

Pénzügyi tudatosság és kultúra: Tanulságok egy primer kutatás alapján

SZEBERÉNYI András¹ – TISZA Márk Marcell²

¹PhD., főiskolai tanár, Budapesti Metropolitan Egyetem
Marketing és Kommunikáció Intézet

²BA hallgató, Budapesti Metropolitan Egyetem Kommunikáció és médiatudomány

KEYWORDS

- financial awareness
- financial literacy
- sustainable finance
- financial decision

ABSTRACT

Financial Awareness and Culture: Lessons from a Primary Research Study
| In today's world, money plays a vital role in everyday life, requiring individuals to make both simple and complex financial decisions regularly. Everyone is involved in this process, from teenagers managing pocket money to adults choosing payment methods. This study explores how respondents acquire financial knowledge, with whom they prefer to discuss financial matters, and what goals they set. A survey-based primary research involving 361 participants was conducted. Two hypotheses were tested: (H1) respondents primarily gain information from the internet and prefer discussing finances with experts; (H2) one of their main financial goals is to build up precautionary savings as a form of financial security. The results indicate a significant relationship between internet use and financial awareness; however, family remains the dominant context for financial communication. Most participants have defined financial goals, especially regarding savings and retirement planning. The study underscores the importance of financial education programs and highlights opportunities to further enhance financial literacy and awareness in society.

JEL-codes: G41, G50, G53

KULCSSZAVAK

- pénzügyi tudatosság
- pénzügyi kultúra
- fenntartható pénzügy
- pénzügyi döntés

ABSZTRAKT

Modern világunk egyik lételeme a pénz, így minden egyes nap szükség van arra, hogy egyszerű vagy összetettebb pénzügyi döntéseket hozzunk. E döntések meghozatalában mindannyian érintettek vagyunk, akár zsebpénzt beszedő tinédzserek, akár banki fizetési módot választó felnőttek. A tanulmány célja annak vizsgálata, hogy a megkérdezettek milyen csatornákon keresztül szerzik pénzügyi ismereteiket, kivel beszélnek szívesen saját pénzügyeikről, illetve milyen célokat tűznek ki. Kérdőíves primer kutatásunk során összesen 361 főt kérdeztünk meg. A kutatásra vonatkozóan két hipotézist fogalmaztunk meg: (H1) a válaszadók leginkább az internetről tájékozódnak, és szakértőkkel

¹ E-mail: aszeberenyi@metropolitan.hu | MTMT: 10051048 | ORCID: 0000-0002-1387-0350

beszélnek pénzügyeiről; (H2) egyik fontosabb céljuk, hogy biztonsági pénzügyi megtakarítást képezzenek. Az eredmények alapján az internethasználat és a tudatosság között szignifikáns kapcsolat mutatható ki, azonban a kommunikáció terén a családi kör dominál. A válaszadók döntő része rendelkezik pénzügyi célokkal, különösen a biztonsági megtakarítás és nyugdíjcélú tervezés terén. A tanulmány rávilágít az edukációs programok fontosságára, valamint a pénzügyi tudatosság további fejlesztésének lehetőségeire.

JEL-kód: G41, G50, G5358

Bevezetés

Magyarországon konkrét kezdeményezések vannak a pénzügyi kultúra és tudatosság „szabályainak” megismertetésére és a meglévő tudás mélyítésére. A kultúra kialakításában sok piaci szereplőnek alapvető szerepe van. A pénzügyi kultúrát a Magyar Nemzeti Bank (MNB) is fontosnak tartja, az egyik legsikeresebb ilyen kezdeményezés a „Pénz7” nevű program, amikor a meghívott és/vagy önkéntes előadók általános iskolákban és középiskolákban előre megadott témákban tartanak a diákoknak ismeretterjesztő előadásokat és interaktív foglalkoztató órákat a pénzügyekkel kapcsolatban (Pénz7, 2024). A tanulmány alapvető problémafelvetése, hogy a pénzügyi kultúra és a tudatosság még gyerekcipőben jár Magyarországon, aminek fejlesztésén pénzügyi szakembereknek, tanároknak, a Bankszövetségnek (és a bankoknak), valamint az MNB-nek összefogásban kell dolgoznia. Nemcsak az iskolákban szükséges elkezdni foglalkozni ezzel a témával/kérdéskörrel, hanem otthon, a háztartásokban, és a szülőknek is ismeretterjesztő anyagokkal és oktatási módszerekkel szükséges elmagyarázniuk a pénzügyi tudatosság alapjait, hogy ezzel is kialakuljon egyfajta kultúra, amit tovább tudnak adni a gyermekeiknek nevelési célzattal (Remsei, 2011). További problémaként azonosítható – előzetes tapasztalatok és kutatások alapján –, hogy az ügyfelek gyakran nem ismerik a különbséget a bankkártya és a bankszámla között. Ez megmutatkozik abban, hogy véleményük szerint, amikor megkapják a fizetésüket akkor helytelenül úgy mondják, hogy „a kártyámra érkezik a fizetésem”. Itt állunk egy digitális „forradalom” kapujánál, ahol a pénzügyi fintech cégek egyre nagyobb lépésben fejlesztik az innovatív megoldásokat a pénzügyek kezelésére és sokan csak hallomásból tudnak ezekről.

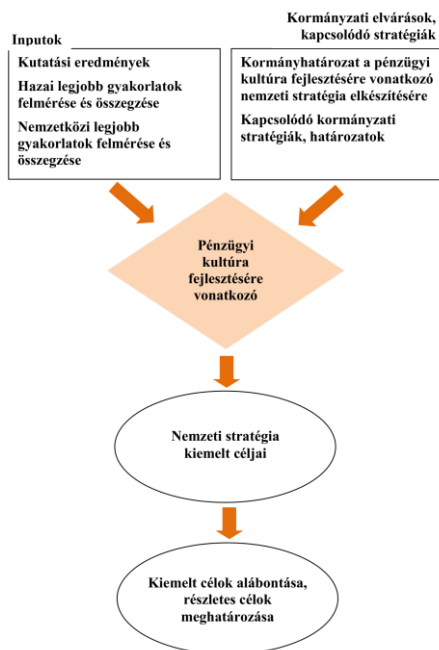
A pénzügyi kultúra fejlődése Magyarországon

A mindennapi életünkben már nem tudjuk kikerülni a pénz fogalmát, ezáltal pénzügyi döntéseket kell hoznunk. Pénzügyi döntést hozhat egy tinédzser is, amikor a szüleitől kapott zsebpénzt kell beosztania az iskolában vagy a vágyott dolog eléréséhez gyűjtenie kell; a boltban, amikor megkérdezik tőlünk, hogy mivel fizetünk – készpénz vagy bankkártya, sőt, hamarosan érkezik a QR kódos (Quick Response-kód) fizetés is –, ez is már a mindennapi döntéseink része (Fáykiss et al., 2023). Döntéseket hozunk a fizetésünkről, a megtakarításainkról, a kiadásainkról, a befektetéseinkről vagy akár egy utazásról is. A döntéseink lehetnek tudatosak és nem tudatosak – minden döntés mögött valamilyen információ áll, kérdés, hogy ezen információkat honnan kapjuk, mi hogyan értelmezzük, azt hogyan dolgozzuk fel (Szőke & Tóth, 2023). A pénzügyeinkkel kapcsolatos döntéseinkhez szükségünk van a bennünk kialakult pénzügyi kultúrára. Például, hogy több banki ajánlat közül tudunk-e dönteni, össze tudunk-e hasonlítani ajánlatokat és lehetőségeket bizonyos szempontok alapján. Egyre nagyobb körben, egyre elterjedtebb skálán mozog azon pénzügyi termékek összessége, melyek egyre komplexebbek, ugyanis a digitalizáció és a megváltozott bankolási szokások felülírhatják idővel a hagyományos bankolást. Ezeket a változásokat a digitalizáció gyors előretörése és a mesterséges intelligencia megjelenése tovább gyorsítja (Csiszárík-Kocsir, 2021; 2022). A legmodernebb és leggyorsabb megoldás a mobilapplikációk tudásának terjedése. Az információk sokasága miatt a használok tudása csak megkésve igazodik a változásokhoz, ugyanis, aki nem bankban dolgozik, kevésbé szerez tudomást a bank innovációiról. Ebben kulcsszerepe van a hitelintézetnek, a marketing osztálynak és a banki ügyintézőknek, tanácsadóknak, akik edukálják az ügyfeleket.

Érdemes röviden megemlíteni a pénzügyi kultúrával kapcsolatos tudatosság és döntések fejlődésének egyik kiinduló pontját, amely a 2008-as gazdasági világválság után kezdett kibontakozni. Mondhatni, hogy az egész világ elismerte, hogy a pénzügyi tudatosságot és döntéseket javítani szükséges, sokkal szélesebb ismeretekre van szükség a pénzügyek tekintetében. A megfelelően elsajátított pénzügyi tudatosság és kultúra segíthet abban, hogy egy háztartás a pénzügyeiből – melybe beletartoznak a bevételek és kiadások – a legtöbbet hozza ki, tehát vagy javítson a helyzetén, vagy kezdjen el egy pénzügyi terv alapján működni a mindennapokban és építkezni a jövőt figyelembe véve. Az oktatásnak és nevelésnek rendkívül fontos szerepe van ebben (Né-

meth-Lékó, 2020), mivel a 2008-as válság egyik oka (többek között) a lakosság pénzügyi ismereteinek hiánya volt. A banki szerződéskötések során is előfordult számtalan téves és hiányos tájékoztatás, mely az ügyfél eladósodását okozta a nem megfelelő szabályozói környezet és az ügyfelek féktelen hitelfelvétele miatt. Gondoljunk a devizahitelekre, ahol az ügyfél olyan árfolyamkockázatot vállalt, amiről a hitel felvételekor egy múltbéli árfolyamról kapott tájékoztatást. A kockázati tájékoztatót minden devizahiteles ügyfél aláírta, és amikor látta, hogy a forint hitel drágább, a legtöbb esetben nem volt kérdés, hogy melyik hiteltípust válassza. A devizahitelek leggyakoribb devizaneme az euro (EUR), japán yen (JPY) és svájci frank (CHF) volt, mely devizanemekből a bank váltotta át az ügyfélnek forintba a hitelösszeget a hitel folyósításakor, és forintban is kérte a törlesztést az éppen aktuális deviza árfolyam szerint. A bank ezzel a devizaváltás árfolyamkockázatát áthárította az ügyfélre. Amikor a forint elkezdett leértékelődni az előzőekben említett devizákkal szemben (főleg az euró és a svájci frank), akkor kezdett több család bajba kerülni, mert a háztartás jövedelme nem nőtt olyan ütemben, mint a törlesztőrészlet. Akkor még nem létezett adósságfék-szabály, mely ma már jelentős biztonságot nyújt a hitelintézetek és az ügyfelek számára is (Kovács & Szóka, 2020). Később viszont 2015. január 1-jétől az MNB életbe léptette az adósságfék-rendelet részeként az adósságfék szabályozást, amely a forint alapú szerződéseket érinti. A jövedelemarányos törlesztőrészlet mutató (JTM) a hitelfelvételkor maximalizálja az ügyfelek rendszeres jövedelmének meghatározott arányában elvállalható törlesztési terheit, így csökkentve az ügyfelek túlzott eladósodásának kockázatát (Magyar Nemzeti Bank, 2023). A gazdasági krízisek időről-időre rádöbentették az embereket, gazdasági szakértőket és vállalatokat (Tóth et al., 2022, 2023), hogy nagy jelentősége van a pénzügyi ismereteknek és a megfelelő szakemberek jelenlétének, akik ezen ismereteket mélyíthetik és a pénzügyi kérdésekben segíthetnek az ügyfeleknek. A válság óta több kezdeményezés is útnak indult. Állami szabályozás is megjelent, valamint a hitelintézetek is felismerték, hogy a pénzügyileg edukált ügyfél akár rövid, akár hosszú távon nekik is kedvező, mivel így tudatos döntéseket fognak hozni a banki ügyeikkel kapcsolatban. A tudatos, és az utóbbi évekre jellemzően most már fenntarthatónak is minősülő pénzügyi döntések tekintetében élen jár például a Raiffeisen Bank, ahol a legtöbb nagyobb fiókban már úgynevezett „meeter greeter” gyakornok kolléga áll az ügyfelek rendelkezésére, aki edukálja az ügyfeleket a pénztár helyett a befizetős ATM (Automated Teller Machine) vagy a banki internetbank használatára, amennyiben az adott kérés elintézhető akár két kattintással. Továbbá,

a legtöbb banknál már elérhető az a megoldás, ami lehetővé teszi az ügynevezett fedezetlen hitelek (személyi kölcsön, hitelkártya és folyószámla-hitelkeret) banki applikáción keresztül történő igénylését is. A célja ezeknek, hogy papírmentesen és emberi beavatkozás nélkül fussanak be az igénylések a bankhoz. A pénzügyi tudatosság növelésére már született elfogadott módszertan, amely a különböző kutatási eredmények feldolgozásától kezdve, a hazai és nemzetközi legjobb gyakorlatok bemutatásán át több olyan stratégiát is magában foglal, amely egységesen a pénzügyi kultúra fejlesztésére vonatkozik (1. ábra).



1. ábra: Alkalmazott módszertani felépítés a pénzügyi tudatosság fejlesztésére

Forrás: Pénzügyi tudatosság fejlesztésének stratégiája, Magyarország Kormánya, 2019., 8. o.

Az 1. ábra alapján meghatározott nemzeti stratégiai, valamint a kiemelt célok egyértelműen rámutatnak tehát, hogy pénzügyi szakemberekre nagy szükség van. A célok további támogatására pedig elindult egy Pénzügyi Oktatási Program, a Pénz7 programsorozat, melyhez a magyar iskolák 2015-ben csatlakoztak, ezzel egyidejűleg pedig az iskolákban is megjelentek a pénzügyi jellegű órák és előadások. Az MNB több pályázatot is meghirdetett a témával kapcsolatban, hogy emelje a pénzügyi kultúrát. A kormány 2016 novembe-

rében kiemelte a 2045/2016. Korm. határozatában, hogy a pénzügyi tudatosságot fejleszteni szükséges, ezzel egyidejűleg pedig kormányzati szinten közpolitikai célként fogalmazódott meg a hazai lakosság pénzügyi tudatosságának növelése is. A nemzetgazdaság működéséhez elengedhetetlenek a pénzügyileg tudatos polgárok. A kormány fontos célként határozta meg a lakosság pénzügyi tudatosságának fejlesztését, aminek következtében elkészült egy 7 évet felölelő stratégia (2017-től 2023-ig). A stratégia tartalmazza az eddig elért eredményeket, programokat és ezekre építkezve adja meg a további célkitűzéseket. Ezek teljes mértékben a magyar igényekre lettek kidolgozva. Kiemelt prioritás egy pénzügyileg tudatos generáció felnevelése (Harangozó, 2015). Egy megfelelő pénzügyi tudással és attitűddel rendelkező lakosság nevelése a végső cél, amely adott esetben elősegítheti a pénzügyi rendszer stabil, egészséges működését, valamint Magyarország eredményességét és hatékonyságát (Kovács & Szóka, 2020). Mindenképpen kiemelendő a Z generáció pénzügyi tudatossága, illetve szokásainak vizsgálata, mivel ők sokat tartózkodnak a virtuális térben, online médiafogyasztásuk több órára tehető, mobiltelefonjuk az ő külön világuk. Máshogy állnak az anyagi függetlenséghez, nem igazán vágnak rá, tárgyak helyett szolgáltatásokat vesznek igénybe. Szívesen adnak pénzügyi tanácsokat leginkább családjuknak, partnerüknek vagy barátjuknak, még akkor is, ha bevallásuk szerint átlagos pénzügyi ismeretekkel rendelkeznek (Csiszárík-Kocsir & Garai-Fodor, 2018; Hoschek & Szóka, 2024).

A PÉNZ7 programsorozat célja

A Pénz7 (2024) egy pénzügyi tudatosságot és pénzügyi tervezést népszerűsítő oktatási program, amely Magyarországon működik. Célja, hogy felhívja a figyelmet a pénzügyi ismeretek fontosságára és segítsen az embereknek jobban megérteni a pénzügyek világát. A Pénz7 különböző interaktív workshopokat, tréningeket, valamint online tananyagokat kínál, hogy segítse az embereket abban, hogy hatékonyabban kezeljék pénzügyeiket és jobb pénzügyi döntéseket hozzanak. Az Európai Pénzügyi Tudatosság Hét (European Money Week) keretében Európa szerte közel 30 országban zajló Pénz7 eseménysorozat számos különböző fórumon jelenik meg, kezdve szakmai programoktól az iskolákban szervezett speciális eseményeken át egészen játékos versenyekig. A Magyar Bankszövetség és a Pénziránytű Alapítvány 2015 és 2016 között kezdték el a Pénz7-et, melynek főszervezője az Emberi Erőforrások Minisztériuma (EMMI) volt. A kezdeti évek után az EMMI vállalta a projektgazda szerepét, és beillesztette a programot a tanév hivatalos

rendszerébe is. A Pénz7 további célja még, hogy lehetőleg minél fiatalabb korban támogassa a pénzügyek iránt érdeklődő diákok tudásának bővítését, és felhívja a figyelmüket a pénzügyi tudatosság fontosságára. Magyarországon példaértékű összefogás jött létre az Európai Pénzügyi Tudatosság Hét-hez kapcsolódó „Pénz7” eseménysorozat megvalósítására, amit támogat a Nemzetgazdasági Minisztérium és a Junior Achievement Alapítvány. Az iskolai részvétel évről évre növekszik, a folyamatosan bővülő program mostanra már 200.000 diákot és 1.200 iskolát érint. A résztvevő diákok széles körű tudást szerezhetnek pénzügyek és vállalkozói ismeretek terén a számos interaktív kísérőprogram és játékos tananyag révén (Pénzügyminisztérium, 2015).

Magyarország a Pénz7 program (2024) és az Organization for Economic Co-operation and Development (OECD-INFE, 2020) által koordinált nemzetközi összehasonlító elemzés szerint a pénzügyi tudatosság terén pozitív eredményeket ért el. Hazánk az ilyen jellegű fejlesztéseknek köszönhetően a 4. helyet érte el a programban részt vevő országok között. Bár a pénzügyi ismeretek terén kimagasló teljesítményt mutat, további erőfeszítések szükségesek a pénzügyi tudatosság gyakorlati alkalmazásának fejlesztésére. A fentebb említett kutatások azt mutatják, hogy Magyarországon a pénzügyi műveltséget mérő mutatók értéke közelít az átlaghoz és a legjobb eredményeket a pénzügyi ismeretek területén érték el. Fontos továbbá az ilyen területeken történő folyamatos fejlődés, hogy a pénzügyi tudatosság növekedjen és stabilizálódjon az országban. Az elemzés alapján Magyarországon a pozitív pénzügyi ismeretek terén tapasztalt előrelépés sajnos még nem járt kéz a kézben kedvező pénzügyi magatartásformák kialakulásával. A pénzügyi magatartás tekintetében hazánk az utolsó negyedben helyezkedik el a Pénz7 programban részt vevő országok nemzetközi összehasonlításában. Bár tapasztalható néhány javulás, például a háztartási költségvetés készítőinek aránya emelkedett és a megtakarítási hajlandóság is stabil maradt, mégis van hová fejlődni. Kiemelendő, hogy a magyar eredmények elmaradnak a nemzetközi normáktól a bevételek és kiadások nyomon követése, a pénzügyi termékek összehasonlítása, valamint a független pénzügyi tanácsadás terén. A folyamatos tudatosság- és magatartásfejlesztés kiemelt fontosságú lenne a további eredmények javítása érdekében.

Az OECD-INFE (2020) kutatása szerint a magyar válaszadók pénzügyi attitűdben kissé felülmúlják a részt vevő országok átlagát, a 39 ország között a 17. helyen állnak. Az eredmények alapján látszik, hogy az életkor növeke-

désével egyre felelősebbé válik az attitűd, a nők hajlamosabbak takarékoskodni, mint a férfiak és a magasabb iskolai végzettség is meghatározó tényező. A magyar kutatás egyértelműen kimutatta, hogy a hosszú távú és jól felépített pénzügyi oktatási és ismeretterjesztési programok pozitív hatással vannak. A magas pénzügyi tudás és jó eredmény a hosszú távú, állami intézmények, oktatási tárca, jegybank és a Pénziránytű Alapítvány által folytatott, együttműködő pénzügyi tudás terjesztésének köszönhető. Bár vannak biztató trendek, további fejlesztési lehetőségek rejlenek a pénzügyi kultúra területén. A jelenlegi tudás gyakorlati alkalmazása és más tényezők (motiváció, tervszerűség, körületekintés) további fejlesztést igényelnek (Pénz7, 2024).

Anyag és módszer

A tanulmány megírásának első szakaszában a pénzügyi kultúra magyarországi fejlődésének bemutatását tűztük ki célul, majd ezt követően rávilágítottunk arra, hogy miként fejleszthető a pénzügyi kultúra és tudatosság. A szakterülethez kapcsolódó tudományos források elemzésével rávilágítottunk arra, hogy miként fejleszthető a pénzügyi kultúra és tudatosság Magyarországon.

Primer kutatásként egy reprezentatívnak nem tekinthető, 25 kérdésből álló online kérdőíves megkérdezést alkalmaztunk, amelyet 375 fő töltött ki, viszont a helytelen kitöltések kiszűrése után, végül csak 361 fő válaszait tudtuk értékelni. A kérdőívet 14–65 év között bárki kitölthette, mivel 14 éves kortól már lehetőség van bankszámlát nyitni törvényes képviselő jelenlétében, illetve a 65. életév jelenleg a hatályos nyugdíjkorhatár. A 14 éves kor fölötti fiatal korosztály a zsebpénz beosztásával elkezdheti kialakítani a saját maga kultúráját a pénzügyekben, a nyugdíjkorhatár betöltése pedig azért lehet fontos esemény, mert valakinek ugyan még távlati, de felmerülhet kérdésként, hogy az állami nyugdíj elegendő lesz-e ahhoz az életszínvonalhoz, amit az adott életszakaszában megszokott. Jelen jogszabály szerint ugyanis minden befizetett nyugdíjcélú megtakarítás után (éves szinten) 20%-os adójóváírás érvényesíthető a következő évi személyi jövedelemadó (SZJA) bevallásban. Az aktuális állami szabályozás szerint az alábbi három típusba sorolható megtakarítás minősül nyugdíjcélúnak: Önkéntes nyugdíjpénztár (röviden: ÖNYP), nyugdíjbiztosítás, Nyugdíj-Előtakarékossági Számla (röviden: NYESZ).

Megjegyzendő, hogy a visszaigényelhető adójóváírás kerete 150.000 Ft, mely közösen értendő az ÖNYP és Egészségpénztári befizetések 20%-ára, azonban a visszaigénylés egy összegben csakis az egyik pénztári számlára

történhet. Ezen kívül a NYESZ számlára történt befizetések 20%-ára külön 100.000 Ft keret vonatkozik. Továbbá a nyugdíjbiztosítások is önálló kerettel rendelkeznek, melynek mértéke 130.000 Ft és itt is a befizetések 20%-a érteendő. Amennyiben többféle termékre is szeretnénk adóvisszatérítést igényelni, akkor az egységes maximális keret 280.000 Ft.

A terjedelmi korlátok miatt jelen tanulmányban, a kérdőívünkre kapott válaszok esetében csak a pénzügyi tudatosságra vonatkozó eredményeket mutatjuk be.

A primer kutatáshoz kapcsolódóan az alábbi hipotéziseket fogalmaztuk meg:

1. *Hipotézis: A kutatásban résztvevők leginkább az internetről szereznek pénzügyekkel kapcsolatos tájékoztatást, valamint kizárólag banki ügyintézővel vagy pénzügyi tanácsadóval hajlandók beszélni magán pénzügyeikről.*
2. *Hipotézis: A kutatásban résztvevők egyik fontosabb pénzügyi célja, hogy biztonsági megtakarítást képezzenek.*

A hipotézisek vizsgálatára kétféle statisztikai módszert alkalmaztunk, a változótipusok jellegétől függően. A nominális és ordinális kategóriaváltozók közötti függetlenségek vizsgálatához Pearson-féle khi-négyzet (χ^2) próbát használtunk, ami esetében a kimutatott kapcsolatok szignifikanciáját 0,05-nél kisebb p-érték esetén tekintettük elfogadhatónak.

A khi-négyzet próbák esetében az összefüggések erősségének megítéléséhez *Cramér-féle V* mutatót alkalmaztunk, amelyet az alábbi kategóriák szerint értékeltünk:

- *Gyenge kapcsolat:* $0,00 \leq V < 0,10$
- *Közepes kapcsolat:* $0,10 \leq V < 0,30$
- *Erős kapcsolat:* $0,30 \leq V \leq 1,00$

A kvantitatív változók közötti kapcsolatok elemzésére Pearson-féle korrelációs együtthatót (r) használtunk. Az értelmezés során a következő határértékek alapján kategorizáltuk a kapcsolat erősségét:

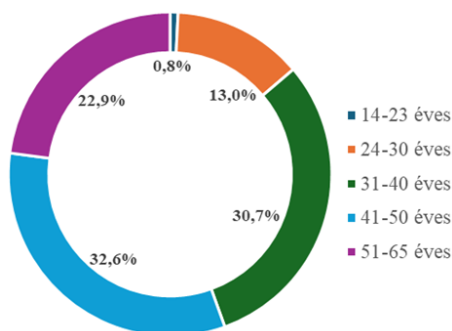
- *Gyenge kapcsolat:* $0,00 \leq |r| < 0,30$
- *Közepes kapcsolat:* $0,30 \leq |r| < 0,50$
- *Erős kapcsolat:* $0,50 \leq |r| \leq 1,00$

Az adatfeldolgozást és a statisztikai elemzéseket az IBM SPSS Statistics 27 programcsomag segítségével végeztük el.

A kutatáshoz kapcsolódó demográfiai adatok bemutatása

A kérdőív kitöltésére 2024 februárjától április végéig volt lehetősége a kitöltőknek. A kitöltők az online közösségi média felületeken – úgymint Facebook, Instagram, LinkedIn – érthették el a kérdőívet. A nembeli megoszlás esetében a válaszadók 59,7%-a volt nő, és 40,3% férfi, ami főként annak tudható be, hogy a nők vélhetően nagyobb kitöltési hajlandósággal rendelkeznek.

A 2. ábrán látható a kérdőívet kitöltők életkorra vonatkozó megoszlása, amely esetében öt különböző kategóriát határoztunk meg. A kategóriákat arányosan határoztuk le életkorok szintjén, hogy a kitöltések száma ne torzítsa az eredményeket.



2. ábra: A kérdőívet kitöltők életkorra vonatkozó megoszlása (%)

Forrás: Saját szerkesztésű ábra primer kutatás alapján, 2024, n=361

A 2. ábra eredményei alapján megállapítható, hogy a korcsoport megoszlása bár változatos, de mind a megadott öt korcsoportból voltak kitöltők. A legtöbb kitöltő a 31–40 éves (30,7%) és a 41–50 éves (32,6%) korosztályból volt. A legkisebb számban (0,8%) a 14–23 éves korosztály szerepelt a kitöltők között. Ennek oka lehet, hogy a Z generáció már sokkal kevésbé aktív a Facebookon a korábbi évekhez képest, illetve sokuk nem használja még a LinkedIn platformot.

A válaszadók iskolai végzettségét tekintve mindenki rendelkezik legalább érettségivel, 27,6%-uk felsőfokú szakirányú végzettséggel, 32,2%-uk pedig alapkörű diplomával.

Foglalkozást tekintve a kitöltők 68,6%-a szellemi alkalmazott és nettó bér/jövedelem oldalról vizsgálva a kérdőívet, a kitöltők majdnem 50%-a keres 350.001 és 600.000 Ft között, ennél magasabb keresettel pedig 36,8%-uk rendelkezik. Ebből feltételezhetjük, hogy ezek már azon jövedelmek, ahol van lehetőség megtakarítás indítására és/vagy hitel felvételére, így a havi bevétel-kiadás megtervezése tudatos, vagy legalábbis van rá igény.

Az 1. táblázat foglalja össze, hogy a demográfiai háttérváltozók – úgy mint nem, életkor, iskolai végzettség, jövedelem – milyen statisztikailag szignifikáns kapcsolatot mutatnak a különböző pénzügyi attitűdökkel, célkitűzésekkel és kommunikációs szokásokkal. Az elemzések során khi-négyzet próbát alkalmaztunk, amelyet Cramér-féle V mutatóval egészítettünk ki a kapcsolatok erősségének bemutatására. Az így kapott eredmények segítségével mutatjuk be, hogy mely tényezők járulnak hozzá a pénzügyi tudatosság vagy a kommunikációs preferenciák alakulásához.

Az első változópár, a *nem és a kommunikációs attitűd* közötti kapcsolat ($\chi^2=9,842$; $p=0,020$; $V=0,098$) gyenge, de statisztikailag szignifikáns kapcsolatot mutat, vagyis a válaszadók nemi hovatartozása befolyásolja, kivel hajlandóak pénzügyeikről beszélni. Ugyanakkor a kapcsolat gyenge jellege miatt ez a H1 hipotézis kommunikációs részének csak részleges alátámasztását szolgálja. Az *életkor és a biztonsági megtakarítás célkitűzése* között közepes ($\chi^2=12,115$; $p=0,016$; $V=0,183$) erősségű, szignifikáns kapcsolat áll fenn, ami hozzájárul a második hipotézis alátámasztásához, miszerint a megtakarítás egy fontosabb cél. Ez a kapcsolat azt mutatja, hogy az idősebb válaszadók körében nagyobb arányban fordul elő biztonsági tartalék képzése, ami a tapasztalat, felelősség és élethelyzet változásával magyarázható. Az első hipotézishez kapcsolódó *iskolai végzettség és tájékozódás forrása* közötti kapcsolat szintén statisztikailag szignifikáns, de gyenge ($\chi^2=8,421$; $p=0,038$; $V=0,087$). Ez arra utal, hogy bár az iskolai végzettség hatással van arra, milyen csatornákon tájékozódik valaki, a különbségek nem feltétlenül relevánsak. A második hipotézishez kapcsolódó változópár – a *jövedelem és a hitel visszafizetés, mint cél* – közepes kapcsolatot mutat ($\chi^2=10,977$; $p=0,012$; $V=0,162$), tehát az alacsonyabb jövedelműek számára gyakoribb a hiteltörlesztés, mint egyfajta prioritás. Ez az eredmény a hipotézis kiegészítő háttereként értelmezhető, és támogatja azt a megállapítást, hogy a jövedelmi szint hatással van a pénzügyi célstruktúrákra. A legszorosabb összefüggés, illetve legerősebb statisztikai kapcsolat a *kommunikációs attitűd és tudatossági önértékelés* között mutatkozott ($\chi^2=15,487$; $p=0,001$; $V=0,312$), ami a

válaszadókra vonatkozóan azt jelenti, hogy akik magasabb tudatossági szintet jelöltek meg, nyitottabban kommunikálnak pénzügyi kérdésekről is. Ez az eredmény közvetlenül megerősíti a H1 hipotézis második részét, amely szerint a pénzügyekről való beszéd szorosan összefügg a tudatosság szintjével.

1. táblázat: Khi-négyzet próba és Cramér-féle V mutatók eredményei a demográfiai és pénzügyi attitűdváltozók között

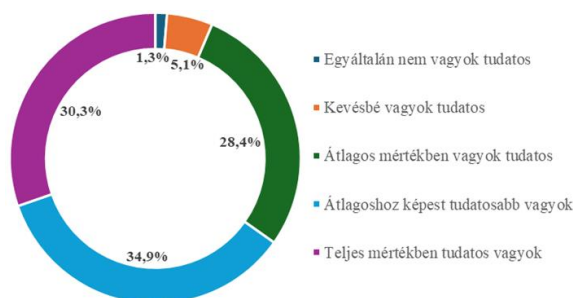
Változópárok	χ^2 érték	df	p-érték	Cramér V	Kapcsolat erőssége	Kapcsolati tényező megállapítása és kapcsolódó hipotézis
Nem és Kommunikációs attitűd	9,842	3	0,020	0,098	Gyenge	(H1) A férfiak és nők kommunikációs preferenciái eltérnek: a férfiak hajlamosabbak nyíltan beszélni pénzügyeikről, de ez a statisztikai összefüggés nem túl erős.
Életkor és Biztonsági megtakarítás célkitűzése	12,115	4	0,016	0,183	Közepes	(H2) Az idősebb korosztályok nagyobb arányban rendelkeznek biztonsági tartalékkal, megállapítható továbbá, hogy a kor előrehaladtával nő a pénzügyi előrelátás.
Iskolai végzettség és Tájékozódás forrása	8,421	3	0,038	0,087	Gyenge	(H1) Az iskolai végzettség hatással van arra, hogy ki milyen csatornát választ a pénzügyi információkhoz, de az eltérés nem markáns.
Jövedelem és Hitel visszafizetés, mint cél	10,977	3	0,012	0,162	Közepes	(H2) Az alacsonyabb jövedelműek körében gyakrabban, hogy pénzügyi célként a hitel visszafizetése jelenik meg.
Kommunikációs attitűd és Tudatossági önértékelés	15,487	2	0,001	0,312	Erős	(H1) Azok, akik magasabb pénzügyi tudatosságról számoltak be, nyitottabban kommunikálnak a pénzügyi kommunikációra is. Ez a legerősebb kapcsolat a vizsgált változók között.

Forrás: Saját szerkesztésű táblázat primer kutatás alapján, 2024

A statisztikai összefüggésvizsgálatok segítenek rávilágítani arra, hogy a válaszadók viselkedése és döntései számos demográfiai tényezőtől függhetnek. A khi-négyzet próbák és Cramér-féle V mutatók alkalmazásával kimutatott összefüggések, még ha több esetben gyengék is, hozzájárulnak a hipotézisek értelmezéséhez, és alátámasztják az egyéni attitűdök komplexitását. A kérdőív specifikus elemeire vonatkozó megállapításainkat a kutatási eredmények fejezetben mutatjuk be, nagy hangsúlyt fektetve a pénzügyi tudatosságra, tájékozódásra, célkitűzésekre és a döntéshozatallal kapcsolatos válaszokra.

A kutatás eredményei

A kérdőív elején olyan kérdéseket tettünk fel, amelyek a pénzügyi tudatosság témaköréhez kapcsolódó alapvető jártasságra, tapasztalatra, és a termékismeretre vonatkoztak. A kérdőív első kérdése során arra voltunk kíváncsiak, hogy vajon a kitöltők mennyire tartják magukat pénzügyileg tudatosnak. Az erre vonatkozó eredmények a 3. ábrán láthatók.



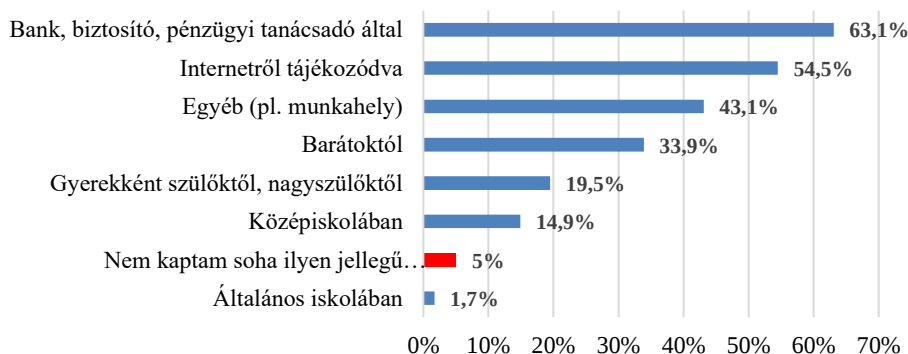
3. ábra: A kérdőívet kitöltők pénzügyi tudatossága saját véleményük szerint (%)

Forrás: Saját szerkesztésű ábra primer kutatás alapján, 2024, n=361

A 3. ábra eredményei szerint a megkérdezett emberek többsége az átlagoshoz képest tudatosabbnak (34,9%), illetve teljes mértékben tudatosnak (30,3%) tartja magát. A kérdőívünkben szereplő további kérdésekre kapott válaszok alapján megállapítható – ezen ábrához kapcsolódóan –, hogy az edukációs programok jelentősen közrejátszanak abban, hogy a válaszadók 93,6%-a legalább átlagos mértékben tekinthető tudatosnak a pénzügyeire vonatkozó cselekvéseiben. Mindösszesen a kitöltők csak 5,1%-a volt az, aki kevésbé tudatos, ha a pénzügyeit érintő költségeiről, tetteiről van szó. Érdekes eredmény-

nek tekinthető az a viszonylag kicsi (1,3%) bázisa a kitöltőknek, akik egyáltalán nem tudatosak a pénzügyeikre vonatkozóan. Megkérdezésünk során rákérdeztünk ezek okaira is, így esetükben kiderült, hogy az okok között szerepel például az, hogy nem tudják, hogyan kell félretenni, nem tudják jól beosztani a bevételüket, vagy gyakran tapasztalnak olyan váratlan pénzügyi kiadásokat, ami miatt nem tudnak tudatosan tervezni a rövid- és hosszú távú pénzügyi tevékenységeikkel.

A következő kérdés arra irányult, hogy a felmérésben résztvevők hol kapták meg a felvilágosítást az alapvető pénzügyekkel kapcsolatban. Ennél a kérdésnél hét különböző kategóriát különböztettünk meg egymástól, illetve az egyéb opcióban lehetősége volt kiegészítenie a kitöltőknek saját kategóriával is – ebben az esetben csak a munkahelyet vettük releváns opciónak, a többi említés valamilyen formában kapcsolható volt az általunk meghatározott kategóriákhoz. A felvilágosítás-oktatás csatornáihoz való tájékozódás eredményeit a 4. ábrán mutatjuk be.



Megjegyzés: Több válasz is megjelölhető volt!

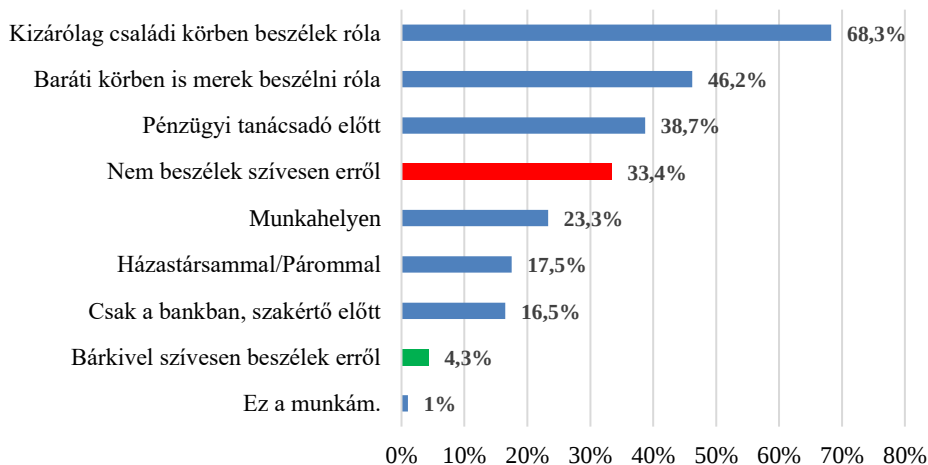
4. ábra: Az alapvető pénzügyekkel kapcsolatos felvilágosítás-oktatás csatornái (%)

Forrás: Saját szerkesztésű ábra primer kutatás alapján, 2024, n=361

A 4. ábra eredményei kapcsolódnak az első hipotézisünk első részéhez, amely szerint a résztvevők leginkább az internetről szereznek pénzügyekkel kapcsolatos tájékoztatást. Ez hamisnak bizonyult, mivel a legtöbb kitöltő (63,1%-uk) leginkább bankoktól, biztosítóktól, vagy pedig pénzügyi tanácsadóktól kér felvilágosítást vagy tájékoztatást. Az eredmények rávilágítanak továbbá, hogy a kutatásban résztvevők 19,5%-a családtagoktól (szülőktől, nagyszülőktől) kap segítséget a pénzügyeik tekintetében. A szakemberek után viszont a legtöbben (54,5%) internetről próbálnak minél több oktatóanyagot keresni, illetve tájékozódni. A munkahelyek tekintetében mintegy

43,1%-uk kap pénzügyekkel kapcsolatos felvilágosítást, barátoktól 33,9%-uk kap hasonló oktatást, míg középiskolában már csak 14,9%-uk volt érintett ilyen jellegű felvilágosításban. További érdekes eredménynek tekinthető, hogy a megkérdezettek 5%-a soha nem kapott pénzügyekkel kapcsolatos oktatást vagy felvilágosítást, amely kapcsolódik a 3. ábra eredményeihez is, azon megkérdezettek esetében, akik egyáltalán nem tudatosak a pénzügyeiket illetően. Alapvető statisztikai kapcsolatokat is vizsgáltunk a nembeli megoszlás, az életkor, a tudatosság szintjei, valamint az oktatási csatornák között, viszont 5%-os szignifikancia szint esetén nem volt igazolható kapcsolat a csoportok és a kategóriák között.

Mivel a magyar kultúrában a pénzügyekről való beszélgetés sokszor érzékeny témának tekinthető, így arra is kíváncsiak voltunk, hogy a megkérdezettek milyen kommunikációs csatornán nyílnak meg leginkább, illetve hol merik leginkább felvállalni a pénzügyekkel kapcsolatos véleményüket, ismereteiket. Az ezzel kapcsolatos eredmények az 5. ábrán láthatóak.



Megjegyzés: Több válasz is megjelölhető volt!

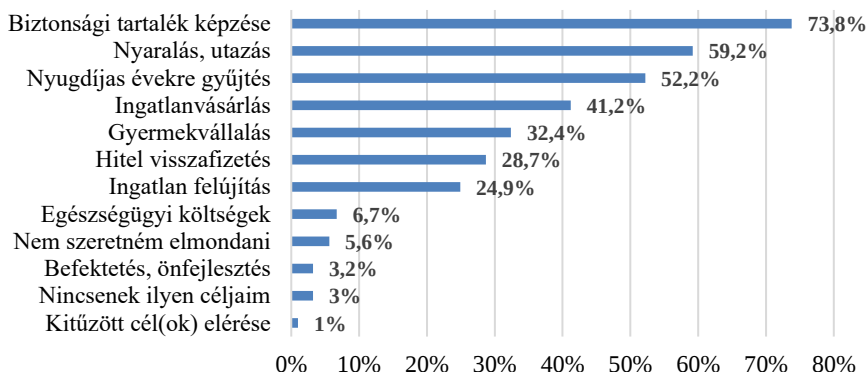
5. ábra: A kitöltők pénzügyi szokásai kommunikációs csatornák szintjén (%)

Forrás: Saját szerkesztésű ábra primer kutatás alapján, 2024, n=361

Az 5. ábra eredményei alapján nem egyértelműen állíthatjuk azt, hogy a megkérdezettek pozitív hozzáállással rendelkezzenek a pénzügyi szokásaikról való kommunikáció esetében. Az első hipotézisünk második felében azt feltételeztük, hogy a megkérdezettek kizárólag ügyintézővel, vagy pénzügyi tanácsadóval hajlandóak beszélni saját pénzügyeikről. Ennek a hipotézisnek – átvitt értelemben – köze van a magyar mentalitáshoz is, miszerint a saját

pénzügyeikről továbbra sem beszélnek szívesen, főleg nem idegenek előtt. Ezt jól alátámasztja a kutatásunk eredménye is, mivel még mindig 33,4%-a a kitöltőknek nem szívesen beszél pénzügyeit érintő témákról (szinte senkinek), illetve csak 16,5%-uk mer beszélni kizárólag bankban, szakértő előtt. Emiatt a hipotézisünk második részét sem sikerült bizonyítanunk, mivel a kapott eredmények szerint a kutatásban résztvevők többsége (68,3%) legszívesebben csak családi körben beszél saját pénzügyeit érintő témákról. Következésképpen felmerülhet az, hogy hiányzik az alapvető bizalom, ami a pénzügyekkel kapcsolatban – általánosságban véve – felmerülhet a kitöltőkben. Úgy érzik, hogy ez a fajta bizalmi légkör leginkább csak a családon belül van meg. Véleményünk szerint ez a viselkedés részben pszichológiai, részben pedig kulturális okokra vezethető vissza. Az emberek valószínűsíthetően zavarban érzik magukat, vagy félnek a pénzügyi helyzetük megosztásától. Az emberek gyakran szégyellik ezt, mivel nem szeretnék, hogy mások megtudják pénzügyi helyzetüket vagy (saját maguk által rossznak ítélt) döntéseiket. A bizonytalanság, a túlzott adósság vagy az anyagi nehézségek szintén okozhatnak szégyenérzetet vagy félelmet. Sokaknak hiányzik a megfelelő tudás vagy önbizalom a pénzügyekről való beszédhez. Úgy érezhetik, hogy nem értenek eléggé a témához, így inkább kerülik a pénzügyi témájú diskurzust. Felmerülhet további szempontként, hogy az emberek gyakran nem érzik magukat elég szakértőnek a pénzügyek terén, így inkább kerülik a pénzügyi kérdések tárgyalását szakemberekkel, még inkább a banki alkalmazottakkal. Ezen tényezők együttes hatása magyarázhatja, hogy miért nem szívesen beszél az emberek egy jelentős része pénzügyeiről és miért preferálják kevésbé nyilvános, illetve szakértő előtti pénzügyi kommunikációt. Az ilyen attitűdök átalakításához fokozott figyelemre és esetleges pszichológiai, szakértői támogatásra, valamint pénzügyi oktatásra is szükség lenne. Érdekességgéppen még kiemelendő, hogy a megkérdezettek 4,3%-a bármilyen körülmények között, bárkivel hajlandó beszélni saját pénzügyeiről, amely viszont pont az előzetes elemzést támasztja alá, vagyis, hogy ők azok a kitöltők, akik rendelkeznek elegendő tudással, tapasztalattal vagy bizalommal ahhoz, hogy bátran merjenek beszélni ezekről.

A 6. ábrán látható eredményekre vonatkozóan azt a kérdést tettük fel, hogy a kitöltőknek vannak-e rövid- és hosszú távú céljai, és ha igen, akkor melyek ezek.



Megjegyzés: Több válasz is megjelölhető volt!

6. ábra: Kitűzött rövid- és hosszú távú pénzügyi célok (%)

Forrás: Saját szerkesztésű ábra primer kutatás alapján, 2024, n=361

A 6. ábrához szorosan kapcsolódnak a 2. táblázatban bemutatott korrelációs együtthatók eredményei is, amelyek a különböző pénzügyi attitűdökre és célokra fókuszálnak.

A 6. ábra és a 2. táblázat eredményei összhangban állnak a második hipotézissel, miszerint a válaszadók elsődleges célja a biztonsági megtakarítás kialakítása. A Pearson-féle korrelációs együtthatók alapján közepes kapcsolat mutatható ki az internetes tájékozódás és a pénzügyi tudatosság között ($r=0,342$), valamint a banki tanácsadóval való konzultáció és a biztonsági megtakarítás között ($r=0,389$). Ezek az összefüggések jól illeszkednek a 6. ábra azon eredményéhez, hogy a kitöltők közel háromnegyede kiemelten fontosnak tartja a megtakarítás képzését. A jövedelem és a pénzügyi célok száma között szintén közepes ($r=0,453$) kapcsolatot találtunk, ami arra utal, hogy magasabb jövedelmi szint mellett többféle pénzügyi célkitűzés jelenik meg. A családi kommunikáció és a tudatosság ($r=0,271$), valamint az internetes tájékozódás és a megtakarítás ($r=0,296$) közötti gyengébb, de szignifikáns összefüggések azt sugallják, hogy bár nem minden háttértényező bír ugyanolyan erősségű hatással, az együttes jelenlétük mégis komplex pénzügyi attitűdrendszer alakít ki. Ezek az eredmények a H1 és H2 hipotézisek validálását támogatják, különösen a pénzügyi tudatosság és a hosszú távú célstruktúrák vonatkozásában.

2. táblázat: Pearson-féle korrelációs együtthatók eredményei a különböző pénzügyi attitűdök és célok között

Vizsgált változópaárok	<i>r</i> érték	Kapcsolat erőssége	Szignifikancia (<i>p</i> -érték)	Kapcsolati tényező megállapítása és kapcsolódó hipotézis
Internetes tájékozódás és Pénzügyi tudatosság	0,342	Közepes	0,000	(H1) A közepes erősségű kapcsolat szerint azok, akik az interneten tájékozódnak, nagyobb eséllyel tartják magukat tudatosnak. Ez a kapcsolat megerősíti, hogy az online elérhető információk (pl. pénzügyi blogok, cikkek, videók) valós hatással vannak az önértékelésre és a pénzügyi attitűdre. Bár a tanulmányban elsődlegesen a banki tájékoztatást emeltük ki, az internet szerepe mégis hangsúlyos, és kapcsolódik a pénzügyi tudatossághoz.
Internetes tájékozódás és Biztonsági megtakarítás	0,296	Gyenge	0,004	(H2) A gyenge, de szignifikáns kapcsolat azt jelzi, hogy az interneten tájékozódók nagyobb eséllyel rendelkeznek megtakarítási céllal, valószínűleg azért, mert ezek az információforrások hangsúlyozzák a pénzügyi felkészültséget leginkább. A kutatás során nem közvetlenül vizsgáltuk ezt az összefüggést, azonban a szignifikáns kapcsolat utólagos értelmezése alapján megállapítható a relevancia.
Családi kommunikáció és Pénzügyi tudatosság	0,271	Gyenge	0,009	(H1) Ez a gyenge, de szignifikáns kapcsolat arra utal, hogy a családi pénzügyi diskurzusok hozzájárulnak a tudatosság valamilyen szintű fejlesztéséhez. Megállapítható továbbá, hogy ezek a diskurzusok bár fontosok, de nem kizárólagos forrásai a pénzügyi attitűdnek.
Banki / pénzügyi tanácsadó és Biztonsági megtakarítás	0,389	Közepes	0,000	(H2) A közepes erősségű szignifikáns kapcsolat azt mutatja, hogy akik tanácsadótól kapnak információt, gyakrabban törekednek tudatos megtakarításra. Ez validálja a második hipotézis második felét, és kiemeli a szakértői edukáció szerepét is.
Iskolai végzettség és Pénzügyi tudatosság	0,327	Közepes	0,001	(H1) A közepes erősségű szignifikáns kapcsolat szerint a magasabb iskolai végzettség magasabb önértékelt tudatossággal jár együtt, ami a formális oktatás pénzügyi edukációs szerepét támasztja alá.
Jövedelem és Pénzügyi célok száma	0,453	Közepes	0,000	(H2) Ez a közepes erősségű szignifikáns kapcsolat arra mutat rá, hogy a magasabb jövedelemmel rendelkezők többféle pénzügyi célt is meg tudnak valósítani, így ez a fajta anyagi biztonság lehetőséget teremt a hosszú távú tervezésre is.

Forrás: Saját szerkesztésű táblázat primer kutatás alapján, 2024

Összefoglalás

A pénzügyi tudatosság és kultúra szintje napjainkban egyre fontosabb kérdésként jelenik meg, különösen a gazdasági környezet változékonysága miatt. A primer kutatás célja a pénzügyi tájékozódási csatornák, a pénzügyi kommunikációs preferenciák és a hosszú távú pénzügyi célok vizsgálata volt, különös tekintettel a demográfiai változók szerepére. A kérdőíves kutatás során kapott válaszok lehetőséget biztosítottak arra, hogy képet kapjunk arról, milyen tényezők befolyásolják a pénzügyi döntéshozatalt, valamint, hogy mely csatornákon keresztül és kivel osztják meg pénzügyeiket a válaszadók.

A kutatás során két hipotézis került megfogalmazásra: Az első hipotézis szerint a válaszadók leginkább internetes forrásokból tájékozódnak pénzügyi kérdésekben, és elsősorban banki tanácsadóval vagy pénzügyi szakértővel hajlandók megosztani magán pénzügyeiket. A második hipotézis szerint a válaszadók egyik fontosabb pénzügyi célja a biztonsági megtakarítás kialakítása.

A statisztikai eredmények összefüggő elemzése és a korrelációs vizsgálatok alapján az első hipotézist csak részlegesen sikerült alátámasztani, azért, mert bár valóban sokan tájékozódnak az internetről, mégis a kommunikáció inkább családi környezetben történik.

A második hipotézis igazoltnak tekinthető, mivel a válaszadók többsége valóban a biztonsági tartalék képzését tekinti egyik céljának, de további célként megjelent még a nyaralás, utazás és a nyugdíjas évekre való gyűjtés is.

A Pearson-féle korrelációs együtthatók és a khi-négyzet próbák Cramér-féle V mutatóval kiegészített értékei alapján elmondható, hogy a demográfiai tényezők és pénzügyi attitűdök között többnyire gyenge és közepes erősségű, de statisztikailag szignifikáns kapcsolatok mutathatók ki. Kiemelendő, hogy a pénzügyi tudatosság önértékelése és a kommunikációs attitűd között erős kapcsolat áll fenn. Emellett az is megfigyelhető, hogy a magasabb jövedelemmel rendelkezők többféle pénzügyi célt fogalmaznak meg, míg az alacsonyabb jövedelemszinten élők körében a hitel visszafizetése jelenik meg prioritásként.

A kutatás eredményei alapján megállapítható, hogy a pénzügyi tudatosságot nem lehet csupán egyetlen tényező – például végzettség vagy jövedelem – mentén értelmezni, hanem egy komplex, sokváltozós attitűdstruktúráként kell kezelni. A válaszadók döntéseit a demográfiai sajátosságok mellett az információszerzési szokások, a kommunikációs hajlandóság és a hosszú

távú célok együttesen alakítják. A kapott eredmények gyakorlati hasznosíthatóságát tekintve fontos, hogy az edukációs programokat célzottabban, élethelyzethez illeszkedően dolgozzuk ki, illetve, hogy a pénzügyi tudatosság fejlesztése során figyelembe vegyük a személyes preferenciák, a családi szocializáció és a digitális tér szerepét is.

A jövőbeni kutatásaink esetében érdemesnek tartjuk, hogy az edukációs programok hatékonyságát longitudinális módon is vizsgáljuk, illetve, hogy a pénzügyi magatartásformák mélyebb feltárása érdekében kvalitatív megközelítést is alkalmazzunk.

Irodalomjegyzék*

- Csiszárík-Kocsir, Ágnes és Garai-Fodor, Mónika (2018). Miért fontos a pénzügyi ismeretek oktatása a Z generáció véleménye alapján? *Polgári Szemle: Gazdasági és Társadalmi Folyóirat*, 14(1-3), 107–119. <https://doi.org/10.24307/psz.2018.0809>
- Csiszárík-Kocsir, Ágnes (2021). Customer Preferences in Bank Selection before and after the Pandemic in the Light of Financial Culture and Awareness. *Acta Polytechnica Hungarica*, 18(11), 151–169. <https://www.doi.org/10.12700/APH.18.11.2021.11.9>
- Csiszárík-Kocsir, Ágnes (2022). The Present and Future of Banking and New Financial Players in the Digital Space of the 21st Century. *Acta Polytechnica Hungarica*, 19(8), pp. 143-160. <https://www.doi.org/10.12700/APH.19.8.2022.8.9>
- Fáykiss, P., Nyikes, Á., és Szombati, A. (2023). A pénz jövője – digitális jegybankpénz: az MNB a legaktívabb jegybankok között. *Polgári Szemle*, 19(4-6), 33–47. <https://doi.org/10.24307/psz.2023.1204>
- Harangozó, G. (2015). Gazdasági és pénzügyi nevelés. In: Kormos József és Pálvölgyi Ferenc (szerk.). *A köznevelés céljai és fejlesztési területei a Nemzeti alaptanterv szemléletének tükrében: Pedagógiai tanulmányok*. Budapest, PPKE-BTK, 276 p., 205–229.
- Hoschek, M., és Szóka, K. (2024). A pénzügyi kultúra és a tudatosság szintjének felmérése a Soproni Egyetem hallgatói körében – A 2022. évi kérdőíves kutatás eredményeinek bemutatása. *Gazdaság & Társadalom*, 35(1), 97–112. <https://doi.org/10.21637/GT.2024.1.05>
- Kovács, T., és Szóka, K. (2020). *A pénzügyi kultúra és pénzügyi tudatosság helyzete*. In: Kovács T., és Szóka, K. (szerk.) *XIV. Soproni Pénzügyi Napok: „Gazdaságvédelem és pénzügyi kiutak” pénzügyi, adózási és számviteli szakmai és tudományos konferencia: Konferenciakötet*, Sopron, Soproni Felsőoktatásért Alapítvány, 104–112. <http://publicatio.uni-sopron.hu/id/eprint/1969>
- Magyarország Kormánya (2019). Pénzügyi tudatosság fejlesztésének stratégiája. <https://tinyurl.com/3jzwvrwu> (2024.11.25.)
- Magyar Nemzeti Bank. Adóssághfék-szabályok (HFM, JTM) <https://tinyurl.com/y95xfvd9> (2024.11.22.)

* A tanulmányban előforduló webes hivatkozások utolsó ellenőrzési ideje: 2025. április 16.

- Németh-Lékó, A. (2020). Pénzügyi tudatosság fejlesztése az öngondoskodási szemlélet erősítéséért. *Biztosítás és Kockázat*, 7(3-4), 90–101.
<https://doi.org/10.18530/BK.2020.3-4.90>
- OECD/INFE – International Survey of Adult Financial Literacy (2020).
<https://tinyurl.com/3ajzbvkw> (2023.11.12.)
- Pénz7 (2024). A magyarok pénzügyi tudása a nemzetközi élbolyban van, ám meg kell tanulnunk a gyakorlatban is alkalmazni az ismereteket.
<https://www.penz7.hu/hir-reszlet.cshtml?hirId=137> (2024.11.28.)
- Pénzügyminisztérium (2022). *Okosan a pénzzel!*. <https://tinyurl.com/4beabnjh> (2024.11.28.)
- Remsei, S. (2011). Kölcsönhatásban: gazdaság és kultúra. *Kultúra és Közösség*, 2(2), 21–126.
- Szőke B., és Tóth E. (2023). A pénzügyi-gazdasági ismeretek oktatása és a pénzügyi tudatosság összefüggései. *Acta Carolus Robertus*, 13(1), 19–30.
<https://doi.org/10.33032/acr.4082>
- Tóth, R., Kása, R., & Lentner, Cs. (2022). The Impact of Financial Culture on the Operation of Hungarian SMEs before and during COVID-19. *Risks*, 10(7), 135.
<https://doi.org/10.3390/risks10070135>
- Tóth, R., Kása, R., & Lentner, Cs. (2023). Validating the Financial Literacy Index of Hungarian SMEs during the COVID-19 Pandemic and the Russian–Ukrainian War. *Risks*, 11(4), 69. <https://doi.org/10.3390/risks11040069>