



KREDITO UNIJOS NARIŲ FINANSINĖ ELGSENA ATSIŽVELGIANT Į JŲ ASMENINES SAVYBES

Mantautas Račkauskas, Vytautas Liesionis

Vytauto Didžiojo universitetas

Anotacija

Šiandien, kai dauguma ekonominių teorijų jau yra ištirta, o jų veikimas yra pagrįstas daugeliu tyrimų, yra pastebima vis daugiau nukrypimų, kurių negalima paaiškinti standartinėmis ekonominėmis teorijomis. Šiems nukrypimams paaiškinti pasitelkiama žmonių psichologijos analizė ir jų priimtų sprendimų iracionalumo įvertinimas. Tai parodo, jog finansinė elgsena - tai finansų ekonomikos ir kognityvinės psichologijos junginys, egzistuojantis visose gyvenimo srityse, o ypač tose, kur reikia priimti finansinius sprendimus. didėjanti kredito unijų rinka tampa vis didesniu konkurentu bankams, o žmonių pasirinkimą tarp šių finansinių institucijų įtakojantys veiksniai gali būti labai įvairūs - tiek materialiniai, tiek psichologiniai. Todėl šiame darbe atlikto tyrimo metu yra siekiama išsiaiškinti kokie pagrindiniai aspektai įtakoja žmonių apsisprendimą. Kartu siekiama įvertinti žmonių pasitenkinimą kredito unijomis, kai vartotojas gali palyginti ir turi vartojamą patirtį. Pirmojoje darbo dalyje yra pristatoma finansinės elgsenos teorija. Taip pat supažindinama su kredito unijų veiklos specifika bei esminiais pranašumais prieš didžiuosius Lietuvos bankus. Antrojoje dalyje pristatomas finansinės elgsenos tyrimas - supažindinama su tyrimo metodologija, kuri buvo naudojama tyrimui atlikti. Trečioji darbo dalis - gautų rezultatų analizė, palyginimas, sąryšių tarp skirtingų veiksnių ieškojimas. Darbo pabaigoje pateikiamos apibendrinančios išvados apie kredito unijos narių finansinės elgsenos ypatumus, įtakojusius jų pasirinkimą bei elgseną kredito unijoje. Šis darbas reikšmingas tuo, kad būtent jame buvo pradėta nauja tyrimų sritis - pradėta tirti žmonių elgsena renkantis tarp kredito unijos ir banko. Ji ne tik apima tam tikrus asmens sprendimus, kurie parodo paprastus ir visiems aiškius, kartais net elementarius žingsnius, kurie atrodo visuotinai priimtini, bet ir ieško priežasčių, kodėl toks žingsnis buvo pasirinktas, nes dažniausiai tam tikri sprendimai, o ypač finansiniai yra priimami ne dėl vienos, o dėl viso rinkinio priežasčių, kurios nulemia ne tik finansinę naudą, bet ir moralinį, psichologinį ir dvasinį pasitenkinimą. Tyrimo metu buvo nustatyta apklaustųjų socialinė padėtis bei pagrindiniai socialiniai bruožai, padedantys identifikuoti kredito unijos nari. Taip pat buvo identifikuoti pagrindiniai kredito unijos pranašumai bei skirtumai nuo didžiųjų Lietuvos bankų.

PAGRINDINIAI ŽODŽIAI: finansinė elgsena, kredito unijos, bankinis sektorius, finansinė atskirtis.

Ivadas

Nors daugumos ekonominių teorijų veikimas jau yra pagrįstas įvairių tyrimų, tačiau pastebima vis daugiau nukrypimų, kurių šios ekonominės teorijos paaiškinti negali. Šiems nukrypimams paaiškinti pasitelkiama žmonių psichologijos analizė ir jų priimtų sprendimų iracionalumo vertinimas. Finansinė elgsena - tai finansų ekonomikos šaka, tirianti psichologijos ir jų emocijų poveikį priimant įvairius finansinius sprendimus.

Šio darbo **aktualumas** kyla iš to, kad kredito unijos (KU) tampa vis didesniu konkurentu bankams, o žmonių pasirinkimą tarp šių finansinių institucijų įtakojantys veiksniai gali būti labai įvairūs - tiek materialiniai, tiek psichologiniai, todėl šiame darbe atlikto tyrimo metu yra siekiama išsiaiškinti, kokios asmeninės savybės įtakoja žmonių apsisprendimą. Kartu siekiama įvertinti narių pasitenkinimą kredito unijomis, kai vartotojas gali palyginti skirtingų finansinių institucijų paslaugų kokybę, nes turi vartojamą patirtį. Apžvelgiant tiek Lietuvos, tiek užsienio autorių literatūrą randama mažai atliktų tyrimų analizuojančių kredito unijos narių elgseną lyginant kredito unijos paslaugas su bankų teikiamomis paslaugomis. Igarytė J., Ramanauskas J. (2011) atliko tyrimą apie kredito unijų augimo perspektyvas ir apklausos būdu bandė nuspėti kredito unijų išsivystymo ir augimo lygį po penkių metų. Lietuvos banko atliekamuose tyrimuose dažniausiai konstatuojama statistika, įkainiai, lyginami tarpusavyje, tačiau niekada

neatliekami žmonių pasitenkinimo paslaugomis tyrimai. Užsienio autoriai (M. Klinedinst 2010, Fisher J.P. 2010, Tokle R.J., Tokle J.G. 2000) atlieka statistinių duomenų tyrimus ir juose tiria ir lygina unijų finansinius duomenis, taupymo tendencijas, paskolų ir indėlių palūkanų skirtumus, tačiau konkrečios analizės apklausiant pačius unijos narius atliekama nėra. Matant tokių tyrimų trūkumą tiek darbo tema, tiek pats tyrimas tampa aktualus bei turėsiantis tęstinumą. Darbe analizuojama **problema** – kokie veiksniai įtakoja kredito unijos narių finansinę elgseną. **Darbo objektas** – Kredito unijos narių finansinė elgsena. **Darbo tikslas** – identifikuojant finansinės elgsenos veiksnius ištirti kredito unijos narių priimamus sprendimus. Darbo tikslui pasiekti keliami tokie **darbo uždaviniai**:

1. Identifikuoti veiksnius, įtakojančius finansinę elgseną ir priimamus sprendimus.
2. Parengti metodiką kredito unijos narių finansinei elgsenai ištirti.
3. Atlikus empirinį tyrimą nustatyti pagrindinius kredito unijos narių finansinę elgseną lemiančius veiksnius.

Straipsnyje naudojami **metodai**: atliekant šį darbą buvo naudotasi įvairiais informacijos šaltiniais – oficialiose duomenų bazėse publikuojamais moksliniais straipsniais, mokslinė literatūra. Taip pat buvo remtasi oficialia Lietuvos Centrinės kredito unijos statistika apie Akademine kredito uniją. Tyrimas metodas - anketinė apklausa, kurios rezultatai buvo apdorojami Microsoft Excel programoje ir ten apdorojami. Tyrimo rezultatai

pateikiami susisteminti lentelėse bei grafiškai. Darbe buvo naudojamos matematinės statistikos metodais - statistinė palyginamąja, finansinė bei loginė analizė.

Finansinės elgsenos veiksniai, įtakojantys žmonių veiksmus ir sprendimus

Finansinė elgsena, arba dar kitaip - investuotojo ar ekonominė elgsena, atsirado dėl nukrypimų nuo įprastų elgesio normų, kurias aprašo ekonominės teorijos. Ji siekia paaiškinti priežastinius ryšius, dėl kurių investuotojų ar finansų rinkos dalyvių veiksmai buvo nenumatyti arba iracionalūs bei neatitiko nusistovėjusių ekonominių teorijų. Taylor (2000) finansinę elgseną įvardija kaip psichologiją, nurodančią ir paskatinančią finansinių sprendimų įgyvendinimą. Jurevičienė D. ir Gausienė E. (2010) finansinę elgseną apibrėžia kaip psichologiją, lemiančią finansinius sprendimus. Kadangi finansinė elgsena įtakoja didelę dalį priimamų finansinių sprendimų, galima teigti, jog tyrinėjant finansinę elgseną susidursime ir su finansinės atskirties aspektais. Finansinės elgsenos kilmę galima tapatinti ir su mikro-ekonomikos teorijomis, kai rinkoje esant paklausai ir pasiūlai bei konkurencijai tarp padavėjų ir pirkėjų yra nustatoma teisinga kaina, o rinkai reaguojant į paklausos ar pasiūlos pokyčius, atitinkamai prie jos prisitaiko ir pirkėjai ar pardavėjai, vėl rinkoje nustatydami teisingą kainos pusiausvyrą. Finansinę elgseną, renkantis tarp finansinių paslaugų tiekėjo įtakoja finansinės atskirties lygis, kurią, kaip teigia Devlin J. F. (2009), savo ruožtu įtakoja užimtumas, pajamos, šeimininė padėtis, amžius, išsilavinimas, turimas turtas. Priklausomai nuo šių veiksnių finansų rinkos dalyvis priima atitinkamą pasirinkimą - kredito uniją ar banką.

Finansų elgsena yra skirstoma į tris pagrindinius segmentus, kurie turi savas tyrimų sritis. M. Sewell (2007) finansų elgsenoje išskiria euristicinius, formavimo ir anomalijų segmentus. **Euristinio** segmento sritis analizuoja teorinio tyrimo reikalaujančias temas. Pirmoji tema - tai *perspektyvų teorija*. Ją sukūrė ir analizavo D. Kahneman ir A. Tversky (1979). Perspektyvų teorijoje yra apibūdinama, kaip žmonės priima sprendimus, kai jiems reikia rinktis iš kelių variantų įvertinant riziką. Ši tema aktuali analizuojant ir unijos narių pasirinkimą tarp kredito unijos ir banko, nes jie turi rinktis įvertindami galimas rizikas tarp užsienio ir Lietuvos kapitalo finansų įstaigų siūlomų paslaugų. Kita tema - *nuostolio vengimas*. Šią temą galima perfrazuoti ir į naudos siekimą, nes renkantis kredito uniją dėl pigesnių įkainių yra vengiama nuostolio, kuriuos asmuo patirtų per sumokamus komisinius mokesčius didžiuosiuose bankuose. R. Thaler jau 1985 m. aprašė, jog *Status quo* būsenoje žmonės nėra linkę keisti savo finansinių paslaugų tiekėjo, o tai daro tik tada, kai tam atsiranda paskata ar neigiama informacija. Dar viena euristinė tema - tai *savanaudiškumo veiksniai*, kurie dažniausiai paaiškina, jog žmonės yra linkę turėti geresnę nuomonę apie save, nei ji iš tikrųjų turėtų būti. Kita teorinės analizės reikalaujanti tema - *pinigų iliuzija*. Joje pasakojama apie tai, kad žmonės yra linkę pinigus vertinti tik jų nominalia verte, o apie realią jų kainą dažnai nesusimąsto. Remiantis pinigų iliuzijos tema, galime teigti, jog žmonės gali neįvertinti tikrųjų nuostolių ar

pajamų, kuriuos gali patirti neįvertindami ir nepalygindami nominalios ir realios pinigų vertės.

Antrasis finansinės elgsenos segmentas - **formavimas**. Formavimo segmente yra vos kelios temos, tačiau savo pobūdžiu jos labai reikšmingos. Pirmoji tema - tai *kognityvinis formavimas*. Šią sritį pirmieji pradėjo analizuoti D. Kahneman ir A. Tversky (1981). Jos esmė yra ta, jog žmonių pasirinkimą dažnai lemia rinkoje nusistovėję stereotipai ir atitikimas tam tikroms normoms. Kognityviniame formavime analizuojamas teiginio ar informacijos pateikimo būdas ir stilius, kuris gali įtakoti žmonių pasirinkimą. Kiekvienas teiginys turi du aspektus - teigiamą ir neigiamą. Tas teiginys, kurį akcentuosime ir išryškinsime taps dominuojančiu ir tuo, kurį pasirinks žmonės, nesigilinantys į esmę. Kita formavimo segmento tema - *skaičiavimas mintinai*. Ją analizavo R. Thaler (1999). Buvo rasta, jog skaičiavimas mintinai daro didelę įtaką perspektyvų teorijoje, kai žmogus turi greitai priimti sprendimą ir jo galimas rizikas apmąsto mintyse bei turi įtakos kognityvinio formavimo srityje, kai žmogus negali greitai mintyse atsikirti dviejų analogišką reikšmę turinčių teiginių. Trečia segmento tema - „*kabliuko*“ *teorija*. Apie ją pirmieji vėlgi užsiminė D. Kahneman ir A. Tversky (1974), o pastarųjų metų išvalgos pateiktos R. W. Naylor (2011) straipsnyje. Šioje temoje kalbama apie tai, kad žmonės yra linkę „užkibti“ ant jiems numesto jauko ir nekreipti dėmesio į daug svarbesnius aspektus.

Trečiasis finansų elgsenos segmentas - **anomalijos arba nukrypimai**. Pirmoji tema šiame segmente - tai *dispozicijos efektas*. Šį efektą pirmieji paminėjo Tversky and Kahneman (1979), o vėliau analizavo Aftab M. ir kiti (2012), Matsumoto S. A. ir kiti (2012). Šiame tyrime dispozicijos efektą galima pritaikyti bankinių įkainių aplinkoje. Kita tema - *pasididžiavimo poveikis*. Šis efektas reiškia tai, jog žmogus yra labiau linkęs vertinti tai, ką turi, nei tai, ko neturi, bet norėtų gauti ar turėti. Dar viena šio finansinės elgsenos segmento tema - *neteisybės baimė/vengimas*. M. Myagkov ir C. R. Plott (1997) aprašė šio elgsenos tipo pagrindinius bruožus, kurie paremti tyrimais - eksperimentais. Jie leidžia daryti išvadą, kad žmonės, galėdami vieni priimti sprendimą, darytų viską, kad jų nauda būtų maksimizuojama, ir nekreiptų dėmesio į kitų asmenų gaunamą naudą. Kitu atveju, jei vienas asmuo gali priimti sprendimą, o kitas turi Veto teisę, kuria pasinaudojus abu asmenys liktų negavę jokios naudos, tai priimančysis sprendimą priimtų lygiareikšmį sprendimą abiejų asmenų atžvilgiu, arba siek tiek geresnį kito asmens atžvilgiu, kad būtų garantuotas, kad gaus bent kokią naudą. Kita anomalijų segmento tema - *įvairialaikis suvartojimas*. Tiek O. P. Attanasio, G. Weber (2010), tiek O. P. Attanasio, M. Paiella (2011) savo straipsniuose teigia, jog žmonės linkę neteisingai formuoti savo finansinių išteklių paskirstymą tarp vartojimo ir taupymo. Žmonių polinkiai ir jų nepastovumas plačiau analizuojamas kitoje finansų elgsenos temoje - *laiko nenuoseklume*. J. D. Hey, L. Penaccione (2011) straipsnyje kalbama, kad žmonių poreikiai kinta laiku bėgant, ir jų sprendimai darosi atsakingesni brandesniame amžiuje. Neatskiriami finansinės elgsenos palydovai yra *baimė*, *godumas* ir „*bandos jausmas*“. Godumo jausmą turi daugelis žmonių ir visada atsiras suinteresuotų juo pasinaudoti, jei tik pasitaikys palanki

proga, kaip „neteisybės vengimo“ atveju - jeigu jie patys nenukentės. Dar viena, nemažiau įdomi tema finansų elgsenoje yra *kainų nelankstumas*. Nors daugiausia yra kalbama apie įmonių polinkį keisti ir peržiūrėti kainas (P. Lunnemann, V. Wint 2011), tačiau bankiniame sektoriuje tai būtų galima susieti su palūkanų normų peržiūra. E. T. Anderson ir D. I. Simester (2010) straipsnyje kalbama apie žmonių – vartotojų poelgių keičiantis kainoms. Savo ruožtu išskirčiau dar vieną finansinės elgsenos temą – *finansinę prievartą*. Šis reiškinys pasireiškia tada, kai asmuo ne savo noru yra verčiamas elgtis taip, kaip liepia kiti. Visos paminėtos temos gali būti susiejamos tarpusavyje, nes dažniausiai viena finansinė elgsena įtakoja kitą. Daugumą finansinės elgsenos tipų galima pritaikyti daugumai iš mūsų įvairiose gyvenimo situacijose, kuriose yra priimami finansiniai sprendimai.

P. Lucas (2007), teigia, jog Kredito unijos turi vis labiau didėjančias perspektyvas augti ir plėstis bei tapti dar labiau konkurencingos finansinių paslaugų sektoriuje. Kredito unijoje yra skirtinga *kultūra ir aptarnavimas*. N. Chilingirian (2012) teigia, kad kredito unijų nariai labiau pasitiki savo finansine padėtimi ir geriau valdo savo asmeninius finansus, nei kiti kredito unijai nepriklausiantys asmenys. Tai rodo, jog kredito unijos nariai gauna didesnę finansinę supratimą kaip tvarkyti savo finansus ir gali gauti didesnę naudą nei besinaudojantys bankų paslaugomis. Kitas kredito unijos skirtumas nuo banko - *narystė ir savininko statusas*. Tik kredito unijoje narys gali būti ne tik unijos savininkas, bet ir dalyvauti visuotiniame narių susirinkime, jame balsuoti dėl finansinių ataskaitų tvirtinimo ir kitais klausimais, dalyvauti valdymo organų rinkimuose. Dar vienas, labai aiškus skirtumas tarp kredito unijų ir bankų yra tas, kad kredito unijoje galioja *savanorystės statusas*. Kredito unijoje taip pat laikomasi *kitokio požiūrio į verslą ir žmogų*. Mažesni reikalavimai, lankstesnė sistema ir sutarčių sąlygos leidžia žmogui jaustis mažiau suvaržytam. Kredito unijoje reikšmingi *asmeniniai ryšiai su nariais*. M. Klinedinst (2010) teigia, kad kredito unijos turi nemažai privalumų prieš bankus, kuriuos gali pasiūlyti savo klientams, tačiau viena pagrindinių tai įtakančių priežasčių yra kaip darbuotojai atlieka savo darbą ir kaip bendrauja su unijos nariais. Kitas kredito unijų pranašumas – didelis *dėmesys vietinei bendruomenei* ir globalių naujovių siekimas. M. Klinedinst (2010) taip pat teigia, jog kredito unijos turi daugiau konkurencinių pranašumų nei bankai, nors kreditų unijų siūlomi produktai ir yra labai panašūs į bankų. Kredito unijos veikia *nišinėje rinkoje* - jos aptarnauja tik tam tikrą grupę žmonių – savo narius, kas jiems leidžia jaustis išskirtiniais. Dar vienas, tačiau tikrai ne paskutinis kredito unijų privalumas - *kitoks požiūris į pelną*. Bankams, kaip akcinėms bendrovėms, pelnas yra siekiamybė ir tikslas užtikrinti, kad banko akcininkai būtų patenkinti. Tuo tarpu kredito unijos nėra beatodairiškai siekiančios pelno organizacijos. Pagrindinis unijos tikslas - naudoti nariui siekimas. Tai unija daro teikdama lankstesnes sąlygas ir nemokamas paslaugas savo nariams, kurios yra finansuojamos iš gauto pelno priimant indėlius ir išduodant paskolas.

Apibendrinant galima pasakyti, kad beveik visais aspektais kredito unija yra pranašesnė už komercinius

bankus. Nors kredito unijos dar neturi tobulai išvystytos internetinės bankininkystės ir negali pasiūlyti tokių mažų būsto paskolų palūkanų, kaip bankuose, tačiau visos pagrindinės sąlygos kredito unijose yra geresnės nei banke. Taigi, siekis būti alternatyviais finansinių paslaugų tiekėjais išlaikant artimus ryšius su savo nariais, sudarė kredito unijoms tvirtą pagrindą būti stipria konkurencine jėga vis labiau brangstant finansinėms paslaugoms banke.

Tyrimo metodologija ir duomenys

Šiame tyrime siekiama įvertinti Akademinės kredito unijos narių finansinės elgsenos specifiką atsižvelgiant į jų asmenines savybes. Vienas finansinės elgsenos tyrimo būdų, tai tyrimas apklausų ir eksperimentų būdu. Tyrimui atlikti buvo sudaryta anketa, paremta anksčiau aptarta teorija apie finansinę elgseną bei bankų ir kredito unijų skirtumus. Apklausai pasirinktas segmentas - Akademinės kredito unijos nariai. Toks segmentas buvo pasirinktas, nes tik kredito unijos nariai respondentai gali atskleisti jų pasirinkimą įtakojusias ir lėmusias priežastis, ko nebūtų galima atlikti su asmenimis, kurie naudojami tik bankų paslaugomis. Kredito unijos nariai yra tie respondentai, kurie gali išreikšti teigiamus ir neigiamus aspektus objektyviai.

Tyrimo tikrinama hipotezė – ar skirtinga amžiaus grupė ar pajamų lygis turi įtakos finansinei elgsenai ir priimamiems sprendimams? Šio tyrimo imtis – sluoksninė, skirta tam tikrai narių grupei. Tyrimo imtis - 4200 Akademinės kredito unijos narių. Apklausos respondentų skaičius – 233 respondentai. Pagal K. Kardelį (2005) norint nustatyti reikalingą apklaustųjų skaičių reikia naudotis formule:

$$n \geq \frac{4z_{\alpha}^2 \Delta^2}{l^2 + \frac{4z_{\alpha}^2 \Delta^2}{N}}$$

Apskaičiavę gauname, kad norėdami gauti tyrimą, turintį 5% paklaidą ir 95% pasikliautinumo lygmenį, turime apklausti 114 narius. Kadangi buvo apklausti 233 respondentai, tyrimo paklaida yra 3,4%, o pasikliautinumo lygmuo – 96,6 %. Tyrimą galima laikyti reprezentatyviu, nes gautų atsakymų skaičius leidžia daryti išvadą apie visus kredito unijos narius. Narių aktyvumą lėmė kredito unijoje sukurta narių duomenų bazė, leidžianti išsiųsti elektroninius laiškus visiems nariams, pateikusiems galiojantį elektroninio pašto adresą. Anketa buvo sukurta internetiniame apklausa.lt tinklalapyje. Anketa buvo sudaroma internetiniame tinklalapyje, o ne popieriniu formatu tam, kad ją galėtų pasiekti didesnis narių skaičius. Gauti atsakymai buvo naudojami analizei, t.y. filtruojami, skirstomi į grupes ir analizuojami pagal įvairius požymius bei veiksmus. Analizės rezultatai pateikiami lentelių ir grafikų pavidalu, apibendrinami.

Anketoje buvo pateikta trisdešimt klausimų. Juos galima suskirstyti į tris dalis. Pirmoji anketos dalis, kurią sudaro dešimt klausimų, yra bendroji informacija apie apklausos dalyvį. Šioje dalyje yra nustatoma koks yra respondentas, išsiaiškinamos tos asmens savybės, pagal kurias bus galima daryti išvadą dėl vieno ar kito sprendimo priėmimo: lytis, užimtumas, amžius, šeima-

ninė padėtis, šeimos narių skaičius, gaunamos pajamos, gyvenamoji vietovė, išsilavinimas, turimas nekilnojamasis turtas. Šie klausimai svarbūs norint klasifikuoti apklaustuosius ir pagal jų asmenines savybes, analizuojant duomenis, priskirti juos tam tikrai kategorijai.

Antroje dalyje yra keturiolika klausimų, kurie leidžia daryti išvadas apie kredito unijos narių finansinę elgseną ir kaip jie suvokia kredito unijos veiklos principus. Šiais klausimais bandoma išsiaiškinti kokiomis paslaugomis naudojamas, kur skolinimosi ir taupymo paslaugos patrauklesnės, kaip elgtųsi nariai, jei palūkanos būtų patrauklesnės kitur, kaip suvokiama dviprasmiška reklama vartotojų atžvilgiu. Ši dalis yra svarbi, nes iš jos yra gaunama esminė tyrimo informacija apie narių priimamus sprendimus. Trečioje dalyje esančiais šešiais klausimais siekiama įvertinti aptarnavimo kokybę Akademinėje kredito unijoje: klausiama apie informacijos pateikimo aiškumą, paslaugų bei aptarnavimo kokybę. Šie duomenys naudojami narių pasitenkinimui įvertinti. Anketiniai duomenys surenkami ir rūšiuojami kompiuterinės skaičiuoklės pagalba. Tokiu būdu tam tikrą narių elgseną galima priskirti tam tikrai jo asmens savybei. Darbe pateikiama visų anketinės apklausos rezultatų apžvalga ir ieškoma finansinės elgsenos požymių tarp respondentų asmeninių savybių. Darbo pabaigoje pateikiamos išvados, gautas atsakymas į išsikeltą hipotezę.

Finansinės elgsenos tyrimo rezultatų analizė

Iš 233 apklausoje dalyvavusių asmenų didžioji dauguma buvo vyrai. Jie sudarė 58,4% visų apklaustųjų. Analizuojant kokią dalį vyrų ir moterų sudarė dirbantys asmenys, paaiškėjo kad 86,6% apklausoje dalyvavusių moterų buvo dirbančios, o 6% nedirbo, bet ieškojo darbo. Likę 7,4% moterų nedirbo ir neieškojo darbo arba buvo pensininkės. Aptariant vyrų darbo duomenis, galima pastebėti, jog dirbančių vyrų dalis, nors jų apklausoje ir dalyvavo daugiau, yra mažesnė. Iš apklausoje dalyvavusių vyrų, dirbančių buvo 84,6%. Tuo tarpu vyrų tarpe aktyvesni nei moterys buvo pensininkai – jų dalis tarp apklaustųjų vyrų sudarė 11%. Likę 4,4% vyrų buvo bedarbiai.

Iš visų apklausos respondentų 85,4% buvo dirbantys, 8,5% pensininkai ir 6,1% bedarbių. 75% apklausoje dalyvavusių pensininkų buvo moterys. Galima pastebėti, kad apklausoje dalyvavo vos trys asmenys, kurių amžius yra iki 22 metų amžiaus, visi šie nariai buvo dirbantys. Aktyviausi buvo 31-45 metų amžiaus nariai – 38,4%, iš jų 93% dirbančių, tada – 22-30 metų amžiaus nariai (26,3%), iš jų 92% dirbančių, tada – 46-65 metų amžiaus nariai (25,4%), iš jų 86% dirbančių. Didesnioji dalis apklausoje dalyvavusių asmenų (57,3%) buvo susituokę, kita grupė (28%) buvo nesusituokę. Ir net 9,5% išsiskyrusių. Kalbant apie vaikų skaičių, galime paminėti, kad didesnioji dalis AKU narių, dalyvavusių apklausoje neturi vaikų (36,6%), o du vaikus augina 25,4% apklaustųjų. Šiek tiek mažiau – 23,3% apklausos dalyvių augina vieną vaiką, o 10,3% – tris ir daugiau vaikų. Kalbant apie apklausoje dalyvavusių asmenų gaunamas pajamas, galima pastebėti, kad kredito unijoje dominuoja didesnės nei vidutinės pajamas gaunantys nariai. Asmenų, gaunančių daugiau nei 2000 Lt yra 49,6% narių.

Vidutinės (1500-2000 Lt) pajamas gaunančių asmenų buvo 19,4%. Kiek didesnes nei vidutinės pajamas (1000-1500 Lt) gauna 16,8% apklaustųjų, o minimalias pajamas (iki 1000 Lt) – 12,9% apklausos dalyvių. Lyginant gaunamą atlyginimą pagal apklaustųjų lytį paaiškėjo, jog didesnę nei vyrai atlyginimą moterys gauna visose amžiaus grupėse, išskyrus 1000-1500 Lt grupėje, kur aukštesnį atlygį gauna vyrai. 7,5% dirbančiųjų, 43% bedarbių gauna patį mažiausią, iki 1000 Lt siekiantį atlyginimą. Skirstant pagal amžiaus grupes, galima paminėti, kad 100% jaunesnių nei 22 metų amžiaus apklaustųjų gauna pajamas, kurios siekia iki 1000 Lt. Procentinė dalis asmenų, gaunančių pajamas pagal amžių yra pateikiami pirmoje lentelėje.

Kaip matome, didžioji dalis apklausos dalyvių pajamų visose amžiaus grupėse yra didesnės nei 2000 Lt. 23-30 metų amžiaus grupėje dominuoja aukštesni atlyginimai, nes gaunančių šiek tiek didesnę nei minimalų ir vidutinį darbo užmokestį yra daugiau, nei gaunančių iki 1000 Lt/mėn. pajamų. Tokios pačios tendencijos galioja ir 31-45 metų amžiaus grupėje, tačiau 45-65 metų amžiaus grupėje pasirodo kiek kitokios tendencijos. Nors čia taip pat dominuoja itin aukštas pajamų lygis, tačiau nebelieka tendencingumo, nes taip pat nemaža dalis apklaustųjų (23%) gauna kiek didesnes nei minimalias pajamas (1001-1500 Lt/mėn.). Daugiausia asmenų, dalyvavusių apklausoje pasirinko, jog gyvena mieste (82,3%) ir turi aukštąjį universitetinį išsilavinimą (80,6%). Labai panaši dalis asmenų gyvenančių mieste pažymėjo, kad turi aukštąjį universitetinį išsilavinimą (81%), tuo tarpu kaimo vietovėje gyvenantys apklausos dalyviai taip pat pasižymi aukštu išsilavinimo lygiu. Net 78% apklaustųjų, gyvenančių kaimo vietovėje turėjo aukštąjį universitetinį išsilavinimą. Didžioji dalis apklausos dalyvių pažymėjo, jog gyvena dviese (41%). 67% apklausos dalyvių pažymėjo, jog turi turto registruoto jų vardu. Tai rodo, jog 78% asmenų, gaunančių daugiau nei 2000 Lt ir 50% asmenų, gaunančių iki 1000 Lt pajamų turi savo vardu registruoto turto.

1 lentelė. Gaunamos pajamos pagal respondentų amžiaus grupes

Amžius Pajamos	<22	23-30	31-45	45-60	>66
<1000 Lt	100%	13%	6%	14%	30%
1001-1500 Lt	0%	22%	11%	23%	15%
1501-2000 Lt	0%	28%	13%	19%	30%
>2000 Lt	0%	37%	70%	45%	25%

Atlikus apklausą paaiškėjo, kad net 59% apklaustųjų reikia didesnio finansinio išprusimo, konsultacijų finansų valdymo ir tvarkymo klausimais. Remiantis apklausos duomenimis, gavome, kad net 35% apklaustųjų naudojami tik viena paslauga, o trečdalis – tik trimis iš keturių minėtų paslaugų. Ketvirtadalis apklaustųjų naudojami tik dviem iš keturių paslaugų. Kadangi šios grupės suskirsto asmenis, kurie naudojami tik tam tikru kiekiu paslaugų, reikėtų apibendrinant paminėti, kad 60% apklausoje dalyvavusių asmenų naudojami bent dvejomis kredito unijos teikiamomis paslaugomis. Atliekant gilesnę analizę galima išskaidyti kiek kiekvienos grupės asmenų naudojami konkrečia paslauga. Analizės duomenys pateikiami 2 lentelėje. Į lentelę nebuvo įtraukti duo-

menys, kurie atspindi asmenų iki 22 metų produktų naudojimo ypatumus, nes jų apklausoje dalyvavo tik trys, kas lemia mažesnę jų atsakymų reprezentatyvumą. Tačiau žvelgiant į kitų amžiaus grupių pasirinkimus, matome, kad nuo 22 iki 65 metų amžiaus asmenys labiausiai naudojami einamosiomis sąskaitomis ir pavidimais.

2 lentelė. Respondentų naudojamų atskirų paslaugų dalis įvairiose amžiaus grupėse

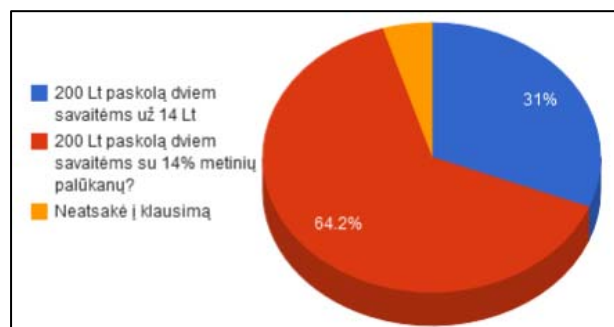
Amžius \ Paslaugos	22-30	31-45	45-65	>65
Einamoji sąskaita	68%	69%	68%	60%
Kortelės	35%	46%	37%	34%
Terminuoti indėliai	40%	45%	51%	85%
Paskola	29%	38%	29%	5%

Paskolomis labiausiai naudojami 31-45 metų amžiaus asmenys, o mažiausiai - pensijinio amžiaus žmonės. Tik 5% asmenų virš 66 metų amžiaus turi paskolą. Tačiau šios amžiaus grupės asmenys aktyviausiai naudojami indėliais. Indėliais, kaip paslauga naudojasi net 85% pensininkų. Galima pastebėti, kad vis vyresnė amžiaus grupė vis labiau naudojami terminuotais indėliais. Mokėjimo kortelėmis aktyviausiai naudojami 31-45 metų amžiaus asmenys. Mažiausiu mokėjimo kortelių naudojimu pasižymi pensijinio amžiaus apklaustieji. Norint apskaičiuoti bendrą kiekvienos amžiaus grupės aktyvumą galima sudėti tos amžiaus grupės kiekvieno naudojimo produkto reikšmes, kas parodys kiek daug tam tikros grupės asmenų naudojami įvairiomis paslaugomis. Atlikę skaičiavimus gauname, kad labiausiai finansiškai aktyvūs yra 31-45 metų amžiaus asmenys. Mažiausiai aktyvūs - 22-30 metų amžiaus apklaustieji.

Asmenų, teigiančių, jog taupymo sąlygos unijoje yra palankesnės yra 82,3%. Tačiau asmenų, kurie teigia, jog skolinimosi paslaugos yra labiau palankesnės unijoje nei banke, yra mažiau - tik 65,5%. Apie tai, jog skolinimosi sąlygos unijoje yra palankesnės nei banke pasisako 82% paskolas turinčių asmenų. Tai rodo, kad asmuo, neturėdamas paskolos unijoje ir neturėdamas poreikio paskolai gauti, negali objektyviai įvertinti skolinimosi sąlygų, kurios, giliau paanalizuojant yra palankesnės nei banke. Asmenų supratingumą ir suvokimą paaiškina ir klausimas apie pagrindinio unijos tikslo supratimą. Galima teigti, kad vienas unijos tikslų ir yra siekti pelno, nes būtent iš jo bus sukuriam nauda nariams, tačiau viešai skelbiamas ir reklamuojamas unijos tikslas - naudoti nariui siekimas. Net 60,3% apklaustųjų ir pasirinko tokį atsakymą, tačiau 38,4% apklaustųjų visgi teigia, kad unijos pagrindinis tikslas yra siekti pelno. Net 50% asmenų, nurodžiusių, jog yra nelaimingi pasirinko ir tai, jog unijos pagrindinis tikslas yra siekti pelno. Apklausą parodė, jog dauguma asmenų (53,4%) naudojami daugiau nei vieno papildomo banko paslaugomis. Nors labai didelė, tačiau labai reikšminga yra 6,5% dalis asmenų, kurie pasirinko, kad naudojami tik kredito unijos paslaugomis ir neturi jokių finansinių išpareigojimų su kitomis finansinėmis institucijomis. Ilgainiui tikėtina, kad šis procentas tik augs, nes kredito unijos plečia savo veiklą, idiegia naujus produktus, pradeda platinti platesnį paslaugų spektrą. Kitu klausimu siekta išsiaiškinti dėl kokių priežasčių yra renkama kredito unija. Daugiausia respondentų (52,3%) atsakė, kad kredito uniją renkasi dėl

patrauklesnių įkainių ir sąlygų. Tai reiškia, kad ši dalis asmenų yra jautri bankų įkainiams ir būtų linkusi atsisakyti kredito unijos pasitaikius palankesnėms sąlygoms banke. Tie asmenys, kurie pasirinko bendruomeniškumu pagrįstas idėjas (19%) ir norą naudotis lietuviška preke (24%) yra labiau linkę naudotis unijos nei banko paslaugomis. Taip pat reikėtų išskirti ir tai, kad apklausos dalyviai galėjo pasirinkti kelias priežastis, dėl ko jie yra kredito unijos nariai, todėl atskyrus kiek respondentų pasirinko uniją tik dėl patrauklesnių sąlygų bus galima atrasti tikrąjį skaičių asmenų, turinčių padidėjusią riziką dėl galimybės pakeisti finansų įstaigą. Net 42% pasirinkusių kredito uniją dėl patrauklesnių įkainių ją rinkosi ir dėl kitų priežasčių - bendruomeniškumo idėjų ir noro naudotis lietuviška paslauga. Įvertinus tai, galima teigti, jog apie 65% apklausos dalyvių uniją rinkosi ne tik dėl patrauklesnių įkainių, tačiau ir dėl kitų veiksnių, kurių negali pasiūlyti bankas.

Į klausimą kuo atsiskaitoma dažniau - grynaisiais ar mokėjimo kortele, didesnė dalis - 53% apklaustųjų pasirinko, jog dažniau atsiskaito kortele. Apklausoje buvo pateiktas klausimas apie nario pasirinkimą naudoti Unijos kreditine kortele, kuri siūlo 14% metines palūkanas už panaudotą limitą ar Greituoju kreditu, kuris siūlo 182% metines palūkanas (1 pav.). Šis klausimas įdomus ir dėl to, kad parodo kaip marketingas veikia žmogaus sąmonę. Į šį klausimą didžioji dalis apklaustųjų (64%) atsakė teisingai - pasirinko 200 litų dviem savaitėms su 14% metinių palūkanų, tačiau beveik trečdalis (31%) atsakė, jog rinktųsi 200 Lt paskolą dviem savaitėms už 14 litų. Tokį atsakymą rinkosi 40,6% apklausoje dalyvavusių moterų ir 23,5% dalyvavusių vyrų. Tai rodo, kad vyrai yra labiau linkę neapsigauti klatinga reklama. Analizuojant šią elgseną pagal amžių - daugiausia teisingą atsakymą pasirinkusių asmenų buvo iš 31-45 metų amžiaus grupės (77,5%). Būtina paminėti, jog atlikus apklausą paaiškėjo, jog yra tendencija, jog didesnes pajamas gaunantys asmenys yra labiau sąmoningi ir daugiau jų renkasi teisingą variantą - 200 litų dviem savaitėms su 14% metinių palūkanų: 59% gaunančių 1001-1500 Lt pajamų ir 75,9% gaunančių virš 2000 Lt pajamų per mėnesį rinkosi teisingą variantą. Atliktas tyrimas parodė, jog išsilavinimas neturi stiprios įtakos minėtam finansiniam sprendimui. Daugiausiai teisingą atsakymą pasirinkusių apklaustųjų turėjo tik vidurinį arba nebaigtą vidurinį išsilavinimą (75%), o mažiausiai - aukštąjį išsilavinimą turinčių apklaustųjų (69,1%).



1 pav. Respondentų elgsena renkantis iš alternatyvių paslaugų

Apklaustos rezultatai parodė, jog didesnioji dalis (59%) apklaustųjų atsiimtų savo indėlį arba padengtų paskolą unijoje, jei banke tam būtų palankesnės sąlygos. Tačiau verta paminėti, jog nemaža dalis (39%) asmenų pasilikto kredito unijoje. Unijoje pasilikto 35,3% apklausoje dalyvavusių vyrų ir 44,8% apklaustų moterų, 84% dirbančių asmenų ir 9% pensininkų. Būtina paminėti, kad unijoje pasilikto net 52% asmenų turinčių paskolą ir 32% asmenų, turinčių indėlį. Labiau linkę pasilikti unijoje yra 45-65 amžiaus apklaustieji (59,3%). Kitų amžiaus grupių apklaustieji labiau linkę migruoti iš kredito unijos į banką, ten esant geresnėms sąlygoms. Analizuojant tą pačią elgseną pagal gaunamas pajamas, reikia paminėti, jog visi yra labiau linkę migruoti į banką, tačiau mažiausias - iki 1000 Lt pajamas gaunantys asmenys yra labiau linkę likti kredito unijoje (46,7%). Išsilavinimo atžvilgiu kredito unijoje vis labiau linkę pasilikti žemesnį išsilavinimą turintys apklaustieji, t.y. mažiausiai ketinančių pasilikti yra turintys aukštąjį universitetinį išsilavinimą (37,8%), o daugiausiai - vidurinį ir nebaigtą vidurinį turintys apklaustieji (50%). Tai rodo, kad žmonės yra jautrūs kainų skirtumams ir yra linkę migruoti ten, kur yra mažesni įkainiai - palūkanos.

Apibendrinant gautus rezultatus galima pasakyti, kad vieningos tendencijos matomos tik pajamų atžvilgiu. Daugiau pajamų gaunantys asmenys yra labiau finansiškai sąmoningi ir geriau suskaičiuoja būsimą naudą ne tik skolinantis trumpam, bet ir naudojantis visomis paslaugomis visą laiką. Palyginus tarp skirtingų respondentų amžiaus grupių, matome, kad tiek į skolinimąsi tiek į kitus finansinės elgsenos sprendimus yra žiūrima skirtingai ir konkrečios tendencijos nėra.

Išvados

Finansinė elgsena - labai plati ir išsamiai neištyrinėta finansų ekonomikos sritis, apimanti ne tik kiekybinius, bet ir kokybinius, psichologinius finansų rinkos aspektus bei finansų rinkos dalyvio sprendimus ir elgseną. Šis darbas reikšmingas tuo, kad būtent jame buvo pradėta nauja tyrimų sritis – pradėta tirti žmonių elgsena renkantis tarp kredito unijos ir banko.

Darbe buvo atlikti visi išsiskirti uždaviniai - remiantis Lietuvos ir užsienio autorių literatūra buvo identifikuoti veiksniai, kurie įtakoja finansinę elgseną ir priimamus sprendimus. Apibendrinant apžvelgtą literatūrą galima teigti, kad platesnių ir išplėtotų tyrimų, vertinančių ne kredito unijų statistinius ir finansinius duomenis, o pačių narių finansinę elgseną – nėra. Darbe buvo sukurta metodika, pagal kurią anketinės apklausos būdu buvo apklausti 233 Akademinės kredito unijos nariai. Teorinės analizės metu identifikuoti finansinės elgsenos veiksniai buvo naudojami minėtam anketinės apklausos klausimynui sudaryti ir pagal parengtą metodiką empirinio tyrimo būdu leido nustatyti kredito unijos narių požiūrį į kredito unijos veiklą bei apklaustųjų finansinės elgsenos kryptis.

Tyrimo gauti rezultatai gali būti svarbūs ir naudingi, nes parodo, jog analizuojant ir prognozuojant kredito unijos veiklą ir perspektyvas yra būtina atsižvelgti į kredito unijos narių finansinę elgseną, kuri gali naudinga kryptimi pakreipti visos kredito unijos veikimą. Atliktas tyrimas leido nustatyti ir patvirtinti hipotezę, jog

egzistuoja ryšys tarp kredito unijos narių pajamų ir jų elgsenos - juo narys gauna daugiau pajamų per mėnesį, tuo atsakingiau jis rinksis kur pasiskolinti rumpam laikotarpiui ir esant palankesnėms sąlygoms banke jis bus labiau linkęs palikti kredito uniją ir naudotis banko paslaugomis. Tuo tarpu ryšio tarp apklaustųjų amžiaus ir priimamų sprendimų nerasta, nes atsakymai buvo svyruojantys visose amžiaus grupėse ir konkrečios tendencijos neturėjo. Tačiau analizuojant tyrimo duomenis išryškėjo naujas ryšys tarp narių išsilavinimo ir jų elgsenos. Gautas ryšys rodo, kad juo žemesnis nario išsilavinimas, tuo labiau jis linkęs migruoti ir keisti finansinių paslaugų teikėją iš kredito unijos į banką.

Literatūra

- Aftab M., Ali Shah Z., Sheikh R. A. (2012). Holding periods, illiquidity and disposition effect in a developing economy. *Business and economics research journal*, Vol. 3, No. 1.
- Anderson E. T., Simester D. I. (2010). Price stickiness and customer antagonism. *The quarterly journal of economics*, May.
- Attanasio O. P., Paiella M. (2011). Intertemporal consumption choices, transaction costs and limited participation in financial markets: reconciling data and theory. *Journal of applied econometrics*, No. 26. John Wiley & Sons. Ltd.
- Attanasio P. O., Weber, G. (2010). Consumption and saving: models of intertemporal allocation and their implications for public policy. *Journal of Economic Literature*, No. 48.
- Bell K. (2010). Addressing financial exclusion among families living in poverty. *Journal of Poverty and Social Justice*, Vol. 18, No. 2. Policy Press.
- Chilingerian N. (2012). CU Members displaying confidence in Economy, Finances. *Credit Union Times*, April.
- Devlin J. F. (2009). An analysis of influences on total financial exclusion. *The Service Industries Journal*, Vol. 29, No. 8. Taylor and Francis.
- Fisher J.P. (2010). Gender Differences in Personal Saving Behaviors. *Journal of Financial Counseling and Planning*, Volume 21, Issue 1.
- Hey J. D., Panaccione L. (2011). Dynamic decision making: what do people do? *Journal of Risk Uncertain*, No. 42.
- Igarytė J., Ramanauskas J., (2011). Lietuvos kredito unijų sistemos vystymosi tendencijų ir perspektyvų vertinimas. *Management theory and studies for rural business and infrastructure development*, Nr. 4 (28).
- Jurevičienė D., Gausienė E. (2010). Finansinės gyventojų elgsenos ypatumai. *Verslas: Teorija ir praktika*, Nr. 11 (3). Vilniaus Gedimino Technikos Universitetas.
- Kahneman D., Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, No. 47 (2).
- Kempson E., Whyley C. (1999). Kept in or opted out? Understanding and combating financial exclusion. *Bristol: The Policy Press*.
- Klinedinst M. (2010). A strength of Credit Unions: Employee Productivity of Credit Unions versus Banks in the U.S.? *International Research Journal of Finance and Economics*, Issue 57. Euro Journals Publishing.
- Lucas P. (2007). Top 10 reasons why the credit union brand is positioned for success. *Credit Union Journal*, December.
- Lunnemann P., Wint L. (2011). Price stickiness in the US and Europe Revisited: Evidence from Internet Prices. *Oxford bulletin of economics and statistics*, Vol. 73, No. 5.
- Matsumoto A. S., Fernandes J. L. B., Bourahli A., Tozetti A. A. (2012). Mental accounting and framing: verifying the disposition effect in financial decision making. *Review of business research*, Vol. 12, No. 2.

- Myagkov M.G., Plott C.R. (1997). Exchange economies and loss exposure: Experiments exploring prospect theory and competitive equilibrium in market environments. *American Economic Review*, No. 87.
- Naylor R. W., Lamberton C. P., Norton D. (2011). Seeing ourselves in others: reviewer ambiguity, egocentric anchoring, and persuasion. *Journal of Marketing Research*, Vol. XLVIII. American marketing association.
- Sewell M. (2007). Behavioral Finance. *Department of Computer Science*, University College London, May.
- Taylor N. (2000). Making actuaries less human from behavioral finance. *Staple Inn Actuarial society*. [žiūrėta 2013 02 02], <http://www.sias.org.uk/data/papers/Behavioural-Finance/DownloadPDF>.
- Thaler R. (1985). Mental accounting and consumer choice. *Marketing science*, No. 4 (3).
- Thaler R. (1999). Mental Accounting Matters. *Journal of behavioral decision making*, No. 12 (3).
- Tokle R. J., Tokle J. G. (2000). The Influence of Credit Union and Savings and Loan Competition on Bank Deposit Rates in Idaho and Montana. *Review of Industrial Organization* No. 17.
- Tversky A., Kahneman D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and Biases. *Science*, No. 185 (4157).
- Tversky A., Kahneman D. (1981). The Framing decisions and the psychology of choice. *Science*, No. 211 (4481).
- Xiao J. J., Sorhaindo B., Garman E. T. (2006). Financial behaviors of consumers in credit counseling. *International journal of consumer studies*, No. 30 (2).

FINANCIAL BEHAVIOR PECULARITIES WHEN CHOOSING BETWEEN BANK AND CREDIT UNION

Summary

Today we face a lot of economic theories that have already been investigated many times, and their existence is proven by many researches. But nowadays we can see a lot of deviations from these economic theories that cannot be explained by those theories which during the ages have been kept as static and unchangeable. To explain these changes, psychological analysis is being used, which helps to reveal and evaluate the irrationality of their decision. It shows that financial behavior - is a combination of financial economics and cognitive psychology, which exists in every step of our lives, and especially those, where we need to take financial decisions. This work is important, because Credit unions are becoming a growing rival for banks and here, in this work, the most

important aspects of financial behavior that influence the decision of what to choose - bank or credit union, are described.

This article gives knowledge with main aspects of financial behavior and most common trends of financial behavior, such as Perspective Theory, Status Quo bias and other that could be applied in this and further researches. Another important topic in the research - cognitive formation. It is usually explained as the way of representation of information, which influences and affects the choice of a human; and it can be related with mental accounting, which sometimes can be really meretricious and possibly affect his financial behavior. Such situation happened when respondents had to choose the price of 200 litas for two weeks - 14 litas or 14% of annual interest rate. There were main advantages of credit union described in the article - valuables, cooperative culture, exceptional service, the meaning of membership and the status of being member. The responsibilities of employees and management, the status of volunteering, different attitude for human and business, inter-relations and sociality aspects were also analyzed. Exceptional part of credit unions in financial market and different attitude to the profit and financial exclusion was pointed as well. During the research the social status and main social aspects were identified of a member of credit union. Research helped to find out that most of the members of credit union are happy and they are pleased with benefits gained from credit union. Main advantages, such as more flexible borrowing, more profitable saving, and free daily service without account fees, free products and internet banking were found in the research. Some shortcomings of credit union when comparing to banks were also found. It is imperfect internet banking system, which is not enough technologically developed yet. Credit union should also invest a lot in the marketing of its recognition in the financial sector, because sometimes people are aware of small financial companies. It should be done nationally, not even regionally. In such way people could know about the benefits that could be gained when being a member of a cooperative banking.

Common attitude of members and employees of credit union helps to optimize cooperative movement and activity of credit union, maximize profit and get benefits from it to all members. In such way several benefits can be gained: benefit for member, satisfaction for the employee of credit union and profit for the credit union. Credit union is a cooperative organization, which offers innovative profit allocation and exceptional ability of participation, which allows its members to feel as a part of an organization, where you can offer your suggestions and improvements.

KEYWORDS: financial behavior, credit unions, banking sector, financial exclusion.

Mantautas Račkauskas – Vytauto Didžiojo Universiteto Ekonomikos ir vadybos fakulteto, Finansų katedros II kurso magistrantas. Akademinės Kredito Unijos kreditų vadybininkas. Adresas: A. Mickevičiaus g. 15-2, Kaunas, Lietuva; el. paštas: mantautas@inbox.lt.

Dr. Vytautas Liesionis – Vytauto Didžiojo Universiteto Ekonomikos ir vadybos fakulteto docentas, Lietuvos Karo Akademijos, Lietuvos Sporto Universiteto dėstytojas. Akademinės Kredito Unijos paskolų komiteto pirmininkas. Adresas: S. Daukanto g. 28, Kaunas, Lietuva; el. paštas: v.liesionis@fc.vdu.lt.