

Az amerikai fiatalok pénzügyi tudatossága

2015. július 27.

MAGYAR NEMZETI BANK

Készítette:

Látta:

Jóváhagyta:

Tartalomjegyzék

1.	Vezetői összefoglaló	2
2.	A fiatalok pénzügyi műveltsége	2
2.1.	Darhmouth tanulmány.....	2
2.2.	Elmulasztott megtakarítási lehetőségek	4
3.	Növekvő diákhitel kintlévőség	4
3.1.	Diákhitek a lakosság teljes adósságának arányában	4
3.2.	Három aggasztó ábra az amerikai diákhitel piacról.....	5
3.3.	Obama és a diákhitel átvállalás	7
4.	Az Y generáció bankokhoz való viszonya	7
4.1.	ICBA tanulmány	7
4.2.	Brit fiatalok és a bankok	8
4.3.	Hogyan viszonyul az Y generáció a pénzhez?	9

1. Vezetői összefoglaló

Mai modern társadalmunk fiatal tagjai kénytelenek már viszonylag korán olyan bonyolult pénzügyi döntéseket meghozni, amelyek egész életükre hatással vannak. A fiatalok sokszor arra eszmélnek, hogy nagy összegű diákhittel vagy hitelkártya adóssággal rendelkeznek, amely hosszú távon meggátolja őket abban, hogy bármilyen jellegű vagyont halmozzanak fel. Ezen réteg pénzügyi tájékozottságára vonatkozó kutatások eredményei támogatják a politikai döntéshozók munkáját, akik az eredményeket felhasználva hatékony ösztönzőket vagy beavatkozásokat tudnak kialakítani a fiatalok anyagi helyzetének megszilárdítása érdekében. Az Y generáció fiataljai a 2008-as gazdasági válság tapasztalatai miatt pénzügyi döntéseikben igen konzervatívak, kockázatkerülőek.

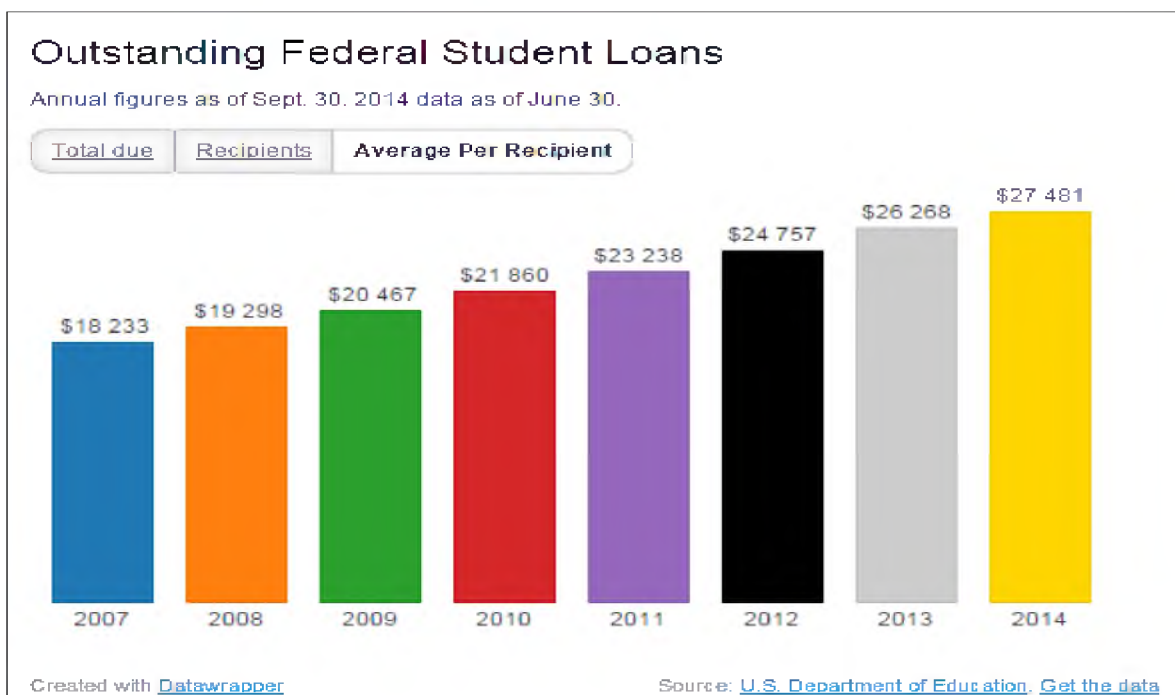
Az Y generáció pénzügyi műveltsége alacsonyabb az idősebb korosztályokhoz képest, bár több kutató szerint a minta nem homogén, nagy a szórás a populáción belül. A felszínes tudás a növekvő diákhitel állomány miatt különösen nagy problémát jelent Amerikában. Felmérések sora hívja fel a figyelmet az Y generáció megváltozott igényeire, szokásaira, kultúrájára, amelyek a jövőben átformálhatják a legtöbb kereskedelmi bank üzleti modelljét.

2. A fiatalok pénzügyi műveltsége

2.1. Darhmouth tanulmány

A Darhmouth Egyetem Közgazdasági Karának kutatói, Annamaria Lusardi, Olivia S. Mitchell és Vilsa Curto 2010-ben készült tanulmányukban az amerikai fiatalok pénzügyi tudatosságát vizsgálták. A fiatalok pénzügyi helyzetét napjainkban jelentős és folyamatosan növekvő diákhitel állomány jellemzi. 1997 és 2007 között egy átlag egyetemi hallgató diákhitele 9 250 dollárról 19 200 dollárra emelkedett, ami az infláció hatásának kiszűrése után 58 %-os növekedésnek felel meg.

Az alábbi ábrán látható hogyan változott egy átlag egyetemista diákhitel tartozása az elmúlt nyolc év alatt:¹



A kutatás a 2006-ban a NEFE (National Endowment for Financial Education) által végzett felmérés adataira támaszkodik, ami alapján megállapítható, hogy a 22 és 29 év közötti válaszadók 30%-a komolyan aggódik a hiteltartozása miatt, 29% a meglévő adóssága miatt nem folytatta vagy halasztotta tanulmányait, és 22% vállalt munkát a hitel törlesztése érdekében,² továbbá a teljes lakosság fizetésektelen adóssainak többsége 25 éves vagy fiatalabb.³ Az említett adósságtípusok felhalmozódása meggátolja a fiatalokat az öngondoskodásban: a válaszadók 51%-a nem tud nyugdíjas korára megtakarítani, 40% pedig egyáltalán nem rendelkezik megtakarítási számlával.

A Dartmouth-i tanulmány egy 2008-as felmérésre támaszkodik, amely során három egyszerű kérdést tettek fel egy nemzeti szinten reprezentatív minta 12 és 17 év közötti válaszadóinak:

1. Ha ma 100 dollárral rendelkezik és pénze évente 2%-ot kamatozik, akkor 5 év múlva 102 dollárnál több, kevesebb vagy ugyanakkora vagyona lesz?
2. Ha az éves kamat 1%, az infláció 2%, akkor egy év elteltével többet, kevesebbet vagy ugyanannyit fog érni a pénze?
3. Igaz vagy hamis: Egy vállalat részvényeit megvásárolni biztonságosabb, mintha részvényalapba fektetnénk pénzünket.

A három kérdés alapján egyértelműen eldönthető, hogy melyik válaszadó van tisztában a kamattal, a kamatos kamattal, az inflációval és a kockázat diverzifikáció fogalmaival. Ahogy az amerikai kormány a személyes pénzügyekkel kapcsolatban egyre nagyobb felelősséget hárít a lakosságra, a pénzügyi oktatás szerepe is felértékelődik. A tanulmány rámutat az amerikai fiatalok hiányos pénzügyi ismereteire és a válaszok közötti nagy szórásra, amely a fiatalok pénzügyi tudatosságában jelentős különbségeket mutat. A tudásbeli

¹ http://www.huffingtonpost.com/2014/08/20/student-debt-distress_n_5682736.html

² Roberts, James A., and Eli Jones. 2001. Money Attitudes, Credit Card Use, and Compulsive Buying Among American College Students. *The Journal of Consumer Affairs*, 35 (Winter): 213–240.

³ U.S. Congress. Senate. Committee on Banking, Housing, and Urban Affairs. 2002. *The State of Financial Literacy and Education in America*. 107th Congress. Senate Hearing 107-969.

különbségek miatt a szerzők szerint az Y generáció fiataljait nem szabad homogén csoportként kezelni, sokkal inkább bőrszín, nem, illetve végzettség alapján kellene megkülönböztetniük őket a kutatóknak és a döntéshozóknak egyaránt. A dolgozat konklúziója szerint az alacsony szintű pénzügyi tájékozottság miatt a pénzügyi döntések leegyszerűsítése sokat segítené a fiatal felnőtteken. A tanulmány egyetért Choi, Laibson és Madrian (2006) nézeteivel, melyek szerint a nyugdíjalapokba történő bekerülés egyszerűsítése ösztönözné a lakosság megtakarítási hajlandóságát, különösen a hátrányos helyzetű, alacsony jövedelemmel rendelkező csoportok esetében.

A tanulmány több iránymutatást is felvázol:

1. Mivel a legtöbb fiatal a szülein keresztül informálódik pénzügyekkel kapcsolatos kérdésekben, azoknak a diákoknak az oktatására kellene koncentrálni, akiknek a szülei alacsonyabb végzettséggel rendelkeznek. A tapasztalatok szerint azok a válaszadók, akik ebbe a kategóriába tartoztak, 16 %-kal kisebb valószínűséggel ismerték a kockázat diverzifikáció fogalmát.
2. Fontos lenne, hogy a fiatalok pénzügyi oktatása még a középiskola során elkezdődjön, még mielőtt bármilyen pénzügyi kötelezettséget vállalnának vagy bármilyen pénzügyi döntést hoznának.
3. A fiatalok mellett szüleiket is be kellene vonni a diákokat célzó oktatási programokba. Azok a szülők, akik részt vesznek ehhez hasonló programokban, elkötelezettebbé válnak gyermekük pénzügyi ismereteinek bővítésében, és emellett saját tudásukat is fejlesztik.⁴

2.2. Elmulasztott megtakarítási lehetőségek

A legtöbb amerikai vállalat biztosítja alkalmazottai számára az úgynevezett 401 (k) önkéntes nyugdíjpénztári számlát, amely az adókedvezmények miatt igen előnyös konstrukció minden fiatal alkalmazott számára. Sok vállalat munkáltatói hozzájárulás révén is támogatja alkalmazottjait, ami tulajdonképpen béren felüli juttatásként is értelmezhető. A 25 év alatti munkavállalók kevesebb, mint 16%-a használja ki a munkáltatójuk által biztosított 401 (k) típusú béren kívüli juttatást. A maradék 84% több ezer dollárt veszít éves szinten csak azért, mert nem szántak néhány órát az említett béren kívüli juttatási rendszer működésének megértésére. A támogatás a 401 (k) számlára történő munkavállalói befizetés arányában van meghatározva és maximalizálva van a munkavállaló éves keresetének bizonyos százalékában. Annak ellenére, hogy a 401 (k) típusú program új belépőinek száma folyamatosan emelkedik,⁵ a munkáltatói 401 (k) típusú béren kívüli juttatás elmulasztásával rengeteg fiatal kevesebbet takarít meg, mint amennyit egyébként tudna.⁶

3. Növekvő diákhitel kintlévőség

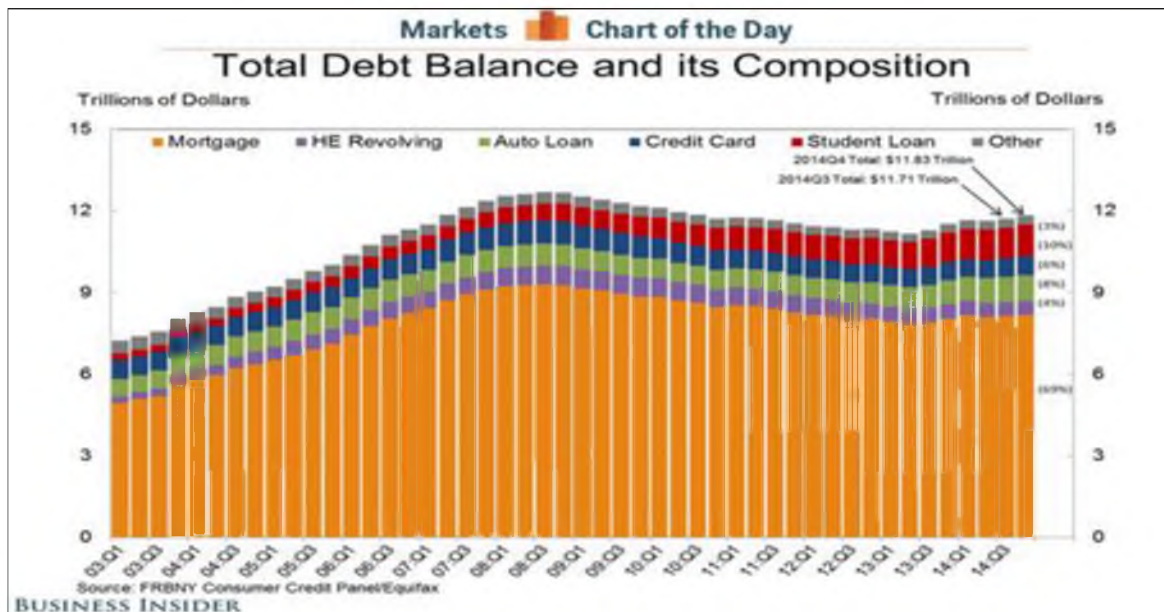
3.1. Diákhitelek a lakosság teljes adósságának arányában

Az amerikai lakosság teljes hitelállományának növekedése a 2008-as válság után megtorpant, ám a gazdaság mérsékelt élénkülése óta újra növekedésnek indult, amelyből egyre nagyobb részt képviselnek a diákhitelek. Alapvetően az adósságállomány növekedése jótékony hatással van a gazdaságra nézve, ugyanis a háztartások vásárlói hajlandóságának javulását jelzi. A késedelmes hitelek száma a válság óta szinte minden típusú hitel esetében csökkent, kivéve a diákhiteleket.

⁴ http://www.dartmouth.edu/~alusardi/Papers/Financial_literacy_young.pdf

⁵ <http://time.com/money/3532253/401k-millennials-savings-increase/>

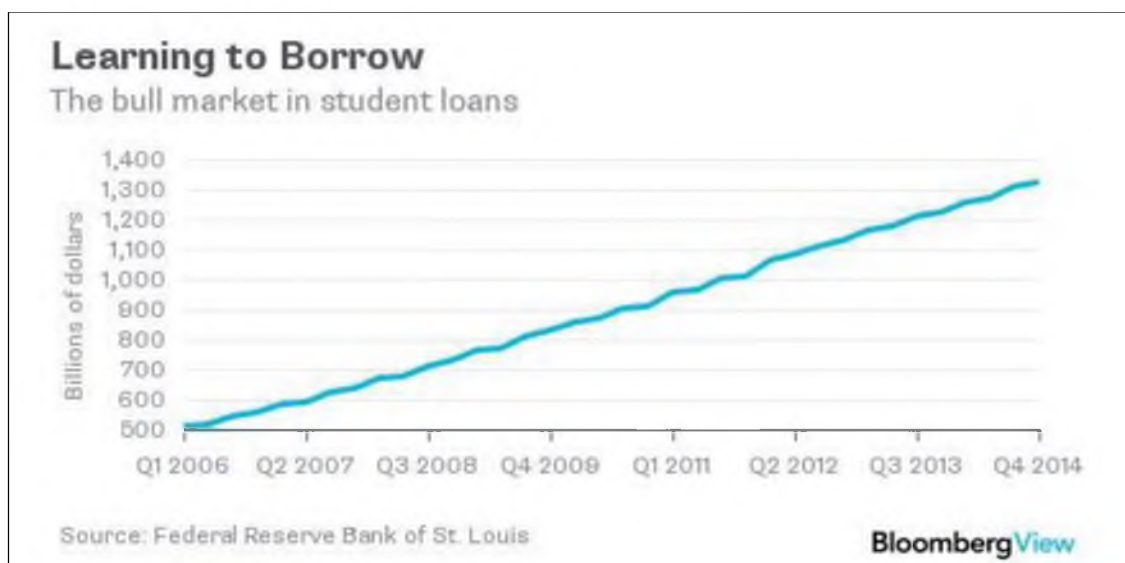
⁶ http://www.businessinsider.com/young-people-401k-2015-6?utm_content=buffer6e627&utm_medium=social&utm_source=facebook.com&utm_campaign=buffer



A Forbes magazin 2014-es év eleji felmérése szerint a fennálló diákhitelek 11,5%-a volt 90 napnál hosszabb késedelemmel rendelkező, vagy egyáltalán nem teljesítő. A diákhitelek Amerikában a válság utáni időszakban kerültek a figyelem középpontjába. 2008 óta az alacsony kamatszinteknek köszönhetően a lakosság nagy része át tudta strukturálni meglévő hitelállományát, kivéve a diákhitelesekét. A probléma feltehetően a hitelezők oldalán keresendő. A hitelezők arra spekulálva, hogy diplomaszerzés után magas éves jövedelemmel fognak rendelkezni a diákok, több ezer dolláros hiteleket folyósítanak a fiatalok számára. A hallgatók ugyanakkor diplomájuk megszerzése után eszmélnek csak rá, hogy bármekkora éves fizetést is kapjanak, az jóval alacsonyabb a fennálló diákhitel tartozásuk összegénél.⁷

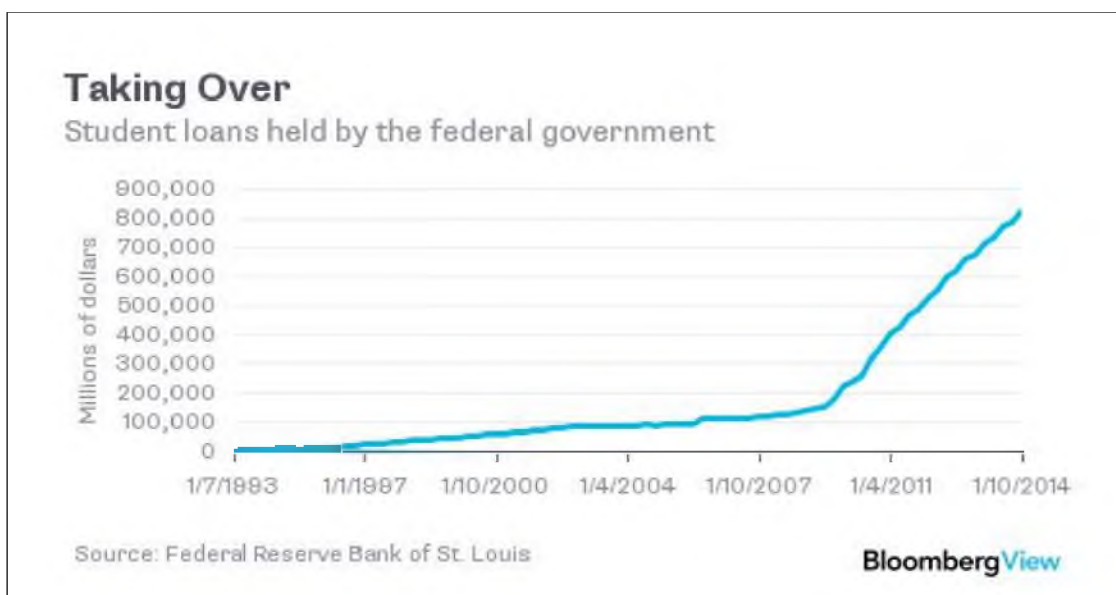
3.2. Három aggasztó ábra az amerikai diákhitel piacról

Az amerikai diákhitel állomány növekedése köztudott, az elmúlt tíz évben 260 %-ot emelkedett, elérve az 1300 milliárd dollárt.

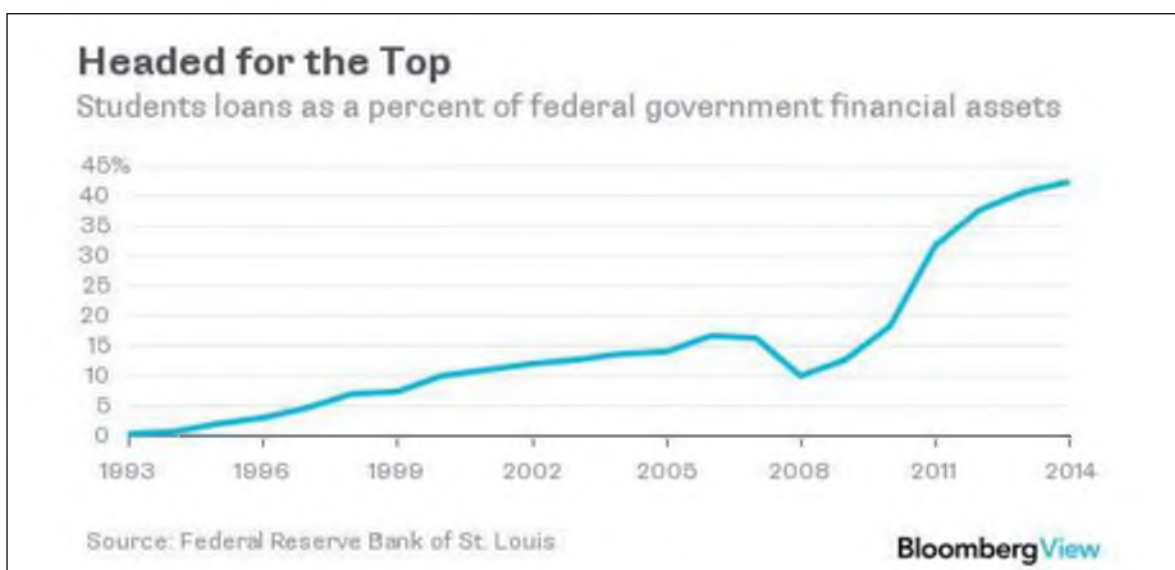


⁷ <http://www.forbes.com/sites/halahtourvalai/2014/02/21/1-trillion-student-loan-problem-keeps-getting-worse/>

Amit azonban kevesen tudnak a diákhitelről az az, hogy a kormány a válság után szinte a teljes diákhitel piacot átvette a privát intézményektől: a válság előtt 100, 2014-ben 850 milliárd dollár volt a szövetségi kormány által átvállalt diákhitel értéké. A hokiütő alakú gráf jól jelzi, hogy a privát diákhitel szolgáltatók piaca összeomlott.



Egy másik aggasztó trend, amely elkerülte a közvélemény figyelmét a kormány pénzügyi eszközállományának alakulása. 2008-ban mindössze 10% körül alakult a diákhitel aránya a kormányzat pénzügyi eszközei között, 2014-re ez az arány elérte a 45%-ot.



A nagymértékű kormányzati hitelátvállalással az a probléma, hogy a diákhitel piac reformjainak elhalasztására ösztönzi a politikai döntéshozókat, ugyanis a kamatokból származó bevétel a teljes költségvetés 2%-ára tehető, amely visszatartja a kormányt a diákok adósságterheinek csökkentésében. Az eladósodott Y generáció terhei a demokraták által támogatott magáncsőd intézményének bevezetésével enyhülhetne, melyet azonban a republikánus többségű Kongresszus nem valószínű, hogy megszavazna.⁸

⁸ <http://www.bloombergeview.com/articles/2015-04-17/washington-may-not-want-to-get-out-of-student-debt>

Obama elnök „Student Aid Bill of Rights” nevű törvényjavaslata éppen arra ösztönzi a fiatal hallgatókat, hogy éljenek továbbtanulási jogaikkal és a diákhitel nyújtotta lehetőségekkel.⁹

3.3. Obama és a diákhitel átvállalás

Obama elnök elengedné azoknak az amerikaiaknak a diákhitel tartozását, akiket bizonyíthatóan átverték a hitelek folyósítása során. A döntés által érintett hitelállomány mértéke a több milliárd dollárt is elérheti. A lépés elsősorban a tavasszal bedőlt Corinthian Corporation nevű, profitorientált vállalat diákjain kíván segíteni. Szövetségi tisztviselők azzal vádolják a szervezetet, hogy 2014-ben félrevezette a leendő hallgatókat a frissdiplomások munkaerő piaci sikerességével kapcsolatban.

43 millió fiatal amerikai rendelkezik diákhitellel, közülük azokat kárpótolná az állam, akik bizonyítani tudják, hogy a hitelintézet megsértette az állami törvényeket. A teljes amerikai diákhitel állomány 1300 milliárd dollár, amelyből a Corinthian-hoz tartozó diákok kiváltandó hiteleinek értéke 3,5 milliárd dollárt tesz ki. A lépés az amerikai történelem legagresszívabb diákhitel csökkentő intézkedése lenne.¹⁰

4. Az Y generáció bankokhoz való viszonya

4.1. ICBA tanulmány

Az Independent Community Bankers of America (ICBA) kereskedelmi csoport által készített tanulmány öt fő állítást fogalmazott meg az Y generáció bankokkal való kapcsolatáról:

- 1. A többség a helyi intézményeket preferálja.** A válaszadók 54%-a előnyben részesíti a helyi tulajdonban lévő és helyileg működtetett bankokat. A véleményük azonban nincs összhangban a gyakorlattal, ugyanis ettől függetlenül ugyanolyan gyakorisággal választanak olyan nagy amerikai bankok közül is, mint például a Bank of America, a Citibank vagy a Wells Fargo.
- 2. Nagyon fontos számukra a mobil bankolás.** A megkérdezettek 74%-a szerint nagyon fontos ez a tényező.
- 3. Fontos a bankokkal való személyes kapcsolat.** A második és a harmadik megállapítás egyben komoly kihívást is jelent a pénzügyi intézmények számára: hogyan lehetne a fiatal generációhoz tartozó ügyfeleket online csatornákon személyesen megszólítani?
- 4. A legtöbb fiatal beismeri pénzügyi ismereteinek hiányosságait.** 70% szeretne több tudással és tapasztalattal rendelkezni a pénzügyek területén.
- 5. Kerülik a készpénz használatát.** A válaszadók 23%-a a hét minden napján 5 dollárnál kevesebb készpénzt tart magánál.

A felmérésből kiderül továbbá, hogy az összes generáció közül az Y generáció a leginkább vállalkozó kedvű. A válaszokból kinyert információk alapján az ICBA több ajánlást is megfogalmaz a bankok számára új ügyfelek szerzése vagy a meglévők megtartása érdekében. Egy - a fiatal vállalkozók számára létrehozott - tanácsadó testület bizonyítaná a pénzintézet elköteleződését az Y generáció fiataljai iránt. A másik ajánlás a bank közösségi oldalakon való megjelenésének fejlesztése. A bank bemutatása a közösségi médián keresztül sokkal hatékonyabb lenne a fiatal generáció elérésében. Továbbá sikeres stratégia lehet a generációhoz tartozó fiatalok „VIP” ügyfélként való kezelése, akik számára a közvetlen, személyes kapcsolat a pénzügyekben is fontos.¹¹

⁹ <https://www.whitehouse.gov/webform/college-opportunity>

¹⁰ <http://www.wsj.com/articles/obama-administration-opens-door-for-more-student-debt-forgiveness-1433784607>

¹¹ <http://thefinancialbrand.com/43186/millennials-banking-research-facts/>

4.2. Brit fiatalok és a bankok¹²

A NewCred londoni központú hitelszövetség felmérést készített 18 és 24 év közötti brit fiatalok körében a bankokhoz való viszonyukat vizsgálva. A kutatás során 1 000 főt kérdeztek meg bankolási szokásaikról, bankjukkal való kapcsolatuk minőségéről. A megkérdezettek közül a 18 és 24 év közötti válaszadók 81%-a megbízik saját bankjában, szemben az ezerfős minta 67%-os átlagával. Az Y generációhoz tartozók 66%-a jobban bízna bankjában, ha az hasznos információkkal szolgálna számára, szemben a minta 56 %-os átlagával. A fiatal válaszadók 59%-a töltene több időt bankja honlapján, ha ott érdekes cikket érhetne el, míg a teljes mintából csupán 36% válaszolt igennel erre a kérdésre. A fiatal korosztály körében jelentkező digitális elköteleződés kevésbé meglepő, a bankok számára jó hírként értékelhető a fiatalok szociális aktivitása. A felmérés szerint az Y generáció tagjainak 25%-a követi saját bankját (átlag: 11%) és 37% megosztana bankjától származó érdekes cikket (átlag: 18%). A 18 és 24 év közötti válaszadók 56%-a telefonos alkalmazáson, 50%-a SMS üzeneteken keresztül áll kapcsolatban bankjával. Annak ellenére, hogy az Y generáció a legjáratasabb a digitális kommunikáció világában, a válaszadók fele egyáltalán nem, vagy csak ritkán olvas pénzügyekkel kapcsolatos cikket, amely jóval kisebb arány, mint ami a többi generáció esetében megfigyelhető.

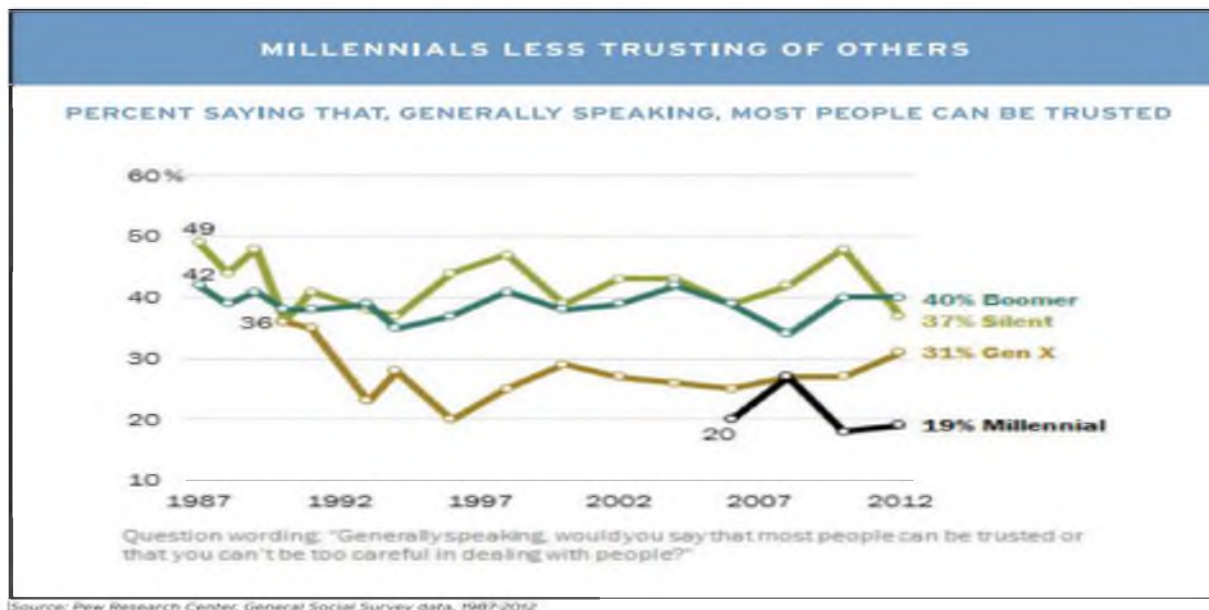
A probléma áthidalására a bankoknak meg kell reformálniuk hagyományos marketing stratégiájukat: az Y generáció fogyasztóit nem pénzügyi termékek által tudják elérni, hanem például utazásaik, karrierjük során, lakhelyük környezetében, divat és szépségápolási cikkek keresztül. A 18 és 24 év közötti korosztály 13 %-kal nagyobb valószínűséggel érhető el nem pénzügy orientált tartalmakon keresztül.

Néhány pénzügyi szolgáltató már szakított a korábbi, kizárólag pénz fókuszú marketingstratégiájával. Az HSBC újdonsült kezdeményezése keretében rövid dokumentumfilmeket keresztül próbál karrier tanácsadást nyújtani a fiatal generációnak. A hitelkártya szolgáltatók is felismerték, hogy a kreatív tartalom nagyobb értéket jelent a fiatal fogyasztók számára, mint a pénzügyi konstrukciók száraz prezentálása. A MasterCard és az American Express az utazásokra fókuszálva emeli ki a bankkártyák által elérhető élményeket, a kaland, a szabadság értékeire építve. A MasterCard Priceless Cities egy olyan 2013 óta működő portál, amely a kártyatulajdonosok számára exkluzív hozzáférést biztosít belépőjegyekhez, különböző kedvezményekkel szolgál az adott városba látogató MasterCard tulajdonosnak. Az American Express a TripAdvisor-ral együttműködve létrehozta az Amex Traveller programot, melynek keretein belül a kártyabirtokosok hozzáférhetnek több étterem, szálloda és vendéglátóegység különleges ajánlataihoz. A tanulmány konklúziója szerint az Y generáció akkor érhető el igazán hatékonyan a pénzügyi szolgáltatók által, ha a közösségi médiát kreatívan alkalmazva, a fiatalok számára hasznos és releváns információkkal tudnak szolgálni, tehát a bankoknak szakítaniuk kell korábbi bank- és pénzügy orientált marketingtevékenységükkel.

¹² http://www.cmo.com/articles/2014/11/21/the_surprising_truth.html

4.3. Hogyan viszonyul az Y generáció a pénzhez?¹³

A Brookings Intézet által készített tanulmány szerint az Y generáció a legbizalmatlanabb korosztály. A fiatalok egymással szemben is bizalmatlanok, a nagy intézményekkel, bankokkal szemben pedig még inkább.



A fiatalok bizalmatlansága érinti a pénzügyi piacokat is, amint a generáció elkezd gondolkodni megtakarításainak kezelésén. Az MFS befektetési tanácsadó vállalat felmérése szerint az Y generáció közel fele nem bíz a részvénypiacokban. Ennek fényében portfóliójukban kisebb súlyt kapnak a részvények és nagyobbat a készpénz egyenértékesekek, valamint fiatal koruk ellenére rövidebb - 5 év vagy annál kevesebb - időhorizontra fektetnek be —, mint az idősebb generációk. A UBS riportja szerint az Y generáció megtakarítási szokásai alapján az 1930-as nagy gazdasági világválság óta a legkonzervatívabb generáció. A kutatás szerint a 21 és 36 év közötti fiatalok megtakarításaik 52%-át tartják készpénzben, szemben a többi generációra jellemző 23%-kal. A fiatalok által a 10 legkevésbé kedvelt vállalat között helyet kaptak a legnagyobb amerikai bankok, mint például J.P. Morgan, a Bank of America, a Wells Fargo és a Citigroup. A Brookings Intézet tanulmánya szerint a nagyfokú bizalmatlanság miatt a bankszektor korábbi üzletmodelljei át fognak alakulni a közeljövőben. Az Y generáció konzervatív befektetői magatartása, illetve a bankárok és a fiatalok közötti kulturális különbségek kialakulása miatt a pénzügyi világ alaptézisei (például M. Friedman: tulajdonosi értékmaximalizálás) felborulhatnak.

¹³ http://www.brookings.edu/~media/research/files/papers/2014/05/millennials%20wall%20st/brookings_winogradv5.pdf

Forrásjegyzék:

http://www.huffingtonpost.com/2014/08/20/student-debt-distress_n_5682736.html

Roberts, James A., and Eli Jones. 2001. Money Attitudes, Credit Card Use, and Compulsive Buying Among American College Students. *The Journal of Consumer Affairs*, 35 (Winter): 213–240.

U.S. Congress. Senate. Committee on Banking, Housing, and Urban Affairs. 2002. *The State of Financial Literacy and Education in America*. 107th Congress. Senate Hearing 107-969.

http://www.dartmouth.edu/~alusardi/Papers/Financial_literacy_young.pdf

<http://time.com/money/3532253/401ks-millennials-saving-increase/>

http://www.businessinsider.com/young-people-401k-2015-6?utm_content=buffer6e627&utm_medium=social&utm_source=facebook.com&utm_campaign=buffer

<http://www.forbes.com/sites/halahtouryalai/2014/02/21/1-trillion-student-loan-problem-keeps-getting-worse/>

<http://www.bloombergvew.com/articles/2015-04-17/washington-may-not-want-to-get-out-of-student-debt>

<https://www.whitehouse.gov/webform/college-opportunity>

<http://www.wsj.com/articles/obama-administration-opens-door-for-more-student-debt-forgiveness-1433784607>

<http://thefinancialbrand.com/43186/millennials-banking-research-facts/>

http://www.cmo.com/articles/2014/11/21/the_surprising_truth.html

http://www.brookings.edu/~media/research/files/papers/2014/05/millennials%20wall%20st/brookings_wi_nogradv5.pdf