

A BIZALOM ALAKULÁSA A GAZDASÁGI ÉS PÉNZÜGYI VILÁGVÁLSÁG ALATT

SIMON JUDIT – TÓTH ZSÓFIA

Tanulmányunk célja a bizalom kérdésének vizsgálata a pénzügyi- és gazdasági világválság időszakát tekintve Magyarországon. Kitérünk a bizalom fogalmi körülhatárolására, azonban az elemzés során elsősorban a bizalom azon definícióját vesszük alapul, amely a lakosság és a vállalatok körében tapasztalt gazdasági-társadalmi jellegű várakozásokra, kilátásokra vonatkozik.

A tanulmányban a fogyasztó bizalom változásait kívánjuk vizsgálni néhány kiemelt index segítségével 2008 harmadik negyedétől napjainkig.

Kulcsszavak: bizalomkutatás, pénzügyi- és gazdasági világválság, bankok, bizalomindex.

*

Aligha találunk jobb indikátort a gazdasági és pénzügyi világválság átfogó elemzésére, mint az érintett időszakokra jellemző bizalom szintje.

A bizalom komplex fogalom. Kutatása a pszichológia szakterületéről épült be a menedzsmenttudományok hatáskörébe s kiteljesedési folyamata a 90-es években kezdődött. A kezdeti interperszonális kutatási fókusz idővel szervezeti szinten is megjelent és egyre többen (Tyler, Kramer, Lind és mások) kezdtek el foglalkozni cégekkel kapcsolatos bizalomkutatással.

Napjainkban a konjunktúra- és piackutatásnak egyaránt szerves részét képezi a bizalomkutatás, mely elsősorban makroszinten vizsgálja a gazdasági szereplők közérzetét, illetve a fogyasztói bizalmat különböző indexek segítségével. Utóbbiak közül kiemelkedő jelentőségű a michigani egyetem fogyasztói hangulatindexe, hazánkban pedig a Közgáz Fogyasztói Bizalomindex utóda, a GfK Vásárlói Bizalom Index. A szakirodalmi háttérret Richard T. Curtin és George Katona kutatók nevei fémjelzik, akiknek kutatási eredményei az indexek kialakításában is nagy hatást gyakoroltak.

A reálgazdasági és pénzpiaci háttér

A pénzügyi- és gazdasági világválság kialakulásának háttérével és lefolyásának makrogazdasági szempontú elemzésével számos kitűnő tanulmány foglalkozik. Mivel cikkünknek célját nem, viszont szakmai háttér-bázisának fontos részét képezik a hazai gazdaságra vonatkozó konjunktúra- és különböző piacokra vonatkozó elemzések, a tanulmány kereteinek és a vizsgálódás határait felvállalva ezekre érintőlegesen térünk csak ki.

A reálgazdasági és pénzpiaci háttér bemutatása tanulmányunkban egy rövid helyzetkép elemzés a világgazdaság és a magyar gazdaság helyzetéről, elsősorban a Kopint-Tárki 2010/3-as konjunktúrajelentésének (Palócz 2010a) adataira támaszkodva. A háttérelméletek elérhetőek a konjunktúrajelentésben, beleértve a hazai és nemzetközi gazdasági összefoglalót és prognózisokat a fiskális, monetáris, pénz- és tőkepiaci folyamatok elemzésével együtt.

2010 őszen a rendelkezésünkre álló adatok alapján kijelenthetjük, hogy a válság túljutott a mélypontra. Azonban a világgazdaság további alakulásával kapcsolatban a Lehman Brothers bukása után két évvel is jelentős bizonytalanságok merülnek föl. Az előző félévben megindult növekedés világszerte lassulni látszik, amely mögött elsősorban pénzpiaci feszültségek állnak.

A nemzetközi árukereskedelem a 2009. évi zuhanás után idén a rekord 14%-os növekedést is elérheti, azonban a protekcionista intézkedések megvalósulásának függvényében 2011-re ez a növekedési ütem akár a felére is csökkenhet. A jelenlegi növekedésgyorsulás kevés országtól (például Japán) eltekintve, mérsékelt inflációval megy végbe. A nyersanyag árak mérsékeltén, a nemesfém piaci árak pedig erőteljesen emelkedő trendet mutatnak.

Az élénkülő beruházási kedv és az export mellett az Egyesült Államokban a válságból való kilábalás egyik kerékkötője a belső fogyasztás tartósan bizonyuló visszaesése, illetve a kedvezőtlen munkaerőpiaci helyzet. Az 1,32 körüli USD/EUR árfolyamat illetően az előttünk álló egy évben nem várható jelentős változás.

Az Európai Unióban a növekedési ütem lassulása várható a megrendelések visszaesése, az export mérséklődése és az amerikai gazdasági kilátások borúsabbá válása miatt. A számos tagállamban szükséges költségvetési konszolidációs intézkedések magukban hordozzák az újabb recesszió potenciális veszélyét. Az eurozóna tavalyi 4,1%-os visszaesése az idei évre nézve várhatóan másfél százalék körüli növekedéssé módosul majd. Németország az eurozóna legdinamikusabban fejlődő országa napjainkban (3,4%-os növekedés!) és úgy tűnik, az ország munkaerőpiaci recesszió is rendeződően van.

A kelet-közép-európai országok külkereskedelmi teljesítménye élénkült és pénzügyi megítélésük is kedvezőbb besorolást kapott.

A meghozott fiskális, gazdaságélénkítő intézkedések 2011. évi megvalósulása ellenére feltehetőleg valamelyest vissza fog esni a gazdasági növekedés üteme Európa-szerte. Régióink pénzügyi megítélése javult. Igaz viszont, hogy a nemzetközi pénzügyi piacokat hektikus, váratlan, eltérő mértékű, de jelentős amplitúdójú változások jellemzik továbbra is. A pénzügyi, finanszírozási problémák az egyes országok esetében a befektetőket elbizonytalanítják kockázatvállalási hajlandóságukban. A jegybankok többnyire kénytelenek így alacsonyan tartani az alapkamatot, egyúttal likviditás-bővítési eszközökkel igyekeznek elősegíteni a konjunktúra-élénkülést és ösztönözni a hitelezési gyakorlatot.

A válság kitörése után a külföldi pénzügyi befektetők nem akartak magyar állampapírt vásárolni, így a kötvényaukciók leálltak, és a bankok sem jutottak külföldi forrásokhoz. (Palócz 2010b). Ebből a helyzetből az IMF hitelkerete mentette meg Magyarországot a bankválságtól. Abban, hogy a magyar gazdaság a legalacsonyabb hitelképességű országok közé került, jelentős szerepet játszott, hogy a magyar államnak már a válság előtt is magasra emelkedett adósságállománya, másrészt szavahihetősége is megrendült, hiszen a hiánycélok betartása a kiadások kontrollálatlan növekedése mellett rendre kudarcba fulladt. Az első kiigazítási kísérletek során az adók növelésével kívánták csökkenteni a hiányt, aminek azonban tovagyűrűző negatív hatása lehet a gazdasági növekedésre.

A PSZÁF Risk Outlook (PSZÁF 2009) jelentése szerint a pénzügyi szektor kockázatai elsősorban a hitelpiaci területen összpontosulnak. A bankrendszer 2009-ben jelentős portfólióromlási folyamaton ment keresztül, ugyanakkor megőrizte számottevő jövedelmezőségét, s néhány kiemelt strukturális mutatója jelentősen javult, így például a hitel/betét-arány mutató. A nagy hitelkockázatot hordozó devizahitelek állományi súlyát nem sikerült érdemben csökkenteni. A bankok számára jelentős kockázatot jelent az idei évre nézve a portfólióminőséggel kapcsolatban az értékvesztés-képzési szükséglet bizonytalan alakulása és a nyereség várható csökkenése.

Bankadó 2010. évi konstrukcióival¹ talán még ennél is jelentősebb problémát jelent a bankok számára. Maga az adófajta már 2007-től létezett banki különadó címén egy körülbelül 13 milliárd forintos éves tételként. 2010-ben azonban válságadóvá minősült és a kezdeti direktíva szerint közel 200 milliárd forintos bevételt hivatott biztosítani a magyar költségvetés számára (tervezetten ebből 120 milliárd forint a kereskedelmi bankok része). A megemelt bankadóval a cél tehát költségvetési hiány vállalt mérséklése (3,8%-os hiánycél), amelyet azonban nem járt együtt a strukturális és szervezeti reformok bevezetésének megalapozásával. Az adó mértéke is további kérdéseket vet föl: 50 milliárd forint fölötti mérlegfőösszegű bankok esetében a bankadó 0,5%, összehasonlításként ugyanez Franciaországban 0,04%. Nyugat-Európában a bankadó bevezetésének legitimitást biztosított a kormányok által a csőd szélén álló bankoknak nyújtott mentőcsomag, amelyre Magyarországon nem került sor. A rossz hitelek arányának növekedése mellett a bankok céltartalékképzési kötelezettsége is megnőtt, egyúttal jövedelemtermelő képességük lecsökkent. A jövedelemtermelő képesség csökkenése együtt jár a bankok hitelezési kapacitásának csökkenésével, ami a gazdasági növekedésre nézve kiemelten veszélyes tendencia. A bizalom kérdése felmerül a gazdaságpolitikai környezet tervezhetőségének csökkenésében, amely a nemzetközi anyabankok és más nemzetközi beruházók forrásallokációjában is megnyilvánulhat és magasabb országgockázati felárat vonhat maga után. A tartós növekedés és egyensúly megteremtésében a hosszú távon (legalább tíz éves periódusokra) kiszámítható gazdaságpolitikai szabályozási rendszer az egyik legfontosabb tényező.

A bizalom fogalmának különböző megközelítései a szakirodalomban

A bizalom kérdéskörében természetesen merész vállalkozás lenne valamennyi lehetséges tényezőt kizárólag metrikus kifejezésére törekedni. Különös tekintettel arra, hogy maga a bizalomkutatás a pszichológiatudomány szakterületéről épült be a menedzsmenttudományok vizsgálódási körébe, s folyamatjelleggel kezdett áthelyeződni a kezdeti interperszonális kutatási fókusz a cégekkel kapcsolatos bizalomkutatásra.

¹ további információk itt: www.magyarorszag.hu

A legtöbb bizalomkutatósi témájú pszichológiai tanulmány valamilyen személyiségjegyzet, például az elfogulatlansághoz, az igazságossághoz, a következetes viselkedéshez, a tapintatossághoz, a szakmai és társas kompetenciához vagy a lojalitáshoz kapcsolja a bizalom forrását.

Hosmer (1995) szerint a bizalom a másik fél morális-etikai szempontból helyénvaló viselkedésére vonatkozó elvárásunk. Burt és Knez (1995) egyfajta stratégiai felfogásként definiálja, mely során a bizalmat szavazó fél (trustee) feltételezi a másik fél (trusted) jövőbeni kooperatív viselkedését.

Tyler és Blander (2006) szerint a személyes hangvétele megtalálása, a másikkra tényleges figyelem fordítása, szempontjainak megértése, a jóakarát és az elfogulatlanság azok a készségek és tulajdonságok, amelyek egy személyt mások számára megbízhatóvá tesznek.

Számos szerző operacionalizált kereteket adott az általa végzett bizalomkutatásnak, ilyenek például (kiemelve egyúttal a bizalom általuk meghatározott dimenzióit is):

- Ganesan (1994), illetve Doney és Cannon (1997) hihetőség (credibility), jóindulat (benevolence)
- Aulakh et al. (1996) bizonyosság/önbizalom (confidence), megbízhatóság (reliability), tisztességesség (integrity)
- Sako és Helper (1998) jóakarát (goodwill trust), szerződéses megbízhatóság (contract trust), kompetencia (competence trust)
- Zaheer et al. (1998) szavahihetőség (reliability), kiszámíthatóság (predictability), korrektség (fairness)

Érdekes megfigyelni, hogy mind a szervezeti szintű, a pszichológiai megközelítést inkább integráló kutatások, mind a makroszintű vizsgálatokhoz használt bizalomindexek tartalmi háttérstruktúrájában a bizalom fogalmával kapcsolatban megjelennek a következő dimenziók: (a) a kiszámíthatóságra, bizonyos közös szabályok mentén történő magatartásra való igény, (b) a várakozások és az ezzel kapcsolatos bizonytalansági tényező, illetve (c) valamilyen pozitív irányú fejlődés vagy szándék (az angol goodwill kifejezés szerencsés módon ennek a fogalomnak az anyagi és szellemi aspektusát is lefedi).

A bizalom, a bizalom mérése és a válság

Katona (1974) külön tárgyalja a válság alatti és prosperáló gazdasági környezetben gyakorolt fogyasztói magatartás elemzését. 1974-es cikkében már kiemeli a várakozások mérésének szükségességét még abban az esetben is, ha szubjektív megnyilvánulásokból kiszűrt adatokkal kell dolgoznunk. Kitér arra is továbbá, hogy az emberek többsége általában nem érzékeli jövedelme tényleges változását olyan mértékben, amilyen mértékben kiadási oldalon lenne szükséges alkalmazkodni a megváltozott körülményekhez.

Curtin (1984) a fogyasztói döntések makrogazdaságra gyakorolt jelentős szerepét hangsúlyozza és egy olyan kiadásokra vonatkozó regressziós egyenletet ír föl, melynek egyik tényezője a fogyasztói várakozás (sentiment).

A bizalom soktényezős fogalom: üzleti és fogyasztói bizalom al-kategóriákra bontva is további pontosítások szükségesek.

Az üzleti bizalom szervezeteken belüli és szervezetközi megközelítésből is vizsgálható, ezeket egészítik ki továbbá az üzleti szereplők piaci folyamatokkal és kereslettel kapcsolatos várakozásai. E tekintetben néhány bizalommal kapcsolatos kérdés is fölmerül:

- a vállalkozások üzleti várakozásainak alakulása (reálszféra),
- a nemzetközi bankcsoportok hazai irányú befektetési döntéseinek várható alakulása, azaz hogy az anyabankok mennyire bíznak Magyarországon, milyen mértékben helyeznek ki forrásokat ide, következésképp milyen hatással lesz ez a hitelezési kedv (lakossági ügyfeleknek, illetve a vállalkozói szféra számára)

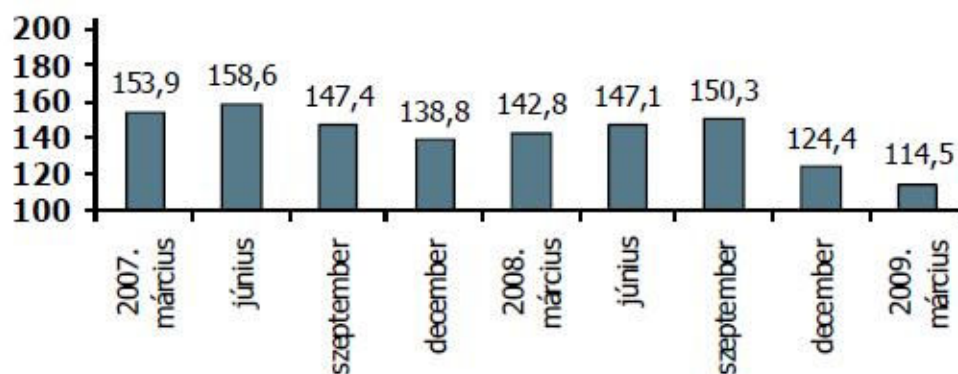
A szervezetközi bizalom speciális kategóriáját alkotja a szabályozási rendszerbe, ezen belül kiemelten az állami és egyéb szakmai szabályozói rendszerekbe vetett bizalom kérdése. Ennek fontosságát mind egy a válságból kivezető exit-stratégia, mind pedig a piacok hosszú távú működésének hatékonysága szempontjából nem lehet eléggé hangsúlyozni. Alakulása hatást gyakorol:

- a regionális szintű közép- és hosszú távú stratégiai tervezésre, a reálszférában és a bankok esetében közép- és rövidtávon egyaránt (például, hogy egy anyabank hangsúlyt helyezzen-e magyarországi leányának működésére, mennyire játsszon az központi vagy periférikus szerepet)
- az üzletági szintű stratégiák kidolgozására (például hogyan alakítsa egy bank befektetési vagy hitelezési politikáját a szabályozási rendszer függvényében)

- az Európai Unió jogharmonizáció folyamatára – az Európai Parlament 2010. szeptember 22-i közlése szerint új európai pénzügyi felügyeleti rendszer valósul meg (EP 2010)²
- a piaci szereplők, kiemelten a bankok formális és félig formális (pontosabban a jogalkotó által elvárt, illetve a társadalmi normák, etikai megfontolások kapcsán javasolt) magatartási formáira (példa erre a bankok Magatartási Kódexe)
- a piaci verseny tisztaságára, beleértve a fogyasztók alkupozícióját is

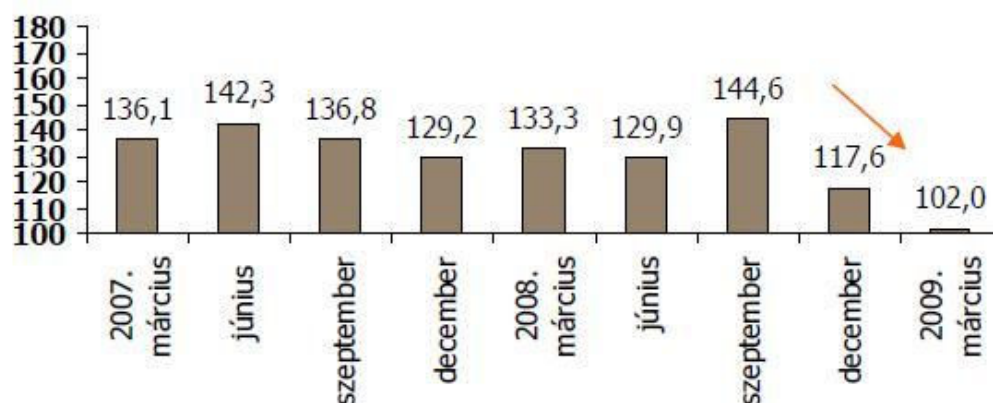
Ez utóbbi pont átvezet minket a bizalom kérdésének következő megközelítéséhez, ez pedig a fogyasztói bizalom. A fogyasztói bizalom mértékének mérésére különböző fogyasztói bizalom indexet fejlesztettek ki, melyeknek célja a fogyasztók saját és országuk anyagi-gazdasági helyzetére vonatkozó várakozásainak vizsgálata. A fogyasztói bizalommal kapcsolatban szeretnénk megemlíteni a fogyasztói bizalom indexek általános dimenzióinak korlátozott magyarázóképeségével kapcsolatos aggályunkat. A TÁRKI 2010-es Társadalmi Riportjának (Tóth I. Gy. 2010) tanulságai szerint a bizalomhiány ragályos: könnyen átterjedhet különböző politikai intézmények között. Vizsgálataik azt mutatják, hogy például az EU megítélésének romlása elsődlegesen nem az EU-ban való csalódottság következménye, hanem az intézményekbe vetett általános bizalom csökkenésével és az elégedetlenség általános növekedésével áll kapcsolatban. Így a fogyasztói bizalom mérése során feltehetőleg számolnunk kell olyan mögöttes tényezőkkel, amelyek látszólag nem állnak kapcsolatban a fogyasztói bizalommal. Ezeknek a tényezőknek a feltárása és hatásvizsgálatuk kidolgozása izgalmas és összetett marketingkutatói feladat.

1. ábra A fogyasztói bizalom index alakulása 2007. március és 2009. március között



Forrás: GfK Hungária, Fogyasztói Bizalom Index, 2009. március

2. ábra A Vásárlási Hajlandóság Indexének alakulása pedig a 2007-2009-es időszakra vetítve



Forrás: GfK Hungária, Fogyasztói Bizalom Index, 2009. március

² Az Európai Parlamentben megszavazott jogszabálysomag hatályba léptetése végett három új európai felügyeleti hatóságot hoznak létre a pénzügyi piacok, a biztosítók és a nyugdíjalapok tevékenységének felügyeletére, egy negyedik testületet pedig az unió gazdaságát veszélyeztető kockázatoknak a monitorozására. A felügyelő hatóságoknak lehetőségük nyílik majd a kockázatosnak minősített pénzügyi termékek ideiglenes betiltására. A nemzeti felügyeletek esetleges tévlegesége esetén, az uniós hatóságoknak módjukban áll majd a pénzügyi piacokra közvetlenül érvényes döntéseket meghozni. Forrás: az Európai Parlament hivatalos magyar nyelvű honlapja, www.europarl.europa.eu/hu

A fogyasztói bizalom indexek közül a teljesség igénye nélkül csak néhányat említenék meg: a nemzetközi piackutatási gyakorlatban elterjedt a *Nielsen Global Consumer Confidence Index* alkalmazása; az Egyesült Államokban ismert fogyasztói bizalomindexek a *Consumer Confidence Index*, a *University of Michigan "Consumer Sentiment Index"*-e, illetve a *Consumer Confidence Average Index*; az Egyesült Királyságban talán a *GfK NOP Consumer Confidence Barometer* a legelterjedtebb; Németország esetében pedig szintén egy GfK-s indexet, a *Konsumklimaindex*-et emelnék ki.

Szeretnénk kiemelni a Közgáz Fogyasztói Bizalom Indexet, mely az elmúlt években a GfK Hungária és a Corvinus Egyetem közös Fogyasztói Bizalom Indexeként került publikálásra.

Agárdi et al. (2003) előrebocsájtják, hogy a Közgáz Fogyasztói Bizalom Indexhez a BKÁE Marketing Tanszéke a Michigani Egyetem Kutató Központjától kapta meg a licencet a kutatáshoz. Az indexszámítás alapját a következő témakörök képezték: a fogyasztók elégedettségének mértéke saját anyagi helyzetükkel; a fogyasztóknak a jövedelmekre vonatkozó elvárásai; a következő 12 hónapra nézve az ország gazdasági helyzetével kapcsolatos várakozások; ugyanez a következő 5 év perspektívájában; illetve a tartós fogyasztási eszközökkel kapcsolatos vásárlási szándék. Az index három indexből tevődik össze, melyek a következők: Fogyasztói Bizalom Index (ez a főindex, amely magába foglalja mind az öt előbbi kérdéskört); a Fogyasztói Várakozások Index, amely a saját anyagi helyzettel és az ország gazdaságának alakulásával kapcsolatos elvárásokat tartalmazza; illetve a Vásárlási Hajlandósági Index, amely a jelenre vonatkozó pénzügyi helyzet és a tartós fogyasztási cikkek vásárlásának megítélését méri.

A GfK Hungária jelentésének (GfK 2009) adatai alapján a GfK Hungária és a Corvinus Egyetem által közösen mért Fogyasztói Bizalom Index (FBI) a globális gazdasági válság hatására 2008 végéhez képest még tovább csökkent, közel 10 ponttal lett alacsonyabb értéket ért el. A magyar háztartások kedvezőtlenebbül ítélték meg aktuális pénzügyi-anyagi helyzetüket, illetve az ország gazdasági kilátásait is. A legnagyobb mértékű visszaesés a Vásárlási Hajlandóság Indexében következett be, ami ekkor korábban nem látott mélypontra állt.

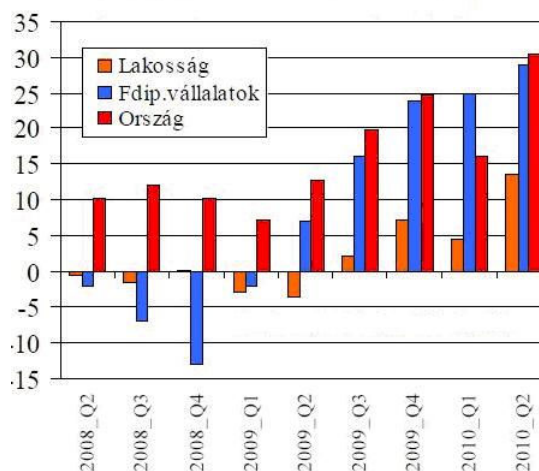
A bizalom és a GDP alakulásának összefüggése

A különböző bizalomindexek közül két kiemelt jelentős csoport a fogyasztói bizalomindex és a vállalati szféra várakozásait mérő hangulatindex. A fogyasztói bizalomindexek több ezer fogyasztó körében végzett, a jelenlegi helyzet megítélésére illetve a gazdasági körülményekkel kapcsolatos várakozásokra vonatkozó felméréseken alapuló mutatószámok. Az index a fogyasztási szokásokban bekövetkező hirtelen változások feltárásában is hasznos lehet. Időnként együtt vizsgálják a vállalati bizalom indexszekkel, amelyek mögött hasonló módszertan áll, azonban amelyek a vállalatokat tekintik válaszadó egységnek.

A Kopint-Tárki 2010/2-es Konjunktúrajelentése (Kopint-Tárki 2010) határozottan javuló várakozásokról számol be a lakosság és a vállalatok körében 2010 második negyedében a korábbi negyedekhez képest. A növekvő optimizmus a lakosság és a cégek saját kilátásaira is vonatkozik, illetve az ország perspektíváira. A válságból való kilábalás tekintetében a pozitív várakozások is kedvező jelet jelentenek, hiszen ezek a pozitív várakozások, előrejelzések önbeteljesítő hatással lehetnek...

A leendő gazdasági helyzetbe vetett bizalom alakulását 2008. és 2010. második negyedéve között az alábbi ábra szemlélteti

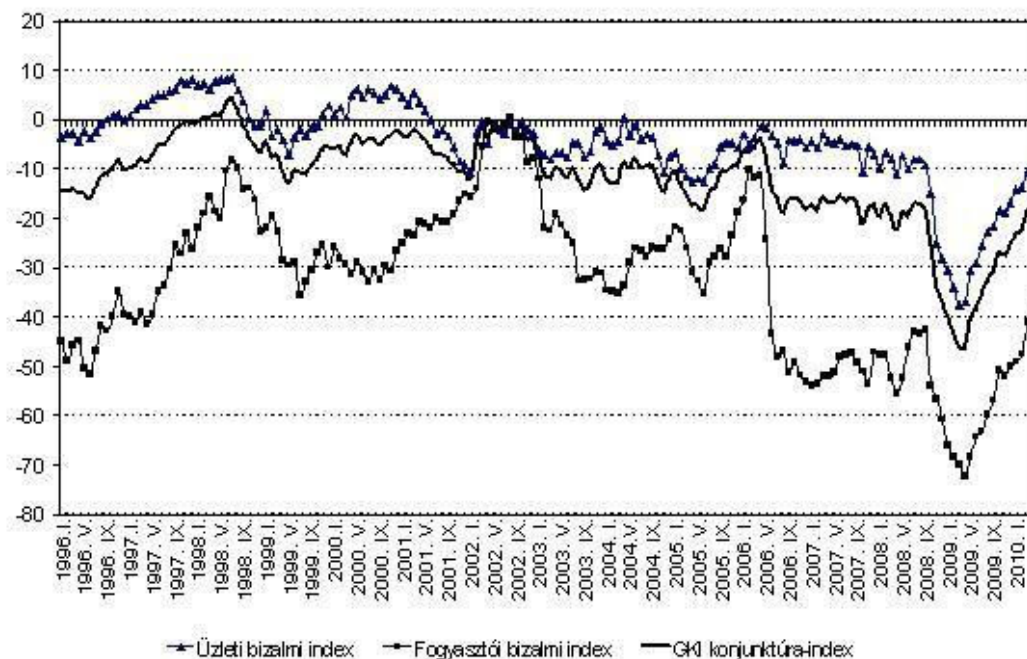
3.ábra Kilátások az aktuális helyzethez képest (különbség 0-100-as skálán, %-pont)



A bizalomindexek általában figyelemreméltó együttmozgást mutatnak a GDP alakulásával. Természetesen fenntartásokkal kell kezelnünk a bizalomindexek mint a GDP várható alakulásának indikátoraként való felhasználását, hiszen a bizalomindexekben prediktív jellegük miatt jelen van egy változó mértékű bizonytalansági tényező, mégis a tapasztalat azt mutatja, hogy a bizalomindexeknek nem elhanyagolható a magyarázó erejük.

Az összefüggés szemléltetésére több más mellett bizalomindex mellett alkalmas és érdemes a GKI fogyasztói- illetve üzleti bizalom indexének és konjunktúra-indexének alakulásának összevetése

4. ábra Az üzleti bizalomindex és a konjunktúra-index



Forrás: GKI Gazdaságkutató Intézet Zrt., www.gki.hu

2009 őszére nézve mind a konjunktúra-, mind a bizalomindexekben jelentős zuhanás következett be. 2009 tavaszától a kormány válságkezelő intézkedései relatíve gyorsan erősítették a magyar gazdaságpolitikai iránti bizalmat, egyúttal gyors eredményeket hozva a pénzpiacon is. Stabilizálódási folyamatnak lehetünk tanúi, azonban a jelenlegi hazai gazdasági helyzetről még nem jelenthetjük ki, hogy stabilizálódott.

A nehezen megfogható mögöttes tényezők: a pénzügyi- és médiakultúra

A tájékozottság segíti a fogyasztót a döntéshozatalban és a tekintetben is, hogy kiben (mely szolgáltatóban), milyen körülmények között (mely szolgáltatói paraméterek fennállása esetén) lehet megbízni, illetve probléma esetén hova lehet fordulni (problémakezelés módja ügyfél és bankja között, illetve érdekvédelmi szervezetek).

A magyar fogyasztót, illetve banki ügyfelet segíteni szükséges a tájékozódásban, illetve a tájékozódáshoz szükséges alapvető ismeretek megszerzésében. Öngondoskodásra elsősorban az a fogyasztó lehet képes, aki tisztában van jogaival, lehetőségeivel, kötelezettségeivel.

A verseny intenzitása a magyar lakossági bankpiacon és az ügyfélhasznon növelésének lehetséges irányai című McKinsey-tanulmány szerint (McKinsey&Company 2007) mintegy hárommillió tizenhat éven fölül állampolgár nem rendelkezik semmilyen banki kapcsolattal. Az elmúlt néhány évben nem jelentkezett arra mutató tendencia, hogy ez a helyzet jelentősen megváltozott volna. Ebből következik, hogy az egyén számára ingyenesnek tűnő, valójában a bankival szemben magasabb költségű, készpénzes, postai csekkes fizetési mód költségeit az állam s így áttételesen maga az adófizető állja. Egy további kutatás keretében a jelenlegi bankkapcsolat-sűrűség felmérésén kívül azt is érdekes lenne felmérni, hogy az alapvető pénzügyi mutatók (THM, EBKM... stb.) és az alapvető pénzügyi folyamatok ismeretének a lakosság mekkora és jellemzően mely része áll birtokában.

Ehhez irányadó módszertani például szolgálhat a gyógyszeriparhoz kapcsolódó marketingkutatói gyakorlatban végzett gyógyszerhez vagy gyógyhatású készítményhez mellékelt tájékoztatóval kapcsolatos szövegértési teszt, illetve a tájékoztatóhoz kapcsolódó tipikus értelmezési nehézségek további kvantitatív és kvalitatív vizsgálata (Simon 2010).

A média tájékoztató, információtovábbító képességében jelentős fejlődési potenciál rejlik a pénzügyi ismeretek közvetítésében. Ide kapcsolódik még a pénzügyi ismeretek alap- és középszintű oktatásba való integrálásának igénye is. Már akadnak irányadó példák e téren (a PSZÁF foglalkozik ilyenekkel), azonban problémát jelent, hogy nem tisztázott, hogy az állam vagy a pénzügyi szektor, esetleg a civil szféra mekkora részt kell hogy vállaljon ennek a tevékenységnek lebonyolításában, finanszírozásában. A jelenlegi körülmények arra engednek következtetni, hogy a felek egymásra várnak.

Szeretnénk kiemelni a média és a politikai gyakorlat szerepét a felelős tájékoztatásban is, amelynek csorbulása során azonban sokkal könnyebben sérülhet a pénzintézetekkel kapcsolatos bizalom, mint amilyen nehéz ilyen esetekben a bizalom visszaszerzése.

A pénzintézetek munkáját és a hosszú távú, bizalmi alapokon álló ügyfél-bank kapcsolatot segíthetné egy pozitív adólista összeállítás, amely lehetőségnek azonban a bankok irányából érkező megvalósítási javaslatát a jogalkotó adatvédelmi aggályokra hivatkozva elnapolta. Így jelenleg csak a problémás adókat gyűjtő bar lista van használatban, a pozitív irányú megkülönböztetés egyelőre nem lehetséges.

A felügyelő hatóságok szerepe rendkívül fontos a bizalom megerősítésében. Az EU-s jogharmonizáció jelenleg a hatósági munka felértékelődésének irányába mutat, amely a hatóságot a jövőben akár indokolt esetben a társaság tulajdonosi vagy menedzsmentjogainak korlátozási jogával is felruházza.

Ábrák jegyzéke

1. ábra: A fogyasztói bizalom index alakulása 2007. március és 2009. március között
Forrás: GfK Hungária, *Fogyasztói Bizalom Index, 2009. március*
2. ábra: A Vásárlási Hajlandóság Indexének alakulása 2007. március és 2009. március között
Forrás: GfK Hungária, *Fogyasztói Bizalom Index, 2009. március*
3. ábra: Kilátások az aktuális helyzethez képest 2008. és 2010. második negyedéve közötti időszakban
Forrás: Kopint-Tárki: *Konjunktúrajelentés – A világgazdaság és a magyar gazdaság helyzete és kilátásai 2010 nyarán (2010/2)*
4. ábra: a GKI fogyasztói- illetve üzleti bizalom indexe és konjunktúra-indexe 1996-2010
Forrás: Forrás: GKI Gazdaságkutató Intézet Zrt., www.gki.hu

IRODALOM

- Agárdi I., Berács J., Hofmeister-Tóth Á., Malota E. (2003): *Fogyasztói Bizalom – KÖZGÁZ Fogyasztó Bizalom Index 1996-2002*, Aula Kiadó, Budapest, 38-49.o.
- Aulakh, P. S., Kotabe, M., & Sahay, A. (1996). Trust and performance in crossborder marketing partnerships: A behavioral approach. *International Business Studies*, 27(5), 1005– 1032. o.
- Burt, Ronald S. – Knez, Marc (1996): Trust and Third-Party Gossip In: Kramer, Roderick M. – Tyler, Tom R.: *Trust in Organisations, Frontiers of Theory and Research*, 68-69.o.
- Curtin, R. (1984): Consumer Attitudes for Forecasting. *Advances in Consumer Research*, Vol. 11, eds. Thomas C. Kinnear, Provo, UT: *Association for Consumer Research*, 714-717.o.
- Doney, P. M., & Cannon, J. P. (1997). An examination of the nature of trust in buyer– seller relationships. *Journal of Marketing*, 61(April), 35–51.o.
- Európai Parlament (2010): Közlemény az új európai pénzügyi felügyeleti rendszerről, 2010. szeptember 22., letölthető az Európai Parlament hivatalos magyar nyelvű honlapjáról: www.europarl.europa.eu/hu
- Ganesan, S. (1994). Determinant of long-term orientation in buyer– seller relationships. *Journal of Marketing*, 58(April), 1-19.o.
- GfK Hungária (2009): *GfK Fogyasztói Bizalom Index: 2009 első negyedévében tovább csökkent a fogyasztói bizalom*, 2009.03.19., 1-3.o.
- Hosmer, L T. (1995): Trust: The connecting link between organizational theory and philosophical ethics. *Academy of Management Review*, Vol. 20, No. 2., 379-403.o.
- Katona, G. (1974): Psychology and Consumer Economics. *Journal of Consumer Research*, Vol. 6., 1-8.o.
- McKinsey&Company (2007): *A verseny intenzitása a magyar lakossági bankpiacon és az ügyfélhaszn növelésének lehetséges irányai*
- Palócz É. (szerk.) (2010): Kopint-Tárki Konjunktúrakutatási Intézet Zrt.: *Konjunktúrajelentés – A világgazdaság és a magyar gazdaság helyzete és kilátásai 2010 őszén*
- Palócz É. (2010): *A Hobbled Economy – Gúzsba kötve*. In: Budapest Business Journal, Vol.1., 4.o.
- PSZÁF Risk Outlook Riport (2009), letölthető innen: www.pszaf.hu

Sako, M., & Helper, S. (1998). Determinants of trust in supplier relations: Evidence from the automotive industry in Japan and the United States. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 34(3), 387– 417.

Simon J. (2010): *Marketing az egészségügyben*, Budapest, Aula Kiadó, 151-152.o.

Tóth I. Gy.: A társadalmi kohézió elemei: bizalom, normakövetés, igazságosság és felelősségérzet – lennének...

Kolosi T. – Tóth I.Gy. (szerk.): *Társadalmi Riport 2010*, TÁRKI, Budapest, 2010

Tyler, T. R. – Blader, S.: Corporation in Groups In: De Cremer, D. – Zeelenberg, M. – Murnighan, J. K. (ed.): *Social Psychology and Economics*, Lawrence Erlbaum Associates Inc., Mahwah, New Jersey, 2006, 155-170.o.

Zaheer, A. – McEvily, B. – Perrone, V. (1998). Does trust matter? Exploring the effects of interorganizational and interpersonal trust on performance. *Organization Science*, 9(2), 141– 159.o.

www.magyarorszag.hu

*

www.southeast-europe.org

E-mail: dke@southeast-europe.org

© DKE 2010.