

ZSÓTÉR Boglárka – BÉRES Dániel – NÉMETH Erzsébet

# A MAGYAR FIATALOK JELLEMZÉSE PÉNZÜGYI ATTITÚDJEIK ÉS MAGATARTÁSUK MENTÉN

VIZSGÁLAT A FELSŐOKTATÁSBAN TANULÓK  
PÉNZÜGYI ATTITÚDJEIRŐL ÉS MAGATARTÁSÁRÓL

A pénzügyi piacok és termékek egyre komplexebbé válnak, ami együtt jár a pénzügyeket illető információs szakadék mélyülésével is – a lakosság egyre kevésbé képes pénzügyeiről körültekintő döntéseket hozni. Jelen tanulmány a magyar felsőoktatásban tanuló fiatalokat pénzügyi attitűdjeik mentén szegmentálja és jellemzi, annak érdekében, hogy hozzájáruljon a pénzügyi kultúra szintjét növelő programok sikerességéhez, legyen az állami indíttatású (pénzügyi edukáció) vagy a versenyszféra által vezérelt. A vizsgált fiatalok alapvetően három csoportba sorolhatók: (1) Konzervatívok, (2) Lázadók és (3) Tapasztaltak. A Konzervatívokra a stabil morális értékrend, alacsony kockázatvállalási hajlandóság jellemző, céljaik között egyaránt találunk rövid és hosszú távúakat is – informáltságuk, és ebből eredően pénzügyi ismeretszintjük alacsony, a hitelekkel szembeni attitűdjük negatív. A Lázadók csoportjára az „Élj a mának!” magatartás a jellemző, vagyis rövid távú céljaik vannak, kevésbé tudatosak, pénzügyi ismeretszintjük alacsony, ugyanakkor nyitottak az újdonságokra és a kockázatvállalási szintjük magasabb a másik két csoporténál. A Tapasztaltak csoportjára a tudatosság és a pénzügyi megfontoltság a jellemző – pénzügyi ismeretszintjük magasabb a másik két csoporténál. Náluk a hosszú távú célok dominálnak, de alacsony kockázatvállalási hajlandóság mellett.

*Kulcsszavak:* fiatal felnőttek, pénzügyi magatartás, pénzügyi attitűd, pénzügyi tapasztalatok, pénzügyi kultúra

A pénz, valamint a pénz kezelése és használata része a fogyasztók mindennapi életének, ugyanakkor nem mindenki viszonyul azonosan hozzá. A pénzhez és a pénzügyekhez való viszony vizsgálata a közgazdászokat, a pszichológusokat, a szociológusokat és az antropológusokat is foglalkoztatja. A pénzügyi termékek egyre komplexebbé válnak, ezzel párhuzamosan az egyéni igények is folyamatosan formálódnak, bővülnek (Habschick et al., 2007; Botos et al., 2012). A pénzügyi szektorban zajló felgyorsult termékinnovációs folyamatokhoz kapcsolható a 2008-ban kibontakozó recesszió kiváltó oka is (Béres – Huzdik, 2012). Mindezek a folyamatok olyan kontextusban zajlanak le, amely a fiatalok alacsony pénzügyi kultúrájával jellemezhető (Chen – Volpe, 1998; Volpe – Chen – Liu, 2006), így a pénzügyi kultúra fejlesztése elengedhetetlen tényező-

vé vált. Számos piaci és tudományos kutatás, valamint gyakorlati kezdeményezés a pénzügyi tudás mentén ragadja meg a pénzügyi kultúra mérését és fejlesztését, amely törekvés a többi tényező vizsgálata – és szükség esetén fejlesztése – nélkül nem tudja elérni kívánt hatását (Hilgert et al., 2003; Xiao et al., 2004). A pénzügyi attitűdök a pénzügyi kultúra elemeiként olyan tényezők, amelyek befolyásolhatják a fogyasztók magatartását, preferenciáit, és ezen keresztül a termék- és szolgáltatásválasztását (Li et al., 2009; Dowling et al., 2009; Zsótér – Nagy, 2012).

Magyarországon is egyre inkább előtérbe kerül a pénzügyi kultúra vizsgálata (Béres – Huzdik, 2012; Zsótér – Nagy, 2012; Béres et al., 2013). E terület egyik kiemelt célcsoportja a középiskolások és a fiatal felnőttek, hiszen nekik szólnak leginkább a pénzügyi

edukációs programok is. A fiatal felnőttek, belépve a felsőoktatási rendszerbe, részben vagy egészben elválnak a családi fészektől, így mind fogyasztói, mind pénzügyi magatartásukban változás következik be. A szülőktől való részleges vagy teljes függetlenedés egyúttal teret enged az önálló tapasztalatok megszerzésének is. Egyre több fiatal késlelteti önként vagy más okokból a családi fészekből való elköltözést, amely pénzügyi szokásaik kölcsönös befolyásolását is jelentheti (Neulinger – Zsótér, 2013). Továbbá érdemes megemlíteni az úgynevezett posztadoleszcencia jelenségét is, amely a későbbi leválást, így a felelősségvállalás korának kitolódását jelenti (Vaskovics, 2000). Ezek a trendek mind jelen vannak Magyarországon is, és formálják a fiatalok értékrendszerét, magatartását és attitűdjeit.

Jelen kutatás célja a felsőoktatásban tanuló magyarországi fiatalok szegmentálása, valamint jellemzése pénzügyi magatartásuk és attitűdjeik mentén. Ez alapján következtetések vonhatók le a pénzügyi termékek és szolgáltatások piacához, valamint a pénzügyi edukációs programokhoz kapcsolódóan.

A cikk első felében a fiatal felnőttek pénzügyi magatartását taglaló szakirodalmak áttekintésére kerül sor, amelyet az anyag és módszer bemutatása követ. A tanulmány harmadik, és egyben legnagyobb részében a primer kutatásunk eredményeit ismertetjük, amelyet a következtetések és az összefoglalás követ.

## Szakirodalmi áttekintés

### *A fiatalok pénzügyi magatartása*

A pénzügyi magatartás fontos befolyásoló tényezője a pénzügyi jóllétnek (Garman – Fogue, 2006). A fogyasztói magatartás területén végzett, pénzügyi magatartást vizsgáló kutatások egy része a háztartási vagy családi pénzügyek felől közelíti azt. A családi pénzügyek oldaláról történő megközelítésre példa lehet Deacon és Firebaugh (1988) kutatása, akik a családi erőforrások használatának tervezését és megvalósítását vizsgálták. Definíciójukban megjelenik a pénzügyek tervezése és menedzselése. Szintén a család felől közelíti meg a pénzügyi magatartást Danes és Morris (1989), akik azt vizsgálják, hogy az egyének tervezik-e pénzügyi helyzetük megváltoztatását öt éves időtávon belül. Kutatásukban a jelenlegi pénzügyi helyzettel való elégedettségéből indulnak ki. A tervezés ebben a megközelítésben is megjelenik, valamint McKenna és Nickols (1988) szerzőpárosok vizsgálatában is, ahol a pénzügyi magatartást egyfajta hosszú távú időorientációval is összekapcsolják, nevezetesen a nyugdíjas évekre való tervezéssel. Egy 2012-ben készült hazai ta-

nulmány (Botos et al., 2012) szintén foglalkozik a háztartások pénzügyi magatartásával, azon belül a megtakarításokkal, az idegen források igénybevételével és a pénzforgalommal.

Amikor a fogyasztók pénzügyi magatartásáról beszélünk, akkor egyéni szinten a személyes pénzügyek irányítását és megvalósítását helyezük górcső alá (Mathur, 1989), részleteiben a pénzügyi előrelátást, a költségek tervezését, a hitelek és készpénz nyilvántartását, nagyobb beruházásokat, biztosítás vásárlását, a befektetéseket és a nyugdíj tervezését. Xiao (2010) tanulmányában pénzügyi magatartásnak nevez minden olyan emberi magatartást, amely releváns lehet a személyes pénzügyekhez kapcsolódóan. Definíciója magában foglalja a készpénz kezelést, a megtakarításokat és hiteleket is. Számos további pénzügyimogatartás-modellt és definíciót megvizsgálva (Shockey – Seiling, 2004; Peng et al., 2007; Chen – Volpe, 1998; Perry – Morris; 2005; Danes et al., 1999) a pénzügyi magatartás elemeiként a következők jelennek meg: célok megfogalmazása, tervezés, megtakarítás, kiadások és bevételek nyilvántartása, költségek ellenőrzése, jövőorientáció, információmegosztás és kommunikáció a pénzügyekről. Az egyes fogalmak tartalma arra utal, hogy egyre inkább előtérbe kerül a tudatosság hangsúlyozása és vizsgálata a pénzügyi magatartásban. A magatartási elemeken túl azonban érdemes megvizsgálni azt is, hogy a fogyasztók miként viszonyulhatnak a pénzügyekhez.

### *A fiatalok pénzzel és pénzügyekkel kapcsolatos attitűdjei*

A legtöbb kutatásban a pénzügyi attitűd és a pénz iránti attitűd nem válik el élesen egymástól (Goldberg – Lewis, 1978; Yamauchi – Templer, 1982; Furnham, 1984; Tang, 1992; Nagy – Tóth, 2012). Vannak azonban szerzők, akik a pénzügyi attitűdöt inkább a pénzkezelés és pénzhasználat felől közelítik meg (például Furnham, 1999). Ehhez a témakörhöz szorosan kapcsolódva számos szerző vizsgálja a hitelekhez kapcsolódó attitűdöket is (például Norvilitis – Mendes-Da-Silva, 2013). A pénzügyi attitűd vizsgálatának fontosságát alátámasztja, hogy a pénzzel való bánásmód kevésbé racionális, inkább tudattalan emocionális erők által meghatározott (Forman, 1987).

A pénz iránti attitűd nyomán Goldberg és Lewis (1978) három csoportját különböztette meg a fogyasztóknak. Az *önállóságra törekvők* csoportja azért halmozza fel a pénzt, hogy csökkentse diszkomfort érzetét és kiszolgáltatottságát. A *gyűjtögetők* csoportja a pénz révén inkább a gazdasági és környezeti változások okozta anyagi kárt szeretnék elkerülni. A *hatalmi játékosok* csoportja más emberek figyelmét és

## VEZETÉSTUDOMÁNY

csodálatát akarja elérni a pénz birtoklása által. Forman (1987) kiegészíti a tipológiát a *játékosok* csoportjával, amelynek tagjai a pénz megszerzését intenzív izgalmi és érzelmi állapotokhoz kapcsolják (pl. póker vagy rulettjáték).

Yamauchi és Templer (1982) a pénz iránti attitűdöt többdimenziós fogalomként definiálta, amely alapján a pénzhez való viszonyulás a következőket foglalja magában: 1. a pénz mint a hatalom és a presztízis jelképe, 2. a pénz mint a felhalmozás eszköze, 3. a pénz mint a bizalmatlanság forrása, 4. a pénz mint szorongást keltő jelenség. Durvasula és Lysonski (2010) fiatalok körében folytatott kutatása során a korcsoport sajátosságaira tekintettel kihagyta a második dimenziót (pénz mint a felhalmozás eszköze) a vizsgálatból. Eredményeik szerint a fiatal kínai fogyasztók főként a hatalom és presztízis szimbólumát látják a pénzben, ami segíti őket az önkifejezésben. Yamauchi és Templer (1982) többdimenziós skálájából számos kutató használt egy-egy dimenziót, és vizsgálta azt más változókkal együtt. A hatalom-presztízis és szorongás dimenziót alkalmazta Bhardwaj és Bhattacharjee (2010), amikor a banki kölcsönök visszafizetését és a teljesítés elmaradását vizsgálták. Eredményeik azt mutatják, hogy a nemteljesítést legerősebben a pénzhez kapcsolódó szorongó attitűd és a jövedelem határozza meg. Akik szorongóbbak, azoknál nagyobb eséllyel figyelhető meg a teljesítés elmaradása, mint azoknál, akik a pénzben a hatalmat és presztízist látják – természetesen az alacsony jövedelemszint nagyobb valószínűséggel jár együtt a szorongással.

A pénzzel kapcsolatos attitűd tárgyalásakor szükséges megemlíteni a materialista értékrenddel való kapcsolatát is. Richins és Dawson (1992) szerint az erős materialista irányultság együtt mozog a pénzzel kapcsolatos pozitív attitűdökkel. Christopher és munkatársai (2004) szerint az erősen materialista irányultsággal jellemezhető fogyasztók kevésbé tudnak jövőorientáltak lenni abban az értelemben, hogy félretegyenek pénzt a váratlan jövőbeli kiadásokra, illetve kevésbé tudnak takarékoskodni, megtakarítani. Eredményeik arra világítanak rá, hogy a materialista értékrend nemcsak a pénzügyi attitűdöket befolyásolja, hanem a korábban tárgyalt pénzügyi magatartás elemeit is.

Egy másik megközelítése a pénzügyi attitűdöknek Furnham (1984) MBBS (Money Beliefs and Behaviors Scale) skálája, amely hat faktorba tömöríti a pénzhez való viszonyt. Ezek a következők: kényszeresség, hatalom, megtakarítás, hiány, erőfeszítés. Furnham (1984) megközelítését alkalmazták Christopher és munkatársai (2004), de az eredetileg igen hosszú, hatvan állítást tartalmazó skála csupán 18 állítását sűrítették négy

faktorba, amelyek elnevezése: elégedetlenség, öndicsőítés, konzervatív viszonyulás a pénzhez, pénzzel kapcsolatos negatív érzelmek. Masuo és munkatársai (2004) szintén Furnham (1984) skáláját alapul véve a következő három faktort alakították ki a pénzügyi attitűdökről: hatalom, biztonság, pénzügyi szerénység.

Összességében elmondható, hogy a pénzügyi magatartás és pénzügyi attitűdök vizsgálata több szálon is tetten érhető a tudományos diskurzusokban és kutatásokban. A skálák sok esetben átfedésben vannak, illetve jellemzőek a teljes definíció egy-egy aldimenziójának mélyebb megértésére tett kísérletek.

## A primer kutatás

### A módszer

Kérdőíves felmérésünk a [www.penzugyikultura.hu](http://www.penzugyikultura.hu) internetes oldalon történt, amelynek célcsoportját a felsőoktatásban tanuló fiatalok alkották. A kutatásban részt vevő két felsőoktatási intézmény a Szegedi Tudományegyetem és a Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola volt. A kérdőív on-line kitöltésére 2012. december 1-je és 2013. február 14-e között került sor, és összesen 2070 értékelhető kitöltést eredményezett. A kérdőív előzetes tesztelése segítette a végleges kérdések és állítások megfogalmazásában és javításában. A válaszadók kora 18 és 51 év között szóródott, de a mintát alkotó hallgatók 80,43%-a tartozik a 18–25 éves korosztályba. A nemek aránya a következőképpen alakul: 59,6% nő és 40,4% férfi, amely arány összhangban van az OECD előrejelzéseivel, és nem sokban tér el az Emberi Erőforrások Minisztériuma által publikált adatoktól sem (EMMI, 2012). A mintában 75% feletti a nappali tagozaton tanuló hallgatók aránya, amely magasabb az országos átlagnál, amely 69%. A képzési terület szerinti összetétel alapján elmondható, hogy a kérdőívet kitöltő hallgatók 65,7%-a gazdasági képzésben vesz részt, amely több mint kétszerese az országos arálynak (30,78%), így a gazdasági képzésben résztvevők felülreprezentáltak a jelen kutatásban.

Az Állami Számvevőszék, az Ecoventio Kerekasztal Közhasznú Egyesület, a Magyar Pénzügyi-Gazdasági Ellenőrök Közhasznú Egyesülete, valamint a két említett felsőoktatási intézmény részvételével megszervezett on-line kérdőíves kutatásunk átfogó célja a magyar fiatalok pénzügyi kultúrájának megismerése és az ehhez kapcsolódó alapösszefüggések feltárása és megismerése volt. Ennek megfelelően a kérdőív számos kérdésblokkot tartalmazott, amelyek többek között a hallgatók jövedelmére, célrendszerére, a pénzügyi termékekkel kapcsolatos magatartásukra,

pénzügyi tájékozottságukra, megtakarítási és befektetési magatartásukra és attitűdjeikre és a használt információforrásokra vonatkoztak.

Az elemzéseink alapjául szolgáló pénzügyi attitűd és magatartás állítások Furnham (1984) pénzügyi attitűdre és magatartásra vonatkozó skáláján alapulnak, valamint Yamauchi és Templer (1982) MAS skálájának, továbbá Danes és munkatársainak (1999) pénzügyi tudás, attitűd és magatartás skálájának egyes tételeit foglalják magukban. Célunk volt a fiatalok jellemzése

## Az eredmények

A felsőoktatásban tanulók szegmentálásához a pénzügyi attitűdökre és magatartásra vonatkozó állítások szolgáltak alapul (1. táblázat), amelyeket főkomponens-elemzés segítségével csoportokba foglaltunk. A későbbi elemzések alapjául ez a csoportosítás szolgált. A szóban forgó állítások főkomponens-elemzése egy négyfaktoros struktúrát eredményezett, amelyet az 1. táblázat mutat.

1. táblázat

A pénzügyi attitűd és magatartás skála főkomponens-elemzésének eredményei

	Tudatosság	Hitelrel szembeni attitűd	Kockázatvállalás	Morális értékek
A pénzügyeket érintő döntéseimben a kellő alapossággal járok el.	,787			
Ismerem a körülöttem zajló eseményeket.	,726			
Figyelmesen elolvasom és értelmezem, amit aláírok.	,676			
Gondolok a jövőbeli váratlan eseményekre, ezért takarékoskodni szoktam.	,657			
Nem vennék fel hitelt semmilyen körülmények között.		,771		
A hitel lehetőségét alapvetően jó dolognak tartom.		-,768		
Ha valami nagyobb dolgot szeretnék vásárolni, akkor azt akár hitelből (kölcsönből) is megveszem.		-,692		
Nem spórolok addig, amíg diák vagyok.			,781	
Szeretem a kockázatokat, szeretek kockáztatni.			,581	
Ha kölcsönkérek valakitől, akkor igyekszem azt mielőbb visszafizetni.				,818
Fontosnak tartom, hogy a szüleimet egyre kevésbé terheljem meg anyagilag.				,723

Forrás: saját szerkesztés

pénzügyi magatartásuk és attitűdjeik szempontjából, amelyet klaszterelemzés segítségével valósítottunk meg, hiszen feltételeztük, hogy célcsoportunk nem homogén a vizsgált változók mentén. Az állításokkal kapcsolatos egyetértést egy hétfokozatú Likert-skála segítségével fejezték ki a válaszadók, ahol az 1-es az „Egyáltalán nem értek egyet”, a 7-es pedig a „Teljes mértékben egyetértek”. A kutatásba bevont pénzügyi attitűd és magatartás állítások faktorelemzése után K-közép klaszterelemzéssel képeztünk csoportokat. Választásunk azért esett a K-közép klaszterelemzésre, mert ez az elemzési módszer jól kezeli a nagy elemszámot is (Sajtos – Mitev, 2007).

A három klaszter jellemzése különböző változók mentén történt, a változók típusától függően keresztábra-elemzéssel vagy varianciaelemzéssel. A Pénzügyi Tájékozottság Mutató és az Énkép Index mesterségesen képzett változók, amelyeket a pénzügyi tudást mérő tesztek eredményeiből, valamint a hallgatók saját tudásának értékeléséből számítottuk<sup>1</sup>.

A főkomponens-elemzés alapján a pénzügyi attitűdök négy faktorba tömörülnek. Az első faktor a tudatosság elnevezést kapta, amely magában foglalja a körületekintést és a jövőorientációt is. A második faktor a hitellel szembeni attitűdöket foglalja magában. A harmadik faktor egyfajta kockázatorientációt, míg a negyedik a morális értékek fontosságát tükrözi. A kapott faktorstruktúra jó alapot képez egy olyan szegmentációhoz, amely a fiatalokat pénzügyi attitűdjük és magatartásuk alapján csoportosítja.

A kapott faktorok átlagértékeit figyelembe véve először hierarchikus klaszterelemzés segítségével megállapítottuk a klaszterek számát – ez alapján a minta három csoportra osztható. Ezt követően K-közép klaszterelemzés segítségével végeztük el a csoportosítást. A három klaszter jellemzőit a 2. táblázat mutatja.

A 2. táblázat értékeiből jól látszik, hogy az első klaszter és a harmadik klaszter magas tudatossággal, alacsony kockázatvállalással és erős morális értékekkel rendelkezik, ugyanakkor a hitellel kapcsolatos hozzáállásukban eltérnek: az első klaszter az, amelyik a legnegatívabban áll a hitelekhez, a harmadik pedig

## VEZETÉSTUDOMÁNY

A három klaszter jellemzése: a fő faktorok

Pénzügyi attitűd dimenziói	1. klaszter	2. klaszter	3. klaszter
Tudatosság	Magas (5,37)	Legalacsonyabb (4,24)	Legmagasabb (5,42)
Hitellel szembeni negatív attitűd	Legmagasabb (5,98)	Közepes (4,67)	Legalacsonyabb (3,73)
Kockázatvállalás	Legalacsonyabb (1,65)	Legmagasabb (3,84)	Alacsony (2,1)
Morális értékek	Magas (6,33)	Legalacsonyabb (5,48)	Legmagasabb (6,57)

Forrás: saját szerkesztés

az, amelyik a legpozitívabban. A második klaszter az elsődhez és a harmadikhoz képest is alacsonyabb tudatossággal, magasabb kockázatvállalási hajlandósággal, alacsonyabb morális értékekkel rendelkezik, miközben a hitellel kapcsolatos attitűdjei még nem kiforrottak.

**A három klaszter demográfiai jellemzői**

Az első klaszterbe tartozó fiatalok átlagéletkora 22,30 év. Ehhez igen közel áll a középső csoportba tartozók átlagéletkora, amely 22,33 év, míg a harmadik csoport átlagosan a legidősebb (23,12 év). Tekintve, hogy 18–25 év közöttieket vontunk be az elemzésbe, nagy eltérést ezen a téren nem vártunk. A családi állapotot tekintve hasonló tulajdonságokat mutat az első két szegmens: a párkapcsolatban élők 31,7%-a, valamint 32%-a él közös háztartásban a párjával. A harmadik szegmensben a tagok 40%-a él közös háztartásban a párjával – a három csoportot összehasonlítva ez a legmagasabb arány. Olyan válaszadók, akiknek van már gyermeke, legnagyobb arányban szintén ebben a harmadik csoportban található. Az első klaszterben 4,5%-nak, a másodikban 5,6%-nak, a harmadikban pedig 8,3%-nak van egy vagy több gyermeke.

A lakóhely kapcsán azt vizsgáltuk, hogy a válaszadók együtt laknak-e a szüleikkel, és ha nem, akkor hol élnek (rokonoknál, kollégiumban, albérletben, saját lakásban). Az első klaszterben a válaszadók 47,5%-a él a szüleivel, ugyanez az arány jellemző a

második klaszterben is. A saját lakásban élők aránya is hasonlóan alakul, az elsőben 15%, a másodikban 15,3%. A harmadik klaszter arányaiban eltér az első kettőtől, mivel ott kisebb arányban jellemző a szülőkkel való együttélés (42,6%), és nagyobb arányban a saját lakás (21,7%).

**A jövedelem és a jövedelemforrás**

A három csoport havi nettó jövedelmének átlaga forintban a következőképpen alakul: 1. klaszter: 67.916,- forint, 2. klaszter: 74.029,- forint, 3. klaszter: 87.752,- forint. A hallgatók potenciális jövedelemforrásai a következők: zsebpénz, ösztöndíj, diákhitel, munkabér, önálló tevékenység (pl. vállalkozás), szociális ellátás, valamint egyéb kategória. A jövedelemforrások megoszlását (%) a három csoportban a 3. táblázat szemlélteti.

A 3. táblázat alapján elmondható, hogy a hallgatók jövedelmének legnagyobb része munkabérből és zsebpénzből származik. A két jövedelemforrás súlya azonban csoportonként eltérően alakul. Az első és a harmadik klaszterben a legnagyobb arányban (37,27% és 43,95%) munkabérből származik a hallgatók jövedelme, a második klaszterben azonban zsebpénzből (37,64%). Az ösztöndíj legmagasabb arányban az első klaszterben (13,15%), legalacsonyabb arányban a második klaszterben (9,28%) jelenik meg mint jövedelemforrás. A diákhitel aránya az 1. klaszterben a legalacsonyabb (2,02%), a harmadikban a legmagasabb (5,43%).

A három klaszter jövedelemforrásainak megoszlása (%)

Jövedelemforrás	1. klaszter	2. klaszter	3. klaszter
Zsebpénz	33,62	37,64	23,49
Ösztöndíj	13,15	9,28	11,35
Diákhitel	2,02	3,99	5,43
Munkabér	37,27	33,41	43,95
Önálló tevékenység	5,09	7,22	7,55
Szociális ellátás	4,04	2,96	4,16
Egyéb	4,82	5,08	4,06

Forrás: saját szerkesztés

### Előzetes és jelenlegi iskolai és munkatapasztalatok

Az előzetes iskolai tapasztalatok kapcsán elmondható, hogy az első klaszterben a tagok 28,1%-a tanult már a középiskolában gazdasági-pénzügyi ismereteket. A másik két klaszterben alacsonyabb ez az arány, a

### A fiatalok céljai

A fiatalok céljai nagymértékben befolyásolhatják fogyasztói és pénzügyi magatartásukat, ezért kutatásunkba bevontuk ezt a kérdéskört is. A 4. táblázat azt szemlélteti, hogy az adott klaszterben mekkora arányban választották az adott célt.

4. táblázat

A fiatalok által megjelölt legfontosabb célok (%)

Célok	1. klaszter	2. klaszter	3. klaszter
Barátokat, ismerősöket szerezni	26	34	23
Műszaki cikket vásárolni	6,3	9,9	7,3
Bulizni, utazni, élményeket gyűjteni	14,4	26,9	10,7
Külföldre menni tanulni/dolgozni	36	38,8	37,3
Félévet sikeresen teljesíteni	54,7	43,9	50,2
Munkát találni	38,8	33,5	36,8
Autót/lakást venni	16,4	17,6	24,6
Életre szóló párt találni	22,4	15,9	21,1
Saját jövőt megalapozni	74,3	62,6	80,2

Megjegyzés: a célokból hármat lehetett jelölni  
Forrás: saját szerkesztés

másodikban 24,7%, a harmadikban 23,3%. Felsőfokú tanulmányaik során az első klaszter tagjai átlagosan 2,53 félév pénzügyi-gazdasági irányultságú tárgyat tanultak, a második klaszter tagjai átlagosan 2,58 félévet, a harmadik klaszter tagjai pedig átlagosan 3 félévet. A középiskolai pénzügyi-gazdasági tanulmányi tapasztalatok az első klaszterben jellemzőek a legnagyobb mértékben, míg a felsőfokú hasonló tanulmányi tapasztalatok a harmadik klaszterben.

Az első klaszter tagjai átlagosan 1,72 hónapot töltöttek külföldön tanulással és/vagy munkával, a második klaszter tagjai 1,8 hónapot, míg a harmadik klaszter tagjai töltöttek a legtöbb időt külföldön, 4,18 hónapot. A jelenlegi munkavállalással kapcsolatban elmondható, hogy az első klaszter tagjai legnagyobb arányban (34,8%) részmunkaidőben egész évben dolgoznak, továbbá 18,3% főállásban dolgozik, 24,9% egyáltalán nem dolgozik. A második klaszterben a nemdolgozók aránya magasabb, 28,8%, a részmunkaidőben dolgozóké alacsonyabb, 31,2%. A harmadik klaszterben a legkisebb a nemdolgozók aránya (19,1%), és a részmunkaidőben (28,8%), illetve főállásban dolgozók (15,4%) aránya is kisebb az előző két csoporthoz képest. Ebben a klaszterben azonban a szociális ellátásban (gyes, gyed, munkanélküli segély stb.) részesülők aránya közel kétszerese a másik két csoport hasonló adatainak (27,4%), ami a demográfiai jellemzőknél bemutatottakat erősíti meg.

Mindhárom klaszterben markánsan megjelenik a saját jövő megalapozása, de legnagyobb arányban (80,2%) ez a harmadik klaszterben jelentkezik. A második klaszter tagjai választották legnagyobb arányban (34%) a barátok és ismerősök gyűjtését mint célt, továbbá náluk jelenik meg a műszaki cikkek vásárlása is a legmagasabb arányban (9,9%) a másik két csoporthoz képest. Kimagaslóan nagyobb az aránya (26,9%) a második klaszterben a bulizásnak, utazásnak és élménygyűjtésnek. A félév sikeres teljesítése, a munkaszerzés, az életre szóló pár találása és a saját jövő megalapozása ugyanakkor ebben a második klaszterben jelenik meg a legkisebb arányban a másik két klaszterhez képest. A félév sikeres teljesítése mint cél az első klaszterben a legmarkánsabb (54,7%). Az autó és lakás vásárlása pedig a harmadikban (24,6%). Összességében megállapítható, hogy a középső klaszter inkább rövid távú, élményorientált célokat jelöl meg, míg az első és harmadik inkább hosszú távú célokat.

### A pénzügyi tájékozottság

A hallgatókat megkérdeztük, hogy egy hételemű skálán mennyire értékelik saját pénzügyi tudásukat. A teljes mintára vonatkozóan az átlagérték 4,3, amely azt mutatja, hogy a hallgatók közepesre értékelik saját pénzügyi tudásukat. A klaszterek átlagértékei között azonban szignifikáns különbségek mutatkoznak, a legalacsonyabb átlagérték (4,06) a középső klaszter tagjaira jellemző, míg a legmagasabb (4,54) a harmadik klaszter tagjaira. Az önértékelés után a hallgatók

## VEZETÉSTUDOMÁNY

számos tudást mérő kérdésre is válaszoltak, így lehetőség volt a saját magukról vallott képet összehasonlítani a valós tudásukkal. A Pénzügyi Tájékozottság Mutató átlagértékei a három klaszterben szignifikáns különbséget mutatnak ( $F = 30,52$ ;  $sig = 0.000$ ). A második klaszterben a legalacsonyabb a PTM átlagértéke (0,519), míg a harmadikban a legmagasabb (0,582). Összességében ezek a mutatók azt láttatják, hogy mind a vélt, mind a valós tudás a középső klaszterben a legalacsonyabb, és a harmadik klaszterben a legmagasabb.

A két dimenzió közös megjelenítése az Énkép Indexben lehetséges, amely a valós gazdasági-pénzügyi tudást viszonyítja a vélt tudáshoz. Ez alapján három kategóriát különböztethetünk meg:

1. akik alulértékelik magukat, tehát valós tudásuk nagyobb, mint amit gondolnak magukról,
2. akik reálisan ítélik meg tudásukat,
3. akik felülértékelik magukat, azaz valós tudásuk kevesebb, mint amit gondolnak magukról.

A teljes mintában a hallgatók 71,9%-a reálisan ítéli meg pénzügyi tudását, 6,4% alulértékeli magát, míg 21,7% felülértékeli. Ha klaszterenként tekintünk az adatokra, akkor azt látjuk, hogy a középső klaszterben a mintaátlagnál többen (8,0%) alulértékelik pénzügyi tudásukat a valóságnál. A magukat reálisan értékelő fiatalok aránya a második klaszterben átlag alatti (69,2%), az első klaszterben az átlaghoz közeli (71,3%), míg a harmadik klaszterben átlag feletti (74,9%).

### Az információszerzés

A fiatalok a pénzügyi döntéseikhez szükséges információt több forrásból szerzik meg (5. táblázat). A teljes mintában legmagasabb arányban jellemzően az internet, majd a rokonok jelennek meg mint információforrás.

Az első klaszterben a két információforrás azonos arányban van jelen, a másik két klaszterben azonban az internet nagyobb hangsúlyt kap. A három csoportot összehasonlítva elmondható, hogy a harmadik klaszter tagjai támaszkodnak legkevésbé a rokonokra, amikor pénzügyi döntéseikhez információkat keresnek, ugyanakkor az internet náluk a leghangsúlyosabb. Szintén ez utóbbi csoportban a legerősebb a jelenléte a pénzügyi intézmények hirdetésményeinek, valamint a pénzügyi ügyintézőknek/tanácsadóknak. A saját tapasztalatra való támaszkodás az első és második klaszterre azonos arányban jellemző, míg a harmadik klaszterben a legmagasabb. Összességében elmondható, hogy az első és második klaszter tagjai jobban támaszkodnak mások (rokonok, barátok) véleményére, ugyanakkor a harmadik klaszter tagjai inkább hagyatkoznak saját tájékozódásukra az interneten, hirdetésményekben, valamint inkább támaszkodnak saját tapasztalataikra pénzügyi döntéseik meghozatalakor.

### Banki tapasztalatok

A fiatalok a banki szolgáltatások közül a legkevésbébb típust (átlagosan 2,2 szolgáltatás/fő) az első klaszterben, a legtöbb típust a harmadik klaszterben (átlagosan 2,6 szolgáltatás/fő) veszik igénybe. Az újszerű banki szolgáltatások (például e-bróker, okostelefonalkalmazások) alacsony arányban jelennek meg, a teljes minta 2,1%-ára jellemző az e-bróker igénybevétele, és 13,7%-ára a banki okostelefonalkalmazások használata, ugyanakkor a mintaátlagnál magasabb arányban veszik igénybe ezeket a típusú szolgáltatásokat a középső klaszter tagjai (e-bróker 3%, okostelefonalkalmazás 15,9%).

Az egy főre jutó bankszámlák átlagos száma az első klaszterben (1,23) a legalacsonyabb és a harmadikban a legmagasabb (1,27). Bankkártyája a válasz-

5. táblázat

A pénzügyi döntésekhez szükséges információk forrásai

Információforrás	1. klaszter	2. klaszter	3. klaszter
Rokonok	74	70,5	64,3
Barátok, ismerősök	43,1	48,8	45,7
Televízió, újság	12,1	13,8	16,2
Internet	74,1	76,3	81,2
Pénzügyi intézményben kifüggesztett hirdetmény	29,1	28	36
Pénzügyi tanácsadó	57,9	41,9	60,3
Saját tapasztalat	28,5	28,6	32,9

Forrás: saját szerkesztés

adók 72,2%-ának volt már a felsőfokú tanulmányai előtt is. A megkérdezettek többféle célra használják bankkártyájukat, a teljes mintában vannak olyan fiatalok, akik csak egyféle célra használják bankkártyájukat, ugyanakkor olyanok is, akik akár hétféle célra. A mintára jellemző átlag a bankkártyahasználat céljaira vonatkozóan 3,6, tehát átlagosan ennyiféle célra használják bankkártyájukat. A legsokrétűbb felhasználás – csakúgy, mint a banki szolgáltatások esetében – a harmadik klaszterre jellemző (átlagosan 3,8).

### Megtakarítási tapasztalatok és attitűdök

A megtakarításokkal kapcsolatosan mind a múltbéli, mind a jelenlegi tapasztalatokat megkérdeztük. A fiatalok 78,6%-ának van valamennyi megtakarítása. A mintaátlagnál nagyobb arányban rendelkeznek megtakarítással vagy spórolt pénzzel az első klaszter tagjai (87,6%) és a harmadik klaszter tagjai (80,7%), és alacsonyabb arányban a középső klaszter tagjai (56,8%). Azok, akik nem tudnak megtakarítani, jellemzően arra vezetnek vissza, hogy a jövedelmük a sima megélhetéshez is kevés, ugyanakkor a középső klaszterben a másik kettőhöz képest magasabb arányban megjelenik az élménygyűjtés fontossága és a szontalan dolgokra való pénzköltés is, mint a megtakarítást akadályozó tényezők.

Megkérdeztük a fiatalokat, hogy eddigi életükben milyen típusú dolgok megszerzése, megvásárlása volt az a cél, ami miatt takarékoskodtak. Az elemzés eredményeként elmondható, hogy a rövid távú célok elérése érdekében tett takarékoskodási lépések nem mutatnak szignifikáns különbséget a három csoport között, ugyanakkor a hosszú távú célok érdekében való takarékoskodás igen. A harmadik csoportban a másik két klaszterhez képest szignifikánsan többféle hosszú távú takarékoskodási cél jelent meg, amely egyben több múltbéli megtakarítási tapasztalatot jelent ( $F = 6,545$ ,  $sig = 0.001$ ).

Azzal kapcsolatban, hogy jelenleg mire tesznek félre, a múltbéli megtakarítási tapasztalatokhoz képest némileg más eredményt kaptunk. A jelenlegi megtakarítási magatartás, amely a rövid távú célok elérésére irányul, nem mutat szignifikáns különbséget a három csoport között, a hosszú távú célok elérésére irányuló megtakarítási magatartás azonban igen, de eltérően a múltbéli megtakarítási magatartástól. A jelenlegi magatartást vizsgálva megállapítható, hogy a legsokrétűbb megtakarítási célrendszer az első klaszterben jelenik meg, míg a múltbéli tapasztalatoknál ugyanez a harmadik klaszterre volt jellemző. A középső klaszter ebben az esetben is a legalacsonyabb átlagértéket érte el (6. táblázat).

## VEZETÉSTUDOMÁNY

### A hosszú távú megtakarítási tapasztalatok különbségei (db, átlag)

Hosszú távú megtakarítási célok	1. klaszter	2. klaszter	3. klaszter
Múltbéli	0,87	0,77	1,02
Jelenlegi	1,78	1,2	1,51

Megjegyzés: több megtakarítási célt jelölhettek

Forrás: saját szerkesztés

A megtakarított pénzüsszeget a fiatalok főként folyószámlán tartják lekötés nélkül (a teljes minta 43,1%-a). Ezen kívül jellemző még, hogy otthon tartják (29,5%), valamint az egy évnél rövidebb lekötésű bankbetétben (17%). Kevésbé jellemző az egy évnél hosszabb lekötésű bankbetét (9,6%), a lakástakarék (7,6%), a befektetési alap (6,8%) és az állampapír (3,4%).

A vállalati értékpapírok, a megtakarítási tartalommal is rendelkező biztosítási termékek és az egyéb pénzügyi eszközök nem jellemzőek a kérdőívet kitöltőkre. A klaszterek közötti különbség abban mutatkozik meg, hogy az első csoport a mintaátlagnál magasabb arányban tartja megtakarításait folyószámlán lekötés nélkül (47,4%), otthon (34,3%), illetve egy évnél rövidebb vagy hosszabb lekötésű bankbetétben (20,1% és 12,3%). A harmadik klaszter tagjai pedig a mintaátlagnál magasabb arányban tartják megtakarításaikat lakástakarékban (10,9%) és állampapírban (4,9%).

### Hitelekkel kapcsolatos tapasztalatok és attitűdök

A mintában lévő fiatalok 54,8%-ára jellemző, hogy jelenleg vagy a múltban volt hitele. Mindez az első klaszterben kisebb arányban jelenik meg (41,8%), a másodikban közel van a mintaátlaghoz (57%), a harmadikban pedig magasabb arányban jelenik meg (73,9%). Elmaradása a törlesztőrészletek fizetésével az első klaszterben 7,4%-nak volt, a másodikban 14%-nak, a harmadikban 23,8%-nak. Akik nem vettek fel még hitelt, az első klaszterben legfőbb indoknak azt jelölték meg, hogy nem szeretnének eladósodni (40,1%), a középső és harmadik klaszterben pedig azt jelölték, hogy nem volt még rá szükségük (31,6% és 31%).

### Következtetések és összegzés

A pénzügyi attitűdök és magatartás mentén szétbontott három csoport jellemzése több változó mentén történt, ezáltal tovább árnyaltuk a klaszterekről alkotott elsődleges képet. A 7. táblázat együttesen jeleníti meg a vizsgált változókat a három szegmensre vonatkozóan.



Az első klaszter főként konzervatív, szolid hozzáállású, míg a harmadikra inkább a pénzügyek terén tapasztalt, felvilágosult szó illik. A középső csoport képviseli az önfeledt, a jövőre kevésbé koncentrált, inkább a mának élő diákságot, így rájuk leginkább a lázadó jelzőt találtuk megfelelőnek.

Eredményeink rámutatnak arra, hogy a magyar felsőoktatásban tanuló fiatalok pénzügyi attitűdjeiket és magatartásukat tekintve nem alkotnak homogén csoportot. A *Konzervatívok* olyan fogyasztói csoport, akik a három csoport közül a legalacsonyabb átlagjövedelemmel rendelkeznek, annak is nagy részét munkabérből szerzik. Bevallásuk szerint tudatosan élnek, ha a pénzügyeikről van szó, és tekintetbe veszik szüleik terhelhetőségét, ugyanakkor a hitelekkel szembeni attitűdjük inkább elutasítóak. Elutasításuk egyik oka, hogy nem akarnak eladósodni – ettől fél-

nek a leginkább, ha a hitelek szóba kerülnek. Ezzel párhuzamosan a másik két csoporthoz képest itt a legmagasabb a megtakarítással rendelkezők aránya. Megtakarításaikat főként otthon tartják, vagy likvid, rövid távú megoldásokban gondolkoznak. Pénzügyeik terén főként a barátokra és a rokonokra támaszkodnak, és kevés tapasztalat jellemzi őket. Ez azt jelenti, hogy a magyar felsőoktatásban tanuló diáktársaikhoz képest kevesebb banki szolgáltatást vesznek igénybe, illetve – részben ebből eredően – kevesebb a tapasztalatuk a bankkártyahasználatban és a hitelekkel kapcsolatban is. Céljaik kevésbé materiális jellegűek, főként a tanuláshoz, a munkaszerzéshez és a pártaláláshoz kapcsolódnak. Bár magukat tudatosnak mondják, sok esetben inkább konzervatív nézeteket vallanak, és bizonyos értelemben a félelem mozgatja a pénzügyekhez való hozzáállásukat és szokásaikat.

7. táblázat

Eredmények összefoglalása és értelmezése

Vizsgált változók	1. klaszter KONZERVATÍVOK	2. klaszter LÁZADÓK	3. klaszter TAPASZTALTAK
	Magát tudatosnak valló csoport, magas morális értékekkel és nagyon alacsony kockázatvállalási hajlandósággal.	Kevésbé tudatos csoport, magasabb kockázatvállalási hajlandósággal és alacsonyabb morális értékekkel.	Magát tudatosnak valló csoport, magas morális értékekkel és nagyon alacsony kockázatvállalási hajlandósággal.
Demográfiai jellemzők	Átlagéletkor: 22,3 év. Jellemzően szüleikkel élnek.	Átlagéletkor: 22,33 év. Jellemzően szüleikkel élnek	Átlagéletkor: 23,12 év. Átlagnál többen élnek saját lakásban.
Jövedelem és jövedelemforrás	Átlagosan 67.917 forint a jövedelmük, amely legnagyobb arányban munkabérből származik.	Átlagosan 74.029 forint a jövedelmük, amely legnagyobb arányban zsebpénzből származik.	Átlagosan 87.752 forint a jövedelmük, amely a legnagyobb arányban munkabérből származik.
Célok	Legfőbb céljaik a félév sikeres teljesítése, munkaszerzés és életre szóló pár megtalálása.	Rövid távú célok hangsúlyosak: barátok és ismerősök szerzése, élmények gyűjtése	Legfőbb céljaik hosszú távúak: autó- és lakásvásárlás, saját jövő megalapozása
Pénzügyi tájékozottság	Átlagos	Alacsony	Magas
Információforrások pénzügyi döntéshez	Rokonok, barátok és internet.	Rokonok, barátok és internet.	Sokféle információforrás, főként professzionális, de megjelenik a saját tapasztalat is.
Banki tapasztalatok	Kevés szolgáltatást vesznek igénybe.	Nyitottak az innovatív megoldásokra. Bankkártyahasználat során is használják az újszerű szolgáltatásokat.	Többféle szolgáltatást vesznek igénybe. Sokrétű bankkártyahasználat jellemzi őket.
Hitelekkel kapcsolatos tapasztalat és attitűd	A hitelekkel szemben negatív attitűd jellemzi őket. Visszatartó erő, hogy nem szeretnének eladósodni.	A hitelekkel szembeni attitűdjük még nem kiforrottak. Nem jellemző rájuk az eladósodástól való félelem.	Nem zárkoznak el a hitelfelvételi lehetőségektől. Nem jellemző rájuk az eladósodástól való félelem.
Megtakarítási tapasztalatok	87,6%-nak van valamilyen megtakarítása. Jellemzően folyószámlán, lekötés nélkül, otthon jól elrejtve és bankbetétben tartják.	56,8%-nak van valamilyen megtakarítása. A megtakarítás fontosságával szemben az élményszerzés és a rövid távú célok hangsúlyosabbak.	80,7%-nak van valamilyen megtakarítása. Többen választanak lakástakarékot és állampapírt megtakarítási formaként.

Forrás: saját szerkesztés

A *Lázadók* csoportja a magyar felsőoktatásban tanuló fiatalok azon szegmense, akik a Konzervatív csoport-hoz hasonló átlagéletkorúak, ugyanakkor attitűdjeikben igen eltérő jellemzőket mutatnak, hiszen sokkal inkább vállalkozó szellemű, innovatív hallgatókat foglal magában. A csoport kevésbé tudatos, sokkal inkább vállalja a kockázatokat, és egyben nyitott az újdonságokra. Ugyanakkor kevésbé jellemző annak figyelembevétele, hogy pénzügyileg ne terheljék szüleiket túlságosan. Jövedelmük főként zsebpénzből származik, tehát függenek a szüleiktől. Pénzügyi tudásuk a három csoport közül a legalacsonyabb. Ha szükségük van információra, azt közvetlen környezetükből vagy az internetről szerzik meg. Főként rövid távú célokat helyeznek előtérbe, az élmény- és barátszerzés kiemelt számukra. Míg a Konzervatív csoportnál megjelenik a félelem, és ezáltal egyfajta visszafogott, igen óvatos pénzügyi magatartás és attitűd, addig a *Lázadók* csoportjára a félelem kevésbé jellemző, ezáltal az óvatosság helyett is inkább a nyitottság az, ami inkább illik rájuk. A hitelekkel kapcsolatban – valószínűleg a tapasztalat hiánya miatt is – még nincs kiforrott álláspontjuk. Ebben a csoportban a legalacsonyabb a megtakarítások aránya. Az eredmények alapján úgy tűnik, ebben a csoportban leginkább az „Élj a mának!” jelszó állja meg a helyét.

A *Tapasztaltak* fiataloknak azon szegmense, akik a Konzervatívakkal hasonló jellemzőket mutatnak a pénzügyi tudatosságot, a kockázatvállalási hajlandóságot és a morális értékeket tekintve, ugyanakkor nem zárkoznak el oly mértékben a hitelfelvételi lehetőségektől. Ez a legidősebb átlagéletkorú csoport, valamint ők rendelkeznek a legmagasabb átlagjövedelemmel, ami a Konzervatívokhoz hasonlóan munkabérből származik. Főként hosszú távú életcéljaik vannak, például autó vagy lakás vásárlása. Ezzel összefüggésben megtakarításaikkal kapcsolatban megjelennek hosszabb távú megoldások is, amelyek például a lakásvásárlási célt is szolgálják. Amiben kiemelkedik ez a csoport a másik kettőhöz képest, az a tapasztalatok sokrétűsége. Mind információforrásokat tekintve, mind a szolgáltatások igénybevételére vonatkozóan, igen sokféle tapasztalattal rendelkeznek, a rendelkezésre álló lehetőségeket ők használják ki a legsokrétűbben. Míg a *Lázadóknál* a tapasztalatok hiánya hozzájárul a pénzügyi tudás alacsony szintjéhez, úgy a *Tapasztaltaknál* a sokrétű tapasztalat a magas pénzügyi tájékozottsággal jár együtt.

A fiatalok pénzügyi attitűdje és magatartása kapcsán még kevés hazai tanulmány látott napvilágot, amelyekben utalást találunk az attitűdök relevanciájára, valamint azok mélyebb megértésének fontosságára (Nagy – Tóth, 2012; Zsótér – Nagy, 2012). Tanulmányunk egy eddig kevésbé alkalmazott ismérv mentén csoportosította a

hallgatókat, és az eredmények jól alátámasztják a pénzügyi attitűd mint szegmentációs ismérv relevanciáját.

Kutatásunk korlátjaként érdemes figyelembe venni, hogy a felmérés főként két hazai felsőoktatási intézményre koncentrált, illetve a mintában felülreprezentáltak a gazdasági képzésben résztvevők.

A három csoport elkülönítése mindemellett értékes információkkal szolgálhat mind a pénzügyi edukációs programokat kidolgozó szervezeteknek és intézményeknek, mind a pénzügyi szolgáltatóknak.

A pénzügyi edukáció terén például a három csoport közötti attitűdbeli és tapasztalatbeli különbség egészen más alapokat ad, így érdemes a tananyag kidolgozásánál ezeket figyelembe venni. Valószínűleg az innovatív szemléletű, vállalkozó típusú, ugyanakkor még kevés tapasztalattal rendelkező, főként a szülei anyagi támogatásával élő *Lázadók* eltérő típusú információkra és kommunikációs megoldásokra lesznek nyitottak, mint a *Konzervatívok* vagy a *Tapasztaltak*.

A legnagyobb beavatkozási lehetőséget a Konzervatívok esetében látjuk: a csoport tagjainak az információ megszerzésének módját kell megtanítani – figyelembe véve, hogy a félelmet hajtóerőként azonosítottuk a pénzügyi döntéseiknél, fontos, hogy hiteles forrásból kapják meg az információt. Az iskolai rendszerű képzés erre tökéletesen alkalmas, ha akkor adják át a szükséges információt, amikor azt a gyakorlatban is ki tudják próbálni (vagyis a középiskola elvégzése után). Ha megfelelően informáltak, akkor nagyobb valószínűséggel hoznak majd olyan döntést pénzügyeik kapcsán, amelynek pozitív hozadéka van mind a saját életükre, mind pedig a nemzetgazdaságra nézve.

Figyelembe véve, hogy a *Lázadók* nyitottak az újdonságokra és kockázatvállalóbbak a másik két csoportnál, nekik a pénzügyi kultúrát modern kommunikációs csatornákon keresztül lehet a leghatékonyabban eljuttatni (pl. mobilalkalmazások) – náluk az iskolai rendszerű képzés nagy valószínűség szerint nem fogja elérni a célját (esetlegesen negatív attitűd kialakulásához vezet, ha akarunk ellenére kell foglalkozni a témával). Esetükben az előzőeken túl oda kell figyelni arra is, hogy nem elég pénzügyi termékekkel és megoldásokkal megismertetni őket – szükség van arra is, hogy mindezt olyan környezetben kapják, ami egyben gondolkodásmódjukat is formálja (rövid távúról hosszú távúra), de mégis kapcsolódik az „Élj a mának!” filozófiához.

Végül, a *Tapasztaltak* esetében – eltérően az előző két klasztertől – a pénzügyi alapinformációk közvetítése indokolatlan, és nagy valószínűséggel vált ki információbefogadási rezisztanciát – számukra összetett, ám az életkori sajátosságokhoz igazodó pénzügyi termékek előnyeit és hátrányait érdemes közvetíteni.

## VEZETÉSTUDOMÁNY

## Lábjegyzet

<sup>1</sup> A Pénzügyi Tájékozottsági Mutató és Énkép Index számításról bővebben lásd Béres et al. (2013).

## Felhasznált irodalom

- Béres D. – Huzdik K. (2012): A pénzügyi kultúra megjelenése makrogazdasági szinten. *Pénzügyi Szemle*, 2012/3.: p. 322–336.
- Béres D. – Huzdik K. – Kovács P. – Sági Á. – Németh E. (2013): Felmérés a felsőoktatásban tanuló fiatalok pénzügyi kultúrájáról. Kutatási jelentés. Letöltve innen: <http://www.asz.hu/tanulmanyok/2013/kutatasi-jelentes-felmeres-a-felsőoktatásban-tanuló-fiatalok-penzugyi-kulturajarol/t353.pdf> Letöltés ideje: 2012. szeptember 10.
- Botos K. (2012): Pénzügyi kultúra és kockázatvállalás a közép-alföldi háztartásokban. *Pénzügyi Szemle*, 2012/3.: p. 291–309.
- Chen, H. – Volpe, R.P. (1998): An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial Services Review*, 7: p. 107–128.
- Danes, S.M. – Morris, E.W. (1989): The factors affecting a family's plan to change its financial situation. *Lifestyles, Family and Economic Issues*, 10: p. 205–215.
- Danes, S.M. – Huddleston-Casas, C. – Boyce, L. (1999): Financial Planning Curriculum For Teens: Impact Evaluation. *Financial Counseling and Planning*, 10 (1): p. 26–39.
- Deacon, R.E. – Firebaugh, F.M. (1988): Family resource management: Principles and applications. Boston: Allyn and Bacon
- Dowling, N.A. – Corney, T. – Hoiles, L. (2009): Financial Management Practices and Money Attitudes as Determinants of Financial Problems and Dissatisfaction in Young Male Australian Workers. *Financial Counseling and Planning Education*
- Durvasula, S. – Lysonsky, S. (2010): Money, money, money – how do attitudes toward money impact vanity and materialism? – the case of young Chinese consumers. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 27 Issue 2: p. 169–179.
- EMMI (2012): Statisztikai Tájékoztató Oktatási Évkönyv 2011/2012. Budapest: Emberi Erőforrások Minisztériuma
- Forman, N. (1987): Mind over the body. Toronto: Doubleday
- Garman, E.T. – Forgue, R.E. (2006): Personal finance. Boston: Houghton Mifflin
- Goldberg, H. – Lewis, R.T. (1978): Money Madness: The Psychology of Saving, Spending, Loving and Hating Money. New York: William Morrow & Co.
- Habschick, M. – Seidl, B. – Evers, J. (2007): Survey of financial literacy schemes in the EU27 (VT Markt/2006/26H, Final Report). Letöltve: [http://ec.europa.eu/internal\\_market/finservices-retail/docs/capability/report\\_survey\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/internal_market/finservices-retail/docs/capability/report_survey_en.pdf) Letöltés ideje: 2012. január 3.
- Hilgert, M.A. – Hogarth, J.M. – Beverly, S.G. (2003): Household Financial Management: The Connection between Knowledge and Behavior. *Federal Reserve Bulletin*, July 2003: p. 309–322.
- Norvilitis, J.M. – Mendes-Da-Silva, M. (2013): Attitudes toward Credit and Finances among College Students in Brazil and the United States. *Journal of Business Theory and Practice*, (1): p. 132–151.
- Li, D. – Jiang, Y. – An, S. – Shen, Z. – Jin, W. (2009): The influence of money attitudes on young Chinese consumers' compulsive buying. *Young Consumers: Insights and Ideas for Responsible Marketers*, Vol. 10, No. 2: p. 98–109.
- Mathur, I. (1989): Personal finance. Cincinnati: South-Western Publishing
- McKenna, J.S. – Nickols, S.Y. (1988): Planning for retirement security: What helps or hinders women in the middle years? *Home Economics Research Journal*, 17: p. 153–164.
- Nagy P. – Tóth Zs. (2012): Értelmem és érzelem. A lakossági ügyfelek gazdasági magatartása és a bankokkal kapcsolatos attitűdjei. *Hitelintézési Szemle, Különsz.*: p. 13–24. Letöltve: <http://www.bankszovetseg.hu/wp-content/uploads/2012/10/13-24-ig-nagy-toth.pdf> Letöltés ideje: 2012. okt. 10.
- Peng, T.-C.M. – Bartholomae, S. – Fox, J.J. – Cravener, G. (2007): The Impact of Personal Finance Education Delivered in High School and College Courses. *Journal of Family Economic Issues*, 28 (2): p. 265–284.
- Perry, V.G. – Morris, M.D. (2005): Who Is in Control? The Role of Self-Perception, Knowledge, and Income in Explaining Consumer Financial Behavior. *The Journal of Consumer Affairs*, 39 (2): p. 299–313.
- Tang, T.L.P. (1995): The development of a short Money Ethic Scale: Attitudes toward money and pay satisfaction revisited. *Personality and Individual Differences*, 19 (6): p. 809–816.
- Vaskovics L. (2000): A posztadoleszcencia szociológiai elmélete. *Szociológiai Szemle*, 10 (4), Letöltve: <http://www.socio.mta.hu/mszt/2004/vaskovics.htm>; 2010. dec. 2.
- Volpe, R. – Chen, H. – Liu, S. (2006): An Analysis of the Importance of Personal Finance Topics and the Level of Knowledge Possessed by Working Adults. *Financial Services Review*, 15 (1): p. 81–98.
- Xiao, J.J. – Sorhaindo, B. – Garman, E.T. (2006): Financial behaviours of consumers in credit counselling. *International Journal of Consumer Studies*, 30 (2): p. 108–121.
- Xiao, J.J. – O'Neill, B. – Prochaska, J.M. – Kerbal, C.M. – Brennan, P. – Bristow, B.J. (2004): A consumer education program based on the transtheoretical model of change. *International Journal of Consumer Studies*, 28 (1): p. 55–65.
- Yamauchi, K.T. – Templer, D.I. (1982): The development of a money attitude scale. *Journal of Personality Assessment*, 46: p. 522–528.
- Zsótér B. – Nagy P. (2012): Mindennapi érzelmeink és pénzügyeink. Mindennapi érzelmeink és pénzügyeink. A pénzzel kapcsolatos attitűdök és materiális irányultság szerepe a pénzügyi kultúra fejlesztésében. *Pénzügyi Szemle*, 2012/3.: p. 310–321.