



A fiatalok és a pénzügyi kultúra

Kutatási eredmények összefoglalása



O.K.

Középiskolások Országos
Pénzügyi és Gazdasági
Oktatóközpontja

 **otp Fáy András**
Alapítvány

Esélyt a jövő generációjának!



SZÉCHENYI TERV

© 2014 OTP Fáy András Alapítvány

Készült a TÁMOP-3.2.1.B-11/1-2012-0001 számú,
Középiskolások Országos Pénzügyi és Gazdasági Oktatóközpontja című projekt keretében.

Az OTP Fáy András Alapítvány és az O.K. projekt

A több mint 20 éves szakmai tapasztalattal rendelkező OTP Fáy András Alapítvány az „Esélyt a Jövő generációjának!” mottó jegyében folytatja szakmai tevékenységét, melynek középpontjában a középiskolás diákok pénzügyi, gazdasági és gazdálkodási ismereteinek bővítése áll.

Az Alapítvány finanszírozója az OTP Bank, azonban a támogatói döntések meghozatalában, a kuratórium munkájában független szaktekintélyek, rangos közéleti szereplők vettek és vesznek részt.

Az eddig elért sikerek leginkább két dolgon alapultak: az Alapítvány tevékenysége egyrészt illeszkedik a kor társadalmi elvárásaihoz, másrészt folyamatosan igazodik a tinédzsereket érintő trendekhez.

2012 novemberében a pénzügyi, gazdasági edukáció és a magyar köznevelés szempontjából mérföldkőnek számító program indult az OTP Fáy András Alapítvány irányításával: a Benczúr utcában európai uniós forrás felhasználásával – a térségben egyedülálló módon – megkezdte működését a Középiskolások Országos Pénzügyi és Gazdasági Oktatóközpontja, röviden az O.K. Központ.

A hiánypótló program megvalósítására az Alapítvány a TÁMOP (Társadalmi Megújulás Operatív Program) 3.2.1 B-11/1 pályázaton 1,1 milliárd Ft-ot nyert el, de a projekt teljes költsége (a folyamatos programfejlesztéseket is felvállalva) mintegy 1,6-1,7 milliárd forintot tesz ki. A különbözetet az Alapítvány saját maga finanszírozta, finanszírozza az OTP Bank NyRt. támogatásának köszönhetően.

Az O.K. Központ a legmodernebb audiovizuális eszközökkel ellátott tantermeiben fogadja és oktatja az ország különböző pontjairól érkező diákokat, illetve az Alapítvány eddigi tevékenységét megtartva új eszközrendszerrel támogatott, középiskolákba utazó oktatói hálózatot üzemeltet. Ezek során saját fejlesztésű pénzügyi, gazdasági, gazdálkodási oktatási anyagait használja fel oly módon, hogy a tréningyszerű elemeket tartalmazó modulok mindegyike eleget tegyen a „szórakoztatva tanítást” előtérbe helyező elvárásoknak. A négy középiskolai évfolyamnak szóló, szórakoztató tréninganyagok mellett az idelátogató csoportok a sport, a média, a környezetgazdálkodás és az üzlet relációjával, továbbá a pénz evolúciójával is megismerkedhetnek, továbbá az oktatási tevékenység bővülésével az Alapítvány már az általános iskolásokat is meg tudja szólítani, számukra is évfolyam-specifikus pénzügyi, gazdasági, gazdálkodási tudásanyagot tud biztosítani.

Ezen túl a jövőben – a program keretein belül – az O.K. Központ különböző szakmai kutatásokat is végez, melyek közül néhány jelen kiadványban is bemutatásra kerül.

Az OTP Fáy András Alapítvány pénzügyi, gazdasági, gazdálkodási edukációs programjai, amelyeket közel 10 éve folytat, összhangban vannak az oktatási kormányzat középiskolásokat célzó ez irányú terveivel.

2014 tavaszától Nyíregyházán és környékén is önálló trénercsapat látogatja az érdeklődő osztályokat.



A kutatások háttéréről

Az ITHAKA Nonprofit Kft. és az Index.hu Zrt. konzorciuma, a Budapesti Corvinus Egyetem Alapítvány szakmai támogatásával 2013. november és 2014. június között egy több részfeladatból álló komplex kutatási projektet valósított meg az OTP Fáy András Alapítvány megbízásából a TÁMOP-3.2.1.B-11/1-2012-0001 számú, Középiskolások Országos Pénzügyi és Gazdasági Oktatóközpontja című projekt keretében.

A kutatássorozat szorosan kapcsolódott az Alapítvány által létrehozott O.K. Központ működéséhez, amelynek célja gazdasági és pénzügyi ismeretek oktatása elsősorban a középiskolás korosztályok számára.

A kutatásokról

A projekt során összesen négy önálló, de tematikájában és módszertanában egymásra épülő kutatás készült el.

2014 januárjában Magyarország egyik legolvasottabb online médiumának felületét felhasználva egy olyan kutatást bonyolítottunk le, amely az INDEX.hu olvasók pénzügyi kultúráját és szokásait vizsgálta. A kutatás annyiban volt rendhagyó, hogy a kérdőívet kitöltők a válaszadást követően egy gyors elemzést kaptak a pénzügyi ismereteik szintjéről, továbbá azt is meghatároztuk, hogy a pénzügyekkel kapcsolatos attitűdjeik alapján mely társadalmi csoportba sorolhatók be. A kérdőívet 2014. január 21-én néhány óra alatt több mint 20 ezren töltötték ki.

Ezt követően 2014. április 15-én, szintén az INDEX.hu oldalain egy olyan pénzügyi kvízt is elhelyeztünk,

amely 13 kérdés segítségével vizsgálta a kitöltők valós pénzügyi ismereteit. A kérdéseket, amelyek korántsem voltak könnyűek, minden előzetes várakozást felülmulva, összesen több mint 65 ezren választották meg.

A projekt második részében egy olyan áttekintő jellegű kutatást végeztünk el, amely empirikus kutatások adatbázisainak másodelemzésével, illetve a létező kutatások eredményeinek, és egyéb forrásoknak (interjúk, újságcikkek, elemzések stb.) a felhasználásával azt vizsgálta, hogyan jellemezhetők a magyar fiatalok az életmódjuk, fogyasztási szokásaik, értékeik, attitűdjeik alapján az idősebb generációkkal való összehasonlításban. Ezeknek a kutatási eredményeknek és elméleti kereteknek a felhasználásával arra is választ kerestünk, hogy az elkövetkezendő néhány évre vonatkozóan milyen jellegzetes, markáns trendek jelezhetők előre. Olyan folyamatokat kerestünk, amelyeket érdemes figyelembe venni akkor, amikor a mai tízen- és huszonéves generáció eljövendő egy-két évtizedéről gondolkodunk, elsősorban abból a szempontból, hogy melyek lehetnek majd a domináns értékrendek Magyarországon, és ezek milyen fogyasztói szokásokat, attitűdöket, végső soron pedig pénzügyi-gazdasági kultúrát hozhatnak majd létre.

A projekt harmadik részfeladatának előzménye egy 2011-12 során elvégzett kutatás volt, melynek során a Budapesti Corvinus Egyetem Alapítvány a középiskolások pénzügyi attitűdjeit és magatartását mérte fel. E munka keretében egy komplex, több területet érintő megközelítés alkalmazására került sor, amely tágabb kontextusban értelmezte a fiatalok



gazdasági tudását, attitűdjeit és magatartását, beleértve az iskolai, baráti és családi közeget is. A három környezet hatásainak közös elemzésében több kutatási terület (pénzügyi magatartás, gyerek és szülő közti kommunikáció, szerepek kisebb közösségekben) szempontjai egyesültek, amelyeket korábban a nemzetközi és hazai kutatások többnyire külön-külön vizsgáltak. A kutatás során 24 középiskolában összesen több mint 900 fiatal töltött ki egy kb. 35-40 perces online kérdőívet. Az iskolák kiválasztása során szempont volt, hogy a mintába bekerüljenek olyan iskolák, amelyek korábban már részt vettek az Alapítvány által kínált képzéseken, illetve olyanok is, ahol a pénzügyi ismeretek és kultúra oktatásának lényegében semmilyen intézményi hagyománya nincs. Ezáltal lehetővé vált a két csoport eredményeinek összehasonlítása is.

Végezetül a projekt utolsó, negyedik szakasza során egy országos reprezentatív kutatás keretében azt vizsgáltuk, hogy a szülők, mint a szocializáció folyamatának legfontosabb szereplői milyen ismeretekkel, tudással, szemlélettel rendelkeznek a pénzügyi, gazdasági, gazdálkodási területeken, továbbá ezen ismereteiket milyen módon adják tovább gyermekeiknek. A kutatás során az O.K. Központ célcsoportját képező 14-19 éves fiatalok szüleinek, illetve a teljes magyar lakosságnak (háztartásoknak) a pénzügyi ismereteit, tudatosságát, attitűdjeit vizsgáltuk.

Ebben a kiadványban ennek a négy önálló kutatásnak az eredményeit foglaljuk össze röviden. Mivel ezek megállapításai önmagukban is megtölthetnének ehhez hasonló, vagy akár hosszabb kiadványokat, itt és most

csupán néhány fontosabb, érdekesebb, továbbgondolásra érdemes eredményt mutatunk be.

Sorrendben először az ifjúsági trendkutatás, a középiskolás kutatás, majd pedig az országos reprezentatív kutatás eredményeit foglaljuk össze. A kiadvány második része az INDEX.hu-val közösen készített pénzügyi felmérés és kvíz eredményeit mutatja be.



Kutatási eredmények

Ifjúsági trendkutatás

A projekt során elvégzett ifjúsági trendkutatás összes eredményét ebben a rövid kiadványban nehéz lenne összefoglalni. Az alábbiakban a legfontosabb következtetéseket mutatjuk csak be, elsősorban azokat, amelyeknek közvetlen hatása lehet a fiatalok pénzügyi kultúrájára és szokásaira, illetve amelyeket érdemes figyelembe venni a fiatalokkal való közvetlen kapcsolatteremtés (oktatások, képzések) során.

Csökkenő létszámú kohorszok

Ennek hatása ugyan csak hosszabb távon és közvetetten jelentkezik, de nem szabad figyelmen kívül hagyni, hogy Magyarországon az elmúlt évtizedek csökkenő születésszámának következtében egyre kisebb méretűek a fiatal kohorszok. Míg például a 2011-es népszámlálás adatai alapján a 15-19 éves korosztály létszáma 593 ezer fő volt, addig a 10-14 évesek száma már csak 490 ezer, ami több mint 100 ezerrel kevesebb. Mindez azt jelenti, hogy abszolút méretét, illetve a teljes populáción belüli arányukat tekintve is egyre kevesebb fiatal él Magyarországon.

Férfiak és nők száma egy egyes korosztályokban

Életkor	Férfi	Nő	Összesen
10–14	251 952	238 116	490 068
15–19	304 075	289 459	593 534
20–24	317 039	301 196	618 235
25–29	310 238	301 063	611 301

Depriváció és társadalmi kirekesztődés

Az európai összehasonlító adatok, illetve magyarországi kutatások is azt mutatják, hogy az elmúlt években nőtt azoknak a gyerekeknek és fiataloknak a száma, akik nélkülözések között élnek.

Az Európai Bizottság 2014-es jelentése szerint a szegénységgel és társadalmi kirekesztéssel érintett gyermekek aránya Magyarországon 41%. Ezzel az eredménnyel hazánk Romániával, Bulgáriával és Lettországgal került egy csoportba.¹ A társadalmi polarizáció folyamata a fiatalok körében újfajta szakadékokat hozott létre. Mindez a kedvezőtlen helyzetben lévő társadalmi rétegek mobilitási lehetőségeinek további szűkülését eredményezte. Ennek elsősorban a vizsgált korosztály jövővel kapcsolatos alapvető attitűdjeinek, gazdasági értékeinek kialakulásában van jelentősége. Úgy gondoljuk ugyanis, hogy a pénzügyi ismeretek, az ezzel kapcsolatos viselkedés, az ennek háttérében meghúzódó motivációk sok esetben következményei annak a percepciónak, ahogyan egy fiatal a jelenéről és jövőjéről gondolkodik. Nehéz ugyanis a hosszú távú pénzügyi gondolkodás kultúráját megteremteni ott, ahol egy korosztály általános élménye a jövő szinte teljes kiszámíthatatlansága és tervezhetetlensége.

Külföldi munkavállalás, elvándorlás

A fiatalok migrációs tervei jelentősen nőttek az elmúlt néhány évben. A külföldre való hosszabb-rövidebb távozás legfontosabb motivációja a jobb megélhetés

¹<http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=738&langId=en&pubId=7708&type=2&furtherPubs=yes>



reménye. Bár azok aránya sem elhanyagolható, akik nyelvtanulás és tapasztalatszerzés miatt mennének. Ők elsősorban a jobb körülmények között élő családokból kerülnek ki, szándékaikat pedig erőteljesen befolyásolják a felsőoktatásban bekövetkezett változások (felvételi rendszer megváltoztatása, tandíj, csökkenő keretszámok stb.) Különböző kutatások eredményei annyiban összecsengenek, hogy a mai tízen- és huszoneves fiatalok jelentős része tervezi, hogy külföldön fog dolgozni. Az Ifjúság2012 kutatás adatai szerint például a 15-29 éves magyar fiatalok egyharmada gondolja úgy, hogy csak Magyarországon tudja elképzelni az életét. Azonban minden negyedik fiatal 5 évnél hosszabb időre, vagy akár örökre is hajlandó lenne elhagyni az országot.

Gyermekvállalás

Összességében család- és gyermek-centrikus beállítódás jellemző a magyar fiatalokra. A többség 2, illetve 3 gyerekben gondolkodik. Ezeknek a tervezett gyerekeknek egy része azonban nem születik meg. Fiatal felnőttkorban a gyerek megszületése sokszor az anyagi nehézségek, bizonytalanság, a jövő tervezhetetlensége miatt marad el.

Pán Péter generáció – az „örök kamaszok”?

A fiatalok nem sűrgetik a felnőtté válást. Sőt, sokan közülük azokat a lehetőségeket keresik folyamatosan, amelyekkel tovább halaszthatóak a nagy horderejű döntések: munkavállalás, családalapítás, önálló egzisztencia megteremtése stb. A felelősség hárítása,

a döntések meghozatalának elodázása a fiatalok életének számos területén vált fontos vezérlő elvvé.

Sokak számára marad ideális életforma a szabad, kötöttségek nélküli diákélet. Akár húszas éveik végén, vagy akár harmincon túl is megpróbálják fenntartani ezt az állapotot. A családról való leválás folyamata is elhúzódik, ami egy fontos lélektani feladat (lenne). Ezeknek az élethelyzetek azonban nem csak pszichológiai tényezőkkel, hanem egyszerű materiális szempontokkal is magyarázhatók, hiszen sok fiatalnál hiányoznak az önálló életkezdéshez szükséges anyagi források. A szülők, rokonok nem tudják érdemben támogatni az önálló egzisztencia megteremtését, a saját jövedelem pedig önmagában ehhez nem elegendő.

A „cserélhetőség” és „lecserélhetőség” elsősorban a fogyasztási szokásokban jellemző elvének megjelenése az emberi kapcsolatokban is megfigyelhető. Ennek gyökere az én-központúság erősödésében rejlik, amely viszont jó eséllyel növeli a félelmet az elköteleződéstől.

A munkában, a hosszú távú kapcsolatban felelősséget kell vállalni, az egyéniséget, a szabadságot bizonyos mértékben fel kell adni, ami kétségtelenül komoly lemondásokkal jár. Ezt a váltást sok fiatal szeretné kitolni a lehető legkésőbbi időpontra.

Az alábbi korosztályos trendek szintén megemlíthetők még. Természetesen ezek nem univerzálisan igazak a vizsgált célcsoportra, hiszen nagyon markáns egyéni különbségek lehetnek, amelyet pszichológiai tényezők éppúgy befolyásolnak, mint az alapvető társadalmi változók. (Család státusza, kulturális- és társadalmi tőkéje, jövedelmi helyzete stb.)



- Az egymásnak szentelt közvetlen figyelem mennyisége és minősége csökken.
- A fiatalok a gyors folyamatokat, a késleltetés nélküli sikert kívánják az életük minden területén, így a kapcsolataikban is.
- A személyes beszélgetések jelentősége csökken, a fiatalok sokszor csak felületes információkat szereznek egymásról, például a közösségi oldalakon.
- Az érzelmek belső feldolgozására, az elmélyülésre, a „csöndre” egyre kevesebb idő jut.
- Az információ-morzsák gyakran vizuális tartalmak formájában jutnak el hozzájuk: egyre kevésbé kell elképzelniük dolgokat.
- A pillanat megélése (élvezete), a kényelem fontosabb, mint a hosszan tartó tartalom (ezt jelzi például a Snapchat szolgáltatás sikere)
- A millenniumi generáció tagjai erőteljes nyomás alatt vannak abban, hogy tartsák a lépést a társaikkal. Ebben a folyamatban a brandeknek kiemelt szerep jut.
- Ez együtt jár a hiperkonnektivitás jelenségével, ahol az időbeosztás és a társas élet megszokott normái, szabályai egyre inkább eltűnnek, átalakulnak.
- A feldolgozási képességeik olyannyira fejlettek a korábbi generációkkal összehasonlítva, hogy nem is igazán tudnak egy időben csak egyetlen lineáris tevékenységre figyelni. (Pl. többféle eszközt, ablakot, appot stb. használnak egyszerre.)
- A várakozást nem szeretik, ez számukra alig ismert. Ilyenkor is mindig csinálnak valamit. Nem igazán tudnak „belassulni”.
- A multitasking az egész életmódjukra jellemző. Akkor is megosztanak/posztolnak, amikor a barátaikkal vannak.
- Sokszor panaszkodnak arra, hogy nincsen elég idejük, mert már mással kéne foglalkozniuk. Ez a felgyorsult életmód, a „csak egyszer élsz” filozófiája.
- Hozzászoktak ahhoz, hogy saját magukat bármilyen formában megmutathatják. Az interneten bárki lehetsz, sokszor függetlenül a valódi énedtől.
- A virtuális identitások, a közösségi oldalakon magukról kialakított kép sokszor nem azt tükrözi, amilyenek valójában, hanem azt, amilyenek szeretnék, ha a külvilág őket látná.
- „Ez nem az én igazi énem, azt csinálhatok, amit akarok!” - „Narcissurfing”: saját maguk „meggoogleozása”.
- Sokszor azt tapasztalják, hogy az exhibicionista emberek a leginkább népszerűek. Sokan elhiszik és elfogadják, hogy az élet normál működésébe belefér az online túlreprezentáció.
- Zajlik a verseny azért, hogy ki legyen a legviccesebb, a legeredetibb...
- „Az interneten mindenki híres lehet...” részben vélt, részben pedig valós igazságának elfogadása, az új netes ikonok, celebritások megjelenése..



- A vállalatokkal, brandekkel való kapcsolatban az interakciónak és a transzparenciának a korábbiakhoz képest nagyobb szerepe van.
- A korábbi generációkkal összehasonlítva az általuk figyelt, követett brandektől, művészekről, intézményektől közvetlenebb, intimebb, őszintébb kapcsolatot várnak el.

Bizalmatlanság és kapaszkodók keresése a múltban

A fiatalok jövőképe ellentmondásos és zavaros. A munka világában tapasztalható kiszolgáltatottság és bizonytalanság az alapvető attitűdjeikre is „rányomják” a bélyegüket, hiszen sokukra jellemző a kishitűség és az alacsony kockázatvállalási hajlandóság.

Kutatási eredmények alapján a fiatalok jelentős részének véleménye szerint a mostanihoz képest az előző rendszer jobb volt. A múlt iránti nosztalgia különösen erősen jelenik meg a munkalehetőségekkel, napi megélhetéssel, szociális biztonság, lakáshoz jutás elérhetőségével kapcsolatban.

Minél alacsonyabban iskolázott szülők gyermekéről van szó, illetve minél nagyobb gondot jelent a családnak a megélhetés, annál inkább hajlamosak a fiatalok – az általuk személyesen már nem ismert rendszerhez kapcsolódó – nosztalgiára. Azaz a fogyasztói társadalom gyermekei a jelenlegi helyzetükkel kapcsolatban érzett bizonytalanságuk, az ismeretlen félelmetessége és kiszámíthatatlansága miatt mondanak elsősorban ilyen súlyos ítéletet.

Összességében tehát, társadalmi méretekben nem jelent meg az „ide nekem az oroszánt is” tabudöntőgető, innovatív, lázadó generáció. A Kádár rendszer „hagyatéka” az alapvetően konfliktusmentes

attitűdöt éltető családi minta, a „lázas helyett konformizmus” vezérelve, amely egyfajta közéleti, civil passzivitásban, érdektelenségben is megnyilvánul.

Ugyan a huszonéves fiatalok nem alkotnak egységes nemzedéket értékválasztásaik szempontjából, de összességében a demokrácia támogatottsága nem egyértelmű, jelentős méreteket ölt az apátia és a szkepticizmus.

A fiatalok az őket érintő legnagyobb problémáknak elsősorban a bizonytalanság, céltalanság, anyagi kiszolgáltatottság hármasához kapcsolódó dolgokat tartják. A magyar fiatalok ugyanakkor Európai összehasonlításban átlagos szinten bíznak embertársaikban. Az idősebb korosztályokra jellemző alapvető bizalmatlan társadalmi attitűd erre a korosztályra kevésbé jellemző. De mégis, sokszor kapnak olyan megerősítést a mindennapi életük során, hogy nem feltétlenül érdemes megbízni a másokban.

A korrupció és a tisztességtelen előnyök, mint az élet „természetes” részei?

Az üzleti szektor működését a fiatalok kétharmada inkább nem tartja becsületesnek. A többség elítéli a korrupciót, és ezt saját magára vonatkoztatva is igaznak tartja. A rokoni-baráti segítséget ugyanakkor több esetben is viszonylag nagy arányban vennék igénybe.

A fiatalok gondolkodásmódját tehát mélyen áthatja az arról való meggyőződés, hogy a tisztességtelen előnyök megszerzése a társadalom, gazdaság és politika működésének egyik alapvető működési elve.



Példaképek

A fiatalok döntő többsége számára a legfontosabb példaképet a közvetlen család (szülei), illetve barátai jelentik. Többségük jó vagy kiváló példának tartja a saját családját, közel felük pedig a baráti körét. Jóval ritkább, hogy valaki bevallottan valamilyen híres embert választ magának példaképnek. Akinél ez előfordul, ott leginkább sportolók, színészek és zenészek kerülnek fel a listára. A nem ismerős személyek mint példaképek között kimagaslóan magas a sportolók, azon belül is a (külföldi) focisták aránya. A magyar sportoló példaképek többnyire nem a labdarúgás területéről érkeznek. Hasonlóan magas arányban említettek a fiatalok énekeseket, színészeket, zenészeket, DJ-eket, mint példaképet. A sikeres üzletember, szakember, vállalkozó kategóriában szintén elsősorban külföldi nevek kerültek elő.

Kutatás a fiatalok pénzügyi szokásaival, gazdasági attitűdjeivel kapcsolatban

A kutatásba bevont középiskolásokról általánosságban elmondható, hogy alapvetően elégedettek családjuk pénzügyi helyzetével, tehát a pénzügyi elégedettség hiánya nem tűnik befolyásoló tényezőnek a középiskolások pénzügyi kultúráját illetően.

A pénzügyi tudás szubjektív értékelése alapvetően azt mutatja, hogy a diákok átlagosnak tartják saját tudásukat a diáktársaikhoz képest. Aki nem átlagosnak ítéli tudását, az inkább átlag felettinek érzi.

Szignifikánsan magasabbnak ítélik tudásukat azok a diákok, akik tanulnak/tanultak az iskolában valamilyen pénzügyi-gazdasági tárgyat, mint azok, akik nem. Ugyanez az összefüggés igaz azokra a középiskolásokra is, akik részt vettek már pénzügyi edukációs tréningben. Mindez azt mutatja, hogy azok a diákok, akik tanulmányaik során részesülnek pénzügyi-gazdasági edukációban, magasabbnak érzik saját tudásukat társaikhoz képest. Természetesen ez egy szubjektív mutatószám, ugyanakkor a pénzügyi önbizalom és énkép kapcsán nem lehet figyelmen kívül hagyni. A szocializációs ágensek egy másik eleme, a család is befolyásoló szereppel bír az észlelt pénzügyi tudás kapcsán. Azok a diákok, akik tudták, hogy családjukban vannak pénzügyi nehézségek, de ezt szülei nem mondták el nyíltan nekik, a legalacsonyabbra értékelték pénzügyi tudásukat a többi csoporthoz képest.

Otthoni pénzügyi problémák és a pénzügyekkel kapcsolatos tudás

Az elmúlt egy évben volt-e pénzügyi probléma a családotokban? / Hányasra értékelnéd a pénzügyekkel kapcsolatos tudásodat?	N	Átlag
igen, a szüleim ezt el is mondták nekem	25%	3,21
igen, bár a szüleim ezt nyíltan nem mondták el, de én észrevettem	6%	3,13
nem	52%	3,36
nem tudom	17%	3,18
Összesen	100%	3,28

A vártnál magasabb arányban fordult elő pénzügyi nehézség az alacsonyabb iskolai végzettséggel rendelkező szülők (=apák) esetében.



Otthoni pénzügyi problémák

	Apa iskolai végzettsége		
	alapfokú	középfokú	felsőfokú
igen, a szüleim ezt el is mondták nekem	31%	27%	21%
igen, bár a szüleim ezt nyíltan nem mondták el, de én észrevettem	8%	7%	5%
Nem	37%	51%	62%
Nem tudom	25%	15%	12%

A diákok pénzgazdálkodását az általuk havonta szabadon elkölthető pénzösszeggel, illetve a zsebpénz fogalmával köthetjük össze. Ezen kívül vizsgálható még az ajándékba kapott pénz és a munkavégzés mint jövedelemforrás koncepciója.

A szülők több mint fele ad zsebpénzt gyermekének. Korábbi kvalitatív kutatási eredményekből tudjuk, hogy a zsebpénz fogalma és értelmezése, valamint a hozzá kapcsolódó mindennapi gyakorlat családonként eltérő lehet, ezért a kitöltők értelmezésére bízunk a kérdés megválaszolását. A kérdéskör kapcsán fontos, hogy a zsebpénzt kapó diákok több mint 70%-a kap még pénzt szüleitől abban az esetben, ha az idő előtt elfogy. A szülői következetesség vagy annak hiánya a szakirodalom és előző kutatások alapján is az egyik legfontosabb faktor a gyermekek és fiatalok pénzügyi szocializációját illetően. Ott, ahol a diák számíthat arra, hogy a szülei kisegítik, ha az adott keretet átlépi, kevésbé van szükség és persze lehetőség a tervezéssel kapcsolatos készségek elsajátítására.

Az „ajándékba” kapott pénz a magyar diákok körében jellemző bevételi forrás: a kérdőívet kitöltők 92%-a kap alkalmanként pénzt ajándékba. Ez az eredmény összhangban van a 2012-es felmérésben tapasztaltakkal, ahol szintén fontos jövedelem-

forrásként jelentkezett az ajándékba kapott pénz. Érdekeség, hogy a nyugat-európai kutatások nem számolnak be ilyen magas arányokról.

A diákok több mint fele végez alkalmanként vagy rendszeresen fizetett munkát. A rendszeresen fizetett munkát végző diákok 69%-a ugyanakkor nem kap zsebpénzt szüleitől. A munkavégzés szignifikáns összefüggést mutat az észlelt pénzügyi tudással: a munkavállalás gyakoriságával nő az észlelt pénzügyi tudás átlaga is.

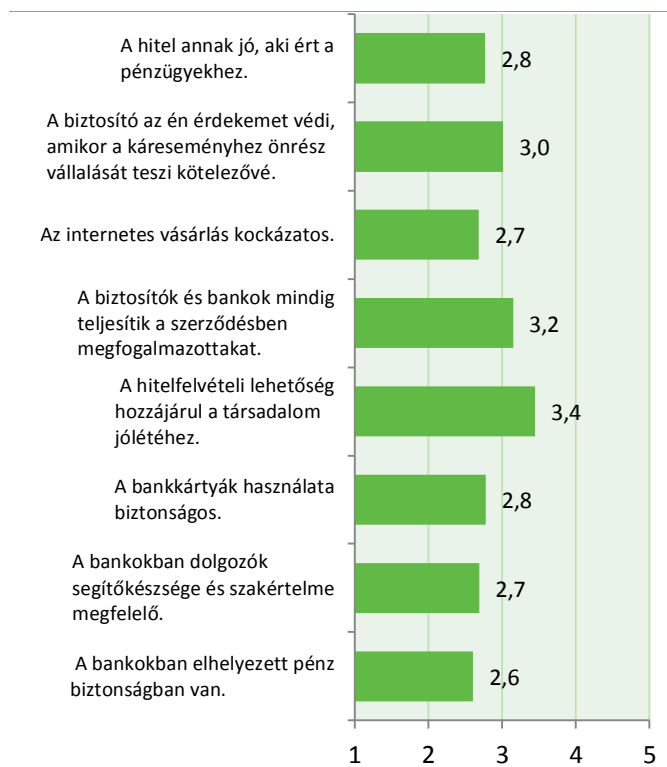
Munkavégzés és pénzügyi tudás kapcsolata

Az elmúlt egy évben mi volt jellemző rád?/ Hányasra értékelnéd a pénzügyekkel kapcsolatos tudásodat?	N	Átlag
nem végeztem fizetett munkát	51%	3,19
alkalmi jelleggel végeztem fizetett munkát (pl. nyári diákmunka)	42%	3,36
rendszeresen (legalább heti 5 órában) végzek fizetett munkát	7%	3,43
Összesen	100%	3,28

Alacsony szintű banki tapasztalatok jellemzőek a középiskolásokra (vagy eleve nincs még bankszámlájuk/bankkártyájuk, vagy ha van is, alig használják). Mindezzel párhuzamosan az intézményi bizalom alacsony szintje jellemzi a fiatalokat.



Intézményi bizalom



A diákok közül sokan nem tartják biztonságosnak a bankkártyák használatát, sőt, sokan azt is gondolják, hogy a bankban elhelyezett pénz nincs biztonságban. A banki dolgozókkal kapcsolatos bizalom mértéke szintén alacsony, hiszen nem igazán tartják őket segítőkésznek és szakértőnek. Ez az eredmény azért érdekes, mert vélhetően a diákok nem a saját negatív tapasztalataik miatt mondják ezt – hiszen egyelőre alig rendelkeznek ilyen jellegű tapasztalattal. Valószínűsíthető, hogy ez az alacsony bizalmi szint és negatív attitűd a családból és a médiából származtatható. (Ezt a hipotézist közvetetten alátámasztják az országos reprezentatív kutatás adatai is.)

A diákok a megtakarításokkal kapcsolatban nagyon alacsony mértékben értettek egyet azzal, hogy fontos megtakarítani (átlag=1,49), vagy azzal, hogy fontos a nehezebb időkre pénzt félretenni (átlag=1,75). Azok a

diákok, akik részt vettek pénzügyi tréningen, kis mértékben ugyan, de az átlagnál fontosabbnak tartják a megtakarításokat és a jövőre való felkészülést.

Összességében elmondható, hogy a diákok pénzügyi kultúrájára hat a család, a saját tapasztalatok, és a pénzügyi edukációs programok is. Ez utóbbira, azaz pénzügyi edukációra azoknál a diákoknál kiemelten szükség van, akik nem számíthatnak családjukra a pénzügyeik tekintetében, mert például szüleik tabuként tekintenek a pénzügyekre. Ez az eredmény hasonlóan alakult a 2012-es adatfelvételnél tapasztaltakkal, hiszen ott is az egyik fő megállapítás az volt, hogy a *laissez-faire* típusú szülők gyermekei számára elengedhetetlen más forrásból pótolni a kieső szocializációs impulzusokat. Továbbá, a diákokra jellemző alacsony intézményi bizalom, amely tapasztalatlansággal párosul, mindenképpen egy olyan terület, amellyel érdemes az edukációs programokban hangsúlyosan foglalkozni.



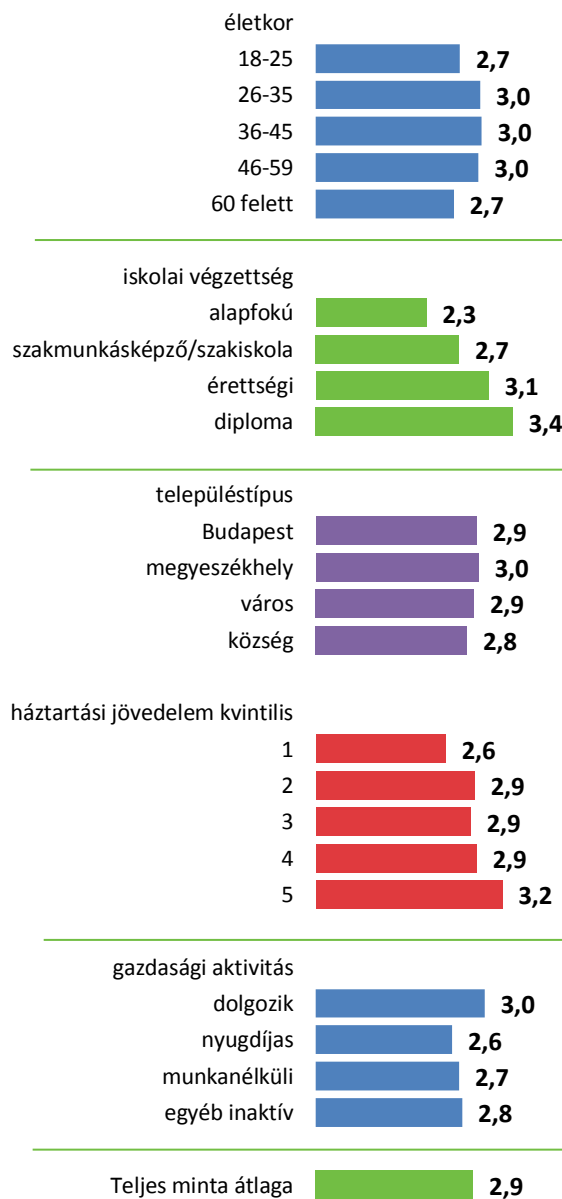
Pénzügyi ismeretek és tudatosság a magyar háztartásokban

Az országos reprezentatív kutatásunk keretében több szempontból vizsgáltuk a magyar háztartások, azon belül pedig részletesen a tizenéves gyereket nevelő szülők pénzügyi szokásait, kultúráját. Ezzel a témával számos más kutatás is foglalkozott az elmúlt években, különösen mióta a gazdasági válság, a hitelezéssel kapcsolatos társadalmi konfliktusok ráirányították a figyelmet az alapvető gazdasági értékek és attitűdök vizsgálatára. Ebben a kiadványban természetesen nincsen mód arra, hogy részletesen összefoglaljuk a kutatás valamennyi eredményét, így csupán néhány fontosabb tendenciát, összefüggést emelünk itt ki.

Saját pénzügyi tudás megítélése

Egy ötfokozatú skálán mérve, a magyar háztartások elsődleges pénzügyi döntéshozói pozícióban lévő tagjai saját pénzügyi tudásukat, ismereteiket összességében 2,9-re értékelték. A részletesebb eredmények azt mutatják, hogy a hagyományos demográfiai változók esetében szignifikáns különbségek csak az iskolai végzettség tekintetében mutathatók ki. Az összefüggés nagyon egyszerű: minél magasabb iskolai végzettséggel rendelkezik valaki, annál magabiztosabbnak tartja saját magát a pénzügyek területén.

Hányasra értékelné a pénzügyekkel kapcsolatos tudását, ismereteit?



Összes háztartás, N=1200

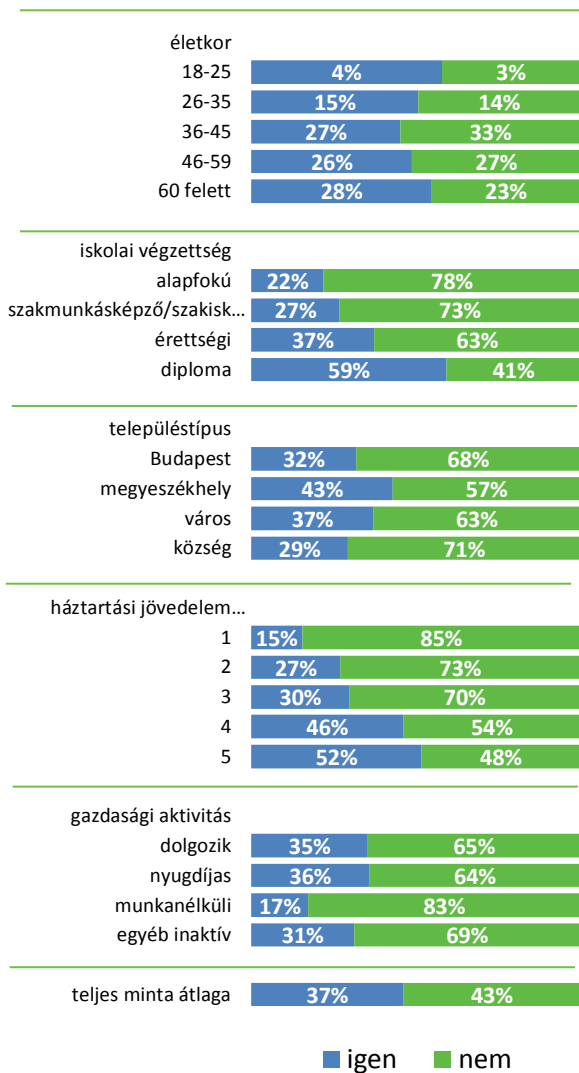
Megtakarítások

Ami a rendszeres megtakarítási hajlandóságot (illetve ennek lehetőségét) illeti, ott szintén az iskolai végzettség, illetve a háztartás jövedelmi viszonyai a meghatározók. (Természetesen itt fontos azt is



figyelembe venni, hogy e két változó szoros összefüggésben van egymással.)

Szokott-e Ön, illetve az Ön háztartása rendszeresen pénzt félretenni, megtakarítani?



Összes háztartás, N=1200

A teljes minta (azaz a magyar háztartások) 37%-a nyilatkozott úgy, hogy szokott rendszeresen pénzt félretenni. Ez az arány a két legmagasabb jövedelmi kvintilisben eléri, illetve meghaladja az 50%-ot, a többi csoportban azonban jóval az átlag alatt marad.

A megtakarítási hajlandóság fő motivációja a vészhelyzetekre való felkészülés, illetve a gyerek jövőjének biztosítása.

Miért tesz félre pénzt?



Akik megtakarítanak, N=376

Megtakarítási formák

A preferált megtakarítási formák körében továbbra is tartja magát a bankbetét, illetve az otthon „jól elrejtett” pénz mint elsődleges választások. Az adatok azt mutatják, hogy egyrészt tovább csökkent a háztartások kockázatvállalási hajlandósága a különböző pénzügyi termékek terén, illetve az elmúlt évek kamatcsökkentési tendenciája (nagyon alacsony banki kamatok) sem tudta megtörni a lekötött betét kiemelkedő szerepét. A demográfiai változók szerinti bontás alapján megállapítható, hogy jelentősebb különbségek a különböző társadalmi csoportok között nincsenek. Ami kiemelendő, hogy az állampapírt az átlagnál nagyobb arányban választanák a diplomások.



Melyik megtakarítási formát választaná akkor, ha egyik napról a másikra 1 millió forintot örökölné?



Szülői stratégiák és mediáció

A kutatás során részletesen vizsgáltuk a gyerekes szülők családi pénzügyi kommunikációs szokásait. A felnőtt megkérdezetteknek az alábbi 10 állítást mutattuk meg, majd arra kértük őket, hogy mondják meg, mennyire igazak ezek az állítások a saját gyerekükkel (gyerekeikkel) kapcsolatban.

1. Gyakran szoktunk a vásárlásról beszélgetni
2. Meg szoktam kérni, hogy segítsen(ek) a családi bevásárlásokban

3. El szoktam mondani a véleményemet arról, hogy mit vagy mit ne vásároljon/vásároljanak
4. Megkérdezem, hogy mit szeretne/szeretnének, amikor neki(k) vásárolok valamit
5. Megtiltom, hogy bizonyos dolgokat megvegyen(ek)
6. El szoktam mondani neki(k), hogy a különböző termékeket hol lehet megvásárolni
7. Tudni akarom, hogy mit csinál a pénzével
8. El szoktam mondani neki, ha nem tetszik, amit magának vásárolt
9. Szoktam tőle tanácsot kérni a különböző vásárlásainkkal kapcsolatban
10. Megmondom, ha úgy gondolom, ne vegyen meg bizonyos dolgokat

Ezek az állítások összességében több különböző szülői beállítottságot rejtenek magukban. Annak érdekében, hogy ezek statisztikailag is megfoghatóak legyenek, többváltozós elemzési technikákkal egy négyes tipológiát állítottunk fel. Ezeknek a megoszlását a következő oldalon lévő ábra mutatja. (Az ábrán csak a 18 évnél fiatalabb gyereket nevelő szülők adatai szerepelnek.)

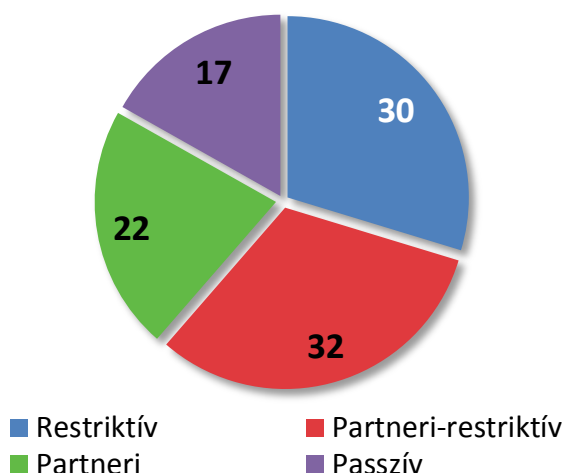
Restriktív stratégiának neveztük el azt, amikor a szülő elsősorban a helyzetéből fakadó „hatalmát” használja a gyermeke pénzügyi kultúrájának kialakításakor. Ennek a szülői szerepfelfogásnak a központi eleme a kontroll és a korlátozás. (pl. bizonyos dolgok megvásárlásának tiltása, a gyereknel lévő pénz elköltésének folyamatos ellenőrzése.) Ennek részben ellentéte, amikor a szülő a gyerekkel olyan *partneri* viszonyban van, aminek központi eleme az egymás közötti kommunikáció, és folyamatos interakció. Természetesen ez a két kategória a valóságban erőteljesen keveredhet. Tehát



lehet olyan, hogy egy szülő egyszerre alkalmaz restriktív, illetve aktív kommunikáción alapuló stratégiát. Végezetül pedig ott van az a *passzív* szerepfelfogás, amelynek legfőbb ismertetőjele, hogy mind a tiltás, mind pedig a (majdnem) egyenrangú kommunikáció hiányzik belőle.

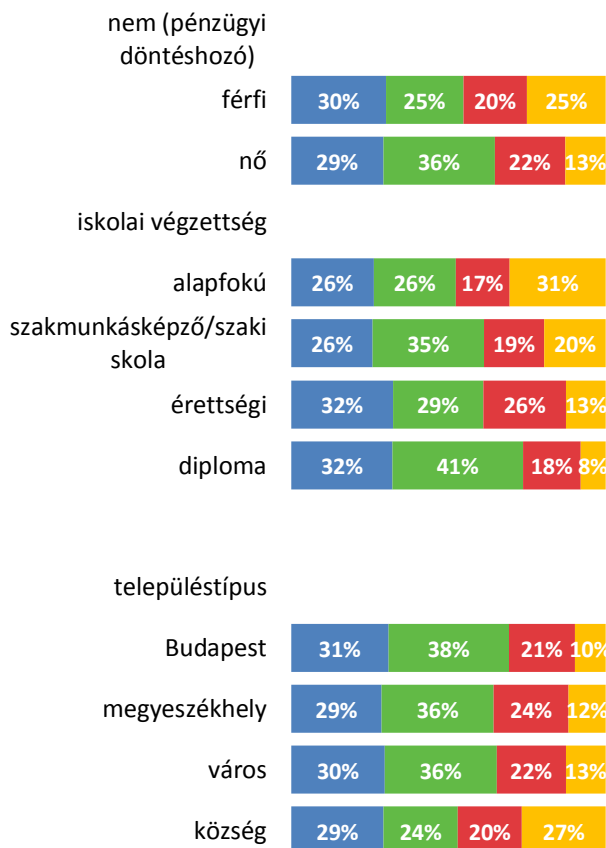
A kutatás eredményei azt mutatják, hogy a gyerekes háztartások legnagyobb arányban a restriktív, illetve a partneri-restriktív felfogást alkalmazzák. Együttes arányuk kis híján majdnem eléri a 2/3-ot. Csak partneri hozzáállása a szülők 22%-ának van, míg a háztartások 17%-ára leginkább a passzív stratégia jellemző.

Szülői stratégiák megoszlása

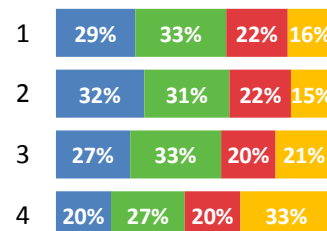


Általánosságban megállapítható, hogy a talán leginkább hatékony partneri-restriktív szülői stratégia a diplomás szülővel rendelkező, illetve a legjobb anyagi helyzetben lévő háztartások esetében a leggyakoribb, továbbá ott, ahol a család pénzügyi döntéseit inkább a nők hozzák meg. A passzív szülői hozzáállás pedig leginkább a 4 vagy több gyermeket nevelő, alapkülső végzettségű szülők háztartásaira jellemző.

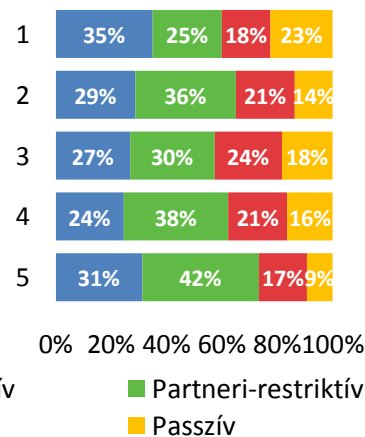
Szülői stratégiák megoszlása



18 éven aluliak száma



háztartási jövedelem...



0% 20% 40% 60% 80% 100%

Restriktív Partneri Partneri-restriktív Passzív

Gyerekes háztartások, N=600

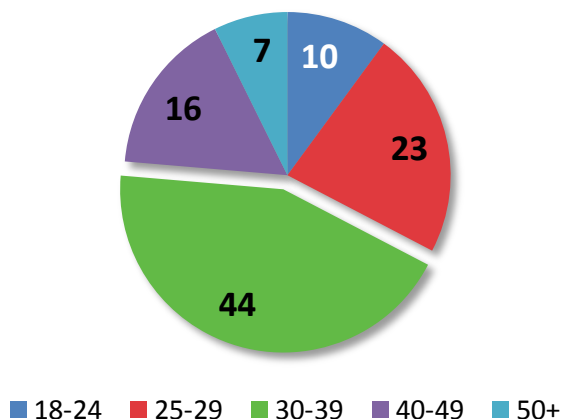


Országos, nagymintás marketingkommunikációs kutatás az INDEX.hu olvasói körében

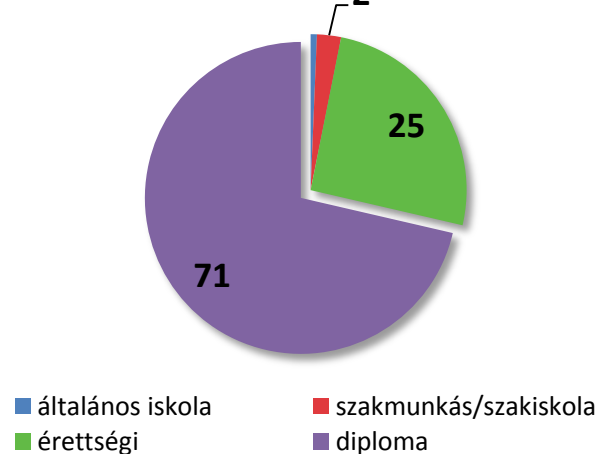
A részkutatás célja az INDEX.hu olvasóközönségének vizsgálata a pénzügyi kultúra, ismeretek és magatartás terén, illetve az O.K. Központ célkitűzésével összhangban a pénzügyi tudatosság fontosságára való figyelemfelhívás volt.

A kutatást egy önkitöltős (kb. 5-8 perc alatt kitölthető) kérdőív segítségével valósítottuk meg. A kérdőív tematikus blokkjai a következők voltak: demográfia, pénzügyi ismeretek, pénzügyi viselkedés, pénzügyi kultúra, attitűdök. Az adatfelvétel időpontja 2014. január 21-én kb. 9:30-tól 2014. január 22-én kb. 9:00-ig tartott. A kérdőívet sikeresen kitöltők száma 24 óra után meghaladta a 20 ezer főt, ami a hasonló látogatói kutatásokkal összehasonlítva kifejezetten magas számnak tekinthető.

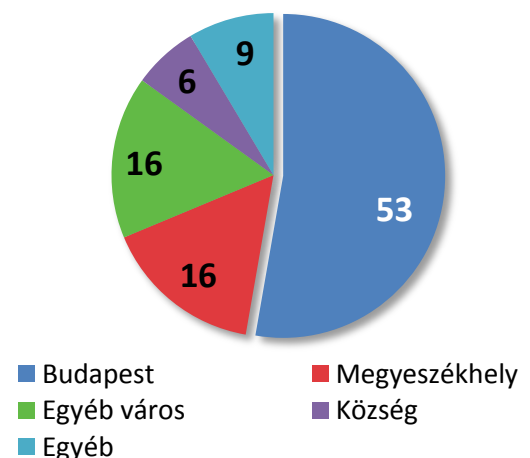
A válaszadók korcsoport szerinti megoszlása



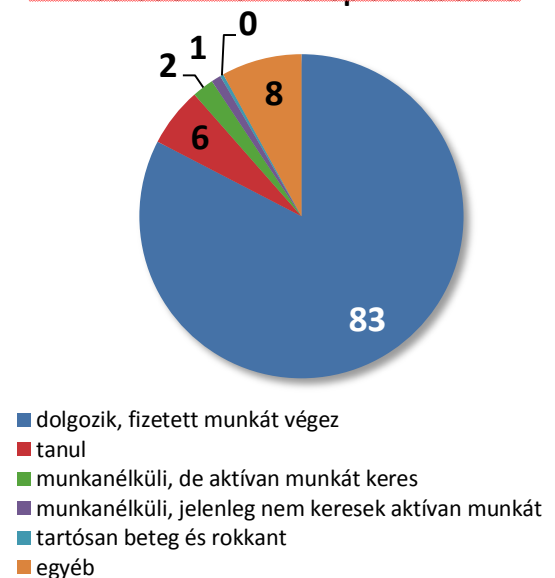
A válaszadók iskolai végzettség szerinti megoszlása



A válaszadók településtípus szerinti megoszlása



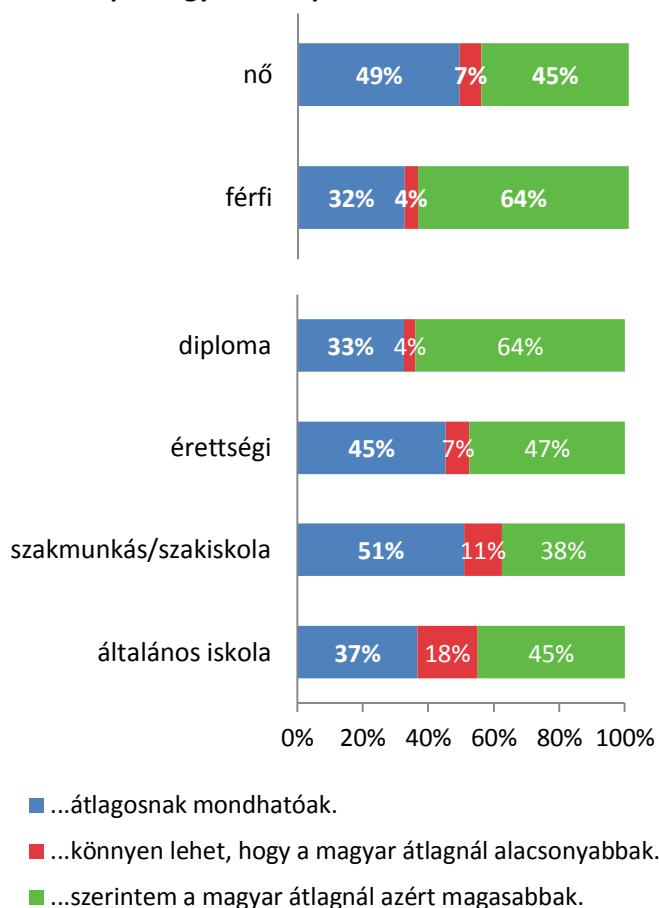
A válaszadók munkaerőpiaci státusza



Természetesen a kutatás nem volt reprezentatív abban az értelemben, hogy alapsokasága az adott nap INDEX.hu olvasóinak köréből került ki. Az eredmények azonban mégis fontos információkkal szolgáltak erről az alapvetően magas státuszú, inkább városi, fiatal és középkorú fogyasztói réteg ismereteiről és szokásairól. Az alábbiakban néhány érdekesebb eredményt mutatunk be a kutatásból.

Saját pénzügyi ismereteiket inkább a férfiak és a magasabb iskolai végzettségűek tartották az átlagosnál jobbnak.

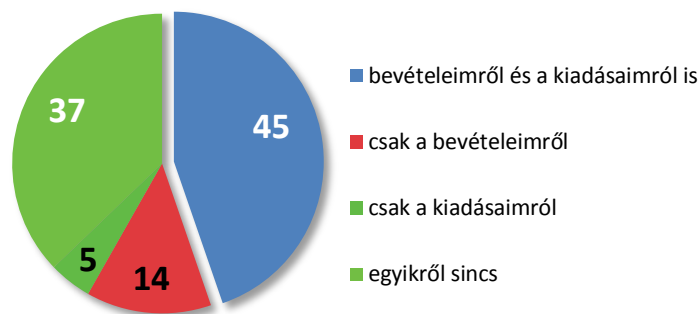
A pénzügyekkel kapcsolatos ismereteim...



A pénzügyi tudatosság egyik alapvető indikátora, hogy vajon az emberek vezetnek-e valamilyen kimutatást a bevételeikről, illetve kiadásairól. Nos, a kutatásban résztvevők közel fele vallotta azt magáról, hogy

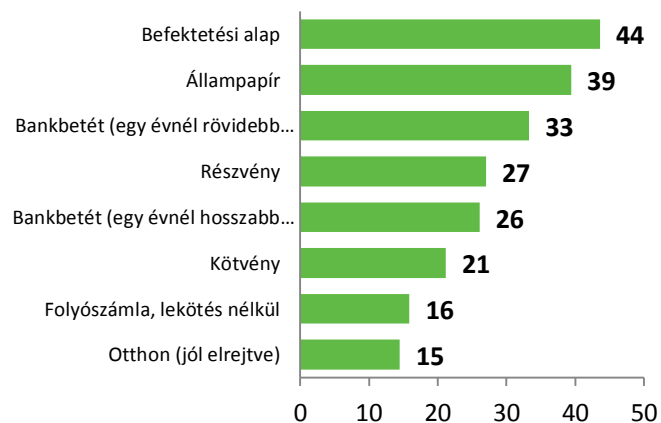
mindkettőt megteszi. Az, hogy valaki rögzíti-e a bevételeit és a kiadásait, leginkább az iskolai végzettségtől és a munkaerőpiaci helyzetétől függ.

Van részletes nyilvántartása a bevételeiről vagy a kiadásairól?



Egy másik gyakran vizsgált kérdés az egyes megtakarítási formákkal kapcsolatos szokásokhoz, illetve attitűdökhöz kapcsolódik. Az eredmények azt mutatják, hogy a megkérdezettek a hasonló, ám a teljes lakosságra kiterjedő kutatásokhoz képest jóval tudatosabbnak, ugyanakkor kockázatvállalóbbnak is tűnnek. A befektetési alapok és az állampapírok első helyei, a részvények viszonylag magas arányban való említése, továbbá a „sima” bankbetét alig több mint 25%-os aránya azt jelzi, hogy itt – legalábbis a válaszok alapján – a pénzügyek területén egy jóval tudatosabb társadalmi csoportból beszélhetünk.

Ha biztosan félre tudna tenni, akkor az alábbiak közül melyik megtakarítási formát választaná?



The screenshot shows the Index website interface. At the top, there's a navigation bar with categories like Sport, GÉZA, Velvet, Divány, Totalcar, Travelo, and Inda. The main header includes the Index logo and a date/time stamp: 2014. 07. 16. szerda. Below the header, there's a sub-header with categories: BELFÖLD, KÜLFÖLD, GAZDASÁG, TECH, TUDOMÁNY, KULT, SPORT, VÉLEMÉNY, VIDÉO, FOTÓ. The main article is titled "A pénz nem boldogít, de akkor mit csinál?" (Money doesn't make you happy, but what do you do then?). The article text discusses financial literacy and the challenges of managing money in a globalized world. It mentions that many people are still struggling with basic financial concepts, despite the availability of information. The article is dated 2014. 01. 21. 09:33 and has 140 comments.

The survey form is titled "A pénzügyekkel kapcsolatos tudásom, is..." (My knowledge about finance...). It contains several questions and options for answers. The first question is "A pénzügyekkel kapcsolatos tudásom, is..." with options: "...könnyen lehet, hogy a magyar átlag...", "...átlagosnak mondhatóak.", and "...szerintem a magyar átlagnál azért...". The second question is "És hányasra értékelné magát, ha az ötös pénzügyi témákban?" (And how would you rate yourself on a scale of 1 to 5 in financial topics?). The third question is "Most vallja be, hogy mennyit keres! Na jó, ezt nem kell, de melyik állítás illik a legjobban a háztartására?" (Now admit, how much you earn! Well, you don't need to, but which statement fits your household best?). The fourth question is "És mennyit tesz félre?" (And how much do you save?). The fifth question is "Mi a családi állapota?" (What is your family status?). The sixth question is "Van Önnek 18 évnél fiatalabb gyermeke?" (Do you have a child under 18 years old?). The seventh question is "Mi jellemezte legjobban az elmúlt 7 napját?" (What characterized your last 7 days best?).

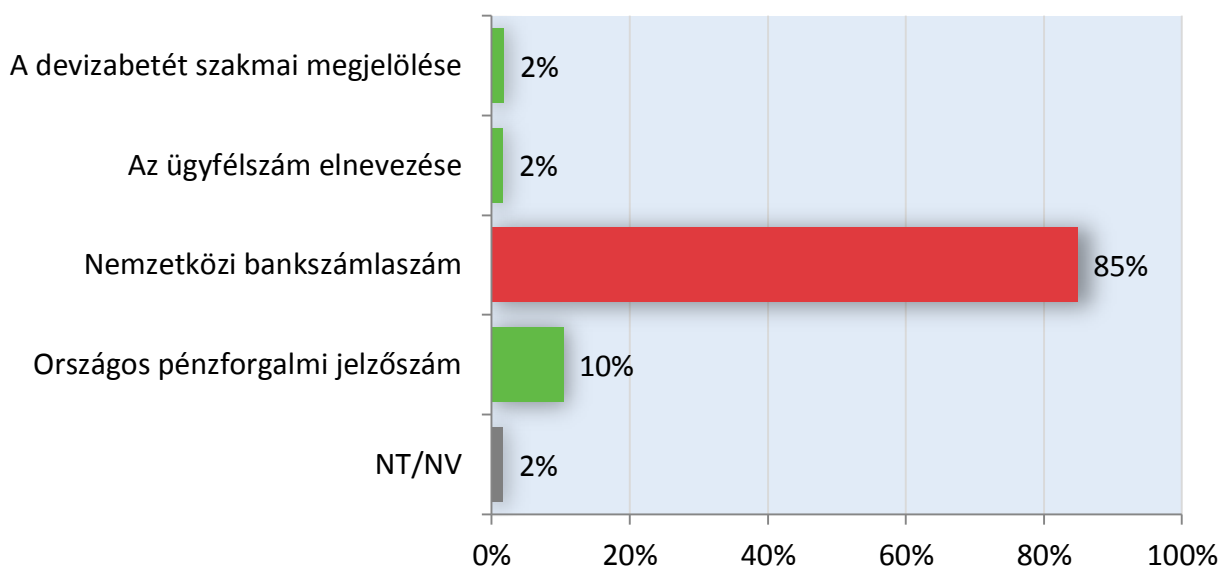
The survey form is titled "Mi a családi állapota?" (What is your family status?). It contains several questions and options for answers. The first question is "Mi a családi állapota?" with options: "egyedülálló", "házas", "élettársi kapcsolatban él", "elvált vagy házastársától külön él", and "özvegy". The second question is "Van Önnek 18 évnél fiatalabb gyermeke?" (Do you have a child under 18 years old?) with options: "van" and "nincs". The third question is "Mi jellemezte legjobban az elmúlt 7 napját?" (What characterized your last 7 days best?) with options: "dolgozom, fizetett munkát végzek", "tanulok", "munkanélküli vagyok, de aktívan munkát keresek", "munkanélküli vagyok, de jelenleg nem keresek munkát", "tartósan beteg és rokkant vagyok", "háztartási munkát végzek, gyerekekre vagy másokra vigyázok", and "egyéb".



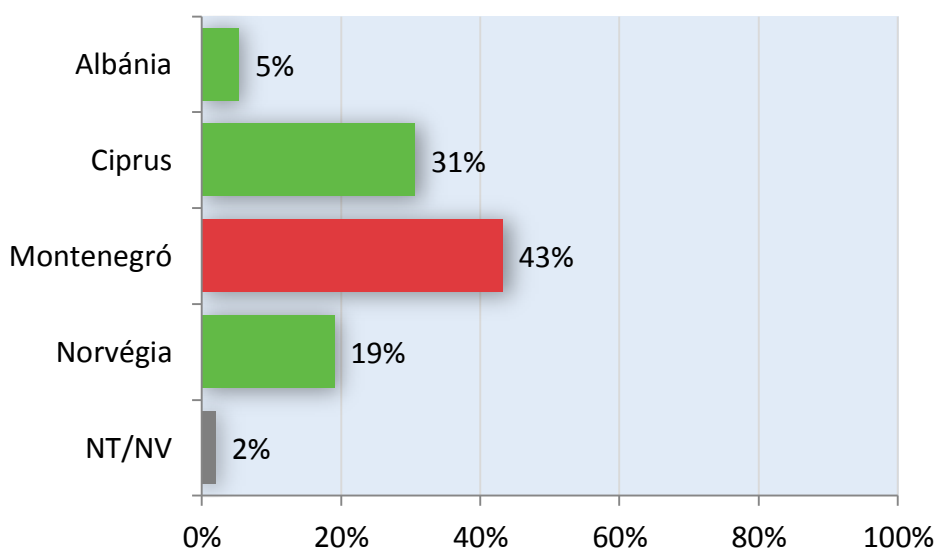
A pénzügyi kvíz eredményei

A pénzügyi kvíz során összesen 13 kérdést tettünk fel. Az egyes kérdésekre adott válaszok megoszlása az alábbiak szerint alakult. Az ábrákon piros színnel jelöltük a helyes válaszokat. A kvízt összesen 67 351-en töltötték ki.

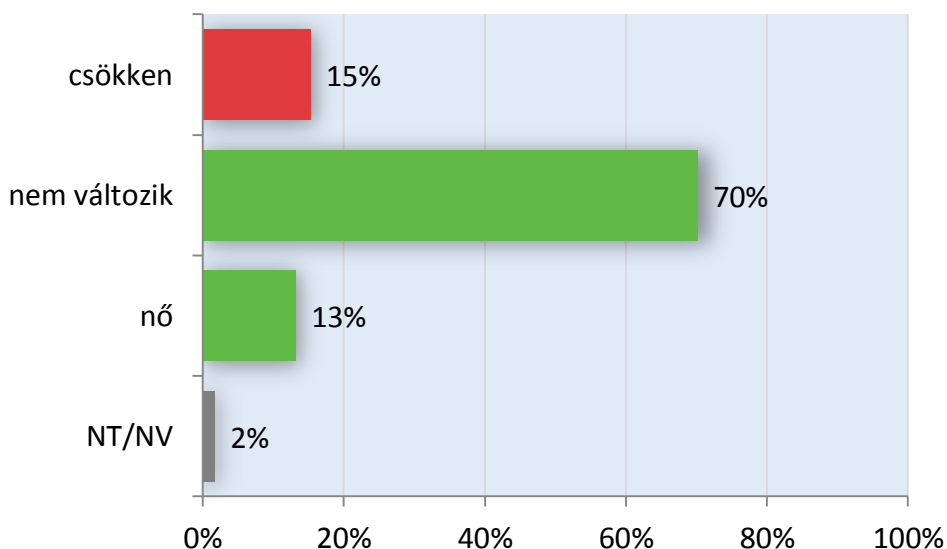
1. Mi az IBAN jelentése?



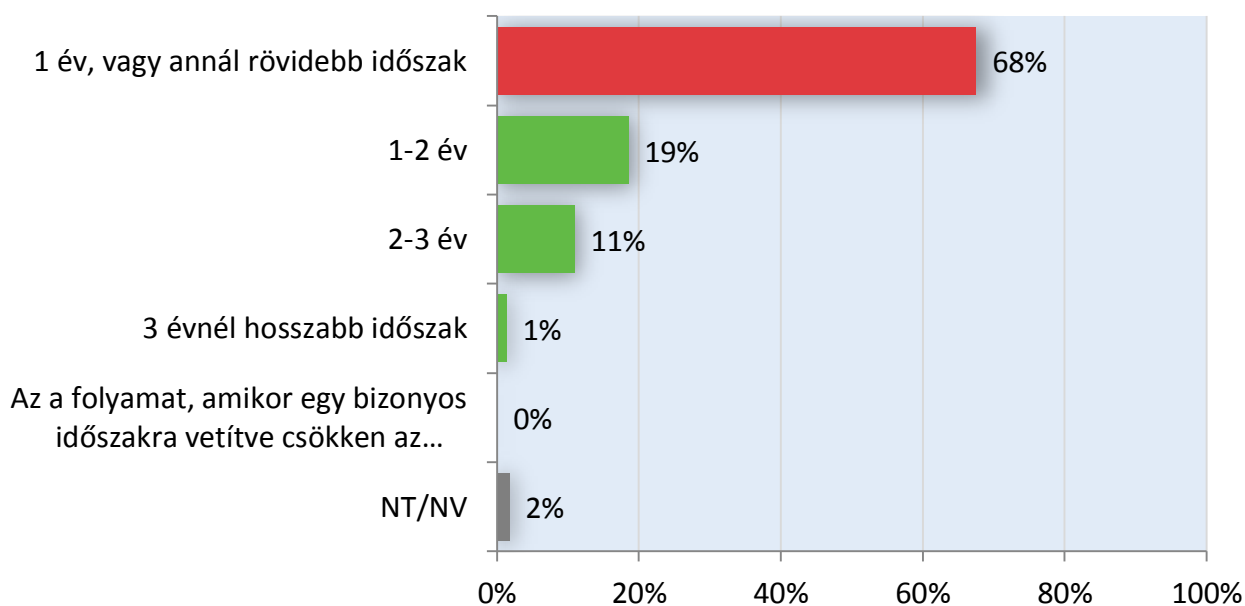
2. Melyik országban használják az eurót napi, általános fizetőeszközként, anélkül, hogy azt hivatalosan is bevezették volna?



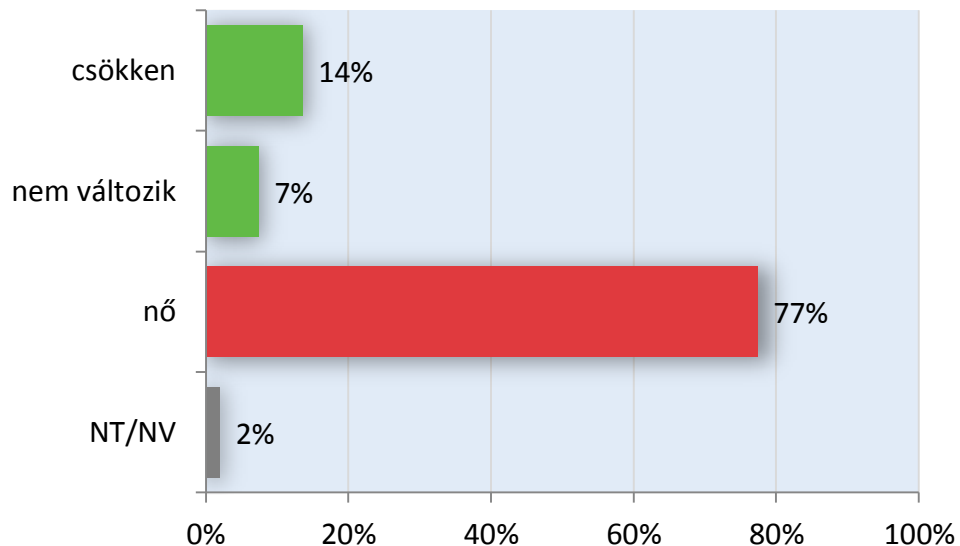
3. Valaki fix kamatozású állampapírba fektette a pénzét, majd ezt követően a jegybank megemelte az alapkamatot. Vajon milyen hatással lesz ez a befektetés árfolyamára?



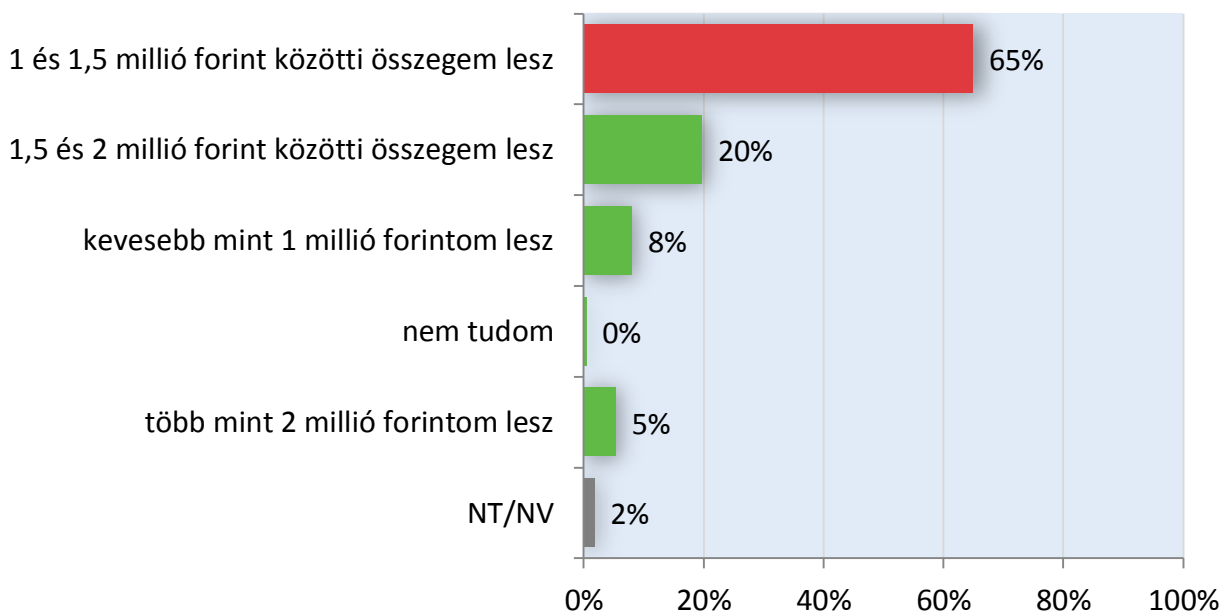
4. Melyik időtartamot nevezik hitelek esetében rövid futamidőnek? 4. Melyik időtartamot nevezik hitelek esetében rövid futamidőnek?



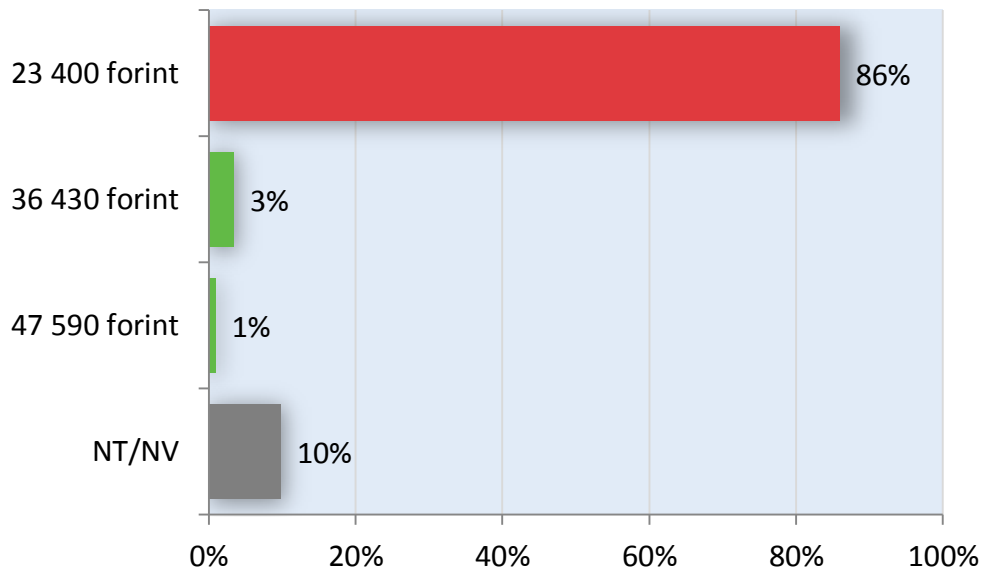
5. Tegyük fel, hogy az Ön jelenleg egy-egy bankszámlán 1000 euróval, illetve 200 ezer forinttal rendelkezik. Amennyiben a forint árfolyama gyengül az euróhoz képest, hogyan változik ennek a két bankszámlán lévő összegnek a forintban kifejezett összesít



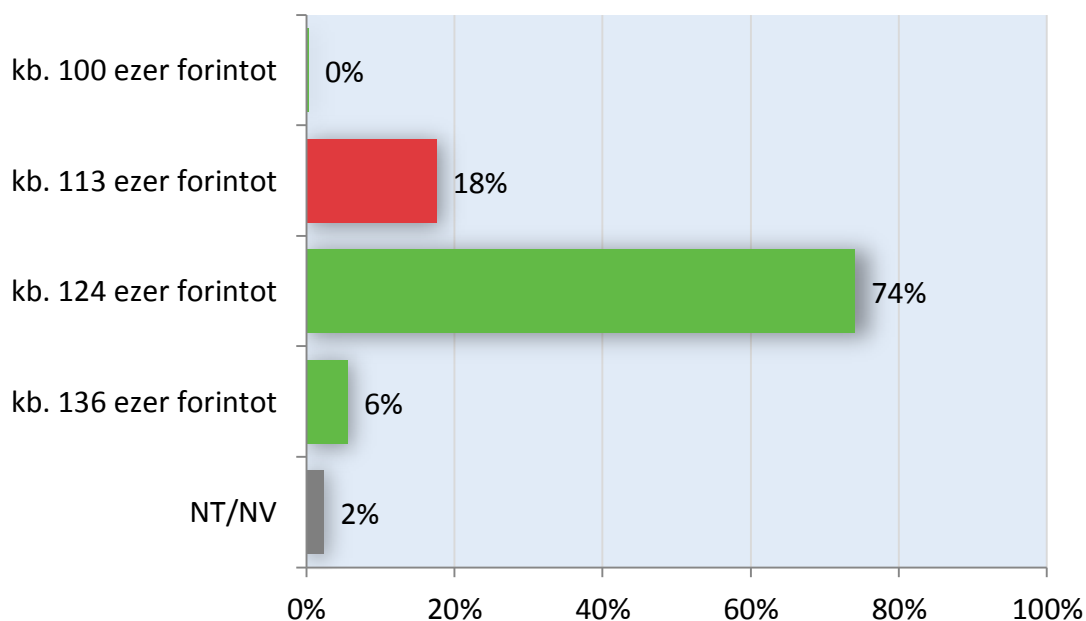
6. Tegyük fel, hogy minden év végén egy összegben félre tud tenni 100 ezer forintot 5 százalékos kamatra. (Azt, hogy van kamatadó, most felejtse el...) Ezt 10 éven keresztül mindig megteszi, majd a 11. év végén megnézi, hogy mennyi pénze van a bankban?



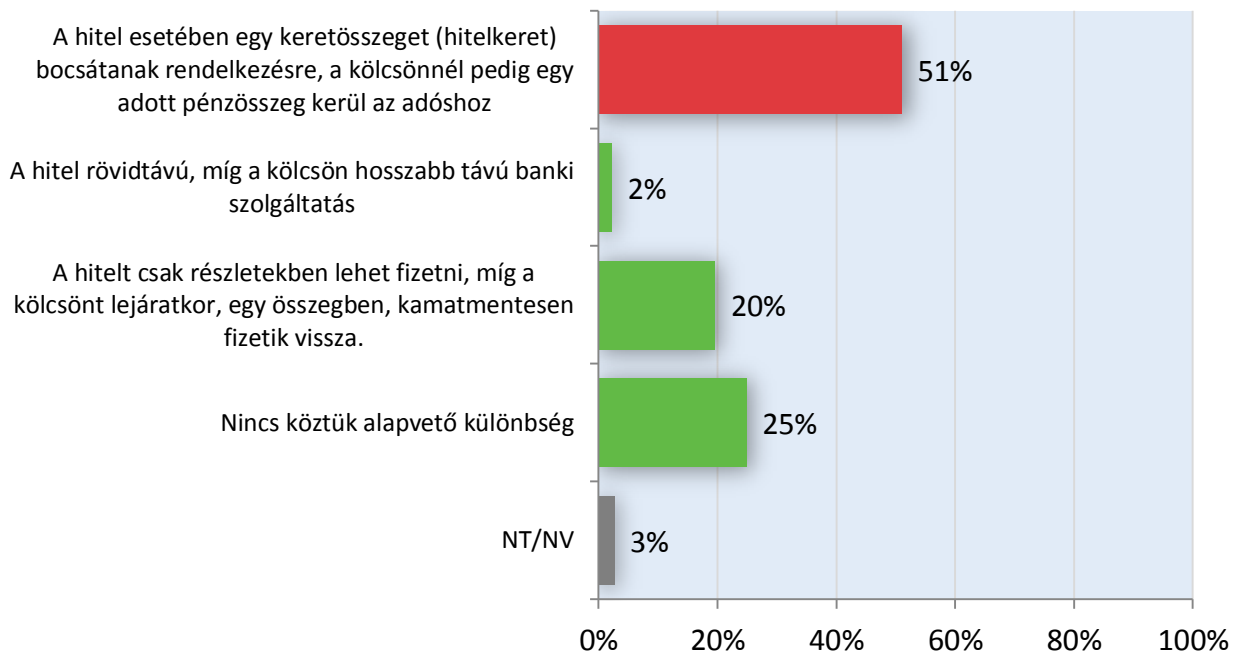
7. Mennyi egy betéten elérhető éves hozam, ha befektetett összeg 1 000 000 forint, a kamat 3%, míg a kamatadó és az elért hozam után fizetendő EHO mértéke 16%+6% (azaz összesen 22%)?



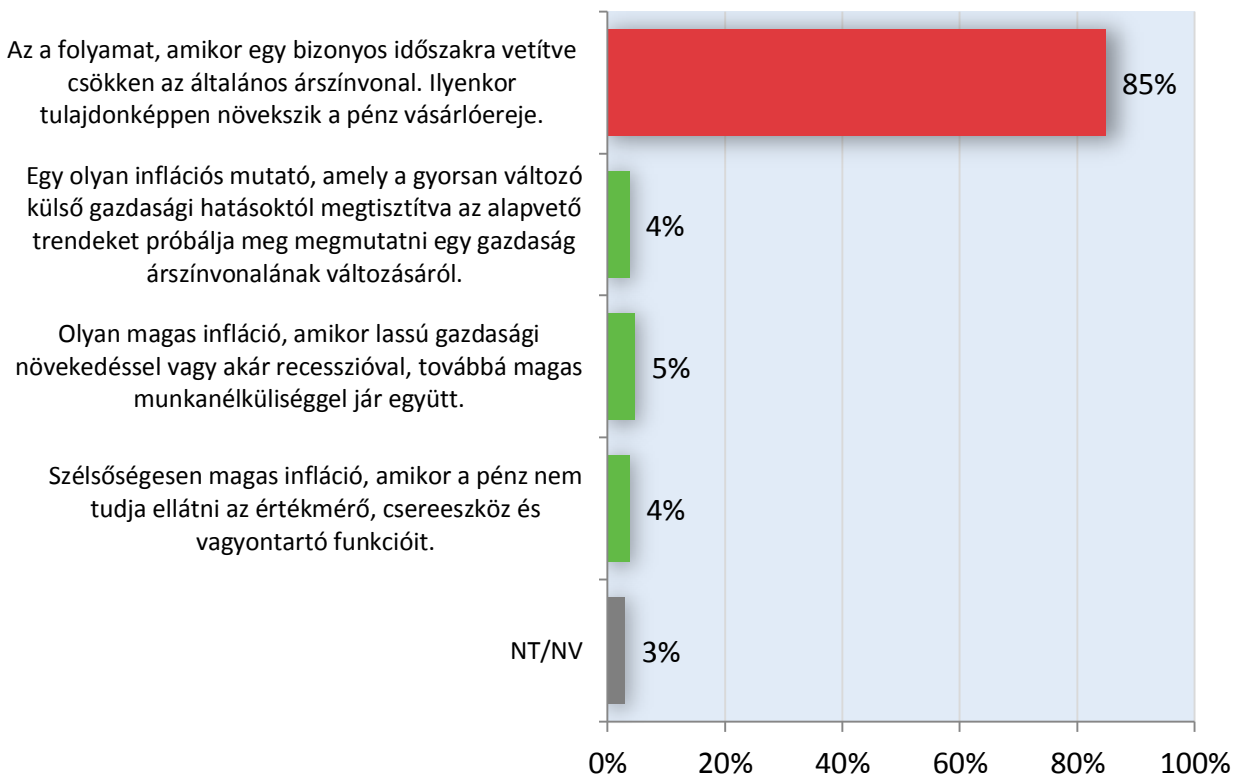
8. Tegyük fel, hogy Ön 100 ezer Ft hitelt vett fel valamilyen műszaki cikk megvásárlására. A hitel éves kamata 24%. A hitelt egy év alatt, havi törlesztéssel fizeti vissza. (A kamaton kívül más költség nincs.) Mennyi pénzt fog összesen visszafizetni a
b



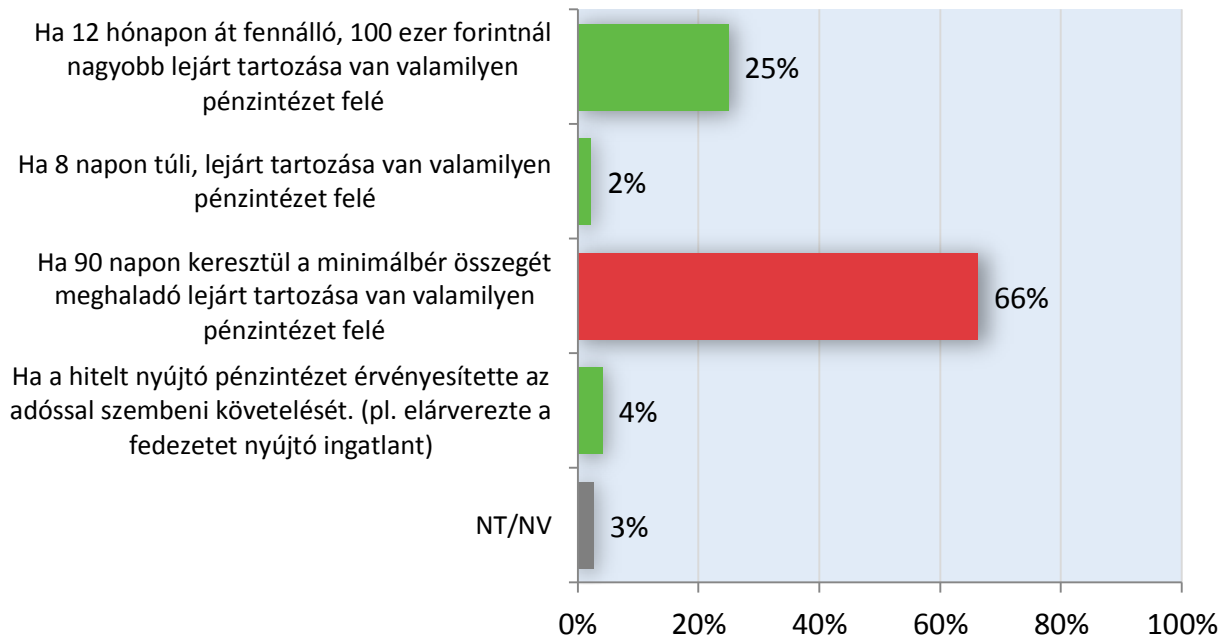
9. Mi az alapvető különbség a hitel és kölcsön között?



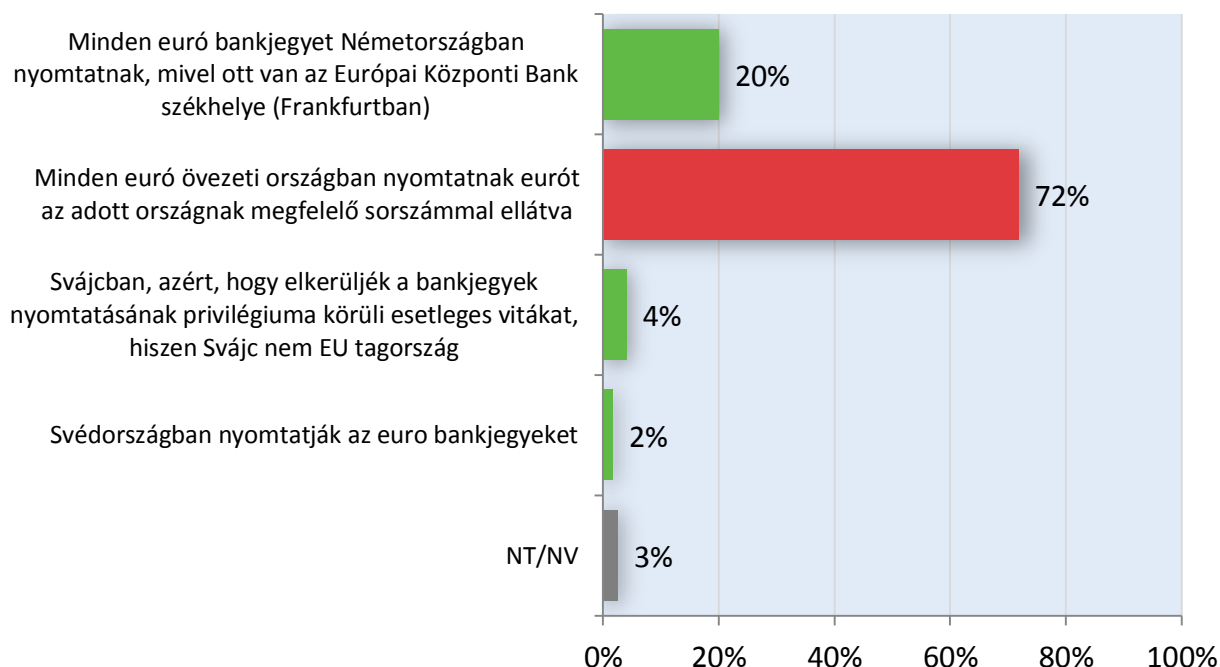
10. Mit nevezünk deflációnak?



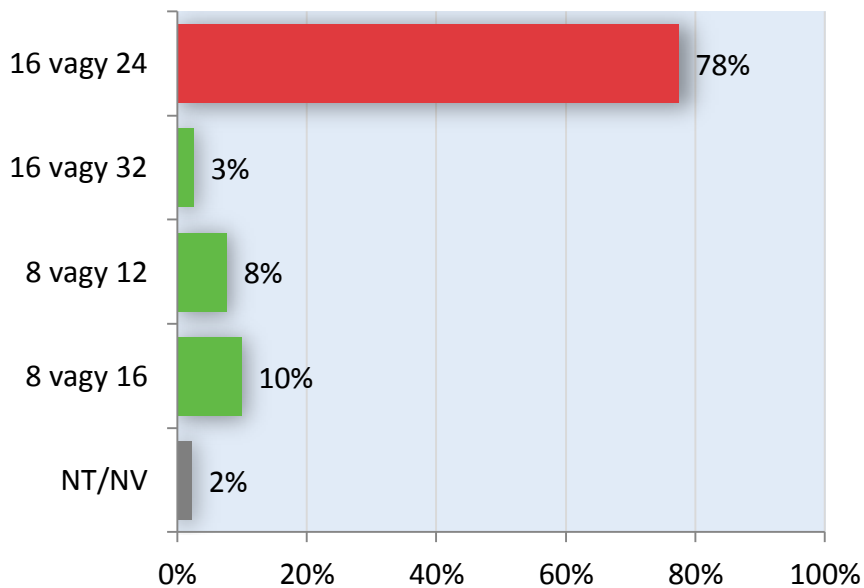
11. Mikor kerül fel valaki a Központi Hitelinformációs Rendszer (KHR - korábbi nevén: BAR) adóslistájára?



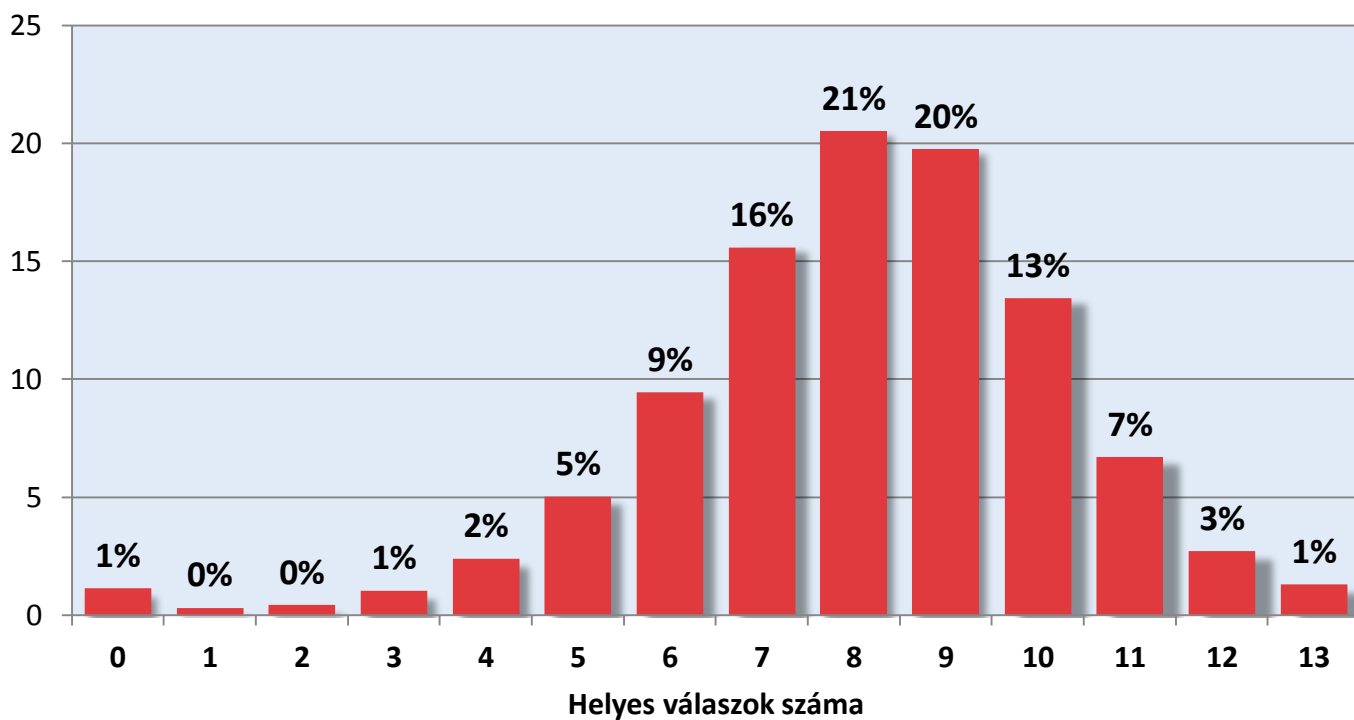
12. Hol nyomtatják az euró bankjegyeket?



13. Hány számjegyből állnak a bankszámlaszámok ma Magyarországon?



Helyes válaszokat adók aránya







További információk: www.okkozpont.hu

Nemzeti Fejlesztési Ügynökség
www.ujszachenyiterv.gov.hu
06 40 638 638



MAGYARORSZÁG MEGÚJUL



A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg.