Skala, D. [2008]: Overconfidence in Psychology and Finance - An Interdisciplinary Literature Review. *Bank i Kredyt*, No. 4, 33-50. o., 2008.

Della Vigna, S. - U. Malmendier [2006]: Paying Not to Go to the Gym. *American Economic Review*, vol. 96(3), 694-719.o., June 2006.

Levitt, S. D. – J. A. List [2006]: What Do Laboratory Experiments Tell Us About the Real World? University of Chicago Working Paper, 2006.

Starmer, C. [2000]: Developments in Non-expected Utility Theory: The Hunt for a Descriptive Theory of Choice under Risk. *Journal of Economic Literature*, 38(2): 332–382. o., 2000.

Strotz, R. [1955]: Myopia and Inconsistency in Dynamic Utility Maximization. *Review of Economic Studies*, 23. 165-180.o., 1955.

Thaler, R. [1981]: Some empirical evidence on Dynamic Inconsistency. *Economic Letters* 8, 201-207. o., 1981.

Thaler, R. [1985]: Mental Accounting and Consumer Choice. *Marketing Science*, 4, 199-214. o., 1985.

Thaler, R. – C. R. Sunstein [2003]: Libertarian paternalism. *American Economic Review* 93, 175-179. o., 2003.

Tversky, A. – D. Kahneman [1974]: Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science*, 185, 1124-1131. o., 1974.

Tversky, A. – D. Kahneman [1981]: The framing of decisions and the psychology of choice. *Science*, 211, 453-458.o., 1981.

Van Dijk, E. – D. Van Knippenberg [1996]: Buying and selling exchange goods: Loss aversion and the endowment effect. *Journal of Economic Psychology* 17, 517-524.o., 1996.

Vincze, J. [2010]: Miért és mitől védjük a fogyasztókat? Aszimmetrikus információ és/vagy korlátozott racionalitás. *Közgazdasági Szemle*, LVII. évf., 2010. szeptember, 725–752. o.

Weber, B. – A. Aholt – C. Neuhaus – P. Trautner – C. E. Elger – T. Teichert [2007]: Neural evidence for reference-dependence in real-market-transactions. *Neuroimage* 35, 441-447. o., 2007.

Xia, L. – K. B. Monroe [2004]: Price Partitioning on the Internet. *Journal of Interactive Marketing*, 18, 63-73. o., 2004.

Yadav, M. S. – K. B. Monroe [1993]: How Buyers Perceive Savings in a Bundle Price: An Examination of a Bundle's Transaction Value. *Journal of Marketing Research*, 30 (August), 350-8. o., 1993.

6 Melléklet – a banki ajánlatok

AKCIÓ: 0% induló hitelkamat 3 hónapig



Igényeljen Jelzáloghitelt most és 3 hónapig 0%-os induló kamattal, ajándék FHB Nyereménybetéttel, és az értékecsélesi díj elengedésével lepjük meg, sőt 50.000 forint értékű kuponnal ajándékozunk meg.

Ha Ön legkésőbb 2011. október 31-ig lakáscélra vagy szabadfelhasználásra jelzáloghitelt igényel és hitelkérelmét a Hitelező jóváhagyta, valamint a szerződés kötésre 2011. december 31-ig sor kerül, a hitel folyósításával egyidejűleg 50.000 forint értékű jóváírást teljesítünk az FHB Bank Zrt.-nél vezetett bankszámlájára.



Töltse le a kupont is tartalmazó tájékoztatónkat

Megajándékozunk továbbá egy 10.000 Ft értékű FHB Nyereménybetéttel, mellyel havonta Ipad2-t, negyedévente pedig gépkocsit nyerhet.

Ráadásul, ha FHB Referencia Kölcsönt vagy FHB Optimum Referencia Kölcsönt igényel, most kamatmentesen törleszhet az első három hónapban

- ➔ Induló kamat 3 hónapig: 0%
- ➔ Követő kamat a 4. hónaptól FHB Referencia Kölcsön esetén: 6 havi BUBOR + 4,10%;
- ➔ Követő kamat a 4. hónaptól FHB Optimum Hitelcsomagban: 6 havi BUBOR + 3,60%
- ➔ THM FHB Referencia Kölcsön esetén: 11,28%;
- ➔ THM FHB Optimum Hitelcsomagban: 10,58%

Amennyiben Ön most nem kíván hitelt felvenni, a Kupont jelzáloghitelt igénylő családtagjának, ismerősének is átadhatja, aki így – azonos feltételek mellett – jogosulttá válhat a fenti összegű jóváírára. Tájékoztatjuk, hogy a Kupon csak egy hiteligényléshez használható fel. A hitelbírálat jogát a Hitelező fenntartja.

Az FHB Bank Zrt. és az FHB Jelzálogbank Nyrt. (a továbbiakban: FHB Bank) a kedvezményt azon Ügyfelek számára tartja fenn, akik az FHB Banknál az akció időtartama alatt lakáscélra vagy szabadfelhasználásra jelzáloghitelt igényelnek.

Az akció a 2011. szeptember 01-jétől visszavonásig, de legkésőbb 2011. október 31-ig befogadott, és 2011. december 31-ig szerződött hitelekre vonatkozik.

A részleteket és az akció keretén belül igényelhető termékek körét a vonatkozó Akciós Hirdetmények



Forrás: <https://www.fhb.hu/maganszemelyek/Hitelek/Akcio>

Raiffeisen Lakáshitel



Csökkentettük az induló kamatot, hogy jusson másra is!

Mert most átvállaljuk az értébecslés díját!

A 2011. július 1. és 2011. szeptember 30. között befogadott Raiffeisen Lakáshitel esetében a Bank az értébecslés díját (31.250 Ft-ot) átvállalja.

Mert most az ügyvédi munkadíjat visszatérítjük!

A 2011. július 1. és 2011. szeptember 30. között befogadott igénylések alapján legkésőbb 2011. november 18-ig folyósított Raiffeisen Lakáshitelek esetében a Bank a folyósítást követően utólagosan visszatéríti az ügyvédi munkadíjat (megbízási díjat), de legfeljebb 40.000 Ft-ot. A visszatérítés feltétele, hogy az ügyfél a kölcsön kifizetését megelőzően a Bank részére bemutassa az ügyvédi munkadíjról az ügyfél nevére szólóan kiállított számlát. A visszatérítésre a folyósítást követően, legkésőbb a számla benyújtását követő második hét utolsó banki munkanapján kerül sor.

Mert most a hitelbírálati díj az akció keretében 0 Ft!

A 2011. július 1. és 2011. szeptember 30. között befogadott Raiffeisen Lakáshitel igénylések alapján legkésőbb 2011. november 18-ig folyósított hitelek esetében a hitelbírálati díj összege 0 Ft!

Mert most visszatérítjük a közjegyzői okirat díját!

A 2011. július 1. és 2011. szeptember 30. között befogadott Raiffeisen Lakáshitel igénylések alapján legkésőbb 2011. november 18-ig folyósított hitelek esetében a bank a folyósítást követően utólagosan visszatéríti a közjegyzői munkadíj és költségtérítés összegét, de legfeljebb 40 000 Ft-ot. A visszatérítésre legkésőbb a folyósítást követően, a számla benyújtását követő második hét utolsó banki munkanapján kerül sor. A visszatérítés feltétele, hogy az ügyfél a kölcsön kifizetését megelőzően a bank részére bemutassa a közjegyzői munkadíjról és költségtérítésről az ügyfél nevére szólóan kiállított számlát.

<https://www.raiffeisen.hu/maganszemely/hitelek/lakascelu-hitel/lakashitel>

Jó lenne már egy saját lakás?

Szeretné zavartalanul élvezni az életet? Az Erste Bank most ebben is segít: az Erste forint alapú, 6 hónapos kamatperiódusú, piaci kamatozású lakáshitelekhez olyan kedvezményeket biztosítunk, melyekkel még könnyebben megveheti álmai otthonát.

Lakáshiteleink törlesztő részlete kedvező:

jövedelem alapú 1. kategória esetén 5 millió Ft, 20 évre már havi 40 249 Ft-ért elérhető. THM: 9,54%^A

- 0% kezelési költség
- Akciós kamat^{****}
- Értébecslési díj akció.^{**}
- Közjegyzői díj akció.^{***}
- Munkabér utalás és csoportos beszedési megbízás megadása esetén jelentősen csökkenthető a fizetendő folyósítási jutalék összege.^{*****}

A kölcsönt felvevő ügyfeleinknek 300 000 forintos Erste Törlesztéskönyvtő Hitelekártyát adunk ajándékba, első éves kártyadíj nélkül.^{*****}

Néhány konkrét példa

Forint alapú, Erste Lakáshitel jövedelem alapon 6 hónapos kamatperiódussal

Kamatláb	évi 8,74% (THM: 9,54%)
Akciós kamat ^{****}	évi 7,49% (THM: 9,54%)
Kezelési költség	évi 0 %
Folyósítási jutalék	1,5 % (min. 25.000 Ft, max. 150.000 Ft)

Kölcsön összege	Törlesztőrészlet ^{*****} (Ft)		
	Akciós kamattal ^{****}		Akciós kamat nélkül
	Az első kamatperiódusban	A második kamatperiódusban	
5 000 000 Ft	40 249	44 084	44 154
8 000 000 Ft	64 399	70 534	70 646
10 000 000 Ft	80 498	88 168	88 307

Forrás: <http://www.erstebank.hu/hu/10016233.html>

Raiffeisen Előrekamatozó Betétek



Olyan, mintha a desszerttel kezdenénk a vacsorát! Válassza a Raiffeisen Előrekamatozó Betétet, így már a betétlekötés napján megkapja a kamatot

Mit kínálunk?

Példák

Miért érdemes?

Lekötés

3 hónapos Raiffeisen Előrekamatozó Betét

Az akciós ajánlat a 2011. április 6-tól újonnan megadott 3 hónapos eseti betétlekötési megbízásokra visszavonásig érvényes.

3 hónapos Előrekamatozó Betét		
Összeghatár	Előre fizetett éves kamat	Éves kamat/Akciós EBKM
100.000-4.999.999 Ft	3,96%	4,00%
5.000.000 Ft-tól	4,45%	4,50%

A Bank az előre fizetett éves kamat összegét a lekötés napján jóváírja az Ügyfél lakossági bankszámláján. A lekötési megbízás megadására és teljesítésére vonatkozó feltételek megegyeznek a normál lekötött betétével, azaz a banki munkanapon 16:00 óráig megadott megbízás a megadás napján, a 16:00 óra után megadott megbízás az azt követő banki munkanapon teljesül.

A betét lekötés és betét feltörés speciális feltételei megtalálhatóak a Bank aktuális Lekötött forint és devizabetétek elnevezésű Lakossági Kondíciós Listájában, üzletszabályzataiban, továbbá az egyedi betéti megbízásban.

A betét kondíciói eltérnek a szokásos piaci gyakorlattól!

<http://www.raiffeisen.hu/rai/raiportal/ep/programView.do?channelId=-22242&programId=90404&programPage=%2Fep%2Fprogram%2Fproduct.jsp>

KamatMOST Extra betét az OTP-től!



Az OTP Bank 2010. december 6-tól visszavonásig, de legkésőbb 2010. december 23-ig tartó időszakban 4 hónapos forint és deviza betétlekötési akciót indít.

KamatMOST Extra betét

Az akcióban **4 hónapra, fix kamatozással, folyamatos lekötéssel** lehet **betétet** elhelyezni, ha Ön:

- a 2010. november 11-i megtakarítási állományát

Forintbetét esetén: minimum 150.000 forinttal, Junior számla esetén minimum 10.000 forinttal, Deviza betét esetén: minimum 600 EUR-val illetve 800 USD-val növeli.

- Az akciós lekötésbe csak a **2010. november 11-i egyenleget meghaladó megtakarítási állomány helyezhető el**. A deviza megtakarítási állományt az OTP Bank a 2010. november 11-i, nap végi záró középárfolyamon veszi figyelembe.

- A megtakarítási állomány meghatározásának részleteit az akciós **Hirdetmény** tartalmazza.

Leköthető minimum összeg

- **Forintbetét esetén: minimum 150.000 forint, Junior számla esetén minimum 10.000 forint,**

- **Deviza betét esetén: minimum 600 EUR illetve 800 USD.**

A kamat jóváírása a 4 hónapos futamidő elején történik a betét látra szóló számláján.

Forrás: <http://www.hitelinfo.biz/hitel-betet/kamatmost-extra-betet-az-otp-tol>

CIB MALACPERSELY SZÁMLA

A CIB Malacpersely Számla az alábbi előnyöket kínálja Önnek:

- **6,50% kamat**
 - az 5 millió forint alatti összegre, amennyiben az adott havi kamatperiódusban megtakarított összeg **legalább 10 000 forint**, és ebben az időszakban nem csökkenti megtakarításait²,
- a CIB Malacpersely Számla fenntartása **díjmentes**,
- nincs minimális kezdő befizetés, **0 forinttal is megnyitható**.

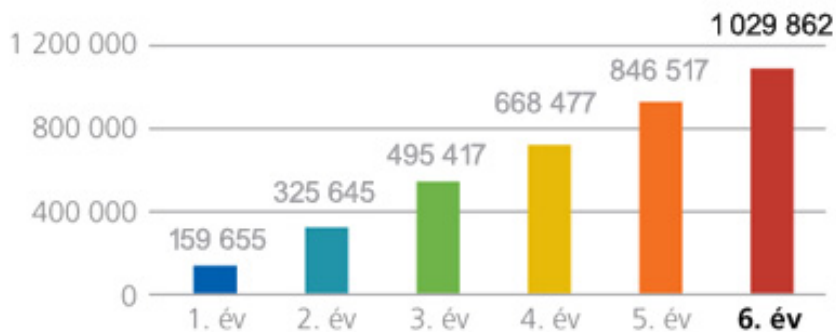


Kíváncsi rá, hogyan lehet Önből milliomos?

SZÁMÍTSA KI →

Takarékoskodjon havonta, és mindössze havi 13 ezer forint megtakarítással 6 év alatt 1 millió forintot gyűjthet össze¹

Vagyona alakulása havi 13 ezer forint megtakarítás esetén:



http://www.cib.hu/maganszemelyek/szolgaltatasok/megtakaritasok/malacpersely/index?isFlashCompliant=true&session_id=S89REudxBScB24rqedtbbjyd&flashVersion=0&b=121&w=1280&h=80

Rendszeres Megtakarítási Program az UniCreditnél

Kapcsolódó anyagok:

> Rendszeres Megtakarítási Program - Ügyféltájékoztató

Szeretne már most a jövőjéről gondoskodni? Nagyobb kiadást igénylő tervei vannak családjának? Esetleg nagyobb összeget takarítana meg nyugdíjas éveire?

A pénzügyi tervezés egyre fontosabbá válik életünkben. **Rendszeres Megtakarítási Programunkkal** már havi 10 000 forintos megtakarítással elindulhat céljai megvalósítása felé. A program lehetőséget biztosít Önnek arra, hogy tanácsadóinkkal megbeszélje elképzeléseit, majd kiválassza az igényeinek leginkább megfelelő befektetést előre összeállított kínálatunkból.

Az Ön választása szerint havi megtakarítása egy részét magas kamatozású folyószámlára, másik részét befektetési alapba helyezzük. Befektetéseihez pedig bármikor, igényei szerint hozzáférhet*.

Miért érdemes programunkat választania?

- **Már havi 10 000 forintos megtakarítással** is igénybe veheti,
- **kényelmes**, hiszen nem szükséges havonta újabb befektetési megbízásokat adnia,
- **díjmentesen** fektetjük be Önnek a kívánt összeget minden hónapban,
- **6 db különböző befektetési portfólió** közül választhat,
- megtakarítása egy részét **magas kamatozású folyószámlára** is helyezheti, amelyről igényei szerint vehet fel pénzt*,
- a számlához kibocsátói díj nélkül igényelhető standard Maestro bankkártya,
- rugalmas, mert a megvásárolt alapokat igényei alapján bármikor visszaválthatja.

A konstrukcióról részletesebb leírást a mellékelt ügyféltájékoztatóban találhat.

Ha a fentiekkel kapcsolatban további kérdései vannak, kérjük, hívja az UniCredit Telefonbankot a 06-40/50-40-50-es telefonszámon, vagy kérdezze bankfiókjainkban kollégáinkat, akik készséggel állnak az Ön rendelkezésére.

Forrás:

http://www.unicreditbank.hu/maganszemelyek/megtakaritasok/specialis_termek/rendszeres_megtakaritasi_program.html?defaultLanguage=hungarian

Raiffeisen Rendszeres Megtakarítási Program



Ön is tud megtakarítani! Csatlakozzon a Raiffeisen Rendszeres Megtakarítási Programhoz, és kerüljön egyre közelebb céljai eléréséhez! A programban minden bank-, OKOS- vagy hitelkártya-tranzakció után egy Ön által meghatározott összegű megtakarítást vezetünk át bankszámlájáról Megtakarítási Számlájára.

A program

Miért érdemes?

Belépés a programba

Hogyan növelheti megtakarításait?

Kártyás tranzakcióihoz kapcsolódóan:

A Rendszeres Megtakarítási Programban az Ön által kezdeményezett, lekönyvelt **kártyás tranzakciók után** tranzakciónként **egy Ön által meghatározott összegű (minimum 100 Ft) összeg kerül átvezetésre** naponta összesítve a Megtakarítási Számlájára.

Az érintett kártyás tranzakciók köre:

- Kártyás vásárlások
- Internetes kártyás vásárlások
- Kártyás készpénzfelvétel (ATM-ből, postahelyen vagy bankfiókban)

Forrás: <https://www.raiffeisen.hu/maganszemely/megtakaritas-befektetes/rendszeres-megtakaritasi-program>

MKB hitelkártyák

Klasszikus MKB hitelkártyák: a költés szabadsága

Visa Classic



- 100.000 és 1 millió Ft közötti hitelkeret
- Belföldön és külföldön használható
- Díjmentes betegség-, baleset- és poggyászbiztosítás külföldi utazások esetén, maximum 30 napos időtartamra
- Díjmentes csoportos hitelfedezeti személybiztosítás
- Folyamatosan feltölthető, legfeljebb 45 napos kamatmentes hitelhez juthat vásárlások esetén (részletes feltételek a kondíciós listában)
- Havidíj mentes MobilBANKár, TeleBANKár és NetBANKár szolgáltatás



LAKOSSÁGI BANKKÁRTYÁK

ARANY HITELKÁRTYÁVAL NEM CSAK VÁSÁRLÁSAIT TEHETI KÉNYELMESEBBÉ.

A BUDAPEST BANK ARANY HITELKÁRTYÁVAL KEDVEZMÉNYESEN UTAZHAT ITTHON ÉS KÜLFÖLDÖN EGYARÁNT.

→ KÉRJEN VISSZAHÍVÁST!

A hitelkártyához egy különálló számla tartozik, aminek használatakor Ön a bank és nem a saját pénzét költi. Amennyiben hitelkártyáját használja vásárlásra, a felhasznált hitelkeretet majd csak később, a következő hónap közepén szükséges befizetnie. Ha ekkor teljes tartozását (beleértve a hitelkártya esetleges kamatait, díjait is) rendezi, előző havi vásárlásai után nem kell kamatot fizetnie. A kamatmentesség csak vásárlási tranzakciókra vonatkozik. Kézpénzfelvétel, illetve részletfizetés során a hitelszámlát a költségek napjától számított hitelkamat terheli.¹

Például, ha a hónap első napján, havi nagybevásárláskor is hitelkártyájával fizet, a vásárlás értékét ráér a következő hónap 15-ig visszafizetni. Ez azt jelenti, hogy 45 napig kamatmentesen³ használta a bank pénzét. Ha a hónap második napján vásárol, szintén a következő hónap 15-ig kell visszafizetni a vásárlás értékét, ekkor tehát a kamatmentes pénzhasználatra, és így visszafizetésre már csak 44 nap áll rendelkezésére, vagyis a hónap első napjától kezdődően a 45 napos kamatmentes periódus minden egyes további napon 1 nappal csökken.

A visszafizetés rendkívül rugalmas, hiszen Önnek minimum a kihasznált hitelkeret 5%-át kell havonta visszafizetnie¹, ezen felül szabadon dönthet a visszafizetés mértékéről, igaz ekkor már nem tudja kihasználni a kamatmentes időszakot.

Reprezentatív példa

Hitelkamat mértéke és típusa: évi 34,08%

Hitel teljes díja: nem értelmezhető

Hitel teljes összege: 375 000 Ft

Hitel futamideje: 1 év

Teljes hiteldíj mutató: 48,5%

Fogyasztó által fizetendő teljes összeg és a törlesztőrészek összege: nem értelmezhető

THM: 48,5%

A Gazdasági Versenyhivatal a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt indított eljárást a Credithill Hitelközvetítő és Tanácsadó Kft. ellen.

A Versenytanács határozatot hozott az ügyben (Vj/033-026/2010.), melyben megállapítja, hogy a Credithill a nyomtatott sajtóban - többek között nagy példányszámú bulvárlapokban - 2009. július 20. és 2010. szeptember 3. között megjelent egyes reklámjaival fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott.

A hirdetés

"Credithill!

Szabadfelhasználás, hitelkiváltás, lakásvásárlás, felújítás, adósságrendezés, személyi kölcsön, autóhitelek vásárlásra, szabadfelhasználásra a legkedvezőbb feltételekkel!

Vágó István ajánlásával!

Gyors hitelek rövid idő alatt 1-5 millió forintig.

Például: FLK-val kombinált hitel

Összeg - 10 évre - 15 évre

1 000 000 Ft - 10 364 Ft - 8 363 Ft

3 000 000 Ft - 29 091 Ft - 25 091 Ft

5 000 000 Ft - 49 819 Ft - 41 891 Ft

THM - 10,56% - 10,33%

A banki megszorítások ellenére megtaláljuk Önnek a legkedvezőbb hitelt.

Egy jó hitellel milliókat spórolhat! A hitel költségeit megelőlegezzük!

PASSZÍV BÁR MEGOLDHATÓ!"

A vizsgálat során kiderült, hogy a Credithill elhallgatta, hogy euró alapú hitelekről van szó, nem közölte, hogy halasztott tőketörlesztésű konstrukciót kínál, nem derült ki a reklámokból, hogy a törlesztőrészek nem fixek, hanem 3-12 havonta módosulhatnak, garantált törlesztőrészte csak az első kamatperiódusban van.