

**Magyar Public Relations Szövetség
„CSR Best Practice 2016” pályázat**

**Budapest Bank a pénzügyi edukációért
2016. augusztus 8.**

A pályázott kategória: Magyar nagyvállalat

Pályázati anyag címe: Budapest Bank a pénzügyi edukációért

A pályázó főbb adatai:

Név: Budapest Bank Zrt.

Cégforma: Zrt.

Székhely: 1138 Budapest, Váci út 193.

Fő tevékenység: társaság hitelintézet, amelynek típusa bank

Levelezési cím: Budapest Bank Zrt., 1138 Budapest, Váci út 193.

Adószám: 10196445-4-44

Bankszámlaszám: 10101504-99373730-00000005

Tartalomjegyzék

1. A Budapest Bank rövid bemutatása	3
2. A Budapest Bank társadalmi felelősségvállalása.....	4
3. A Budapest Bank a pénzügyi edukációért	5
3.1 A pénzügyi kultúra fejlesztésére irányuló stratégiánk és alapelveink.....	5
3.2 „Dobbantó, Budapest Bank – pénzügyekről nőknek”	6
3.3 A pénzügyi kultúra fejlesztését szolgáló további projektjeink	9
3.4 Lakossági kutatások 2015-2016-ban	11

1. A Budapest Bank rövid bemutatása

A Budapest Bank az egyik legelső hazai kereskedelmi bankként 1987-ben jött létre. A magyar bankpiac egyik meghatározó szereplője, a nyolc hazai nagybank egyike.

A bankcsoport teljes körű pénzügyi szolgáltatást nyújt lakossági és vállalati ügyfeleinek. A pénzügyintézet mintegy 2800 embert foglalkoztat, országos fiókhálózat pedig csaknem 100 bankfiókot foglal magában. A Budapest Bank csoport főbb tagjai a bank 100 százalékos tulajdonú leányvállalatai: a Budapest Autófinanszírozási Zrt., a Budapest Alapkezelő Zrt., és a Budapest Lízing Zrt.

A Budapest Bank 2006-ban hozta létre békéscsabai Bankműveleti Központját, ahol ma már mintegy 750 munkatársunk dolgozik modern, a 21. század követelményei szerint kialakított munkahelyen. A központ a térség egyik legnagyobb munkáltatója a versenyszférában. Itt zajlik a Budapest Bank háttérműveleteinek nagy része, például a hitelekkel kapcsolatos adminisztráció, a számlanyitás, a panaszkezelés, a telefonos értékesítés és itt működik a bank telefonos ügyfélszolgálat is.

A bankcsoport felépítése

A GE Capital 2015 februárjában megállapodást írt alá a Budapest Bank eladásáról, amelynek értelmében 2015. június 29-e óta a bank tulajdonosa a magyar állam.

Elismeréseink 2015-ben

„MasterCard – Az év bankja” verseny:

- „Az év legjobban kommunikáló bankja” – első helyezés
- „Az év társadalmilag felelős bankja” – második helyezés
- „A pénzügyi kultúra fejlesztése terén legaktívabb bank” – második helyezés
- „Az év lakossági megtakarítási terméke” – második helyezés
- „Az év ifjú bankára” – második helyezés

CSR Hungary Díj:

- Fenntartható nagyvállalat kategória – első helyezett
- Közös felelősség, közös ügyek kategória – első helyezett

CSR Best Practice:

- CSR Best Practice elismerés

Magyar Adományozói Fórum Társadalmi Befektetések Díja:

- Szenior Különdíj

2. A Budapest Bank társadalmi felelősségvállalása

A felelős gondolkodás a Budapest Bank csoport tevékenységének minden szintjén érvényesül.

Társadalmi felelősségvállalási stratégiánkat

- a teljes működési környezetet érintő felelős magatartás,
- a munkatársak iránti felelősség,
- valamint a civil társadalom iránti elkötelezettség határozzák meg.

Stratégiánkat a **fenntarthatóság** és **innováció** jellemzi. Elsősorban hosszútávra szóló programokban gondolkodunk, ugyanakkor érzékenyek maradunk az aktuális környezeti, társadalmi problémákra, és támogatjuk azok helyi szinten történő kezelését.

A Budapest Bank üzleti tevékenységének alapja az „**Elkötelezettségünk Szelleme és Betűje**” című etikai kódex, amely működésünk minden területét szabályozza, legyen szó a bank irányításáról, a hitelezésről vagy az ügyfelekkel való kapcsolattartásról. Az etikai kódexben foglaltak betartását a bank minden munkavállalójától elvárja, ezen kívül az előírások egy része a beszállítói, alvállalkozói szerződésekben is szerepet kap.

Vállalati filozófiánk alapértékei az **egyenesség**, az **átláthatóság**, az **ügyfélközpontúság** és a **fenntarthatóság**.

CSR stratégiánk fókuszterületei változatlanul a **pénzügyi kultúra fejlesztése**, az **önkéntesség**, az **esélyegyenlőség** és a **közösségi értékek megóvása**, támogatása.

A Budapest Bank felelősségvállalási programjai a bank működésébe integrálva valósulnak meg, amit a bank vezetősége – a vezérigazgató, a HR és kommunikációs vezető – felügyel. A különböző programok összehangolt megvalósítását a bank kommunikációs osztálya végzi.

Felelős vállalként gazdasági tevékenységünk mellett kiemelten figyelünk a környezetünkben élők életkörülményeinek javítására is. Célunk, hogy a civil társadalom életében aktív szerepet vállaljunk és segítséget nyújtsunk a rászorulóknak problémáinak kezeléséhez. Munkatársainkat arra ösztönözzük, hogy személyes elköteleződéssel, önkéntes munkával vegyék ki részüket a környezetükben élők életkörülményeinek javításából.

3. A Budapest Bank a pénzügyi edukációért

3.1 A pénzügyi kultúra fejlesztésére irányuló stratégiánk és alapelveink

A Budapest Bank társadalmi szerepvállalásának egyik kulcsfontosságú területe a pénzügyi kultúra fejlesztése. A hazai kereskedelmi bankok között elsőként kezdtünk el foglalkozni a lakosság pénzügyi ismereteinek bővítésével, és e területen immár több mint két évtizedes tapasztalattal rendelkezünk. Célunk, hogy segítsük ügyfeleinket a helyes, átgondolt pénzügyi döntések meghozatalában, terveik megvalósításában.

Ezen kívül számos olyan kezdeményezést indítottunk, amelyek a lakosság széles körének nyújtanak segítséget a pénzügyi ismeretek elsajátításában. Ezt célzó programjainkat évről évre bővítjük és továbbfejlesztjük. Kezdeményezéseinket a bank vezetése is támogatja, munkatársaink pedig aktív szerepet vállalnak a programok megvalósításában.

A bank a lakosság pénzügyi tudatosságának fejlesztése érdekében 2008 őszén dolgozott ki átfogó stratégiai tervet.

A Budapest Bank működésében meghatározó szerepet töltenek be azok az elvek és értékek, amelyek célja, hogy ügyfeleinket hozzásegítsük a helyes, átgondolt pénzügyi döntésekhez, az igényeiknek, illetve a teherviselő képességeiknek leginkább megfelelő pénzügyi termék kiválasztásához, és végső soron pénzügyi-gazdasági céljaik megvalósításához.

Tevékenységünkben korábbi anyavállalatunk, a GE által kidolgozott alapelvek nyilvánulnak meg, és ezek új tulajdonosunk, a magyar állam maximális támogatását is élvezik. Vállalati filozófiánkban kulcsszerepet játszik az egyenesség, az átláthatóság, az ügyfélközpontúság és az értékteremtés.

2000 óta működtetjük a közvetlenül a vezérigazgató alá tartozó compliance (megfelelőség) funkciót, amely a jogszabályoknak való megfeleléségen túlmutató felelős működést biztosítja. E terület részeként működik a standardjaink betartását koordináló felelős hitelezési vezető, aki részt vesz valamennyi termékhez kapcsolódó folyamatban a terméktervezéstől a monitoringig.

A Budapest Bank 2009 óta alkalmazza a felelős hitelezési standardokat és 2010-től a felelős banki ügyintézésre vonatkozó standardokat, amelyek fő célja, hogy:

1. Képesse tegyük ügyfeleinket az információn alapuló döntések meghozatalára, hogy eldönthessék, ajánlatunk értékes-e és anyagilag megengedhető-e számukra.
2. Termékeink és folyamataink átláthatók legyenek.
3. Korrekt módon, tisztelettel bánjunk ügyfeleinkkel.
4. Rugalmasan reagáljunk az ügyfelet érintő, pénzügyi nehézségeket okozó változásokra.

Felelős hitelezési és felelős banki ügyintézési standardjainkon túl termékeinkkel és szolgáltatásainkkal is többféle módon segítjük ügyfeleinket pénzügyi, gazdasági céljaik elérésében. Hangsúlyozzuk az öngondoskodás jelentőségét, és folyamatosan bővülő termékpalettával igyekszünk kielégíteni a megtakarítási, befektetési igényeket.

Az ügyfélkiszolgálás színvonalát folyamatosan, többek között reprezentatív telefonos felméréssel ellenőrizzük, amelynek során a termékekről, szolgáltatásokról kapott információk teljességét vizsgáljuk, és az itt kapott visszajelzések alapján értékeljük ügyintézőinket. Tanácsadóinkat rendszeres próbavásárlásokkal is ellenőrizzük, az ügyfél-elégedettségi vizsgálataink során pedig arra keressük a választ, hogy ügyfeleink mennyire ajánlanák a Budapest Bankot másoknak.

A banknál működő standardok a jogszabályi megfelelést minden esetben biztosítják, de emellett segítik a nemzetközi jó gyakorlatok elterjedését, illetve alkalmanként az előírásoknál jóval szigorúbb önkorlátozást várnak el.

Pénzügyi szolgáltatói működésünk egyik legfontosabb alapértéke a felelős hitelezés, amely mind a lakossági, mind a vállalati ügyfélkörben érvényesül. Lényegre törő szemléletmódunk és átlátható hitelezési politikánk lényege, hogy a lehető legelőnyösebb banki termékeket és szolgáltatásokat nyújtunk ügyfeleinknek, amelyekre valóban szükségük van, mindezt egyértelműen és világosan kommunikálva.

Termékeinket olyan prospektusokkal, információs anyagokkal látjuk el (nyomtatott formában és a honlapunkról letölthető formában is), amelyekben mind a termékek működésének sajátosságaira, mind pedig a lehetséges kockázatokra felhívjuk ügyfeleink figyelmét. Tanácsadóink fokozottan figyelnek arra, hogy az ügyfél érti-e, amit mondanak, emellett tájékoztatják az ügyfelet a megvásárolt termék valamennyi paraméteréről (kamatokról, díjakról, az előtörlesztés lehetőségéről és díjáról, a biztosítás választhatóságáról, a biztosítási feltételekről, a devizahitelek kockázatáról).

Különösen nagy figyelmet fordítunk a világos, közérthető kommunikációra a hitelek esetében, amelyeknél nem csak az ügyfelek igényeit, de lehetőségeit is fontos mérlegelni, és közösen kell keresni a legmegfelelőbb, biztonságos megoldást. Ahhoz, hogy egy ügyfél átgondoltan, fizetőképességének megfelelően dönthessen a hitelfelvételről, elengedhetetlen a széles körű informálódás. Ennek érdekében nemcsak munkatársainkat készítjük fel arra, hogy pontos tájékoztatást nyújtsanak az ügyfeleknek, de honlapunkon is elérhetővé tettük mindazon fogyasztóvédelmi tájékoztatókat (pl. fogyasztóvédelmi oldalak, kalkulátorok), amelyek segítséget nyújtanak az ügyfélnek egy-egy pénzügyi döntés meghozatala előtt.

3.2 „Dobbantó, Budapest Bank – pénzügyekről nőknek”

2010-ben „Dobbantó, Budapest Bank – pénzügyekről nőknek” néven indítottuk el a nők pénzügyi tudatosságát, gazdasági és üzleti ismereteit bővítő programunkat a SEED Kisvállalkozás-fejlesztési Alapítvánnyal közösen. A Dobbantó fókuszában a vállalkozónők állnak, és célja, hogy a nők pénzügyi ismereteinek bővítésével, vállalkozói kompetenciáik fejlesztésével segítsük érvényesülésüket az üzleti életben.

A felelős programot megelőző kutatás és annak eredményei

„A magyarországi vállalkozónők helyzetének feltárása, különös tekintettel a nemek közötti esélyegyenlőség, valamint a munka és magánélet összehangolásának kérdésére” című, 2009 második felében végzett reprezentatív kutatás rámutatott, hogy 1) a magyarországi vállalkozónők gazdasági várakozásai nagyon negatívak, 2) elégedetlenek saját és vállalkozásuk pénzügyi helyzetével, 3) a tudatos működés – üzleti tervezés, marketing, minőségbiztosítás, szellemi tulajdonvédelem – csak keveseknél érhető tetten, 4) kommunikációs aktivitásuk gyakran személyes kapcsolataik mozgósítására korlátozódik, és 5) vállalkozói ismereteiket elsősorban saját vállalkozásuk gyakorlatából szerezték meg. Nekiálltunk tehát kidolgozni egy olyan programot, amely egyfelől fejleszti a vállalkozói készségeket, átfogó ismereteket nyújt a vállalkozások működtetéséhez szükséges kulcsfontosságú témakörökben - amilyen például a marketing, a tárgyalástechnika, az üzleti etikett –, valamint lehetőséget biztosít a szakmai kapcsolati háló bővítésére is. Az is egyértelműen látszódott, hogy a megkérdezett vállalkozónők

többségénél nem csak a tudatosság, a kapcsolatrendszer, vagy a tőke hiányzik ahhoz, hogy vállalkozásukat sikerre vigyék, hanem sokszor az önbizalmuk is. A siker érdekében tehát az önbizalomnövelés is fontos szerepet kellett, hogy kapjon a programban.

A felelős program megvalósítása

Tréning:

Szakmai partnerünk a Dobbantó életre hívásában és mind a mai napig a képzések lebonyolításában a SEED Kisvállalkozás-fejlesztési Alapítvány; az ő vállalkozónői kompetenciafejlesztő programjuk részét képezi a felnőttképzési akkreditációval bíró, és ma már nemzetközileg is elismert Dobbantó képzés.

A program központi eleme a hat héten át tartó, 12 napos kompetenciafejlesztő tréning, ahol a 20 résztvevő a vállalkozás indításával, fejlesztésével, marketingjével, menedzsmentjével, a pénzügyi forrásteremtéssel és az adózással kapcsolatos ismereteket sajátíthat el. A pénzügyi oktatói modulnt önkéntesként a Budapest Bank kisvállalkozás-finanszírozási szakértője vezeti, kiemelt figyelmet fordítva a tudatos bankválasztásra és a finanszírozási formák bemutatására.

A Dobbantó a piacon az egyetlen olyan átfogó, kifejezetten nőket megcélzó felnőttképzési program, amely egy vállalkozás elindításához és működtetéséhez szükséges ismereteket biztosítja. Moduljai:

- vállalkozói készségek fejlesztése,
- vállalkozásindítás és üzleti tervezés,
- marketing
- kisvállalkozói pénzügyek, kimutatások, adózás, finanszírozás
- vállalkozások menedzsmentje, felkészítés prezentációra
- üzleti tervek prezentációja.

A tréning végére a résztvevők elkészítik üzleti tervüket.

Klubesemények:

Havi-kéthavi rendszerességgel mindenki számára nyitott klubeseményeket is szervezünk, amelyek szakmai előadásokkal várják az érdeklődőket, és kiváló lehetőséget teremtenek a kapcsolatépítésre. A rendezvényeken az utóbbi egy-két évben olyan témákról hallhattak előadásokat a résztvevők, mint a digitális marketing, a pénzügyi forrásteremtés, az énmárka-építés, a tárgyalástechnika, az időgazdálkodás, az önismeret és az üzleti networking. Az előadások során meghívott vendégként egy-egy sikeres vállalkozónő is megosztja tapasztalatait az érdeklődőkkel, ezzel is segítve az elhangzottak gyakorlati hasznosítását. Témától függően vagy előadásokkal várjuk az érdeklődőket, vagy workshopokkal, kerekasztal-beszélgetésekkel. Az előadások végén mindig időt és lehetőséget biztosítunk az egyéni kérdésekre és a kapcsolatépítésre, a kötetlen beszélgetésre.

Ezeket a díjmentesen látogatható szakmai előadásokat széles körben hirdetjük meg, az évek során összeállít többszáz fős címlistán túlmenően a Dobbantó klubok – immár több mint 500 tagot számláló – Meetup.com csoportjában, a bank és a program Facebook oldalán, valamint a kisvállalkozókat tömörítő szervezeteken keresztül (pl. FIVOSZ, Gazdagmami, és természetesen a SEED Alapítvány).

A klubrendezvények végén a résztvevők minden alkalommal értékelőlapot kapnak kézhez, amely egyfelől kitér arra, hogy a közeljövőben mely témákról hallanának legszívesebben, másfelől pedig a visszatérő látogatókat megkérdezzük, hogy a korábbi előadásokat mennyire tudják hasznosítani a vállalkozásukban. Ezek rendkívül értékes visszajelzések számunkra, amelyek segítenek még hatékonyabbá tenni a klubeseményeket.

Célkitűzéseinknek megfelelően kurzusonként 20-22 vállalkozónőnek segítünk érvényesülni az üzleti életben - vállalkozását fellendíteni, bővíteni, vagy ötletét életképes üzleti tervbe önteni és megvalósítani -, emellett mindenki számára nyitott klubeseményeinken alkalmanként átlagosan 50 leendő vagy gyakorló vállalkozónőnek adunk át szakmai ismereteket.

A felelős program eredményei

A Dobbantó tréning már közel 300 női vállalkozónak segített fellendíteni meglévő cégét, vagy megvalósítani vállalkozási ötletét

Komplex vállalkozónői programunk indításának 6. évfordulóját ünnepeltük meg 2016. május 23-án, a Gerbeaud Házban tartott szakmai nappal. **A hat év alatt 14 tréninget tartottunk 294 női vállalkozó részvételével, és 22 klubeseményt szerveztünk mintegy 44 előadóval és több mint 1300 résztvevővel.** A program résztvevőit – köztük mindazon vállalkozónőket, akik az elmúlt évek során elvégezték a program lelkét jelentő 12 napos képzést – előadásokkal, tanácsadással, networkinggel egybekötött találkozóra hívtuk meg.

A szakmai előadások a női vállalkozások európai és hazai helyzetéről, illetve fejlesztési lehetőségeiről, valamint a startupok és lifestyle businesssek befektetési lehetőségeiről, sajátosságairól szóltak.

A résztvevők inspiráló és tanulságos vállalkozástörténeteket hallhattak olyan sikeres női vállalkozóktól, mint Sallay Fanni, a Cake Shop tulajdonosa, Gál-Berey Tünde, a Villámfordítás Fordítóiroda tulajdonosa, Horváth Dorka, a BOOKR Kids tulajdonosa, valamint Paizs Dóra, az Anyacsavar tulajdonosa. Bár más-más területeken vállalkoznak, valamennyiüket összeköti a munkájuk iránti határtalan szenvedély. Előadóink rávilágítottak a vállalkozói lét számos előnyére, és megosztották a hallgatósággal, hogyan tudtak az évek során ideális egyensúlyt teremteni a munka és a magánélet között. Elsőkézből hallhattuk, mennyire fontos rálelni a megfelelő piaci résre, és ott kialakítani a saját helyünket; hogy igenis el lehet engedni a tökéletességre való törekvést, és szabad hibázni; hogy a munka és az anyaság nem csak szolgálat lehet, hanem örömforrás is.

A jelenlévő vállalkozónőket végezetül tanácsadóink fogadták, hogy segítséget nyújtsanak a legkülönbözőbb kérdésekben a marketing és online marketing, az üzleti etikett és protokoll, az időgazdálkodás és önismeret, valamint a pénzügyek és kisvállalati finanszírozás területén.

Elismerések

A Dobbantó két európai best practice minősítést is elnyert 2014-ben (ETF – European Training Foundation, EIGE – European Institute for Gender Equality).

Dobbantó a világhálón

Az évfordulóval egyidejűleg idén indítottuk el a Dobbantó Facebook oldalát és honlapját annak érdekében, hogy az érintettek még szélesebb körét elérhessük. A honlap a www.dobbantoprogram.hu címen érhető el, és rendszeresen frissülő tartalommal, számos hasznos információval és beszámolóval könnyíti meg az eligazodást a vállalkozások indításával, illetve működtetésével kapcsolatos kérdésekben. A Dobbantó program szakértőinek tippjeit, valamint a kisvállalatoknak szánt tanácsokat Linkedin oldalunk követőivel is rendszeresen megosztjuk.

A felelős program kommunikálása

Külső kommunikáció:

- Dobbantó Facebook oldal
- Dobbantó honlap
- vállalati Facebook oldal
- sajtóközlemény
- a tréningek meghirdetése kapcsán hirdetés Facebookon, nyomtatott sajtóban
- e-DM
- rendezvények
- image videó: <https://www.youtube.com/watch?v=DV2ZQMjelOg>

Belső kommunikáció:

- Intranet
- belső hírlevél
- prezentációk

3.3 A pénzügyi kultúra fejlesztését szolgáló további projektjeink

Több mint 20 éves múlttal **rendelkezik „Budapest Bank az Oktatásért és a Magyar Pénzügyi Kultúráért” Alapítványunk**, amelynek kiemelt feladata a hazai és határon túli magyar pénzügyi és közgazdasági oktatás színvonalának fejlesztése. Az Alapítvány a pénzügyi, közgazdasági oktatás megfelelő feltételeihez kíván hozzájárulni annak érdekében, hogy a következő generációk a kellő elméleti és gyakorlati ismeretek birtokában tudatos pénzügyi döntéseket hozhassanak. Az alapítvány negyedszázados fennállása alatt 675 intézményt és szervezetet részesített több mint 163 millió forint vissza nem térítendő támogatásban.

A Budapest Bank békéscsabai Bankművelési Központja közel 750 főt foglalkoztat, ezzel a megye egyik legnagyobb gazdasági szereplője. Felelős vállalként fontosnak tartjuk, hogy a város és a térség életének aktív részese legyünk. 2013-ban indítottuk el a **Budapest Bank Békéscsabáért Programot** azzal a céllal, hogy egy hosszú távú pályázati program keretében segíthessük a helyi értékes civil kezdeményezéseket. A program során eddig összesen 31 millió forintot osztottunk ki 73 helyi civil szervezetnek. A pályázható témák körét minden pályázati ciklusban külön

határozzuk meg; ezek között is szerepelt már a pénzügyi tudatosság növelése, a pénzügyi ismeretek fejlesztése.

Békéscsabai Bankműveleti Központunk munkatársai rendszeresen tartanak **előadásokat** a központba látogató **középiskolásoknak**, akiknek nem csak a központ működését mutatják be, hanem általános pénzügyi ismereteket is átadnak.

2009 júniusában elindított **MOST! magazinunk** negyedévente szolgálat közérthető nyelven pénzügyi információkat nemcsak ügyfeleinknek, hanem mindazoknak, akik szeretnének többet tudni pénzügyeikről. Az utóbbi egy év lapszámaiban többek között olyan témákkal foglalkoztunk, mint a családi vállalkozások sajátos dilemmái, a civil forrásteremtés, és bemutattunk inspiratív női vállalkozásokat.

Kis- és középvállalati ügyfeleink számára 20 éve rendezünk az év végén **Ügyfétalálkozókat** országszerte több helyszínen. A rendezvények egységes koncepció, egy adott téma köré épülnek, ezzel biztosítjuk a résztvevők minél szélesebb körű tájékoztatását és a legfontosabb aktuális kérdések megvitatását.

Privátbanki ügyfeleinket a negyedévente tartott **Money+ találkozók** előadásain befektetésekkel kapcsolatos aktuális információkkal, tanácsokkal segítjük.

A pénzügyi tudatosságot célzó kezdeményezésekhez munkatársaink önként csatlakoznak: kollégáink gyakran kapnak megkereséseket oktatási és nonprofit szervezetektől, illetve proaktívan lehetőséget teremtenek arra, hogy **pénzügyi ismeretterjesztő előadásokat** tartsanak különböző helyi oktatási intézményekben.

Aktív résztvevői voltunk a pénzügyi szektor szereplői által létrehozott **Pénzügyi Iránytű Programnak**: kollégáink rendszeresen vállaltak szakértői megszólalást a program keretein belül megjelenő pénzügyi ismeretterjesztő cikkekben.

Magyarország 2015-ben először csatlakozott a közel 30 országot átfogó **European Money Week/Európai Pénzhét** kezdeményezéshez, amelynek programsorozatában tavaly és idén is részt vettek a Budapest Bank önkéntesei, akik általános- és középiskolás diákoknak tartott pénzügyi ismeret órákon segítettek. A pénzügyi témahéten több mint 102 000 diák ismerkedhetett meg az őket is érintő hétköznapi pénzügyi témákkal. Tavaly a családi költségvetés, idén a megtakarítások és pénzügyi tervezés alapkérdései alkották az ismeretanyag gerincét.

Aktívan terjesztjük a korábban a PSZÁF, jelenleg pedig a Magyar Nemzeti Bank által szerkesztett és sokszorosított fogyasztói tájékoztató füzeteket és kiadványokat.

2014-ben bankunk támogatásával indult el a **Bankmonitor.hu „Tudatoshitel” alkalmazása**, amely a pénzügyekben kevésbé járatos felhasználóknak nyújt segítséget a hitelfelvétellel kapcsolatos kérdéseik megválaszolásában, az esetleges hitelkockázatok számszerűsítésében. A program nem hitelajánló – így konkrét banki ajánlatokat nem is tartalmaz –, hanem sokkal inkább a döntés-előkészítésben segít: bemutatja például a kamatkockázat és a más, váratlan tényezők várható hatását az adott háztartás erőforrásainak fényében. A Bankmonitor a „Tudatoshitel” elindításakor sajtótájékoztatót tartott és közleményt adott ki, amelyben a Budapest Bankot is megemlíti, mint az alkalmazás szponzorát.

Kollégáink rendszeres résztvevői a pénzügyi tudatosság fejlesztését célzó **konferenciáknak**. Támogatói és résztvevői vagyunk többek között a Portfolio.hu Öngondoskodás konferenciáinak, amelyek a lakossági öngondoskodás aktuális kérdéseit, akadályait és lehetőségeit térképezik fel.

3.4 Lakossági kutatások 2015-2016-ban

Az **elszámolás** kapcsán 2015 májusában arra voltunk kíváncsiak, hogy az érintettek hogyan tervezték felhasználni a nekik visszajáró összeget, illetve melyek a tapasztalataik, terveik ezzel kapcsolatban. A felmérés eredménye szerint minden második ex-devizahiteles kiváltaná jelzálogkölcsonét, és az elszámolás miatt visszakapott összegek nagy részét felélik a hitelesek. A devizahitelesek kicsivel több, mint fele tapasztalt törlesztőrészlet-csökkenést az elszámolást követően, ők átlagosan 33 ezer forinttal fizetnek kevesebbet. Azok, akiknek hitelszerződése már lezárult, átlag 300 ezer forintot kaptak vissza bankjuktól. Mindkét csoportra jellemző, hogy a visszanyert összeget nagyrészt felélik, napi kiadásokra fordítják. A továbbra is élő hitelszerződéssel rendelkezők fele gondolkodott abban, hogy jelenlegi konstrukcióját egy kedvezőbb ajánlatra cserélje.

2013. április, 2014. január, majd 2015. május után 2016 májusában ismét felmérést végeztünk, amelyben a **megtakarítási szokásokat és a befektetői attitűdöket** vizsgáltuk. A Budapest Alapkezelő 2013-ban indított évente ismétlődő kutatássorozat, amelynek célja, hogy felmérje a hazai lakosság körében a megtakarítani tudók arányát, a megtakarítások volumenét, a különböző megtakarítási, befektetési eszközök megoszlását, valamint a megtakarítási és befektetési eszközökkel kapcsolatos pénzügyi ismereteket és az egyes eszközökhöz – ezen belül kiemelten a befektetési alapokhoz – való viszonyulást, továbbá képes legyen kimutatni a befektetői attitűdök alakulásában rejlő trendeket. A legutóbbi felmérés eredményei szerint a megtakarítani tudók aránya jelentősen nőtt az internetező lakosság körében: míg két évvel ezelőtt a megkérdezettek mindössze egyharmada tudott félretenni, mára ez az arány már 55%. A befektetési eszközök használatában azonban még nincs elegendő gyakorlata a lakosságnak: a pénzüket még mindig legtöbbször lekötés nélkül a folyószámlán, illetve készpénzben tartják.

2015 júniusában és 2016 májusában a **lakosság nyaraláshoz kötődő pénzügyi szokásait** mértük fel. A magyar háztartások a tavalyihoz hasonlóan idén is közel 150.000 forintot terveztek nyaralásra fordítani. Idén a magyarok közel kétharmada (59%) tervez pihenést, ami jelentős emelkedés a tavaly mért 48%-hoz képest. A lakosság 92%-a a spórolt pénzéből vagy havi bevételéből finanszírozza az utazás költségeit. A lakosság körében általánosságban tapasztalható hitelfelvételi-kedv növekedés itt is érezteti hatását: míg tavaly alig szerettek volna hitelt felvenni az emberek ilyen célra (2%), addig idén már többen (5%) folyamodnának ehhez a megoldáshoz. A családhoz, ismerősökhöz és barátokhoz azonban már nem fordulnának kölcsönért, ugyanis a tavalyi 4%-hoz képest idén senki sem kérne pénzt tőlük a nyaraláshoz. A különféle kiadásokat idén is hasonlóan fizetjük, mint 2015-ben: készpénzzel 88%, bankkártyával 54%, cafeteriából 27%, interneten keresztül pedig 18% fizet. A külföldre látogató magyarok 83%-a még mindig otthonról visz magával valutát. A válaszadók 53%-a szokott érintés nélküli, azaz PayPass vagy payWave kártyával is fizetni, közülük 69% nyaralás közben is.

2011 óta két évente végeztet reprezentatív kutatást a Budapest Bank a hazai lakosság körében, hogy megtudja, **milyen vásárlási és pénzügyi szokások jellemzik a fogyasztókat karácsony környékén**. A 2015-ös harmadik felmérésből kiderült, hogy karácsonyi ajándékokra a nők jellemzően (70%) 50.000 forint alatti összeggel kalkuláltak, míg a férfiak közel fele (44%) 50.000 forint feletti összeget szánt erre a célra fordítani. Ez személyenként átlagosan 7.000 forintnak felel meg, ami két év alatt semmit sem változott. A megkérdezettek egynegyede számára a karácsony jelentős, megterhelő kiadást jelent, a lakosság közel fele (45%) már a karácsony előtti hónapokban elkezdi spórolni az ünnepi kiadásokra, egyötöde (21%) inkább az ünnepek után húzza meg a nadrágszíjat. Az ajándékok beszerzésénél a készpénz továbbra is a legnépszerűbb fizetési eszköz (73%), amelyet a betéti kártya (52%), a hitelkártya (24%), és az interneten

keresztül, bankkártya adatok megadásával történő fizetés (23%) követ. Az érintőfunkciós betéti kártyák térnyerése szemmel láthatóan megkezdődött az elmúlt két évben: a válaszadók 27%-a jelölte meg a használt fizetőeszközök között az érintőkártyákat. Az interneten keresztül vásárlók többsége (57%) továbbra is inkább utánvétellel fizet a megrendelt termékért, jellemzően készpénzt vagy bankkártyát használva. Mindössze 33%-uk fizet online, a bankkártya adatainak megadásával, ugyanis az utánvétellel fizetők közel fele (48%) attól tart, hogy visszaélnék a bankkártyája adataival.

2015-2016 telén végzett felmérésünkben a lakosság **vállalkozói kedvére** voltunk kíváncsiak. A magyar lakosság közel fele (48%) érez magában kedvet önálló cég indításához, vagy ahhoz, hogy betársuljon egy már meglévő vállalkozásba. A többség optimista, bízik abban, hogy vállalkozása a közeljövőben megvalósulhat (54%), minden negyedik válaszadó pedig már tényleges ötlettel is rendelkezik. A kutatás rávilágított arra is, hogy átlagosan a vállalkozás beindításhoz szükséges anyagi erőforrás mintegy harmadát (35%) fedeznék önerőből a megkérdezettek, banki kölcsönt pedig negyedük venne igénybe. A szűk többség (53%) szükségét érzi annak, hogy vállalkozása előtt külön képzésen vegyen részt; nekik elsősorban pénzügyi, jogi, adózási ismeretekre, marketinggel kapcsolatos tanácsokra és értékesítési szaktudásra lenne szükségük. Emellett vezetői készségeik fejlesztésének is figyelmet szentelnének azok – elsősorban a fiatalok –, akik saját cégük megalapítása előtt külön szakmai képzésre szánnák rá magukat.

2016 elején a **téli utazási**, illetve ehhez kapcsolódó szokásokról végeztünk felmérést. Egy utazásra fejkenként átlagosan 38.000 forintot költenek a válaszadók. A többség (59%) az előre megtakarított pénzből finanszírozza az utazását, és a költségek felét ebből állja, míg minden negyedik magyar az aktuális havi bevételeiből is kiegészíti ezt az összeget (27%), ami a téli utazásra szánt pénz nagyjából ötödét fedezi. A magyar lakosság a nyaraláshoz hasonlóan télen is önerőből utazik, csupán a válaszadók elenyésző része (4%) nyilatkozott úgy, hogy hitelt vesz fel ilyen célra. Az út során felmerülő kiadásokat, például az utazás, a szállás vagy az étkezés költségeit, a belépőjegyeket és bérleteket, valamint a sportfelszereléseket elsősorban készpénzzel (79%) fizetik az utazók, ugyanakkor minden második válaszadó bankkártyát (46%), minden ötödik pedig SZÉP kártyát (22%) is használ. A bankkártya jelentőségét mutatja, hogy az utazók fele (49%) ahol lehet, plasztikkal fizet az utazása során. A válaszadók egyharmada biztosítás nélkül vág neki az utazásnak, leginkább azért, mert nem szívesen költ rá, vagy, mert úgy véli, vele nem történhet baj.

2016 júliusában azt vizsgáltuk meg, **a magyar szülők mikor, milyen rendszerességgel, mennyit tesznek félre gyermekük jövőjére**, illetve **mekkora anyagi terhet ró a családokra az iskolakezdés**. Az iskolások szüleinek kétharmada rendszeresen és tudatosan spórol azért, hogy megalapozza gyermeke jövőjét, éves átlagban 84 ezer forintot tesznek félre ebből a célból. Céljuk az, hogy a gyermek 21-23 éves koráig átlagosan 3,15 millió forint gyűljön össze. A felmérésre alapozott számításaink szerint azonban ehhez meg kellene duplázni a jelenlegi megtakarítások átlagos összegét. Az utódok jövőbeni anyagi biztonságának megteremtését a szülők 80 százaléka tartja fontosnak, 69 százalékuk pedig rendszeresen félre is tesz ennek érdekében. Idén átlagosan 83 ezer forintba került gyermekenként az iskolakezdés, ami jelentős terhet ró a családokra. A családok a beiskolázás előtt átlagosan öt hónapig takarékoskodnak.

2012 októberében publikáltuk először a **Banki Mobilitási Index** eredményeit. A kutatássorozat célja, hogy feltérképezze a lakossági ügyfelek bankjukhoz való hűségét, és feltárja, milyen akadályokba ütközik a bankváltás. A 2016 márciusában végzett kutatási hullám eredménye szerint csökkent az elmúlt egy évben a bankváltások száma, csupán a lakosság 2%-a váltott bankot. A magyar lakosság elsöprő többsége (93%-a) elégedett jelenlegi bankjával. A főbank megszűnése megkerülhetetlen ok a bankváltásra, ilyenkor a lakosság legfontosabb elvárása a

Pályázó vállalat neve: Budapest Bank Zrt.
Kategória: Magyar nagyvállalat

leendő pénzügyintézzettel szemben, hogy szolgáltatásait alacsony áron kínálja (67%), de lényeges a megbízhatóság (46%) is. Jól mutatja az internet- és mobilbanki szolgáltatások térnyerését, hogy 2014-hez képest 5%-kal, 45%-ra nőtt azok aránya, akiknek váltáskor ez is kifejezetten fontos szempont. Mindeközben nő azoknak a száma, akik folyamatosan ellenőrzik banki költségeiket (17%-ról 23%-ra), vagyis egyre többen tudatosan kontrollálják pénzügyeiket.

Valamennyi fenti kutatás eredményét sajtóközlemény (ezen felül esetenként sajtóbeszélgetés, interjú) formájában hoztuk nyilvánosságra.