

OTDK-dolgozat

2025

SOPRONI EGYETEM
LÁMFALUSSY SÁNDOR KÖZGAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR



**PÉNZÜGYI- ÉS KÖRNYEZETTUDATOSSÁG SZEREPE A LAKOSSÁGI
ZÖLD PÉNZÜGYI TERMÉKEK IRÁNTI KERESLET
MEGTEREMTÉSÉBEN**

**THE ROLE OF FINANCIAL AND ENVIRONMENTAL AWARENESS IN
CREATING DEMAND FOR GREEN FINANCIAL PRODUCTS**

Zsigrai Hanna

Konzulens: Dr. habil. Baranyi Aranka

Kézirat lezárásának dátuma: 2024. november 3.

NYILATKOZAT

Alulírott, **Zsigrai Hanna** (BBKSSV), jelen nyilatkozat aláírásával kijelentem, hogy a **Pénzügyi- és környezettudatosság szerepe a lakossági zöld pénzügyi kereslet megteremtésében** című (megfelelő rész jelölendő)

- ☐ házi dolgozat;
- ☒ tudományos diákköri dolgozat;
- ☐ diplomadolgozat;
- ☐ szakdolgozat;
- ☐ záródolgozat;
- ☐ szakmai beszámoló

(a továbbiakban: dolgozat) önálló munkám, a dolgozat készítése során betartottam a *szerzői jogról szóló 1999. évi LXXVI. tv.* szabályait, valamint az egyetem által előírt, a dolgozat készítésére vonatkozó szabályokat, különösen a hivatkozások és idézések tekintetében¹.

Kijelentem továbbá, hogy a dolgozat készítése során az önálló munka kitétel tekintetében a konzulens, illetve a feladatot kiadó oktatót nem tévesztettem meg.

Jelen nyilatkozat aláírásával tudomásul veszem, hogy amennyiben bizonyítható, hogy a dolgozatot nem magam készítettem, vagy a dolgozattal kapcsolatban szerzői jogsértés ténye merül fel, a Soproni Egyetem megtagadja a dolgozat befogadását és ellenem fegyelmi eljárást indíthat.

A dolgozat befogadásának megtagadása és a fegyelmi eljárás indítása nem érinti a szerzői jogsértés miatti egyéb (polgári jogi, szabálysértési jogi, büntetőjogi) jogkövetkezményeket.

Kelt: Sopron, 2024. november 4.

hallgató

¹ 1999. évi LXXVI. Tv. 34. § (1) a mű részletét – az átvevő mű jellege és célja által indokolt terjedelemben és az eredetihez híven – a forrás, valamint az ott megjelölt szerző megnevezésével bárki idézheti.

36. § (1) nyilvánosan tartott előadások és más hasonló művek részletei, valamint politikai beszédek tájékoztatás céljára – a cél által indokolt terjedelemben – szabadon felhasználhatók. Ilyen felhasználás esetén a forrást – a szerző nevével együtt – fel kell tüntetni, hacsak ez lehetetlennek nem bizonyul.

Tartalomjegyzék

BEVEZETÉS	1
1. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS	2
1.1. PÉNZÜGYI KULTÚRA JELENTŐSÉGE, FOGALMI MEGKÖZELÍTÉSE	2
1.2. FENNTARTHATÓSÁG – ZÖLD ATTITŰD ÉS KÖRNYEZETTUDATOSSÁG.....	7
1.3. ZÖLD PÉNZÜGYEK FOGALMI MEGKÖZELÍTÉSE, MEGJELENÉSE	9
2. ANYAG ÉS MÓDSZERTAN	14
3. PRIMER KUTATÁS EREDMÉNYEINEK ISMERTETÉSE	18
3.1. DEMOGRÁFIAI EREDMÉNYEK ELEMZÉSE.....	18
3.2. A PÉNZÜGYI KULTÚRA MEGJELENÉSE A PÉNZÜGYI TÁJÉKOZOTTSÁG, INFORMÁCIÓSZERZÉS TERÜLETÉN	20
3.3. A PÉNZÜGYI KULTÚRA ÉRVÉNYESÜLÉSE A FIZETÉSI MÓDOK VÁLASZTÁSI PREFERENCIÁJÁBAN	23
3.4. A PÉNZÜGYI KULTÚRA MEGJELENÉSE A MEGTAKARÍTÁSI FORMÁK VÁLASZTÁSI PREFERENCIÁJÁBAN	25
3.5. A PÉNZÜGYI MAGATARTÁS ÉS PÉNZÜGYI ATTITŰD MEGJELENÉSI FORMÁI.....	28
3.6. FENNTARTHATÓSÁGGAL KAPCSOLATOS ATTITŰD ÉS MAGATARTÁS MEGJELENÉSI FORMÁI.....	30
3.7. ZÖLD PÉNZÜGYEKSEL KAPCSOLATOS ISMERETEK, ATTITŰDÖK ELEMZÉSE	33
3.8. A ZÖLD PÉNZÜGYI MEGOLDÁSOK NÉPSZERŰSÍTÉSI LEHETŐSÉGEI, MOTIVÁLÓ TÉNYEZŐI.....	38
3.9. AZ EGYES GENERÁCIÓK ELTÉRŐ PÉNZÜGYI, KÖRNYEZETVÉDELMI ATTITŰDJEI, MAGATARTÁSA	41
3.10. VÁLASZADÓI TÍPUSALKOTÁS FAKTOR- ÉS KLASZTERANALÍZIS SEGÍTSÉGÉVEL	51
4. ÖSSZEGZÉS, JAVASLATTÉTEL	57
IRODALOMJEGYZÉK	62
MELLÉKLETEK.....	I
M.1. KÉRDŐÍV	I
M.2. FÜGGETLENSÉGVIZSGÁLATOK EREDMÉNYEI	IV
M.3. ANOVA-VIZSGÁLAT	VII
M.4. FAKTORELEMZÉS EREDMÉNYE, ROTÁLT FAKTORMÁTRIX	X
M.5. AZ EGYES GENERÁCIÓK PÉNZÜGYI ÉS KÖRNYEZETTUDATOSSÁGI JELLEMZŐINEK ÖSSZEFOGLALÓ TÁBLÁZATA	XI

TÁBLÁZAT- ÉS ÁBRAJEGYZÉK

1. táblázat Pénzügyi kultúra felmérés eredményei nemzetközi összehasonlításban	6
2. táblázat A primer kutatás fontosabb célkitűzései, hipotézisei	17
3. táblázat A nemek és a hirdetések alapján történő tájékozódás kereszttábla-elemzése	22
4. táblázat A pénzügyi tudatosság fontossága és a pénzügyi attitűddel, magatartással kapcsolatos állítások függetlenségvizsgálata	30
5. táblázat Környezetvédelem fontossága és a környezettudatos cselekvések függetlenségvizsgálata.....	33
6. táblázat Zöld pénzügyi termékek ismerete és használata a válaszadók körében	34
7. táblázat Az iskolai végzettség és a zöld pénzügyi termékek ismeretének, használatának függetlenségvizsgálata.....	36
8. táblázat Az iskolai végzettség és a zöld pénzügyi termékek ismeretének, használatának függetlenségvizsgálata.....	37
9. táblázat A pénzügyi tudatosság és a környezetvédelem fontosságának, valamint a zöld pénzügyi motivációs tényezők függetlenségvizsgálata	41
10. táblázat KMO és Bartlett-teszt eredményei	52
11. táblázat Klaszterelemzés	52
12. táblázat Hipotézisek vizsgálata	60
1. ábra A kitöltők generációs hovatartozása	18
2. ábra A megkérdezettek szociális helyzet szerinti megoszlása, %	19
3. ábra A megkérdezettek lakóhelyének típus szerinti megoszlása, %.....	19
4. ábra A megkérdezettek iskolai végzettségének megoszlása, %	19
5. ábra A megkérdezettek pénzügyi tudása és a pénzügyi információszerzés formái.....	21
6. ábra A körültekintő pénzügyi tájékozódás nemenként külön-külön	22
7. ábra Az egyes fizetési módok alkalmazási gyakorisága a megkérdezettek válaszai alapján	23
8. ábra Az egyes fizetési módok használati preferenciái a különböző iskolai végzettséggel rendelkezők körében	25
9. ábra A megkérdezettek megtakarítási formái	26
10. ábra Megtakarítások struktúrája a különböző végzettséggel rendelkező válaszadók körében	28
11. ábra A pénzügyi attitűddel és magatartással kapcsolatos állítások eredményei	29
12. ábra Fenntarthatósággal kapcsolatos cselekedetek gyakorisága az egyes nemek esetében	32
13. ábra A zöld pénzügyi termékek ismertsége két kutatás eredménye alapján.....	35
14. ábra A zöld pénzügyi termékek választásának motiváló eszközei	39
15. ábra Pénzügyi tudatosság fontosságának egyéni megítélése az életkor függvényében	42
16. ábra Klaszterelemzés eredményei	55

BEVEZETÉS

A Tudományos Diákköri Konferenciára készülő dolgozatom alapjául a zöld pénzügyek lakossági keresletére ható tényezők, a pénzügyi kultúra és a környezettudatosság vizsgálata szolgál. Témaválasztásom során meghatározó volt, hogy a pénzügyekben való jártasság és a pénzügyi ismeretek megfelelő gyakorlati alkalmazása, illetve a zöld átállás kérdésköre rendkívül fontos és népszerű területté vált. A fenntarthatósági törekvések napjainkra már az élet minden területére, így a pénzügyi szektor működésére is hatással vannak, melyre a pénzügyi rendszer többek között a zöld pénzügyi megoldásokkal adott választ.

A zöld pénzügyi megoldásokkal a szabályozók a gazdaság minden szereplőjének megszólítására törekednek, így a lakosság szerepvállalása is elengedhetetlen. Meggyőződésem, hogy a zöld pénzügyi törekvések megvalósításához szükség van a pénzügyi és zöld attitűdök, magatartásformák fejlesztésére és lakosság ismereteinek bővítésére. Egyértelmű, hogy a lakossági szektor egyelőre mindkét területen hiányos ismeretkörrel rendelkezik, így a zöld pénzügyi piac kiépítése során tekintettel kell lenni a pénzügyi és zöld attitűdök, cselekedetek átfogó fejlesztésére is annak érdekében, hogy a zöld pénzügyi megoldások biztonságosan és széles körben váljanak elterjedtté. Bethlendi és Póra (2021) kutatásukban kiemelték, hogy bár a szakirodalomban jelentős azon kutatások száma, amelyek vizsgálják a pénzügyi kultúrát, a környezettudatosságot és a zöld pénzügyeket, mégse gyakori azon felmérések aránya, amelyek együttesen kezelik és vizsgálják az előbbi három témakör összefüggéseit a lakosság tekintetében. Ennek nyomán kutatásomban kísérletet teszek arra, hogy bemutassam a pénzügyi és környezettudatosság aktuális helyzetét, valamint rávilágítsak a zöld pénzügyi kereslet megteremtésére ható tényezőkre és a szükséges lépésekre.

Tudományos Diákköri Dolgozatom első részében a hazai és nemzetközi szakirodalom segítségével tárom fel a pénzügyi kultúra, a környezettudatosság és a zöld pénzügyek fogalmi megközelítéseit, jelentőségét és ismertetem az aktuális kutatási eredményeket, fejlesztési javaslatokat. A szekunder adatok áttekintését követően ismertetem az általam alkalmazott kutatási módszertant, majd a primer kutatás részletes elemzését, a hipotézisek vizsgálatát végzem el, amely alapján javaslatokat fogalmazok meg a kutatási témámhoz kapcsolódó fejlesztési lépésekkel kapcsolatban.

1. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

1.1. PÉNZÜGYI KULTÚRA JELENTŐSÉGE, FOGALMI MEGKÖZELÍTÉSE

1.1.1. A pénzügyi kultúra definiálása a hazai és nemzetközi szakirodalomban

Napjaink modern világában az ember napi szinten pénzügyi kérdésekkel találja szemben magát, ezért már az ezredforduló környékén felismerték a pénzügyi műveltség jelentőségét és erőfeszítések történtek annak fejlesztésére. Ennek ellenére az emberek egy része mégsem rendelkezik azzal a tudásanyaggal, jártassággal, mely alkalmassá tenné őket a tudatos pénzügyi döntések meghozatalára és a pénzzel való felelős bánásmódra (Csiszárík – Kocsir és Garai – Fodor, 2018).

Erre a hiányosságra a világ azonban viszonylag későn, a 2008-as válsággal kapcsolatban figyelt fel. A 2008-as pénzügyi válság súlyos és elhúzódó hatásaiban közrejátszott a lakosság naprakész pénzügyi ismereteinek hiánya is, így ettől kezdve került igazán fókuszba a pénzügyi kultúra fontossága és fejlesztése. Az OECD (2023) is rávilágított, hogy a pénzügyi jártasság jelentősége abban rejlik, hogy megfelelő pénzügyi ismeretekkel bíró és racionális pénzügyi döntéseket hozó állampolgárok elősegítik a társadalom jólétének növekedését. A szakirodalom is megerősíti, hogy a pénzügyi kultúra megfelelő szintje pozitív hatással van a gazdaságra, a megtakarítások növekedésére és a megalapozott hitelfelvételt is elősegíti, javítva a pénzügyi stabilitást (Kovács, 2015; Zsótér et al., 2017).

A megfelelő szintű pénzügyi kultúra jelentőségét indokolják a napjainkban tapasztalható tendenciák is a pénzügyi világban. A COVID-19 járvány idején jelentősen felgyorsult a digitális pénzügyi szolgáltatások fejlődése, melyhez társul a kriptoeszközök iránti növekvő érdeklődés is, a pénzügyi szolgáltatások kínálatát pedig tovább árnyalja a zöld pénzügyi termékek piaci megjelenése és bővülése is. Az újonnan megjelenő pénzügyi termékek és szolgáltatások biztonságos, racionális használatához pedig szükség van megfelelő szintű készségekre és stabil pénzügyi ismeretekre, hogy ezen vívmányok a rendeltetésüknek megfelelően szolgálják a jólét növekedését és elkerülhető legyen egy 2008-as pénzügyi válsághoz hasonló krízis (OECD, 2023).

A pénzügyi kultúra jelentőségének felismerésén túl szükséges definiálni és megvilágítani annak fogalmát, mellyel kapcsolatban napjainkban sem létezik egységes meghatározás (Béres, 2013). A megközelítést nehezíti az is, hogy a szakirodalom és a köznyelv gyakran párhuzamosan kezeli a „financial literacy” (pénzügyi kultúra), „financial knowledge” (pénzügyi tudás) és „financial education” (pénzügyi oktatás) kifejezéseket (Szóka, 2021).

Szóka (2021) kiemeli, hogy a XX. század elejétől kezdődően többféle definíció is született a pénzügyi kultúra és tudatosság meghatározására, és ezek a meghatározások is változ-

tak az évek során. Mindezt az is tükrözi, hogy bár a legelterjedtebb definíció az OECD-hez köthető, ez a fogalom is módosításra került. Egy 2018-as meghatározás szerint a „*pénzügyi műveltség a szükséges tudás, tudatosság, attitűdök és magatartás kombinációja annak érdekében, hogy az egyén megfelelő pénzügyi döntéseket hozhasson, hogy így önmaga számára pénzügyi jólétet biztosíthasson*” (OECD, 2018, idézi Szóka, 2021, p. 2.). Vagyis ezen megközelítés értelmében nem elegendő a pénzügyekkel kapcsolatos tudást megszerezni, szükség van arra is, hogy ehhez megfelelő attitűd és magatartásforma is társuljon, csak így lehetséges a jólét elérése.

Szóka (2021) és Béres (2013) a fentiek mellett utal arra, hogy hazánkban a Magyar Nemzeti Bank határozta meg elsőként átfogóan a pénzügyi kultúra lényegét. Eszerint a pénzügyi kultúra „*a pénzügyi ismeretek és képességek olyan szintje, amelynek segítségével az egyének képesek a tudatos és körültekintő döntésekhez szükséges alapvető pénzügyi információkat azonosítani, majd azok megszerzése után azokat értelmezni, és ez alapján döntést hozni, felmérve döntésük lehetséges jövőbeni pénzügyi, illetve egyéb következményeit*” (MNB, 2008, idézi Szóka, 2021 p. 3.). Látható, hogy mind az OECD, mind az MNB által kialakított definíció a pénzügyi ismeretek, képességek kombinációjára helyezi a fő hangsúlyt, azok szintjéből indul ki a meghatározás során és folyamatként kezeli a pénzügyi döntéshozatalt.

A nemzetközi szakirodalomban szintén több típusú meghatározást olvashatunk, melynek összegzésére Remund (2010) tett kísérletet. Az általa megvizsgált definíciók alapján öt kategóriában látja a pénzügyi kultúra lényegét, melyek a következők:

1. pénzügyi fogalmak ismerete;
2. a kommunikáció képessége a pénzügyi fogalmakat illetően;
3. képesség a személyes pénzügyek kezelésére;
4. helyes pénzügyi döntések meghozatalának képessége;
5. magabiztosság a jövőbeli pénzügyi döntések hatékony megtervezéséhez (Remund, 2010).

A sokrétű meghatározásokból látható, hogy nincs egységes definíció, sem egységes mérési módszer a pénzügyi kultúrát illetően a szociológiával, fogyasztói magatartás vizsgálatával foglalkozó tudósok körében sem (Remund, 2010), míg Béres (2013) szerint a definíciók mindig az adott kutatástól és annak céljától függően értelmezendők. Ezt igazolja Zsótér (2018) is, aki szerint minden pénzügyi kultúrával kapcsolatos definícióban megjelenik a pénzügyek területén való informáltság, az így szerzett információk feldolgozásának és a helyes pénzügyi döntések meghozatalának képessége.

Vass (2017) is rávilágít, hogy a pénzügyi kultúra komplex jelenség, mely interdiszciplináris megközelítést igényel és széles területet fed le. Ebből eredően az OECD módszertana is a pénzügyi kultúra több területére fókuszál a különböző felmérések, kutatások során, melyek az alábbiak:

- Pénzügyi ismeretek, mely magában foglalja a pénzügyekkel kapcsolatos alapfogalmak (pl.: kamatos kamat, infláció) és pénzügyi termékek, szolgáltatások területén való jártasságot. A készség pedig ezen ismeretek gyakorlati alkalmazását jelenti.
- Pénzügyi magatartás, viselkedés, mely a költségvetés készítésében, hosszú távú tervezésben, takarékoskodásban, tájékozódásban, pénzügyi termékhasználatban és döntéshozatalban nyilvánul meg.
- Pénzügyi attitűd, amely az adott személy pénzügyi kérdésekhez történő hozzáállását, viszonyulását fejezi ki, pl.: öngondoskodás, jövőtervezés, kockázatvállalási preferenciák (Sütő és Tebeli, 2018; Zsótér et al., 2017; OECD, 2023).

1.1.2. Pénzügyi kultúra mérése, aktuális kutatási eredményei

A nemzetközi és hazai szakirodalomban is jelentős a pénzügyi kultúra szintjének mérésével foglalkozó kutatások száma, bár a fogalmi meghatározások sokszínűségével párhuzamosan a mérésre sem létezik egységes módszertan. Elterjedt módszer a pénzügyi kultúra felmérése során a tájékozottság szintjének vizsgálata, amely azonban nem ad pontos eredményt, így az utóbbi időben a módszertan kiegészült a pénzügyi döntések meghozatalához szükséges képességek, attitűdök, majd magatartásformák vizsgálatával is (Zsótér et al., 2017). Az OECD 2009 óta végez nemzetközi szinten is összehasonlítható pénzügyi kultúra felméréseket, sőt a G20-ak felhívására folyamatosan fejleszti és pontosítja a mérési módszertant, mely mára már kibővült a digitális pénzügyi kultúra kutatásával is (OECD, 2023; Zaimovic et al., 2023). Az OECD 2023-as kutatási eredményeit alapul véve, a felmérésbe 68.826 válaszadót vontak be a 18-79 év közötti korosztályból, 39 ország pénzügyi kultúrájának vizsgálatát lehetővé téve (köztük Magyarországot is) (OECD, 2023).

A 2023-as eredményeket nemzetközi szinten vizsgálva elmondható, hogy a résztvevő országok összesített pontszáma az elérhető 100 pontból 60 pont volt, melyet a pénzügyi kultúra egyes elemeire vetítve elmondható, hogy 63 pontot értek el a megkérdezettek a pénzügyi tudásteszten a maximum 100 pontból, míg a leggyengébb eredmény a pénzügyi attitűdöt mérő teszten mutatkozott (56 pont a 100 pontból). Aggasztó eredmény, hogy a válaszadók azon többsége, akik valamilyen típusú pénzügyi terméket használnak (63%), nem érték el a pénz-

ügyi kultúra szintjének minimum célpontszámát (70 pont a 100 pontból), vagyis megfelelő pénzügyi jártasság hiányában használnak pénzügyi termékeket (OECD, 2023).

A 2022-23-as kutatás eredményeit összevettem a 2020-2021-es felmérés következtéseivel. A 2021-ben publikált felmérés módszertana egy összesen 21 pontos skálára épült, melyből 7 a pénzügyi tudásra, 5 pont a pénzügyi attitűdre, 9 a pénzügyi magatartásra kapható (OECD, 2020; Szóka, 2021). Az összesített eredmények tekintetében elmondható, hogy 63%-os eredményt értek el a megkérdezettek a pénzügyi tudástesztben, míg 59%-os volt a sikerarány a pénzügyi magatartást mérő, 60% pedig a pénzügyi attitűdöt vizsgáló teszten. Az eredmények időbeli alakulását összehasonlítva az látható, hogy a tudásszint átlaga nem változott a vizsgált országok körében, míg a pénzügyi attitűd 4%-kal javult (56%-ról 60%-ra), a pénzügyi magatartásformákban pedig 1%-os pozitív változás következett be (60%-ról 61%-ra) (OECD, 2020; OECD, 2023).

Nemzetközi kitekintés keretében vizsgáltam, hogy a hazánkhoz hasonló, közép-kelet-európai országok hogy szerepeltek az OECD 2020-as, 2023-as pénzügyi kultúra felmérésén. Az elemzésbe Lengyelországot és Romániát vontam be, ugyanis csak e kettő ország vett részt mindkét kutatásban, így esetükben rendelkezésre álltak összehasonlítható adatok. Az összesített pénzügyi kultúra pontszámokat vizsgálva az látható, hogy a három ország közül Lengyelország teljesített a legjobban mindkét vizsgált évben. Lengyelország esetében leginkább a pénzügyi tudás szintje tekinthető a legmagasabbnak, de Romániához és Magyarországhoz képest a pénzügyi magatartás területén is tudatosabbak a lengyelek mindkét vizsgált évben. Esetükben a két vizsgált időszak között a legnagyobb mértékű javulás a pénzügyi attitűdök területén következett be, míg 1%-kal csökkent a pénzügyi magatartásformákat vizsgáló teszten elért eredmény. Ezzel szemben a három ország összevetésében a leggyengébben Románia teljesített, de a lengyelekkel és magyarokkal ellentétben alacsonyabbnak tekinthető a pénzügyi tudásszintjük, azonban mégis tudatosabb magatartásformákkal és attitűddel rendelkeznek a pénzügyekben, mely a két felmérés között számottevően javult is (OECD, 2020; OECD, 2023).

Hazánk a három vizsgált ország közül a 2. helyet foglalja el a rangsorban, és a lengyelekhez hasonlóan a magyarok szintén a pénzügyi ismeretek területén teljesítenek jól, mely 2022-23-ban 8,5%-kal jobb eredményt is jelentett 2020-21-hez viszonyítva. A megfelelő tudásszint ellenére azonban mindez a gyakorlatban nem eredményez tudatosabb pénzügyi magatartást és attitűdöt, sőt ezeken a területeken hazánk rosszabbul is teljesített a legutóbbi fel-

mérés alkalmával, mely az összesített pénzügyi kultúra szintjét mérő pontszám romlását is eredményezte 0,8%-kal (OECD, 2020; OECD, 2023).

Összességében tehát látható az *1. táblázat* nyomán, hogy hazánk régiós összevetésben hasonló eredményeket ér el pénzügyi kultúrát vizsgáló felmérésekben Lengyelországhoz és Romániához viszonyítva. Amennyiben az összesített OECD átlagot vizsgáljuk (60,4%), hazánk ez alapján is a középmezőnyben, de kissé átlag alatt teljesít (57,6%). Az eredményekből egyértelmű, hogy hazánkban megfelelő a lakosság pénzügyi tudásszintje, sőt javuló tendenciát mutat, azonban az alkalmazott pénzügyi magatartásformák nem megfelelőek, sőt romló tendenciára engednek következtetni a mindennapi pénzügyi gazdálkodás területén. Ebbe a kategóriába pedig beletartozik a megtakarítási hajlandóság, a körültekintő döntések, tudatos vásárlások és pénzügyi tervezés csökkenő aránya is (OECD, 2020 és OECD, 2023).

1. táblázat Pénzügyi kultúra felmérés eredményei nemzetközi összehasonlításban

Megnevezés	Magyarország		Lengyelország		Románia	
	2020-2021	2022-2023	2020-2021	2022-2023	2020-2021	2022-2023
Összesítve	58,8%	57,6%	62,1%	62,5%	53,4%	54,0%
Pénzügyi tudás	65,6%	74,0%	71,1%	72,9%	48,3%	49,4%
Pénzügyi attitűd	65,1%	57,0%	52,4%	58,0%	54,7%	58,0%
Pénzügyi magatartás	49,9%	45,1%	60,6%	59,6%	55,7%	56,0%

Forrás: saját szerkesztés az OECD (2020); OECD (2023) kutatási eredménye alapján

(Megjegyzés: 100% a maximális teljesítés)

A felmérés összegző javaslatai vizsgálták a demográfiai jellemzők pénzügyi kultúrára gyakorolt hatását, amely során pozitív szignifikáns összefüggés igazolódott számos szocio-demográfiai tényező és a pénzügyi kultúra szintje között, alátámasztva, hogy a felsőfokú végzettségűek, férfiak, magasabb jövedelemmel rendelkezők és a 30-59 évesek magasabb szintű pénzügyi kultúrával rendelkeznek, mely magasabb szintű pénzügyi jólétet is eredményez (OECD, 2023). Számos más kutatási eredmény jutott hasonló eredményre, előrevetítve, hogy a pénzügyi kultúra több tényezőtől függő, komplex kérdéskör (Lusardi et al., 2014; Zaimovic et al., 2023). Az OECD (2023) fejlesztési javaslatai pedig kiemelik, hogy a jövőben is szükséges a pénzügyi tudásszint emelése, mely megfelelő alapként szolgálhat a megalapozott pénzügyi magatartásformákhoz, és hatékonyan megvalósítható lenne mind az iskolai, mind a munkahelyi keretek között (Zaimovic et al., 2023)

1.2. FENNTARTHATÓSÁG – ZÖLD ATTITŰD ÉS KÖRNYEZETTUDATOSSÁG

A zöld pénzügyek keresleti tényezőinek feltárása során nem elegendő a pénzügyi kultúra és tudatosság vizsgálata, fontos a zöld attitűdök és a környezettudatosság megközelítése is, hiszen a megfelelő pénzügyi- és környezettudatosság együtt járulhat hozzá a zöld pénzügyek térnyeréséhez. A zöld szemlélet integrálását a közgazdaságtudományokba a szakirodalom is felismerte, sőt napjainkra már egyértelművé vált, hogy a gazdaság működése nem tekinthető különálló egységnek, csak a társadalommal és a környezettel együtt értelmezhető (Tóth és Kozma, 2016). Ebből kifolyólag napjainkban egyre nagyobb figyelmet kapnak a környezeti problémák és azok következményei, melyek befolyással vannak a gazdasági és társadalmi folyamatokra is. A környezet, a gazdaság és a társadalom hármas alappillére tekinthető a fenntarthatóság fő dimenzióinak, melyeknek egymással kölcsönhatásban kell működniük annak érdekében, hogy a fenntartható fejlődés megvalósuljon. A fenntartható fejlődés pontos fogalmi meghatározására pedig több kísérlet történt az 1980-as évektől kezdődően, de számos szakirodalmi forrás a Brundtland Bizottság meghatározását hivatkozva (Böcskei et al., 2020; Purvis et al., 2019). A Brundtland-jelentés szerint *„a fenntartható fejlődés olyan fejlődés, amely kielégíti a jelen szükségleteit, anélkül hogy veszélyeztetné a jövő nemzedékek esélyét arra, hogy ők is kielégíthessék szükségleteiket”* (Brundtland-jelentés, 1987, idézi Papp et al., 2022, p. 594.)

A környezetvédelmet övező egyre nagyobb figyelem a lakosság zöld attitűdjét is formálja, sőt azt eredményezi, hogy mind a köztudatban, mind a hétköznapi cselekedetekben egyre nagyobb szerepet kapnak a zöld törekvések, azáltal hogy egyre többen ismerik fel a környezeti problémák következményeit és próbálnak cselekedeteikkel tenni a zöldebb jövő eléréseért (Tóth és Kozma, 2016; Vereckei-Poór, 2023). Nagy (2018) kiemeli, hogy a fenntarthatóság megvalósításában vitathatatlanul nagy szerepe van a fogyasztóknak, ugyanakkor a környezettudatos magatartás elemzése csak napjainkban kezd gyakran kutatott témakörre válni. A környezettudatos magatartásformákat a szakirodalom olyan cselekedetekkel, tevékenységekkel azonosítja, amelyek vagy hasznosak a környezet számára vagy csak a legkisebb mértékben ártalmasak rá, az egyén környezettudatosságának szintje pedig a zöld törekvéseinek számától és nehézségeitől függ (Nagy, 2018). A szakirodalom a környezettudatos cselekvések több fajtáját is megkülönbözteti:

- nem környezetbarát termékek fogyasztásának visszafogása;
- környezetbarát termékek vásárlása (keresletmódosítás);
- környezethatékony termékek beépítése a fogyasztói szokásokba;

- szelektív hulladékgyűjtés; újrahasznosítás;
- környezettudatos tiltakozás (Nagy, 2018).

Tóth és Kozma (2016) tanulmánya rámutat, hogy a lakosság zöld kérdésekhez való viszonyulását nem csak a cselekedetek, de vélekedések szintjén is meg kell vizsgálni, ugyanis a környezettudatos magatartás a környezeti értékek, attitűdök eredménye (Szűcs és Hámori, 2016). Tanulmányukban három dimenzió mentén világítanak rá az egyének környezettudatosságának összetevőire, amely szerint a környezettudatosság összetett, komplex megítélést igényel több komponens mentén. A kognitív komponenssel a zöld ismereteket és véleményeket, az attitűdök affektív részével a megkérdezettek környezeti problémák miatti aggodalmát lehet vizsgálni, míg a viselkedéses aspektus alatt a zöld magatartásformákat értjük. Tóth és Kozma (2016) kiemelik, hogy hazánkban megfigyelhető trend, hogy a környezetvédelem fontosságát a lakosság átlag feletti mértékben felismerte (56%), ugyanakkor más EU-országokhoz viszonyítva mindez nem nyilvánul meg a környezettudatos cselekedetekben és a fizetési hajlandóságban. Az MNB tanulmánya (2022) rávilágít, hogy a hazai lakosságnak mindössze a 17%-a tudatos zöld fogyasztó, 34% csak akkor mérlegeli a zöld szempontokat, ha abból anyagi előnye származik, míg 33%-uk teljesen közömbös a környezetvédelem iránt. Számos kutatási eredmény mutatja, hogy a problémakör iránti érdeklődés szociodemográfiai tényezőktől is függ, ugyanis a nők, a magasabb jövedelmi és képzettségi szinttel rendelkezők, valamint a városban élők sokkal érzékenyebbek a környezetvédelem prioritása iránt (Tóth és Kozma, 2016; Szűcs és Hámori, 2016).

A Tóth és Kozma (2016) szerzőpáros kutatásában felmérte a környezettudatos cselekvéseket is, mely azt mutatja, hogy a megkérdezettek elsősorban többségben szelektíven gyűjtik a hulladékot (96%), de növekvő azok aránya is, akik igyekeznek kerülni a rovarirtók, vegyszerek alkalmazását, valamint 24%-ot tesznek ki azok is, akik gyakran vagy mindig törekednek az autóhasználat mellőzésére. Szintén pozitív tendencia, hogy a felmérésben résztvevők 52%-a igyekszik mellőzni az egyszerhasználatos műanyagok használatát, míg 60% törekszik arra, hogy energiafelhasználását csökkentse a környezet védelme miatt. Ezzel szemben Nagy 2018-as kutatásában megkérdezettek szintén nagy arányban (78%) gyűjtik szelektíven a hulladékot, 54%-uk igyekszik saját táskát használni a bevásárlásaik során, míg 70%-uk törekszik az energiatakarékosságra is.

A környezettudatosság vizsgálata során fontos tekintettel lenni a környezetvédelem érdekében történő cselekedetek anyagi vonzatára, a magasabb árakra, adókra. Jelentős azok aránya, akik a környezetvédelem érdekében nem hajlandók sem drágább termékeket vásárol-

ni (59%), sem magasabb adókat fizetni (72%), és sajnálatos módon a környezettudatosság sok egyénnél kimerül a szelektív hulladékgyűjtésnél (Tóth és Kozma, 2016). Nagy (2018) kutatása szerint a legtöbb környezetvédelmi cselekedet az energiatakarékosságra, hulladékcsökkentésre korlátozódik az anyagi haszon reménye miatt, sőt mind a Tóth és Kozma (2016), mind a Nagy (2018) által végzett kutatás közös vonása az a következtetés, hogy az egyének nem hajlandóak anyagiilag is támogatni a zöld célokat.

A jövőre tekintve fontos javaslat, hogy a környezetvédelmi cselekedetek számának növelése érdekében elengedhetetlen szükség van a környezettudatos egyének megszólítására és számuk növelésére, melyhez a leghatékonyabb eszköz az a kommunikációs és oktatási stratégia lehet, mely tudatosítja egy adott termék, cselekedet anyagi előnyeit a fogyasztóban a zöld célok elősegítésén túl (Nagy, 2018). Boca és szerzőtársa (2019) is rávilágít, hogy a környezettudatosság és a ténylegesen megvalósuló zöld cselekedetek közötti szakadék megszűnhet a lakosság hatékony, speciális gyakorlati módszereken alapuló edukációja (esettanulmányok, gyakorlatok, önkéntesség) által, ugyanis csak a környezeti ismeretek növelése nem elegendő a környezettudatosság fejlesztéséhez (Bethlendi és Póra, 2021).

1.3. ZÖLD PÉNZÜGYEK FOGALMI MEGKÖZELÍTÉSE, MEGJELENÉSE

Napjainkra a zöld törekvések elérték a pénzügyi intézményrendszert is, amelynek keretében a pénzügyi szektor szereplői arra törekednek, hogy működésükkel elősegítsék a fenntartható növekedést és csökkentsék a környezet terhelését. A pénzügyi intézmények szerepe azonban sajátos a zöld átállás folyamatában, mert közvetítő szerepet töltenek be a keresleti és kínálati oldal között, finanszírozási tevékenységükkel közvetetten befolyásolhatják a környezetszennyezés mértékét, ennek jegyében saját működésük zölddé tételén túl a pénzügyi folyamatokat is igyekeznek zölddé tenni (Pintér és Deutsch, 2012). A „*zöld pénzügyek alatt olyan, alapvető piaci alapon, magánforrásokra épülő pénzügyi közvetítést értünk, melynek során a pénzügyi, befektetési, biztosítási szolgáltatások – a kockázatkezelési elvek sérülése nélkül – dedikáltan a környezeti fenntarthatóságot is szolgálják, jellemzően beruházások, projektek finanszírozásán keresztül*” (Horváth, 2022, p. 3.).

A zöld pénzügyekhez kapcsolódik a zöld finanszírozás területe, amely olyan projektekre, beruházásokra irányul, amelyek inkluzívak, gazdasági és társadalmi értéket hoznak létre és figyelembe veszik a környezeti, társadalmi, irányítási szempontokat is (Horváth, 2022). Ennek keretében a finanszírozók kedvezményes, alacsonyabb kamatozású forrásokkal segítik a zöld célú beruházásokat, projekteket, míg magasabb kamatlábakkal szankcionálják a kör-

nyezetszennyező tevékenységeket vagy megtagadják azok finanszírozását (Tanim et al., 2013).

A szakirodalom számos érvet felsorol amellett, hogy a piaci szereplők számára milyen előnyökkel jár a pénzügyi folyamatok zölddé tétele. Egyértelművé vált napjainkra, hogy a zöld termékek iránti kereslet folyamatosan növekszik és ennek csak azon szolgáltatók tudnak megfelelni és ezáltal növelni piaci részesedésüket, profitjukat, akik idővel maguk is beépítik a zöld termékeket a kínálatukba (Tanim et al., 2013). Az Európai Bizottság is hangsúlyozza a zöld pénzügyek előtérbe helyezésének fontosságát a finanszírozás fenntartható és inkluzív növekedéshez való hozzájárulása és a pénzügyi stabilitás érdekében, amely során az ESG tényezők kerülnek előtérbe. Az ESG szempontok a környezet, a társadalom és az irányítás hármas dimenzióját jelentik, amely segítségével mérhetőek a pénzügyi ügyletek fenntarthatósági hatásai (Horváth, 2022).

A zöld pénzügyek térnyerését azonban akadályozza a stabil szabályozási keretek, információk és tapasztalatok hiánya, sőt további nehézséget jelent a zöld beruházások magasabb kezdeti költsége és a zöld befektetések alacsonyabb megtérülése, nagyobb kockázata is (Horváth, 2022). A zöld pénzügyek megvalósításához komplex stratégiára van szükség, mely magában foglalja a megfelelő szakpolitikai irányelvek megteremtését; a zöld finanszírozásnak megfelelő projektek, beruházások azonosítását; a lakossági és állami szerepvállalás növelését, valamint a zöld finanszírozás akadályozó tényezőinek feltárását és elhárítását (Tanim et al., 2013).

Manapság a pénzügyi piacokon a hagyományos pénzügyi termékek szolgáltatások mellett számos zöld alternatíva is elérhető. A finanszírozási formák közül a hagyományos kötvény mellett már beszélhetünk a **zöld kötvény**ről, amely csak olyan beruházásoknak biztosít forrásokat, amelyek bizonyítottan környezeti előnyöket, klímavédelmi célokat szolgálnak (Széles et al., 2022). Főbb céljuk a tőkeforrások allokálása a környezetbarát beruházásokba, amely során a célnak megfelelő felhasználást részletesen dokumentálni is szükséges az átláthatóság érdekében (Mihálovits és Tapaszi, 2018). A zöld kötvénypiac fellendülését azonban számos akadály nehezíti, ugyanis a piacon alacsony a likviditás, a zöld kötvények drága forrásszerzést jelentenek, mely problémát okoz mind a keresleti, mind a kínálati oldal számára. A zöld kötvények piaci térnyerése érdekében a szakirodalom javasolja a növekvő állami befektetői és hitelezői részvételt, adókedvezmények nyújtását a hosszú távú piacépítés érdekében (Mihálovits és Tapaszi, 2018). Hazánkban a zöld kötvények a lakosság számára is elérhető megta-

karítási formát jelentenek, ugyanis az Államadósság Kezelő Központ a Zöld Kötvény Keretprogramhoz illeszkedve bocsát ki zöld államkötvényeket, melyek aránya a teljes állampapír-állományban 2023 végére már 3,6%-ot tett ki. Európai viszonylatban ezt az arányt csak Írország, Hollandia, Svédország és Dánia múlta felül. A zöld állampapírok 3,6%-os aránya a teljes állampapír-állományhoz viszonyítva elmarad a vállalati zöld kötvények teljes kötvénykibocsátáshoz 24%-os viszonyított arányától, vagyis hazánkban a zöld államkötvények térnyeréséhez további ösztönzőkre lesz szükség (MNB, 2024a).

Hazánkban a pénzügyi piacon már a **zöld befektetési alapok** is elérhetőek és volumenük mérsékelten növekszik is. A zöld befektetési alap csak olyan vállalatokba végez befektetést, amely hozzájárul a zöld célok megvalósulásához. Európában a zöld befektetési alapok piaca dinamikus fellendülésben van, sőt az elemzések szerint a zöld és hagyományos alapok hozamteljesítménye között nincs szignifikáns különbség, vagyis a befektetőknek a hozamvárásaikból sem szükséges engedniük, hogyha zöld alapot választanak (Böcskei és Vértesy, 2022). A zöld befektetési alapokon belül megkülönböztetünk ESG („világoszöld”) befektetési alapokat, melyek célja a társadalmi és környezeti célok előmozdítása, valamint fenntartható („sötétzöld”) befektetési alapokat, amelyek bizonyítottan támogatják a környezeti és társadalmi célok megvalósítását (MNB, 2024a).

Jelenleg Magyarországon alacsony az ESG befektetési alapok megoszlása, mely 5,39%-ot jelentett az összes befektetési alap nettó eszközértékéhez képest 2023-ban, ez az arány Európában viszont 15% volt már 2022-ben is (Böcskei és Vértesy, 2022; MNB, 2024a). Ennek oka az lehet, hogy hazánkban innovatív termékeknek számítanak a zöld alapok, mert az első fenntartható befektetési alap is későn, 2022 őszén jelent meg, így a befektetők még nem ismerik ezen termékeket. A befektetési alapok piacán a jövőben jelentős bővülés várható, mely az árfolyamok növekedését eredményezi a világszintű fenntarthatósági törekvések elterjedése, a kereslet növekedése miatt (Böcskei és Vértesy, 2022).

A zöld törekvések a forráski helyezések oldalán is szerepet kapnak, így egyre népszerűbbé válnak a **zöld hitelek**, a kereskedelmi bankok által kínált kedvezményes kamatozású konstrukciók, amelyek elősegítik az energiahatékony, környezetvédelmi beruházások finanszírozását. Hazánkban a zöld pénzügyek piacának kiépítése is a hitelezés oldaláról, a Magyar Nemzeti Bank által, az NHP Zöld Otthon Program meghirdetésével kezdődött meg, azzal a céllal, hogy lakóingatlanok energetikai korszerűsítése komplex gazdasági, környezeti és társadalmi célokat tudjon szolgálni. A program lényege, hogy az MNB 0%-os refinanszírozási hitellel forrást nyújtott a kereskedelmi bankoknak, hogy azok maximum 2,5%-os zöld hitele-

ket helyezzenek ki a lakosságnak, amennyiben azt magas energiahatékonyságú lakásra fordítják. Ezen a példán keresztül látható, hogy a szabályozó (MNB) támogató beavatkozása volt szükséges ahhoz, hogy a keresleti és kínálati oldal igényei találkozni tudjanak, és a zöld hitelezés a hazai piacon is elterjedjen. Ezt igazolja, hogy az MNB (2022) felmérése alapján a zöld hitelek piaca 2021 óta fellendült, mely a vállalati hitelezést is magában foglalja, amely azt eredményezi, hogy a zöld vállalati hitelállomány is már 2,62%-ot tett ki a teljes hitelállományból 2022 végén. (Matolcsy, 2022; MNB, 2022; MNB, 2023). A zöld pénzügyek lakossági piacának további bővítését az otthonfelújítási támogatások (NHP ZOP) jelenlegi leállítása viszont nehezíti, ugyanis azóta nem érhető el a piacon a lakosság többsége számára elérhető otthonfelújítási támogatás, melyre nagy szükség lenne a zöld átállás elősegítése céljából (MNB, 2023).

Szembetűnő, hogy jelenleg a zöld pénzügyi piac egyik fő problémája, hogy a legtöbb szabályozó intézmény és kutatás a kínálati oldal problémáira fókuszál, ezzel szemben a keresleti oldalra, így főleg a lakossági szereplőkre kevés figyelem jut. Fontos szempont a fogyasztók megszólítása során, hogy nem elegendő a preferenciáikra, szokásaikra és a zöld attitűdre hagyatkozni a zöld pénzügyek piacának kiépítése során, szükséges megfelelő támogatási politika is a kereslet élénkítése érdekében. Ezt alátámasztandó, Bethlendi és Póra (2021) publikációja hivatkozik olyan osztrák és német kutatásokra, ahol a megkérdezettek ugyan többnyire fontosnak tartják, hogy a megtakarítási termékekben elhelyezett pénzüket zöld célokra fordítsák, de az anyagi szempontok (alacsony kockázat, magas hozam, költségek) sokkal mérvadóbbak a befektetési döntés során. Bethlendi és Póra (2021) saját kutatása is hasonló eredményre jutott, sőt kiemelik, hogy a megtakarítási formák esetében a számlavezetési díj elengedése sem bírna nagy motiváló erővel a megkérdezettek kétharmadánál, hogy az egyén a hagyományos megtakarítási forma helyett zöld pénzügyi terméket válasszon. Ezzel szemben zöldcélú hitelek elterjedését a magasabb kamatok, a zöld beruházásokkal kapcsolatos ismeretek hiánya nehezíti, és zöld jelzáloghitelt is akkor hajlandóak az egyének választani, ha cserébe legalább 15%-kal kisebb összegű törlesztőrészekkel számolhatnak, melyet csak jelentős állami támogatással lehet elérni.

Mind a megtakarítási, mind a hiteltermékeknél elmondható, hogy a hazai lakosság anyagi igényei okozzák a legnagyobb akadályt a zöld pénzügyek piacának kiépítése során, annak ellenére, hogy a lakosság fontosnak tartja a fenntartható célokat. Ebből kifolyólag érthető, hogy a fogyasztók kedvező kondíciók iránti igénye ellentétes a pénzügyi intézmények profitérdekeivel és ez az ellentét csak állami támogatásokkal hidalható át, ahogy erre példa-

ként felmutathatóak a német állami fejlesztési bankok által nyújtott kedvező zöld jelzáloghitelek, illetve a hazai NHP Zöld Otthon Program is. (Bethlendi és Póra, 2021; Matolcsy, 2022).

Az anyagi szempontokon túl természetesen a demográfiai tényezőket, valamint környezeti és pénzügyi ismereteket, attitűdöket is fontos figyelembe venni a zöld pénzügyek keresletének vizsgálata során. Bethlendi és Póra (2021) kutatása kiemeli, hogy a zöld pénzügyi termékek iránt a férfiak, a magasabb iskolai végzettségűek, így a pénzügyileg műveltebbek nagyobb keresletet támasztanak, de a zöld attitűd is gyenge-közepes hatást gyakorol a keresleti szintre.

Összességében elmondható, hogy hazánkban a lakosság körében a zöld pénzügyi termékek ismertek, azonban használatuk nem terjedt el. Az MNB felmérésében résztvevők 83%-a ismer legalább egy zöld pénzügyi terméket, de 81%-uk sosem próbálta még őket, pedig többségük (57%) nyitott lenne a fenntartható pénzügyek iránt. A felmérés kiemeli, hogy a zöld pénzügyi kereslet megteremtésénél fontos a környezet- és pénzügyi tudatosság jelentőségének felismerése, mert a pénzügyekben jártas magánszemélyek a környezetvédelemre is jobban ügyelnek, emiatt a zöld átállási stratégia részének kell tekinteni a pénzügyi és zöld szemlélet formálását (MNB, 2022).

2. ANYAG ÉS MÓDSZERTAN

A Tudományos Diákköri Dolgozatom alapját képező primer kutatás kérdőíves felmérés formájában került lebonyolításra a Google Forms felület segítségével, 2024. február 1. és 2024. június 14. között. A kitöltők körének meghatározása során törekedtem többféle platformon keresztül elérni a válaszadókat annak érdekében, hogy az egyes generációkat minél sikeresebben tudjam megszólítani. Az X, Y és Z generációt a közösségi média felületeken keresztül, az idősebb generációt pedig nyomtatott formájú kérdőívekkel igyekeztem elérni; míg személyes ismerőseim körében a hólabda módszert is alkalmaztam a mintavételre. A mintagyűjtés során összesen 500 válaszadóhoz sikerült a kérdőívet eljuttatni, melyből végül 398 darab kérdőív érkezett vissza és 390 darab volt értelmezhető és feldolgozható.

A kérdőívem három fő részre tagolható, az első blokkban a pénzügyi tudatossággal kapcsolatos kérdések szerepelnek, melyek Likert-skála és igen/nem válaszlehetőségű kérdés formájában kérdezik rá a válaszadók pénzügyi tudására, tájékozottságára, valamint pénzügyi magatartásukra, attitűdjükre. A második rész a megkérdezettek környezettudatos cselekedeteit és a zöld pénzügyi termékek ismertségi szintjét, potenciális népszerűsítési formáit méri fel, szintén Likert-skála és igen/nem válaszlehetőségű kérdés alkalmazásával. A Likert-skálán az 1-es érték az állítás teljes mértékű elutasítását, a 6-os érték az elfogadást jelentette. A kérdőíves lekérdezés utolsó része a kitöltők demográfiai jellemzőire (nem, születési év, szociális helyzet, iskolai végzettség, lakóhely) fókuszált. A primer kutatás során beérkezett válaszokat a Microsoft Excel felhasználásával összesítettem, az adatok elemzésére pedig az IBM SPSS Statistics 20.0 verziójú program segítségével került sor.

Az elemzés során alkalmaztam egyváltozós statisztikai elemzési módszereket, mely helyzetmutatók (átlag, módusz) és szóródási mérőszámok (szórás, terjedelem) alkalmazását jelentette azon esetekben, ahol ezt a válaszok ezt lehetővé tették. A kapott eredmények szemléltetésére diagramokat, táblázatokat alkalmaztam.

A leíró statisztika eszköztára mellett a vizsgálat kitért a kétváltozós elemzésre is a hipotézisek vizsgálata céljából, kereszttábla-elemzés segítségével. Sajtos – Mitev (2007) SPSS kézikönyve szerint a kereszttábla-elemzés két nominális vagy ordinális változó közötti kapcsolat megállapításánál alkalmazható statisztikai módszer. Alkalmazásának azonban kizáró előfeltétele, ha az elvárt gyakoriság értéke 5 alatti a cellák több, mint 20%-ában. Az előfeltétel vizsgálatára minden esetben sor került az SPSS programcsomag alkalmazásával, ahol az előfeltétel nem teljesült, ott az eredmények nem kerültek értékelésre.

Az egyes változók statisztikai függetlenségének megállapításához a Pearson-féle Khi-négyzet próbát alkalmaztam 5%-os szignifikanciaszint mellett. Mindez azt jelentette, hogy a felállított nullhipotézist elutasítottam, ha a Khi-négyzet mutató értéke nagyobb, mint 0,05, vagyis ezen esetben a két tényező között nem volt igazolható a kapcsolat. Amennyiben a Khi-négyzet értéke $\leq 0,05$, akkor a felállított hipotézist elfogadtam, a két vizsgált tényező között statisztikailag igazolható kapcsolat áll fenn. A Khi-négyzet mutatónál azonban tekintettel kell lenni arra, hogy az értéke érzékeny a vizsgált minta nagyságára és függ az elemszámtól, melyet a vizsgálat során figyelembe is vettem (Sajtos és Mitev, 2007).

Az igazolt kapcsolat szorosságának megállapítását a Cramer's V együtthatóval végeztem, mely Sajtos és Mitev (2007) szerint bármely típusú keresztábra esetében hatékonyan alkalmazható és megbízható módszer. Az együttható értéke 0 és 1 között lehet, a nullás érték a két változó közötti kapcsolat hiányát, míg az 1-es érték nagyon szoros kapcsolatot jelez. A 0 és 1 közötti értékek között a következő beosztás szerinti intervallumokat vettem figyelembe a kapcsolat szorosságának elemzésénél:

- gyenge kapcsolat: $0 < T < 0,3$;
- közepes kapcsolat: $0,3 \leq T \leq 0,7$;
- erős kapcsolat: $0,7 < T < 1$;
- determinisztikus kapcsolat: $T=1$ (Ács, 2014).

Elemzésemben a következtetési statisztika eszköztárát is alkalmaztam; egy kategorikus és egy metrikus változó közötti kapcsolatot egyszempontos varianciaanalízis (ANOVA) segítségével vizsgáltam. Ennek során tekintettel voltam a módszer alkalmazási előfeltételére, a szóráshomogenitásra, így az egyes csoportok szórásának tesztelését Levene-teszttel végeztem. A teszt nullhipotézise az volt, hogy az egyes csoportok szórása nem egyenlő, ha ezt elvettük ($p > 0,05$), akkor mondható, hogy a szóráshomogenitás feltétele teljesül és az F-próba releváns eredményt mutathat. E feltétel teljesülése esetén folytattam elemzésemet tovább egyszempontos varianciaanalízis segítségével, ahol az F értékének (csoportok közötti és csoporton belüli eltérések hányadosának) és a szignifikanciaszintnek a figyelembe vételével vontam le következtetéseket. Szignifikáns különbséget akkor mértem az egyes csoportok között, ha a szignifikancia értéke kisebb vagy egyenlő volt, mint 0,05 (Ács, 2014; Füzesiné, 2016).

Dolgozatomban a kapcsolatelemlés mellett, a Likert-skála típusú kérdések esetében faktor- és klaszteranalízist végeztem a válaszadók pénzügyi- és környezettudatosságának tipizálása érdekében. A faktoranalízis első lépéseként az előfeltétel vizsgálatára került sor a Kai-

ser-Meyer-Olkin kritérium segítségével, mely az egyik legalkalmasabb mutatószám annak megítélésére, hogy a változók alkalmasak-e a faktoranalízis elvégzésére. A faktorelemzés akkor végezhető el, ha a Kaiser-Meyer-Olkin értéke meghaladja a 0,5-öt, míg 0,8 felett nagyon jól, 0,9 felett pedig kiválóan elemezhetőek a vizsgálatba bevont változók a faktoranalízis segítségével. Az egyes változók korrelációjának ellenőrzése a Bartlett-teszt segítségével történt; a Bartlett-teszt szerint a változók akkor alkalmasak faktorelemzésre, ha a szignifikanciaszint kisebb, mint 0,05. Amennyiben e feltétel is teljesül a faktorelemzés elvégezhető és az általa kapott eredmények is értelmezhetőek (Sajtos és Mitev, 2007; Jánosa, 2015).

Az előfeltétel vizsgálatát követően került sor a faktoranalízisre, amely során a kérdőívben feltett kérdéseket, változókat összetett jelentéssel bíró faktorokká összesítettem, melyek mentén jól jellemezhető a vizsgált minta. Az elemzés során azonosított főkomponensek a Varimax-módszerrel rotálásra kerültek. A kapott eredmények megjelenítése rotált faktormátrixban történt a faktorsúlyokra való tekintettel. A faktorsúlyokat akkor tekintettem szignifikáns jelentőségűnek, ha annak abszolút értéke meghaladta a 0,5-öt (Sajtos és Mitev, 2007; Jánosa, 2015).

A faktorelemzés során azonosított főkomponensek segítségével pedig klaszteranalízisre került sor, ahol a megkérdezetteket a faktorelemzés eredményeként kapott ismérvek figyelembe vételével csoportosítottam. A klaszteranalízis során tekintettel voltam arra, hogy kizárásra kerüljenek azon klaszterek és az odatartozó válaszadók, ahol az elemszám nem érte el a minta 5%-át. Az így kapott klaszterek elemzése a leíró statisztika eszköztárával, míg az bemutatása pedig Box-plot diagram segítségével történt (Sajtos és Mitev, 2007; Jánosa, 2015).

Az elemzés során megfogalmazott hipotéziseket és célokat az 2. táblázatban foglaltam össze.

2. táblázat A primer kutatás fontosabb célkitűzései, hipotézisei

Kutatási cél	Hipotézis	Módszertan	Várható eredmény
C1. A pénzügyi és környezeti értelemben tudatos egyének attitűdjére, magatartásformáira ható tényezők feltérképezése.	H1.a A pénzügyi tudatosság fontosságának egyéni megítélése megnyilvánul a pénzügyi magatartás formáiban.	keresztábraelemzés; leíró statisztika	A pénzügyi tudatosság jelentőségét felismerő egyének a saját pénzügyeiket is tudatosabban menedzselik.
	H1.b A környezetvédelem fontosságának egyéni megítélése kapcsolatban áll a mindennapi környezettudatos cselekvésekkel.	keresztábraelemzés; leíró statisztika	A környezetvédelem fontosságát felismerő válaszadók a mindennapok során is törekednek a környezet védelme érdekében cselekedni.
	H2. A megkérdezettek statisztikailag igazolható módon tipizálhatóak a pénzügyi és környezetvédelmi attitűdjeik, magatartásformáik mentén.	faktor- és klaszteranalízis; leíró statisztika	Az elemzés során várhatóan több válaszadói csoport alakítható ki a pénzügyi- és környezettudatossági szintjüktől függően.
C2. A zöld pénzügyi termékek lakossági keresletére ható tényezők, preferenciák vizsgálata.	H3. A zöld pénzügyi termékek ismeretére, használati szintjére az iskolai végzettség nincs hatással, attól függetlenül alacsony.	keresztábraelemzés	Függetlenül az iskolai végzettség típusától, a zöld pénzügyi termékek a lakosság körében újdonságnak tekinthetők, így a válaszadók többnyire nem ismerik és nem használják ezen megoldásokat.
	H4. A pénzügyi tudatosság és a környezetvédelem fontosságának egyéni megítélése befolyásolja a zöld pénzügyek motiváló tényezőinek preferenciáját.	keresztábraelemzés	A pénzügyi tudatosság fontosságát felismerő egyének számára az anyagi előnyök, míg a környezetvédelem jelentőségét fontosnak tartó válaszadók a zöld célok érdekében választásának inkább zöld pénzügyi terméket.
C3. Az egyes generációk pénzügyi attitűdjének, magatartásformáinak vizsgálata.	H5. Az életkor, a generációs hovatartozás eltérő pénzügyi- és környezettudatos attitűdöt, magatartásformát eredményez.	variacionaalízis, leíró statisztika	Az eltérő generációk a termékhasználaton túl igazolhatóan sajátos attitűddel, magatartásformákkal rendelkeznek a pénzügyek és a fenntarthatóság területén.

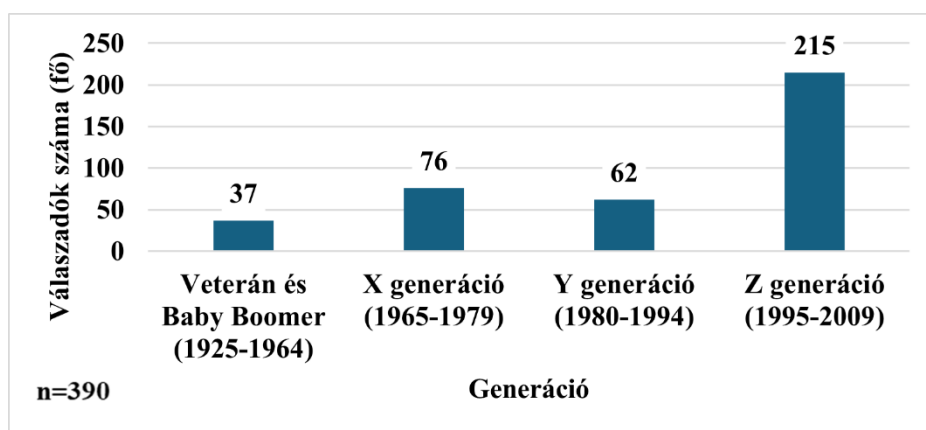
Forrás: saját szerkesztés (2024)

3. PRIMER KUTATÁS EREDMÉNYEINEK ISMERTETÉSE

3.1. DEMOGRÁFIAI EREDMÉNYEK ELEMZÉSE

A válaszadók 68,2%-a nő, 31,8%-a pedig férfi volt. A kitöltők átlagos életkora 34 év, ettől az egyes válaszadók életkora átlagosan 16 évvel tért el. A legidősebb válaszadó 82 éves, a legfiatalabb válaszadó 15 éves volt a kérdőív kitöltésének időszakában.

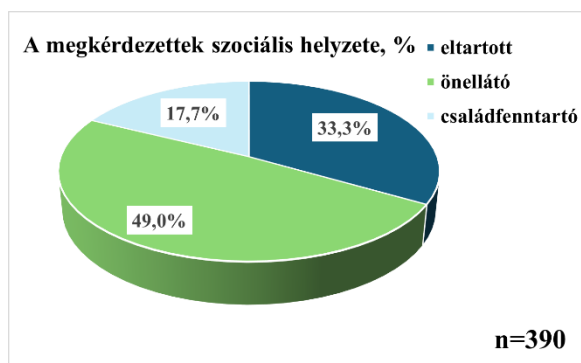
A válaszadókat életkoruk alapján generációs hovatartozásuk szerint is csoportosítottam, azzal a céllal, hogy az elemzés során fontos szerepet szánjak az egyes generációk sajátosságaira a pénzügyi cselekedeteik, attitűdjeik, tudásuk területén. Elemzésem során a McCrindle által azonosított generációkat és az azokat elválasztó születési dátumokat vettem alapul (Komár, 2018; Pál et al., 2017). A kérdőíves felmérés válaszadóinak generációs csoportosítását az 1. számú ábra mutatja be. A megkérdezettek 55,1%-a a Z generáció tagjai közül került ki (215 fő), vagyis ez a korosztály felülreprezentált a mintában. A kitöltők közel 10%-át (9,5%) pedig a Veteránok és Baby Boomerek tették ki.



1. ábra A kitöltők generációs hovatartozása

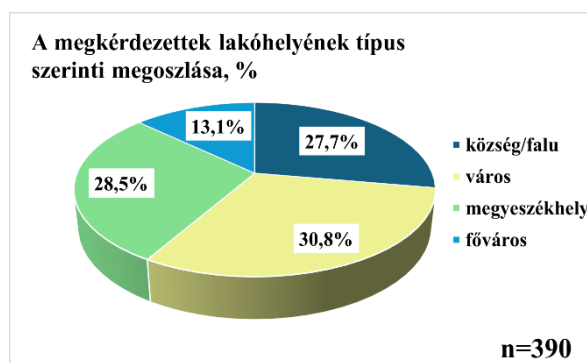
Forrás: saját szerkesztés a primer kutatás eredménye alapján (2024)

A felmérés demográfiai kérdései kiterjedtek a válaszadók szociális állapotára, a lakóhely típusára és az iskolai végzettség típusára is. Számos tanulmány alátámasztja a szociodemográfiai helyzet hatását a pénzügyi kultúra szintjére. Ezek szerint nem elegendő az elemzés során csak az életkor vagy a nem típusát vizsgálni, más tényezőket is figyelembe kell venni, mint például az iskolai végzettség, a lakóhely és szociális helyzet jellegét is (Bárczi és Zéman, 2015; Stolper és Walter, 2017). A primer kutatásomra vetítve elmondható, hogy a válaszadók közel fele (49,0%) önellátónak, 17,7%-uk pedig családfenntartónak vallotta magát, mely arra utal, hogy ezen egyének napi szinten is gazdálkodnak a pénzzel és hoznak pénzügyi döntéseket (2. ábra). Lakóhely szerinti megoszlást tekintve, a megkérdezettek 72,3%-a városban, megyeszékhelyen vagy fővárosban él, fennmaradó részük pedig községben, faluban (3. ábra).



2. ábra A megkérdezettek szociális helyzet szerinti megoszlása, %

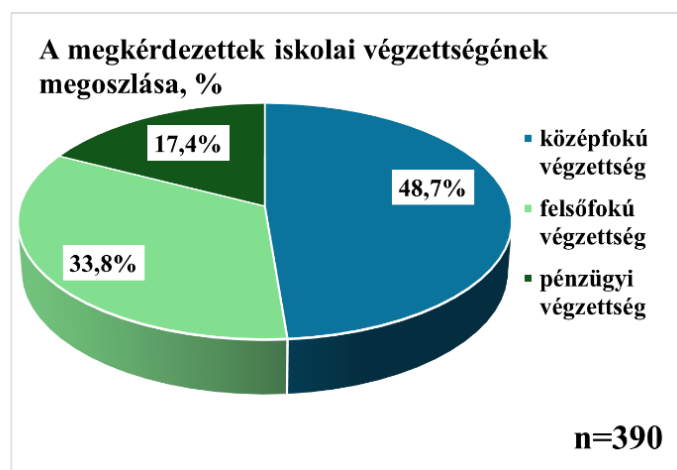
Forrás: saját szerkesztés a primer kutatás eredménye alapján (2024)



3. ábra A megkérdezettek lakóhelyének típus szerinti megoszlása, %

Forrás: saját szerkesztés a primer kutatás eredménye alapján (2024)

Érdeemesnek találtam kiemelni az iskolai végzettség szerepét is a kutatásom során. A végzettség típusán belül külön kategóriaként kezeltem a pénzügyi végzettséget, melyet nem differenciáltam tovább közép- és felsőfokú típusú végzettségre. A megkérdezettek nyilatkozata szerint 48,7%-uk középfokú végzettséggel, 33,9%-uk felsőfokú végzettséggel rendelkezik, míg 17,4%-uk pénzügyi végzettséget szerzett, vagyis részesült pénzügyi irányú edukációban az iskolai évek során (4. ábra). A megkérdezettek iskolai végzettsége azért lényeges a kutatásom tekintetében, mert az elemzés során nagy hangsúlyt fordítok az iskolai végzettség jellegének a pénzügyi attitűdre, magatartásformákra és termékhasználatra gyakorolt hatásának vizsgálatára.



4. ábra A megkérdezettek iskolai végzettségének megoszlása, %

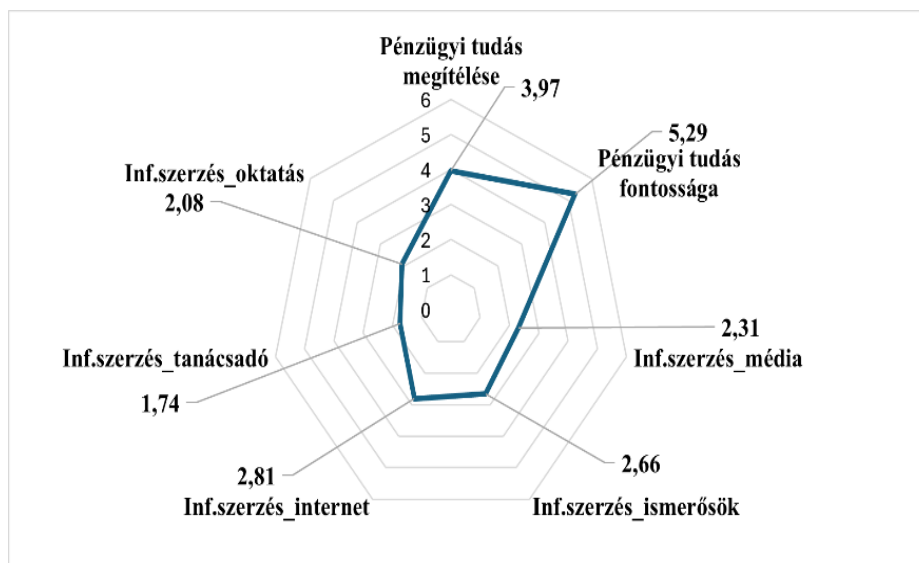
Forrás: saját szerkesztés a primer kutatás eredménye alapján (2024)

3.2. A PÉNZÜGYI KULTÚRA MEGJELENÉSE A PÉNZÜGYI TÁJÉKOZOTTSÁG, INFORMÁCIÓSZERZÉS TERÜLETÉN

A kérdőíves lekérdezés kitért arra is, hogy a megkérdezettek saját bevallásuk alapján hogyan ítélik meg saját pénzügyi tudásukat, illetve a pénzügyi tájékozottság fontosságát, melyet 1-től 6-ig terjedő Likert-skálán önbevallás alapján értékelhettek. Az eredmények jól mutatják, hogy a pénzügyi ismereteket a felmérésben résztvevők nagyon fontosnak (átlag=5,29) ítélik meg, és mindössze csak a válaszadók 1%-a szerint egyáltalán nem fontos a megfelelő pénzügyi tájékozottság. Mindezt megerősíti a szórás nagysága is ($SD=0,953$), mely mutatja, hogy a megkérdezettek véleménye a témában egy irányba mutat, jelentős részük egyetért a pénzügyi ismeretek hasznosságával, fontosságával.

Emellett önbevallás alapján felmértem a válaszadók meglévő pénzügyi tudását is. A résztvevők legnagyobb része az 1-től 6-ig terjedő skálán 4-esre (38,5%) vagy 5-ösre (27,2%) értékelte a meglévő ismeretét, míg alacsony tudásszinttel rendelkezőnek a válaszadók 4,9%-a, kiemelkedően magas ismeretekkel rendelkezőnek pedig 4,4% vallotta magát. A megadott válaszokból képzett átlageredmény (3,97) tehát azt mutatja, hogy a megkérdezettek közel jó szintre értékelik saját pénzügyi ismeretüket, függetlenül attól, hogy az iskolai keretek között többségük nem szerzett e irányú ismereteket.

Emellett kíváncsi voltam arra, hogy a felmérésben résztvevők tudásszintje a mindennapokban milyen formában nyilvánul meg, például az információszerzés, a megtakarítások formáit vagy az előnyben részesített fizetési módokat illetően. Bár önbevallás szerint a válaszadók számára fontos, hogy megfelelő szintű pénzügyi tudással rendelkezzenek, mindez az információszerzés formáiban nem nyilvánul meg. Szintén 1-től 6-ig terjedő Likert-skála alkalmazásával az látható, hogy az információszerzés gyakorisága az egyes platformokon elmarad a tudás fontosságának szintjétől és a megkérdezettek ritkán veszik igénybe a potenciális hírszerzési csatornákat pénzügyi ismeretszerzés céljából. Az egyes tájékozási formák közül a válaszadók az internetet (átlag=2,88) és az ismeretségi körüket (átlag=2,66) preferálják leginkább, míg legritkábban az iskolai keretek (átlag=2,08) és a pénzügyi tanácsadók (átlag=1,74) által jutnak információkhoz (5. ábra). Vagyis a primer kutatásban megkérdezettek sajnos nem a megbízhatóbb és hitelesebb információszerzési módszereket választják, sokkal inkább hagyatkoznak ismerősi körük (barát, család) tapasztalataira, tanácsaira vagy az interneten fellelhető, sok esetben nem ellenőrzött tartalmú információkra a pénzügyek területén. Hasonló eredményre jutottak Gróf és szerzőtársai (2017) is az egyetemisták körében, hiszen esetükben is a családi, baráti kör és az internet jelentette a leggyakoribb információszerzési forrást.

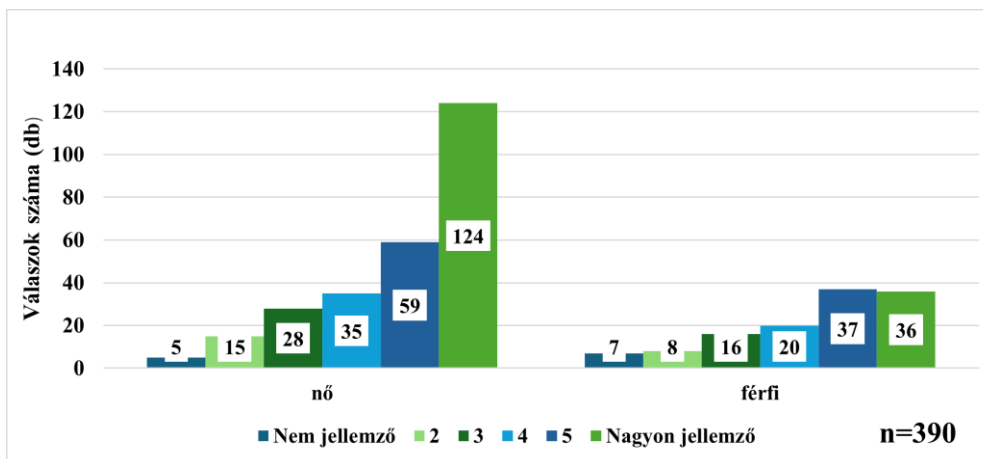


5. ábra A megkérdezettek pénzügi tudása és a pénzügi információszerzés formái

Forrás: saját szerkesztés a primer kutatás eredménye alapján (2024)

Az elemzés során törekedtem annak feltárására, hogy a pénzügi tájékozottságra és a pénzügi döntésekkel kapcsolatos körütekintés mértékére milyen tényezők hatnak. A függetlenségvizsgálat elvégzése során az egyes demográfiai változók és a körütekintő pénzügi tájékozódás szintje közötti kapcsolatot kerestem. A 6. ábra szemlélteti a nem és a körütekintő pénzügi tájékozódás közötti igazolt kapcsolatot. A kapott válaszok eloszlása alapján igazolható, hogy mindkét nem esetében nagy arányban jellemző a válaszadókra, hogy megfontoltan tájékozódnak pénzügi kérdésekben, azonban ez a körütekintés a szignifikancia-elemzés eredménye szerint jobban jellemző a női válaszadókra ($\text{szig}=0,020$) 5%-os hibaszint mellett. Vagyis a szignifikáns összefüggés igazolt a nem és a körütekintő tájékozódás között, de a Cramer's V együttható szerint ez a kapcsolat gyenge (0,185). A pénzügi körütekintésre a nemi hovatartozáson túl az is hatást gyakorol, hogy az egyén mennyire tartja fontosnak a pénzügi tudatosságot, ugyanis, akik bevallásuk szerint érzékelik a pénzügyekben való jártasság fontosságát, azok körütekintőbbek is ($\text{szig}=0,000$; Cramer's $V=0,243$).

Németh és szerzőtársai (2020) tanulmányukban a pénzügi sérülékenység tényezőit vizsgálták, melyben felhívták a figyelmet a nők szignifikánsan magasabb pénzügi sérülékenységére. Felvázolták, hogy a magasabb szintű sérülékenység a pénzügyekben pozitív kapcsolatban áll a nagyobb körütekintéssel, óvatossággal. Ez az eredmény megegyezik jelen felmérésem eredményével, hiszen mindkét nemre jellemző a megfontoltság, de a nők fokozottan törekednek erre.



6. ábra A körültekintő pénzügyi tájékozódás nemenként külön-külön

Forrás: saját szerkesztés a primer kutatás eredménye alapján (2024)

A körültekintő tájékozódás mellett a függetlenségvizsgálatot kiterjesztettem az egyes információszerzési formák jellegére is, feltételezve, hogy a nemek eltérő formában tájékozódnak pénzügyi kérdésekben. Meglepő módon a férfiak és a nők hasonlóan befolyásolhatóak pénzügyi kérdésekben az internet, az ismerősök, a pénzügyi tanácsadók és az iskolai keretek által, ez esetben nem igazolódott szignifikáns összefüggés. Kivételt képeznek a közösségi médiában és a TV-ben megjelenő hirdetések, ahol statisztikailag igazolható ($p=0,001$), de gyenge kapcsolat áll fenn a két változó között, annak ellenére, hogy a keresztábla elemszámainak eloszlása hasonló mind a férfiak, mind a nők esetében (3. táblázat).

3. táblázat A nemek és a hirdetések alapján történő tájékozódás keresztábla-elemzése

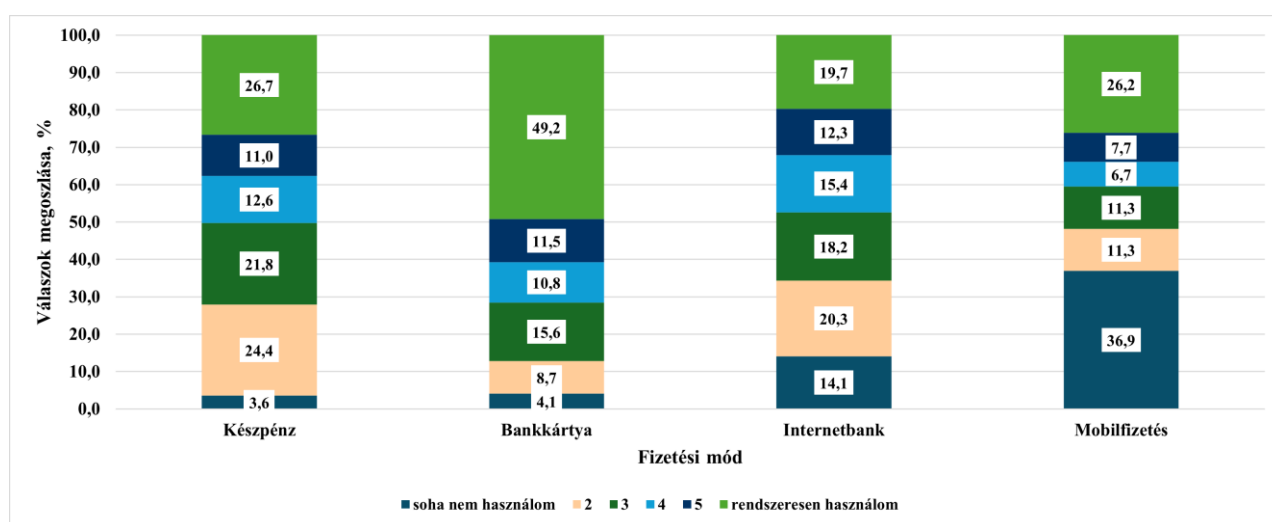
Megnevezés	Hirdetések alapján történő tájékozódás (fő)				Összesen (fő)
	Soha	2	3	Mindig	
Nő	29	119	100	18	266
Férfi	32	53	32	7	124
Összesen	61	172	132	25	390
Szignifikancia elemzés eredménye					
Megnevezés	Érték	Szabadságfok		Asszimptotikus szignifikancia (2 oldalú)	
Pearson Khi-négyzet	15,726	3		0,001	
Valószínűségi hányados	15,006	3		0,002	
Lineáris-lineáris asszociáció	10,783	1		0,001	
	Érték	Megközelítő szignifikancia			
Cramer's V	0,201	0,001			

Forrás: saját szerkesztés a primer kutatás eredménye alapján (2024)

A női megkérdezettekre igazoltan jobban hatnak a hirdetések, melyet más tanulmányok is alátámasztanak. Lukács és Papp-Váry (2023) tanulmánya is rávilágít, hogy a nők a fogyasztói döntéseik során az emocionális impulzusokra is reagálnak, emiatt könnyebben befolyásolhatóak a marketingkommunikációs eszközök által. Mindez azért fontos a pénzügyi kérdéseket tekintve, mert a családban egyre inkább már a nők hoznak pénzügyi döntéseket, így információszerzési formáik vizsgálata kiemelten fontos.

3.3. A PÉNZÜGYI KULTÚRA ÉRVÉNYESÜLÉSE A FIZETÉSI MÓDOK VÁLASZTÁSI PREFERENCIÁJÁBAN

A pénzügyi kultúra szintje megjelenhet a válaszadók által alkalmazott fizetési módok területén is. A primer kutatás eredményei azt mutatják, hogy a válaszadók többsége az átlageredmények alapján előnyben részesíti a bankkártyás fizetési módot (átlag=4,65), a megkérdezettek közel felének (49,2%) ez a legkedveltebb fizetési megoldása. A válaszadók hasonló arányban használják a készpénzt (26,7%) és a mobilfizetést (26,2%), azonban a mobilfizetésnél nagyon jelentős az ezen megoldást soha nem használók aránya (36,9%). A mobilfizetés esetében magasabb a szórás ($SD=2,075$) értéke is, mely arra utal, hogy a mobilfizetés használata jelentősen differenciálja a válaszadókat (7. ábra).



7. ábra Az egyes fizetési módok alkalmazási gyakorisága a megkérdezettek válaszai alapján

Forrás: saját szerkesztés a primer kutatás eredménye alapján (2024)

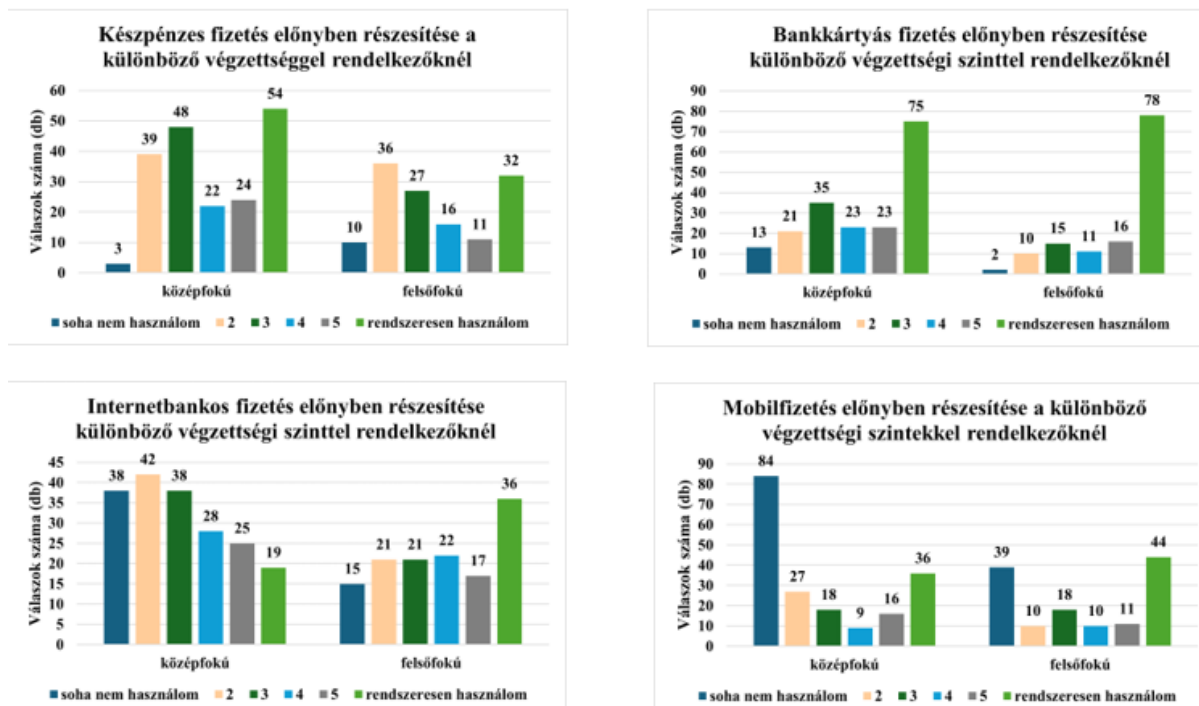
A saját felmérés eredményeit összevettem más, szakirodalomban fellelhető kutatási eredménnyel. Az MNB Fizetési Rendszer Jelentés (2024) szerint a fizetési szokásokról az mondható, hogy 2023-ban a lebonyolított fizetési tranzakciók 38%-a volt elektronikus (bankkártyás, online, stb.), vagyis alapvetően dominál a készpénzes fizetések aránya hazánkban. Azonban fokozatosan növekszik az aktívan elektronikusan fizető, számlával rendelkező ügy-

felek aránya, mely azon ügyfeleket mutatja, akik havonta legalább 15 darab elektronikus tranzakciót végeznek, ez az arány 2021-ben 39% volt, míg 2023-ra már 49% (MNB, 2024b).

A Mastercard 2022-es Digitális Fizetési Index felmérése pedig nemzetközi kitekintésben vizsgálta a digitális fizetési módszerek használatát a térség országaiban (Ausztria, Horvátország, Románia, Magyarország). Az eredményekből kitűnik, hogy hazánk a digitális fizetési módszerek tekintetében átlag közeli eredménnyel bír. Az eredményeket egy 100 pontos skálán mérték fel, ahol az átlag 51 pont volt, hazánk Ausztriával együtt pedig 52 pontot ért el. Látható, hogy Magyarország nincs elmaradva a térség országaihoz viszonyítva a digitális fizetési megoldások elterjedési arányát vizsgálva. A tanulmány rámutat arra is, hogy a digitális fizetési módok használati arányán a tudatosság növelésével és a fogyasztók oktatásával lehet számottevően javítani.

Az említett szakirodalmi kutatások eredményei megerősítik a primer felmérésem azon következtetését, hogy a megkérdezettek is felismerték a pénzügyi tudás fontosságát, mely megjelenik a bankkártyás fizetések gyakori használatában, a készpénzes fizetés visszaszorulásában is. Emiatt az elemzés során azt vizsgáltam, hogy az iskolai végzettség szintje, mint szociodemográfiai tényező, befolyással van-e a fizetési módok preferenciájára. Az iskolai végzettség fajtáját jelen esetben csak középfokú és felsőfokú végzettség szintjére osztottam, a vizsgálatba bevont minta pedig nem tartalmazta azon kitöltők válaszait, akik pénzügyi irányú végzettséget szereztek.

A két vizsgált változó közötti kapcsolatról elmondható, hogy a Pearson-féle Khi négyzet próba az iskolai végzettség szintje és az összes vizsgálatba bevont fizetési mód között kapcsolatot mutat ($p \leq 0,05$). A felsőfokú végzettséggel rendelkezőkre sokkal inkább jellemző, hogy az új típusú fizetési megoldásokat preferálják, nyitottabbak a korszerűbb fizetési formák használatára, míg háttérbe szorítják a készpénzhasználatot. A középfokú végzettséggel rendelkezőkre még jellemző a nagy arányú készpénzes fizetés, azonban esetükben is látható az elmozdulás főleg a bankkártyás fizetés irányába. Az internetbank és a mobilfizetés használatával kapcsolatban ellentétes használati szokások láthatóak; a középfokú végzettségűekre nagy arányban jellemző, hogy egyáltalán nem használják az internetbankot vagy a mobilfizetést, ezzel szemben a felsőfokú végzettséggel rendelkezők szívesebben alkalmazzák ezen korszerű megoldásokat. A Cramer's V együttható a legszorosabb kapcsolatot az iskolai végzettség és az internetbank (0,246), illetve a mobilfizetés (0,224) között jelezte, mely arra utal, hogy a legújabb fizetési megoldások alkalmazása egyértelműen kapcsolatban van az iskolázottság szintjével (8. ábra).



8. ábra Az egyes fizetési módok használati preferenciái a különböző iskolai végzettséggel rendelkezők körében

Forrás: saját szerkesztés a primer kutatás eredménye alapján (2024)

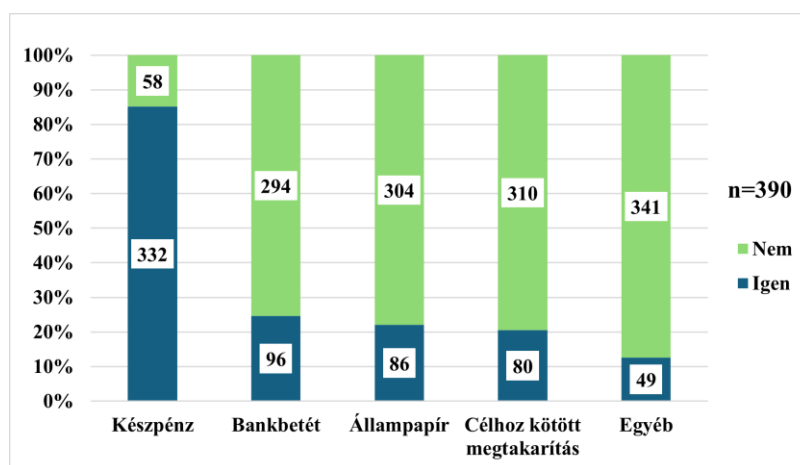
Eredményemet összehasonlítottam más kutatás eredményeivel is, melyek vizsgálták a fizetési módok használatára ható szociodemográfiai tényezőket. Kajdi és Nemecskó (2020) a bankkártyás fizetési mód használatát vizsgálták tanulmányukban, ahol megállapították, hogy negatív összefüggés van az iskolázottság szintje és a készpénzhasználat között, valamint szignifikánsan magasabb az elektronikus fizetési módok (bankkártya, internetbank, mobilfizetés) használata a felsőfokú végzettségűek körében. Németh és szerzőtársai (2017) a 18 és 35 év közöttiek pénzügyi kultúráját mérték fel, ahol felvázolták, hogy a magasabb iskolai végzettséggel rendelkezők pénzügyi tudása jobb, mely nagyobb önbizalommal, magabiztossággal párosul a pénzügyekben. A felsőfokú végzettségűek esetében jellemzőbb a pénzügyi termékek nagyobb arányú ismerete és használata, mely alátámasztja a szignifikáns kapcsolatot az iskolai végzettség és az újszerű fizetési módok alkalmazása között.

3.4.A PÉNZÜGYI KULTÚRA MEGJELENÉSE A MEGTAKARÍTÁSI FORMÁK VÁLASZTÁSI PREFERENCIÁJÁBAN

A pénzügyi kultúra szintje a gyakorlatban megnyilvánul a megtakarítások értékében és összetételében is. Baranyai et al. (2019) szerint az egyének pénzügyi kultúráját lehet a megtakarítá-

si formák szerint is értékelni. Elmondható, hogy minél hosszabb távú és minél összetettebb pénzügyi terméket preferálnak a megtakarítók, annál fejlettebbnek tekinthető a pénzügyi kultúra szintje.

Kutatásomban arra kerestem a választ, hogy a megkérdezettek megtakarításai milyen formában állnak rendelkezésre, a válaszadóknak pedig egyszerre több típusú megtakarítási formát is lehetőségük volt kiválasztani. A felmérésben résztvevők 85,1%-a nyilatkozott úgy, hogy megtakarítását készpénzben vagy bankszámlán tartja lekötés nélkül. Továbbá a válaszadók 24,6%-a rendelkezik bankbetétben, 22,1%-uk állampapírban tartott megtakarítással, míg 20,5% a célhoz kötött megtakarítások (pl.: lakástakarékpénztár, biztosítások) aránya (9. ábra). A kutatás eredményeiben megjelenő magas készpénz és bankbetét arány a megkérdezettek alacsonyabb pénzügyi kultúra szintjére utal, illetve arra, hogy a felmérésben résztvevők nem terveznek hosszú távra és nem tartják szem előtt a jövedelmezőséget sem (Baranyai et al., 2019).



9. ábra A megkérdezettek megtakarítási formái

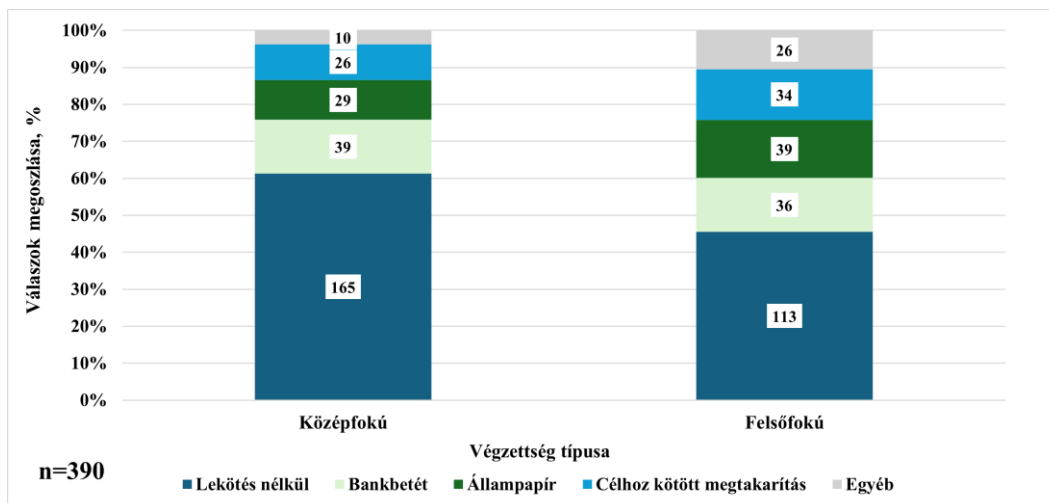
Forrás: saját szerkesztés a primer kutatás eredménye alapján (2024)

Hasonló eredményre jutott a Magyar Bankholding 2024-es reprezentatív felmérése is. Ennek keretében vizsgálták a hazai, 800 ezer forintnál kisebb havi jövedelemmel rendelkezőket, akik úgy nyilatkoztak, hogy 33%-uk készpénzben, 42%-uk pedig folyószámlán, de lekötés nélkül tartja a megtakarítását, 24%-uk pedig állampapírt választott megtakarításának elhelyezési formájaként. A felmérés szerint a megtakarítások képzésénél a lakosság számára fontos szempont, hogy értékálló, rugalmas, de könnyen hozzáférhető, likvid terméket válasszanak (MBH Csoport, 2024). Összességében tehát elmondható, hogy a megtakarítások struktúráját tekintve még mindig jelentős a lekötés nélkül vagy az egyszerűbb pénzügyi konstrukciókban (bankbetét, állampapír) tartott megtakarítások aránya. A nemzetközi összehasonlítást

tekintve, hazánkban is látható az elmozdulás az összetettebb pénzügyi termékek, értékpapírok irányába, mely ugyan alacsony, de javuló pénzügyi kultúrára enged következtetni (Baranyai et al., 2019).

Primer kutatásomban azt vizsgáltam, hogy a megtakarítások struktúrájának meghatározásánál a válaszadókra milyen szociodemográfiai tényezők vannak befolyással. Számos tanulmány kiemeli, hogy az iskolai végzettség és a megtakarítási képesség között pozitív kapcsolat áll fenn, vagyis a végzettség szintjének növekedésével a megtakarítás valószínűsége is emelkedni fog, összetételében pedig bonyolultabb pénzügyi termékek is helyet kapnak (Baranyai et al., 2019). Emiatt primer felmérésemben szignifikáns összefüggést kerestem az iskolai végzettség fajtája és a megtakarítások egyes formái között. Statisztikailag igazolható összefüggés nem igazolódott az iskolázottság, illetve a lekötés nélkül vagy a bankbetétben tartott megtakarítások között. Ezekben az esetekben az iskolai végzettségtől függetlenül, hasonló arányban tartják a válaszadók lekötés nélkül vagy bankbetétben a megtakarításukat. A 10. ábrán látható módon ezeket az egyszerű megtakarítási módokat nagy arányban preferálják a megkérdezettek, mert könnyen elérhető és likvid konstrukciók számukra.

Az állampapírok (szig=0,002), a célhoz kötött megtakarítási formák (szig=0,006) és az egyéb értékpapírok (szig=0,000) esetében azonban a Pearson-féle Khi-négyzetpróba szignifikáns kapcsolatot jelez az iskolai végzettségtől függően, bár ez a kapcsolat mindegyik esetben gyenge. Látható a 10. ábrán, hogy a magasabb iskolai végzettség az összetettebb megtakarítási termékek irányába történő elmozdulást eredményez, mely együtt jár azzal, hogy kisebb arányban tartják lekötés nélkül a pénzüket. A középfokú és felsőfokú végzettség közötti különbség igazolt és valós differenciát eredményez a megtakarítási formák területén annak ellenére, hogy ezen egyének nem részesültek pénzügyi irányú edukációban. Az iskolázottság szintjének és más demográfiai tényező pénzügyi magatartásra, így a megtakarítási formákra is gyakorolt meghatározó hatását több tanulmány is igazolta. Alátámasztásra került, hogy az iskolázottság szintje önmagában nagyobb pozitív hozadékkal bír a pénzügyi magatartás formáira, mint egy szakirányú pénzügyi képzés hatása (Carlson, 2020; Németh, 2022; Hergár et al., 2024).



10. ábra Megtakarítások struktúrája a különböző végzettséggel rendelkező válaszadók körében

Forrás: saját szerkesztés a primer kutatás eredménye alapján (2024)

3.5. A PÉNZÜGYI MAGATARTÁS ÉS PÉNZÜGYI ATTITÜD MEGJELENÉSI FORMÁI

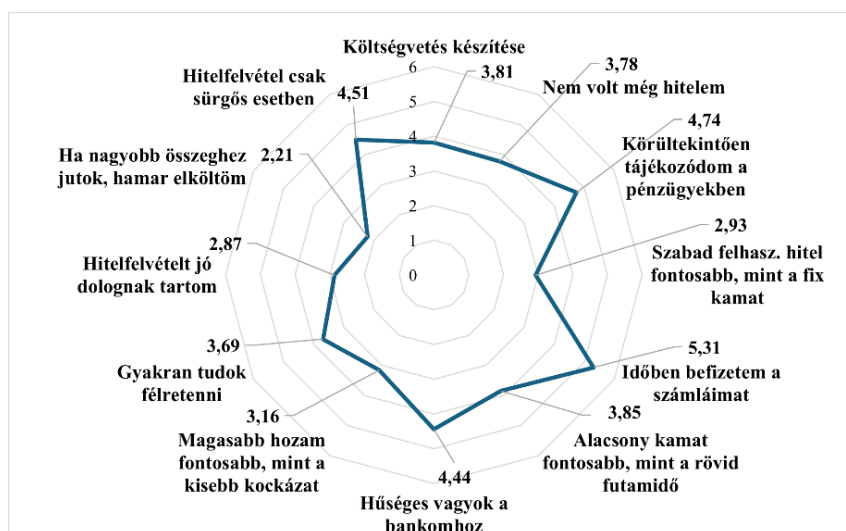
A felmérésem kitért a megkérdezettek pénzügyekkel kapcsolatos attitűdjének, cselekedeteinek vizsgálatára is. 1-től 6-ig terjedő Likert-skála alkalmazásával 12 pénzügyekkel kapcsolatos állítás értékelésére kértem a válaszadókat, melyek értékéből következtetni tudtam a pénzügyi tudatosság szintjére.

A válaszadók saját bevallásuk szerint kifejezetten törekednek a számláik időben történő befizetésére (átlag=5,31, módusz=6). Ezt az is jól mutatja, hogy ezen állításnál volt a legalacsonyabb a szórás értéke is (SD=1,219), mely jelzi, hogy a válaszadók között ezen állítás tekintetében volt a legnagyobb egyetértés. További magasabb értékek láthatóak még a körültekintő tájékozódás (átlag=4,74), és a bankhoz való lojalitás (átlag=4,44) tekintetében is. A hitelfelvétellel kapcsolatos állításokból az látszik, hogy a válaszadók legnagyobb része nem tartja jó ötletnek a hitelfelvételt (átlag=2,87), sőt kifejezetten csak sürgős esetben fordulnak ennek irányába (átlag=4,51), és ilyenkor is fontosabb számukra a fix, alacsony kamatozás, mint a szabad felhasználás vagy a rövidebb futamidő, mely arra enged következtetni, hogy a megkérdezettek óvatosak és körültekintőek a hitelekkel kapcsolatban.

Béres és Huzdik (2022) a fiatal felnőttek hitelfelvételi szokásait vizsgálták 2013-ban és 2020-ban, figyelembe véve a 2008-as pénzügyi válság hitelezésre gyakorolt hatását. Mindkét felmérés eredménye egyértelműen abba az irányba mutatott, hogy nagy mértékű kockázatkerülés és óvatosság jellemző a fiatal felnőttekre, akik a hitelekkel szemben negatív attitűddel rendelkeznek, ha tehetik inkább törekednek a hitelfelvétel elkerülésére. A szerzőpáros kiemeli, hogy bár a kutatásba a 18-25 évesek kerültek bevonásra, az eredmények tükrözik a

köztudatban a hitelekkel szemben megjelenő vélekedést. Mindez a pénzügyi kultúra szempontjából részben megfelelő trend, azonban a gazdaság fejlődése szempontjából visszás helyzetet és „kockázatkerülési csapdát” eredményez (Béres és Huzdik, 2022, p. 51.). A kockázattal való vállalási hajlandóság növelését a pénzügyi kultúra további fejlesztésével lehet számottevően javítani.

Hasonló óvatosság látható a megtakarítások területén is, ahol a válaszadóknak 68,2%-ára nem jellemző a meggondolatlan azonnali költekezés (átlag=2,21), illetve 54,4%-uk pedig gyakran tud megtakarítást képezni (átlag=3,69). Mindezt összevetve az OECD 2023-as pénzügyi kultúrát vizsgáló felmérésének eredményével, az látható, hogy a megkérdezetteknek csupán 44%-ára nem jellemző, hogy csak a mának él, míg szintén csak 42%-uk gondolja úgy, hogy a megszerzett pénzt inkább megtakarításba helyezi, mint elkölti. (OECD, 2023). Következésképpen, a kutatásomban megkérdezettek jóval óvatosabbak a pénzzel való gazdálkodás és takarékoskodás területén, mely megfelelő szintű pénzügyi kultúrára enged következtetni (11. ábra).



11. ábra A pénzügyi attitűddel és magatartással kapcsolatos állítások eredményei

Forrás: saját szerkesztés a primer kutatás eredménye alapján (2024)

Primer kutatásom a pénzügyi tudatosság fontosságának felmérésére is irányult a válaszadók önbevallása alapján. Elemzésem során arra kerestem a választ, hogy annak mértéke, hogy a megkérdezettek mennyire tartják fontosnak, hogy pénzügyileg tudatosak legyenek, összefüggésben áll-e a mindennapi pénzügyi magatartásukkal (**H1.a hipotézis**). A függetlenségvizsgálat során a pénzügyi tudatosság fontossága és a 12 pénzügyi attitűddel, magatartással kapcsolatos tudás között kerestem szignifikáns összefüggést. A Pearson-féle Khi-négyzet 5 állítás esetében igazolt kapcsolatot a két változó között.

A 4. táblázat alapján látható, hogy a legjelentősebb kapcsolat a körültekintő pénzügyi döntések esetében igazolódott, de a körültekintésen kívül gyenge kapcsolat látható még az időben történő számlabefizetésre való törekvés esetében is. Minél inkább fontosnak tartják a pénzügyekben való jártasságot, annál inkább igyekeznek ennek megfelelő döntéseket hozni, főleg a hitelek és a megtakarítások területén. Azon megkérdezettek, akik fontosnak tartják a pénzügyi jártasságot jóval kockázatkérülőbbek, óvatosabbak is, nagyobb arányban jellemző rájuk, hogy csak a legszükségesebb esetben folyamodnak hitelfelvételhez, ezt kikerülendő, gyakrabban is tesznek félre pénzt, illetve, ha nagyobb összeghez jutnak, a jövőtervezés céljából inkább félreteszik. Ezen törekvések mind a pénzügyi kultúrájuk magasabb szintjére engednek következtetni, valamint számukra a pénzügyi tudatosság jelentősége nem kizárólag elméleti formában jelenik meg, így a *H1.a hipotézist igazoltnak tekintem*.

4. táblázat A pénzügyi tudatosság fontossága és a pénzügyi attitűddel, magatartással kapcsolatos állítások függetlenségvizsgálata

Megnevezés/állítások		Körültekintő pénzügyi döntés	Számlákat időben befizetem	Gyakran tudok félretenni	Jelentős összeghez jutok, inkább elköltöm	Csak sürgős esetben veszek fel hitelt
Pénzügyi tudatosság fontossága	Pearson-féle Khi-négyzet	0,000	0,002	0,000	0,000	0,000
	Cramer's V	0,243	0,165	0,177	0,175	0,188

Forrás: saját szerkesztés a primer kutatás eredménye alapján (2024)

3.6.FENNTARTHATÓSÁGGAL KAPCSOLATOS ATTITŰD ÉS MAGATARTÁS MEGJELENÉSI FORMÁI

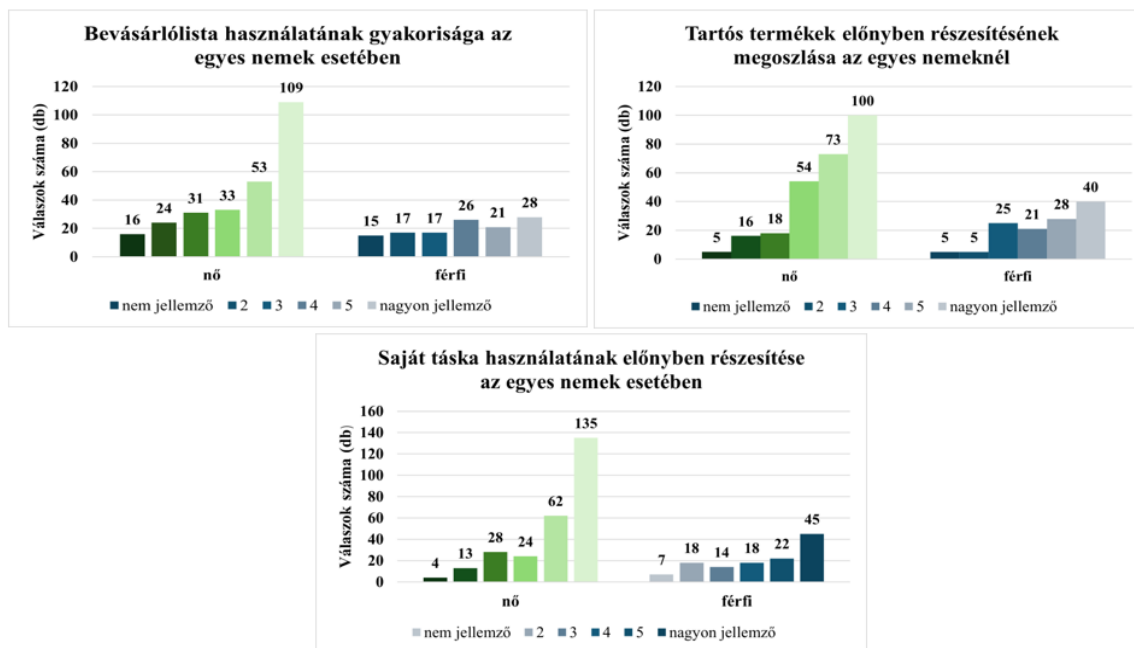
A felmérés kiterjedt a megkérdezettek fenntarthatósággal kapcsolatos cselekedeteinek elemzésére is. A szakirodalom is rávilágít, hogy a zöld pénzügyi termékek piacépítése során a lakosságnak nem elegendő a pénzügyi ismereteire fókuszálni, szükséges a környezetvédelmi ismereteik, attitűdjük felmérése, fejlesztése (Bethlendi et al., 2021). A megkérdezettek fenntarthatósággal kapcsolatos preferenciáit 1-től 6-ig terjedő Likert-skála alkalmazásával mértem fel. A válaszokból képzett átlageredmény (4,76) azt mutatja, hogy a válaszadók is felismerték a környezetvédelem fontosságát és ennek érdekében több olyan cselekedetet is végeznek, mely ezt a célt szolgálja. Népszerű köreikben az energiatakarékosság (4,44), szelektív hulladékgyűjtés (4,65), míg legkisebb mértékben a tömegközlekedés előnyben részesítésére hajlandóak (3,86). Mindez hasonló eredményt mutat Bethlendi és szerzőtársai (2021) által végzett lakossági zöldpénzügyi felmérés következtetéseivel. Az általuk megkérdezettek is önbevallás alapján felismerték a környezettudatosság jelentőségét, kétharmaduk számára pedig

elsődleges fontosságú a szelektív hulladékgyűjtés és az energiatakarékosság beépítése a mindennapokba. Ezzel szemben a közlekedési formákat illetően még mindig az autó és a motor-kerékpár a leginkább preferált közlekedési eszköz, míg a gyaloglás és a tömegközlekedés választását a távolság és az infrastruktúra határozza meg. Hasonló eredményt mutatott Tóth és Kozma (2016) kutatása is, ahol nyilvánvalóvá vált, hogy a megkérdezettek 96%-a rendszeresen gyűjti szelektíven a hulladékot, viszont alacsony azok aránya (24%), akik hajlandóak mellőzni az autóhasználatot. A tanulmány pedig kimutatta, hogy a környezettudatos cselekedetek jellegét és szintjét a demográfiai tényezők, így többek között a nem is befolyásolja.

Az elemzés során azzal a feltevessel éltem, hogy az egyes nemek eltérő módon vélekednek a fenntarthatósággal kapcsolatban és más formában tesznek is érte a hétköznapiakban. A fenntarthatóság fontosságát mindkét nem felismerte, így az egyes nemek és a fenntarthatósági törekvések prioritása között nem volt igazolható összefüggés ($\text{szig}=0,143$). Azonban a környezetvédelem jegyében tett cselekedeteket eltérő módon részesítik előnyben a nők és a férfiak. Szignifikáns, de gyenge kapcsolat áll fenn a nem és a tartós termékek vásárlása ($\text{szig}=0,003$), bevásárlólista ($\text{szig}=0,002$) és saját táska, kosár használata ($\text{szig}=0,000$) között. A válaszok gyakoriságának egyenletesebb eloszlásából látható, hogy a férfi megkérdezettek számára nem jelent prioritást sem a saját táska, sem a bevásárlólista használata vagy a tartósabb termékek előnyben részesítése. A megkérdezett női válaszadók viszont mindhárom esetben nagyobb arányban építik be ezeket a környezettudatos cselekedeteket a mindennapjaikba, mint a férfiak, mely sajátos háztartási szerepükből is adódik. A nők hozzák meg a háztartással kapcsolatos döntések többségét, ők végzik a napi fogyasztási cikkek beszerzését is, így jóval tudatosabbak a vásárlási szokásaik. A nők által fontosnak ítélt értékek megjelennek a vásárlási szokásaikban is, mellyel a nők hamar a zöld termékek használóivá és népszerűsítőivé válnak (Lukács és Papp-Váry, 2023). Ehhez az is hozzájárul, hogy a nők személyes zöld attitűdje jelentősen jobb, mely a hétköznapiakban is mérhető a cselekedeteik, preferenciáik alapján (Bethlendi és Póra, 2021).

A nők a fenntarthatósági cselekedetek más fajtáinál is jóval megfontoltabbak a férfiakkal szemben. Egy brit közvéleménykutatás alapján a nők nagyobb arányban fordítanak figyelmet a vízfelhasználásra, a komposztálás mértékére és az energiatakarékosságra is (Lukács és Papp-Váry, 2023). Primer kutatásomban szignifikáns kapcsolat azonban csak a vásárlással összefüggő zöld cselekedetek (tartós termékek vásárlása, bevásárlólista, saját táska és kosár használata) esetében igazolódott, míg az energiatakarékosság esetében azt mondhatjuk, hogy

mindkét nem ugyanolyan fontosnak tartja az energiatakarékosságot az életében és törekszik is erre a mindennapok során (12. ábra).



12. ábra Fenntarthatósággal kapcsolatos cselekedetek gyakorisága az egyes nemek esetében

Forrás: saját szerkesztés a primer kutatás eredménye alapján (2024)

A függetlenségvizsgálat keretében a demográfiai változók hatásán túl arra voltam kíváncsi, hogy a környezetvédelem fontosságának egyéni szubjektív megítélése kapcsolatban áll-e a környezetvédelemért tett erőfeszítésekkel (**H1.b hipotézis**). A Pearson-féle Khi-négyzet próba mindegyik vizsgálatba bevont környezettudatos magatartásforma között igazolt kapcsolatot. A környezetvédelem fontosságának megítélése közepes kapcsolatban áll az energiatakarékosság, a szelektív hulladékgyűjtés és a tartósabb termékek vásárlásával, vagyis e cselekedetek preferálása esetén meghatározó mozgatóerő, hogy a válaszadók felismerték a probléma jelentőségét. Nagy (2018) kutatása is megerősíti, hogy az átlagosnál magasabb szintű környezettudatossággal bíró egyének igazoltan több zöld cselekedetet is végeznek a mindennapok során. Ezzel szemben saját táska, tömegközlekedés és bevásárlólista alkalmazásánál igazolt gyenge szignifikáns összefüggés más erősebb motiváló szempontok szerepére enged következtetni. Bethlendi és szerzőtársainak (2021) tanulmánya is rámutat, hogy a személyes zöld attitűdre és cselekvésekre ható tényezők között a legerősebb mozgatórugó az anyagi motívum, ezt követi a saját elköteleződés (5. táblázat).

5. táblázat Környezetvédelem fontossága és a környezettudatos cselekvések függetlenségvizsgálata

Megnevezés/állítások		Energiatakarékosság	Szelektív hulladékgyűjtés	Tartós termékek vásárlása	Saját táska	Tömegközlekedés	Bevásárlólista
Környezetvédelem fontossága	Pearson Khi-négyzet	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	Cramer's V	0,474	0,390	0,380	0,280	0,196	0,189

Forrás: saját szerkesztés a primer kutatás eredménye alapján (2024)

Felmérésemben amellet, hogy igazolásra került a kapcsolat külön a pénzügyi attitűd és magatartásformák, valamint külön a zöld attitűd és magatartásmódok között, megvizsgáltam a pénzügyi és zöld attitűd közötti kapcsolat meglétét is, melyről úgy gondolom, hogy hatással lehet a zöld pénzügyi kereslet szintjére. A környezettudatos attitűd és a pénzügyi gazdálkodás között meglévő kapcsolatot az MNB (2022) felmérése is igazolta, alátámasztásra került, hogy a pénzügyileg tudatos háztartások környezettudatosabbak is. Elemzésemben így arra kerestem a választ, hogy a pénzügyi tudatosság fontosságának egyéni megítélése kapcsolatban áll-e a környezettudatosság jelentőségének felismerésével. A keresztábra-elemzés mindezt 5%-os szignifikanciaszint mellett igazolta is (szig=0,002), bár a kapcsolat gyenge (Cramer's V=0,165). Az eredmény tehát rávilágít arra, hogy a zöld pénzügyi keresletre ható tényezők vizsgálatánál tekintettel kell lenni a pénzügyileg tudatos és a környezettudatos attitűdre egyaránt, melyet elemzésemben részletesen bemutatok.

3.7.ZÖLD PÉNZÜGYEKKEK KAPCSOLATOS ISMERETEK, ATTITÜDÖK ELEMZÉSE

Felmérésem másik területe a zöld pénzügyi termékekkel kapcsolatos ismeretek, pénzügyi szolgáltatások használati szokásainak vizsgálatára fókuszált, szintén Likert-skálán mérve. A skálán az 1-es érték jelentette azt, hogy a válaszadó az adott konstrukciót nem ismeri, nem használja; a 4-es érték az adott termék rendszeres használatát, ismeretét jelentette. A megadott válaszok átlageredményeiből látható, hogy a különböző zöld pénzügyi termékek ismertségi és használati szintje nagyon alacsony. Ez alól kivételt képez az elektronikus fizetés (átlag=3,33) és számlakivonat (átlag=2,98), melyek a zöld befektetési alaphoz, kötvényhez, hitelhez és bankkártyához képest jóval ismertebb és gyakrabban használt termékeknek tekinthetők.

A zöld pénzügyi konstrukciók alacsony ismertségének alátámasztására szolgál az a tény is, hogy a beérkezett válaszok szórása az elektronikus számlakivonat és fizetést leszámítva alacsony volt, vagyis a megkérdezettek véleménye a témában közel egybehangzó. Az egyes kérdések esetében a módusz értékét vizsgálva az látható, hogy az elektronikus számla-

kivonat és fizetés kivételével a megadott zöld pénzügyi megoldásokat vagy nem ismerik, vagy ismerik, de nem használják a megkérdezettek (6. táblázat).

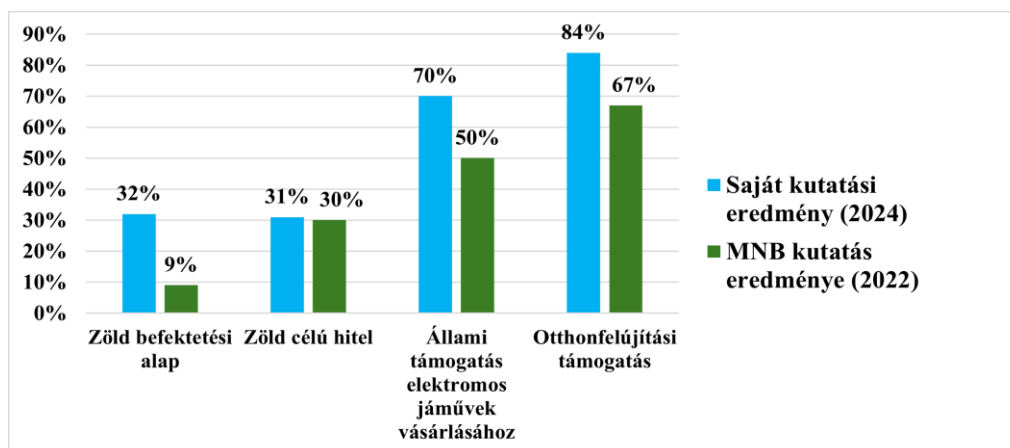
6. táblázat Zöld pénzügyi termékek ismerete és használata a válaszadók körében

Zöld pénzügyi termék fajtája	Átlag	Szórás (SD)	Módusz
<i>Zöld befektetési alap</i>	1,36	0,561	1
<i>Zöld hitel</i>	1,34	0,550	1
<i>Zöld kötvény</i>	1,32	0,527	1
<i>Zöld bankkártya</i>	1,41	0,661	1
<i>Állami támogatás elektromos járművekre</i>	1,82	0,656	2
<i>Otthonfelújítási támogatás</i>	2,16	0,768	2
<i>Elektronikus számlakivonat</i>	2,98	1,048	4
<i>Elektronikus fizetés</i>	3,33	0,852	4

Forrás: saját szerkesztés a primer kutatás eredménye alapján (2024)

Az MNB Zöld Pénzügyi Jelentése (2022) felhívja a figyelmet egy reprezentatív kutatás eredményére, mely szerint a megkérdezettek 83%-a ismer legalább egy zöld pénzügyi terméket (a választható alternatívák között különböző otthonfelújítási támogatások, állami támogatás elektromos jármű vásárlásához, zöld hitel és befektetési alap szerepelt), de közülük még 81% soha nem használta ezen lehetőségeket.

Mindezt saját kutatásomra vetítve és csak az MNB-felmérésben megadott, azonos zöld pénzügyi termékfajtákat vizsgálva (zöld hitel és befektetési alap, állami támogatás elektromos jármű vásárlásához és otthonfelújítási támogatások) az látszik, hogy az általam megkérdezettek 86,9%-a ismert legalább egy zöld pénzügyi megoldást a megadott konstrukciók közül. Ez az arány összhangban áll az MNB-kutatás eredményével, miszerint a zöld pénzügyi termékek ismertek a lakosság körében, de kihasználtságuk meglehetősen alacsony. A termékek ismertségi szintjéről látható, hogy a legjelentősebb az otthonfelújítást és az e-járművek vásárlását célzó támogatások ismertsége mindkét kutatás eredménye alapján, míg legkevésbé a zöld befektetési alapokat ismerik (MNB, 2022). Az otthonfelújítási támogatások magasabb ismertségét indokolja, hogy az MNB a hazai zöld pénzügyi átállást az ingatlankorszerűsítés oldaláról kezdte meg, így ezen konstrukció már ismert a lakosság körében (Matolcsy, 2022). Az eredmények összehasonlításának azonban korlátját képezi, hogy az MNB felmérése egy 2 évvel korábbi reprezentatív kutatás volt, felmérésem esetében pedig nem teljesülnek a reprezentativitás feltételei (13. ábra).



13. ábra A zöld pénzügyi termékek ismertsége két kutatás eredménye alapján

Forrás: saját szerkesztés az MNB kutatási eredménye (2022) és saját kutatás (2024) alapján

Keresztábra-elemzés keretében azt vizsgáltam, hogy az iskolai végzettség szintje befolyásolja-e a zöld pénzügyi termékek ismeretét, használatát, feltételeztem, hogy nincs összefüggés a két változó között, mert ezen pénzügyi megoldások végzettségtől függetlenül ismeretlenek a megkérdezettek számára (**H3. hipotézis**). Azonban szignifikáns összefüggés minden egyes zöld pénzügyi konstrukciót illetően ($p \leq 0,05$) igazolódott, de eltérő erősségű a kapcsolat. Az egyes zöld pénzügyi termékek között lehet két különböző csoportot képezni, az ismertség és használat alapján.

A zöld befektetési alap, hitel, kötvény és bankkártya esetében látható a legalacsonyabb ismertségi arány, de iskolai végzettségtől eltérő mértékű az arány. Legnagyobb arányban a középfokú végzettségűek nem találkoztak még a felsorolt zöld pénzügyi megoldásokkal, esetükben ez 77,1%, azonban a felsőfokú végzettségűek esetében is még ez az arány 66,9%. Ugyanakkor a pénzügyi végzettséggel rendelkezők között fele-fele arányban vannak azok, akik ismerik és nem ismerik a felsorolt zöld pénzügyi szolgáltatásokat, bár nagyon alacsony arányban használják (átlagosan 5,0%). A felsőfokú végzettségűek körében az említett módon bár többségben vannak, akik még nem találkoztak a felsorolt pénzügyi termékekkel, mégis mind a négy zöld pénzügyi terméket nagyobb arányban használták már más végzettségűekhez viszonyítva. Jól látható tehát az iskolai végzettség szignifikáns hatása, miszerint a pénzügyi végzettség együtt jár a zöld pénzügyekkel kapcsolatos tudásszinttel, de aktív használatot kevésbé eredményez; ezzel szemben a felsőfokú végzettségűek körében az alacsonyabb ismertségi szint mellé magasabb használati arány párosul, a középfokú végzettség pedig nagyon alacsony ismertséghez és használatához vezet.

Az iskolai végzettség hatását a pénzügyi termékismeretre, termékhasználatra több tanulmány is vizsgálta már. Németh és szerzőtársainak (2017) kutatási eredménye azt mutatja, hogy a felsőfokú végzettségűek magasabb pénzügyi tudással, így szignifikánsan magasabb pénzügyi termékismerettel rendelkeznek, melyhez sokrétűbb termékhasználat is párosul, mindez összhangban áll jelen felmérésem eredményével. Zsótér és szerzőtársai (2017) pedig arra mutattak rá, hogy a pénzügyi végzettséggel bírók hiába rendelkeznek megfelelő tudásszinttel, termékismerettel, mégsem eredményez esetükben magasabb szintű pénzügyi kultúrát. A Cramer's V együttható szerint az iskolai végzettség hatása a zöld kötvény esetében a legjelentősebb, ahol látható, hogy csak a felsőfokú végzettségűek használják ezt a lehetőséget, míg a zöld bankkártya esetében kevésbé szignifikáns az iskolai végzettség hatása (7. táblázat).

7. táblázat Az iskolai végzettség és a zöld pénzügyi termékek ismeretének, használatának függetlenségvizsgálata

Megnevezés		Zöld pénzügyi termék ismerete, használata (fő)			Összesen (fő)	Pearson Khi-négyzet	Cramer's V
		Nem ismeri (fő)	Ismeri, de nem használja (fő)	Használja (fő)			
Zöld befektetési alap	középfokú végzettség	145	41	4	190	0,000	0,184
	felsőfokú végzettség	85	38	9	132		
	pénzügyi végzettség	30	33	5	68		
Zöld hitel	középfokú végzettség	148	39	3	190	0,000	0,189
	felsőfokú végzettség	89	36	7	132		
	pénzügyi végzettség	30	32	6	68		
Zöld kötvény	középfokú végzettség	154	36	0	190	0,000	0,223
	felsőfokú végzettség	88	36	8	132		
	pénzügyi végzettség	35	33	0	68		
Zöld bankkártya	középfokú végzettség	139	46	5	190	0,000	0,180
	felsőfokú végzettség	91	28	13	132		
	pénzügyi végzettség	30	32	6	68		

Forrás: saját szerkesztés a primer kutatás eredménye alapján (2024)

A vizsgálatba bevont termékek második csoportjába olyan zöld pénzügyi megoldások kerültek, amelyek nagyobb ismertségi, használati aránnyal rendelkeznek. Az iskolai végzettség szignifikáns hatása ezekben az esetekben is mérhető volt ($p \leq 0,05$). Az elektromos járművekre és az otthonfelújításra nyújtott támogatások esetében iskolai végzettségtől függetlenül magasabb azok aránya (átlagosan 63,6%), akik ismerik, de nem használják ki a támogatási lehetőségeket, vagyis ezen esetekben a termékismeret szintje már megfelelőnek mondható. A szignifikáns összefüggés a középfokú végzettségűeknél szembetűnő, mert mindkét konstrukció esetében alacsony termékismerettel rendelkeznek. Ezzel szemben a felsőfokú végzettségűeknél jelen esetben is a legmagasabb a termékhasználat aránya, vagyis igazolt gyenge összefüggés van az iskolázottsági szint és a zöld pénzügyi megoldások között (8. táblázat).

8. táblázat Az iskolai végzettség és a zöld pénzügyi termékek ismeretének, használatának függetlenségvizsgálata

Megnevezés		Zöld pénzügyi termék ismerete, használata (fő)			Összesen (fő)	Pearson Kínégyszet	Cramer's V
		Nem ismeri (fő)	Ismeri, de nem használja (fő)	Használja (fő)			
Állami támogatások elektromos járművek vásárlásához	középfokú végzettség	71	106	13	190	0,002	0,162
	felsőfokú végzettség	35	80	17	132		
	pénzügyi végzettség	9	54	5	68		
Otthonfelújítási támogatás	középfokú végzettség	39	109	42	190	0,014	0,143
	felsőfokú végzettség	18	80	34	132		
	pénzügyi végzettség	6	45	17	68		
Elektronikus számlakivonat	középfokú végzettség	31	52	107	190	0,000	0,182
	felsőfokú végzettség	10	27	95	132		
	pénzügyi végzettség	3	11	54	68		
Elektronikus fizetés	középfokú végzettség	8	44	138	190	0,000	0,181
	felsőfokú végzettség	5	17	110	132		
	pénzügyi végzettség	3	3	62	68		

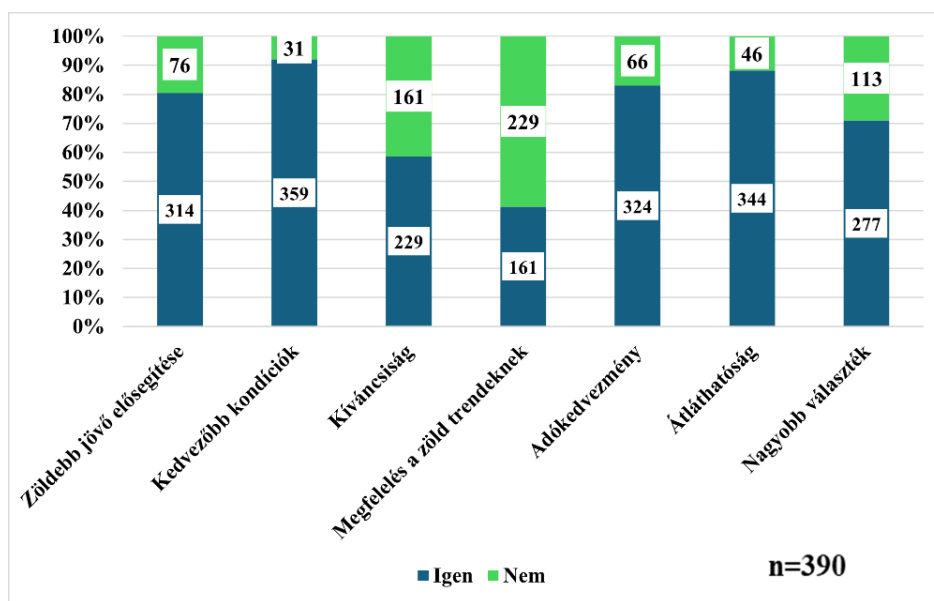
Forrás: saját szerkesztés a primer kutatás eredménye alapján (2024)

Az elektronikus számlakivonat és fizetés esetében már nem csak a termékismeret, de a termékhasználat szintje is magasabb, ugyanakkor az iskolázottság itt is mérvadó szereppel bír. Legnagyobb arányban a pénzügyi végzettséggel rendelkezők használják mindkét megoldást (átlagosan 85,3%-os aránnyal), legkisebb mértékben pedig jelen esetben is a középfokú végzettségűek nyitottak a termékhasználatra. Kiemelendő, hogy az elektronikus számlakivonatot és elektronikus fizetés esetében nagyon alacsony, 6,8% azok aránya, akik sosem találkoztak még ezekkel a megoldásokkal (8. táblázat). Más demográfiai változó és a zöld pénzügyi termékismeret, termékhasználat esetében szignifikáns kapcsolatot nem mértem.

Összességében mindegyik zöld pénzügyi termék esetében bár eltérő módon, de szignifikáns az iskolai végzettség befolyásoló ereje (**H3. hipotézis**). Mindez nagyobb mértékben a legújabb zöld pénzügyi megoldásoknál (zöld befektetési alap, hitel, kötvény, bankkártya) mérvadó, melyek nagyon újszerű, emiatt ismeretlen konstrukcióknak minősülnek, szemben a zöld átállást segítő támogatásokkal és az elektronikus számlakivonattal, fizetéssel. Balázsné (2013) kiemeli, hogy az iskolai végzettség szintje nem feltétlenül az adott témaspecifikus ismeretek átadása szempontjából releváns, hanem a magasabb végzettség egy olyan mértékű biztos alaptudást tud garantálni, melyre a legújabb ismereteket lehetne építeni, akár a zöld pénzügyekkel kapcsolatban. A stabil alaptudás fontosságát erősíti, hogy napjaink globalizált és digitalizált világában a pénzügyi termékek is egyre bonyolultabbá válnak, folyamatosan megújulnak, azonban a biztos pénzügyi tudás segíthet az ezzel járó kihívásokat, kockázatokat mérsékelni, az alkalmazkodást megkönnyíteni. A helyzetet viszont nehezíti a lakossági felhasználókra jellemző passzív hozzáállás, melyhez párosul, hogy a megszokott és általuk használt banki szolgáltatásokon kívül az újabb piacra kerülő pénzügyi termékek iránt minimális mértékben érdeklődnek, mindez pedig magyarázatul szolgálhat a felmérésben szereplő zöld pénzügyi termékek ismereti és használati szintjére (Németh, 2017). Sárvári (2022) szerint a gazdasági szereplők hiába rendelkeznek megfelelő ismeretekkel a fenntarthatóság témakörében, nem állnak készen azok értelmezésére és az aktív alkalmazkodásra sem, mely nehezíti a zöld pénzügyi kapacitásfejlesztést, ez a megállapítás saját kutatásom esetében is beigazolódott.

3.8. A ZÖLD PÉNZÜGYI MEGOLDÁSOK NÉPSZERŰSÍTÉSI LEHETŐSÉGEI, MOTIVÁLÓ TÉNYEZŐI
Fontosnak tartottam vizsgálni, hogy a megkérdezetteket mi motiválná arra, hogy egy zöld pénzügyi terméket válasszanak egy hagyományos pénzügyi megoldással szemben. A legnagyobb motiváló ereje a kedvezőbb kondícióknak, vagyis az alacsonyabb költségeknek, befektetések esetén pedig a magasabb hozamnak lenne. Mindez a válaszadók 92,1%-át motiválná,

míg az átláthatóság, biztonság garantálása 88,2%-os arányban bírna motiváló erővel. 83,1% fordulna még a zöld pénzügyi lehetőségek irányába, ha attól esetleges adókedvezményt remélhetne. Kiemelendő, hogy a megkérdezettek több, mint felét (58,7%) egyáltalán nem motiválja az, hogy megfeleljen a zöld trendeknek a pénzügyek világában, viszont 80,5% szeretné pénzügyi döntéseivel elősegíteni egy zöldebb jövő megteremtését. Pozitívan értékelendő, hogy mindössze 8 olyan válaszadó volt, akiket egyetlen felkínált lehetőség sem motiválna arra, hogy zöld pénzügyi terméket válasszon, míg a válaszadók döntő része nyitott az ezirányú motiválásra, változtatásra (14. ábra).



14. ábra A zöld pénzügyi termékek választásának motiváló eszközei

Forrás: saját szerkesztés a primer kutatás eredménye alapján (2024)

Szakirodalmi áttekintést nézve, Bethlendi és Póra (2021) tanulmányában vizsgálta a lakossági zöld pénzügyek iránti kereslet fő hajtóerőit. A vizsgálat eredményei rámutatnak, hogy a reprezentatív felmérésben résztvevők számára az anyagi motívum a legfontosabb tényező a zöld pénzügyeket illetően. Mindezt vizsgálták a megtakarítási lehetőségek esetében is, ahol a legdominánsabb tényezőnek az érthetőséget, hozamot és kockázatot tartották a válaszadók, bár a környezeti előnyök is megjelentek döntési szempontként. Ezek a zöld hasznossági tényezők a lakáshiteleknel sem a legfontosabbak: a fogyasztók akkor lennének hajlandóak zöld célú lakáshitelt választani, ha amiatt jelentős, 15%-os engedményt kapnának a törlesztőrészlet összegéből, melyhez állami támogatásra lenne szükség. Tóth és Kozma (2016) felmérése pedig megerősítette, hogy nagyon alacsony azok aránya, akik hajlandóak lennének anyagi áldozatot hozni a zöldebb jövő érdekében. A tanulmányok tehát megerősíti primer felmérésem azon eredményét is, hogy bár a válaszadók számára fontos a zöld célok elősegítése a pénzügyekben, azonban az anyagi szempontok jóval markánsabban megjelennek az ezirányú dön-

tésekben. A nemzetközi szakirodalom is rávilágít, hogy a zöld pénzügyi termékek elterjedését nehezíti, hogy a piacon számos más, olcsóbb alternatíva érhető el, azonban Európában a zöld pénzügyi termékek piaci növekedése már elindult, bár korai szakaszban jár (Mohd – Kaushal, 2018).

Függetlenségvizsgálat keretében vizsgáltam, hogy a pénzügyi tudatosság és a környezettudatosság fontosságának egyéni, szubjektív megítélése kapcsolatban áll-e az egyes motiváló tényezőkkel (**H4. hipotézis**). A Pearson-féle Khi-négyzet próba 5%-os szignifikancia szint mellett a pénzügyi- és környezettudatosság, valamint a legtöbb felsorolt tényező között igazolt kapcsolatot, vagyis a pénzügyi és zöld attitűd befolyásoló erővel bír a zöld pénzügyek irányába való elmozdulást motiváló tényezők preferenciájára. A pénzügyi tudatosság fontosságának egyéni megítélése leginkább az anyagi motivációs tényezőkkel áll kapcsolatban; minél fontosabb a megkérdezetteknek a pénzügyi tudatosság, annál inkább lehet őket kedvezőbb kondíciókkal (pl.: alacsonyabb költségek, magasabb hozam), vagy adókedvezményekkel motiválni, de fontos számukra a biztonság és átláthatóság garantálása is, mely a pénzügyekben kulcsfontosságú.

A környezetvédelem fontosságának megítélése közepes kapcsolatban áll a zöldebb jövő megteremtését célzó motiváló tényezővel. Minél fontosabb a válaszadó számára a környezetvédelem, annál inkább lehet azzal befolyásolni, ha egy zöld pénzügyi terméket választ, akkor segítheti a zöldebb jövő megteremtését, de rájuk hatással van még a biztonság garantálása is, bár ezesetben a kapcsolat gyenge (9. táblázat). A környezetvédelem fontosságát felismerő egyének számára sem elhanyagolhatóak az anyagi szempontok, hiszen a Cramer's V együtttható itt is gyenge kapcsolatot mutat.

Ezzel szemben Bethlendi és Póra (2021) kutatásában vizsgálta a motivációs eszközök preferenciájára ható tényezőket is, ahol megállapították, hogy nincs szignifikáns összefüggés a pénzügyi érdeklődés és a zöld kereslet között, de a globális zöld attitűd gyenge-közepes kapcsolatban áll a zöld pénzügyi termékek iránti kereslettel. Vagyis eredményük azt mutatja, hogy a zöld pénzügyi termékek iránt jóval nyitottabbak a környezettudatosságra érzékeny emberek, mint a pénzügyek iránti érdeklődő megkérdezettek, így jelentősebb a zöld attitűd hatása a pénzügyihez képest (9. táblázat).

9. táblázat A pénzügyi tudatosság és a környezetvédelem fontosságának, valamint a zöld pénzügyi motivációs tényezők függetlenségvizsgálata

Megnevezés/állítások		Zöldebb jövő megteremtése	Kedvező kondíciók	Megfelelés a zöld trendnek	Adókedvezmény	Biztonság	Nagyobb kínálat
Pénzügyi tudatosság fontossága	Pearson Khi-négyzet	0,021	0,000	0,863	0,001	0,000	0,001
	Cramer's V	0,172	0,240	–	0,216	0,244	0,215
Környezetvédelem fontossága	Pearson Khi-négyzet	0,000	0,015	0,003	0,003	0,000	0,004
	Cramer's V	0,312	0,190	0,216	0,214	0,256	0,212

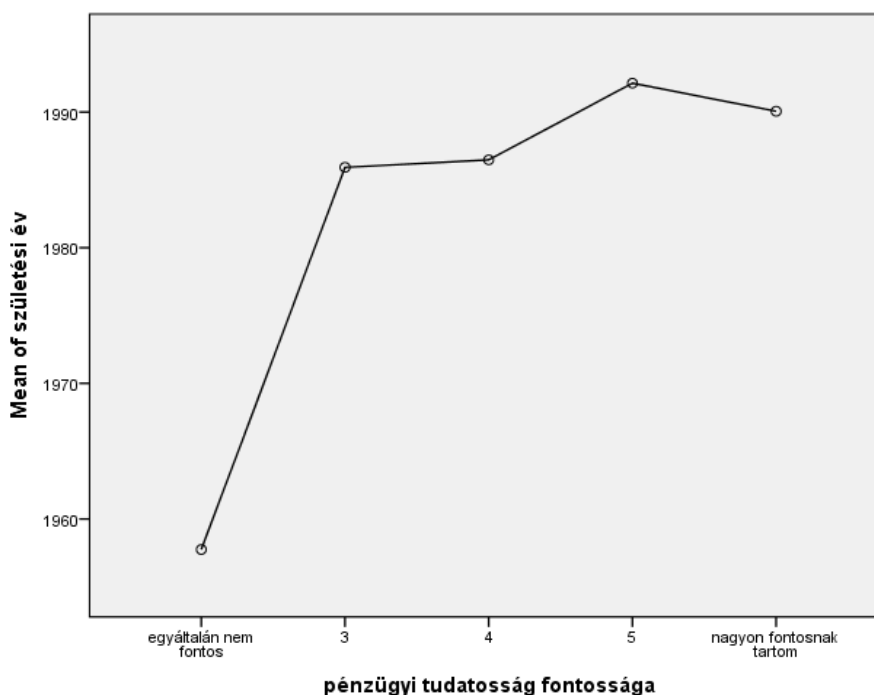
Forrás: saját szerkesztés a primer kutatás eredménye alapján (2024)

Összességében látható, hogy a zöld pénzügyi termékek motivációs irányának meghatározásánál érdemes lehet mind a pénzügyi értelemben tudatos, mind a környezettudatos emberek megszólítása. Ezt erősíti meg az MNB (2022) felmérése is, hogy a környezettudatosság és a pénzügyekkel való gazdálkodás között kapcsolat van, a pénzügyi értelemben tudatos háztartások előnyben részesítik a környezetkímélő megoldásokat, bár főleg az anyagi előnyök miatt. Hasonló eredményre jutottam a primer felmérésben is, ahol azzal a feltevessel éltem, hogy a pénzügyi tudatosság fontosságának és a környezettudatosság jelentőségének egyéni megítélése között kapcsolat van. Mindez 5%-os hibaszint mellett igazolódott is, de a kapcsolat gyenge (szig=0,002; Cramer's V=0,165).

3.9. AZ EGYES GENERÁCIÓK ELTÉRŐ PÉNZÜGYI, KÖRNYEZETVÉDELMI ATTITÚDJEI, MAGATARTÁSA

Napjainkban egyre több területen ismerik fel az egyes generációk közötti különbségek jelentőségét, melyek eltérő értékítéleteket eredményeznek a pénzügyek területén is. Ennek oka, hogy az egy generációba tartozó egyéneket ugyanazon trendek, hatások formálták, így megfelelően jellemezhetőek az azonosságaik alapján és megkülönböztethetőek a többi generációtól a pénzügyek területén is (Komár, 2018; Garai-Fodor és Csiszár-Kocsir, 2019). Az eltérő vélekedés megnyilvánul többek között a pénzügyi tudatosság fontosságának egyéni megítélésében is, melyet az ANOVA-vizsgálat is igazolt. Eszerint szignifikáns különbség van a születési év és a pénzügyi jártasság jelentőségének egyéni, szubjektív megítélésében, azaz az egyik korosztály szignifikánsan eltérően vélekedik erről a kérdésről (F=5,600; Sig=0,000). A Baby Boomer és a Veterán generáció teljesen eltérő módon vélekedik a pénzügyi tudatosságról és nem tulajdonítanak neki nagy jelentőséget, ezzel szemben más generációk tagjai sokkal na-

gyobb arányban ismerték fel a pénzügyekben való jártasság szerepét (15. ábra). A Likert-skálán megadott válaszokból képzett átlageredmények is hasonló eredményre engednek következtetni, ugyanis a Baby Boomer és Veterán generáció tagjai átlagosan 4,86-ra értékelték a pénzügyi jártasság meghatározó szerepét, míg más generációknál mindez jóval magasabb (X generáció: 5,30; Y generáció: 5,11; Z generáció: 5,42). Elmondható, hogy az ANOVA-vizsgálat által felvázolt eredmények is alátámasztják, hogy az életkor képes jelentős befolyást gyakorolni az egyén pénzügyekkel kapcsolatos attitűdjére és ezáltal a mindennapi magatartásformákra is, melyet elemzésemben részletesen bemutatok.



15. ábra Pénzügyi tudatosság fontosságának egyéni megítélése az életkor függvényében

Forrás: SPSS kimenet a primer kutatás eredményei alapján (2024)

Tudományos Diákköri Dolgozatomban az életkorok alapján lehatárolt és a demográfiai eredmények értékelésénél bemutatott négy generáció (Baby Boomer, X, Y és Z generáció) pénzügyekben és környezetvédelemben megjelenő sajátosságait mutatom be a primer kutatás eredményeinek felhasználásával, összevetve a szakirodalomban megtalálható jellemzésekkel. Kutatásomban célul tűztem ki, hogy feltárjam az egyes generációk pénzügyi és a környezettudatossági attitűdjét, viselkedésformáit, azzal a feltevéssel, hogy a vizsgált korosztályok között statisztikailag is igazolható különbségeket fogok feltárni (**H5. hipotézis**). Elemzésemben az életkor és az egyes témaspecifikus kérdések közötti kapcsolat feltárásához ANOVA-vizsgálatot alkalmaztam, míg a generációs hovatartozás hatását a pénzügyi- és környezettudatossági attitűdre, magatartásra keresztábra-elemzés segítségével mértem.

Veterán és Baby Boomer generáció (1925-1964)

Ezen generáció tagjai alkotják a jelenlegi idősebb nemzedéket, akik bár nehezen küzdenek meg napjaink digitális megoldásaival, mégis a gazdasági és technológiai fejlődés korszakában éltek le fiatal éveiket, így jellemző rájuk az emberi értékek tisztelete, a megfelelés és a tudás tisztelete. Leginkább a televízió, mint tömegkommunikációs forma használatos köreikben (Komár, 2018). A KPMG 2018-as tanulmánya szerint fogyasztói szokásaikat jellemzi a tartós termékek felhalmozása, a megfontolt döntéshozatal, míg a kommunikációs eszközöket tekintve leginkább a reklámon és az offline, személyes csatornán keresztül lehet őket megszólítani. A pénzügyek területén jelentősen különböznek a fiatalabb generációktól a kockázattvállalási hajlandóság, az innovációhoz való viszonyulás és az információszerzés területén, ugyanakkor fontos számukra a zöld gondolkodás is (Chakraborty és Balakrishnan, 2017). Vereckei-Poór (2023) kutatása pedig rámutatott, hogy bevallásuk szerint a Baby Boomerek kifejezetten környezettudatosnak vallják magukat és tesznek is ennek érdekében.

Az általam megkérdezett 37 fő Baby Boomerre jellemző, hogy a többi generációhoz képest alulértékelik saját pénzügyi tudásukat (3,62), és kisebb jelentőséget tulajdonítanak a pénzügyi tudatosságnak (4,86).

Az egyes generációk, így a Baby Boomerek információszerzési szokásait is keresztábla-elemzéssel vizsgáltam, azzal a felvetéssel, hogy a generációs hovatartozás hatást gyakorol az információszerzés formáira. A Pearson-féle Khi-négyzet próba minden megadott információszerzési forrás esetében igazolt szignifikáns kapcsolatot a generációs hovatartozással ($p \leq 0,05$), mely eltérő sajátosságokat eredményez a tájékozódási szokásokban. Így a Baby Boomer generáció tagjaira jellemző, hogy a fiatalabb korosztályokhoz képest még nyitottabban a reklámok és a pénzügyi tanácsadók iránymutatásaira, ugyanakkor a zöld pénzügyek népszerűsítését esetükben nyomtatott formátumú anyagokkal érdemes elkezdni (70,3%-uk szerint), hiszen a közösségi médiában és más online platformokon elérhető információkat nem preferálják.

Megtakarításukat nagy arányban tartják lekötés nélkül (81,1%), de más generációhoz képest jobban preferálják az állampapírt (37,8%). Esetükben a legmagasabb a készpénzhasználat aránya, de 29,7%-uk rendszeresen használ bankkártyát és internetbankot is, vagyis alkalmazkodnak a modern fizetési formákhoz, de a mobilfizetés tőlük teljesen távol áll, 81,1%-uk sosem próbálta még. Pénzügyi magatartásukat illetően elmondható, hogy rendszeresen megtervezik bevételeiket és kiadásait (40,5%), tudatosan kezelik a meglévő pénzüket, ha jelentős összeghez jutnak azt inkább nagy arányban félreteszik. Mindez összhangban áll a

KPMG felmérésében róluk leírt felhalmozási, takarékoskodási attitűddel. A generációs hovatartozás megtakarításra gyakorolt hatását a függetlenségvizsgálat is megerősítette ($\text{szig}=0,004$), mert más generációkhoz viszonyítva a Baby Boomerek tudnak legritkábban megtakarítani.

A hitelfelvétellel kapcsolatos preferenciáikra jellemző, hogy fontosabb számukra a fix kamatozás, illetve a rövid futamidő, szemben a szabad felhasználással. Felmérésem is beigazolta a Baby Boomerekre jellemző óvatosságot és megfontoltságot, hiszen 48,6%-uk megtakarításuk kialakításánál inkább választja az alacsonyabb hozamot, minthogy magas kockázatot vállaljon, mely jelentősen eltér a többi generáció kockázatt vállalási hajlandóságától. A generációs hovatartozás szerepe így a megtakarítási preferenciák esetében is mérvadó, melyet a keresztábra-elemzés is igazolt ($\text{szig}=0,001$).

A generációs eltérés a pénzügyek területén túl a zöld attitűdre, a környezetvédelem jelentőségének felismerésére is hatást gyakorol ($\text{szig}=0,038$), mely generációnként eltérő véleményt eredményez. A környezetvédelem fontosságát az általam megkérdezett Baby Boomerek felismerték, sőt, a többi generációhoz képest nagyobb arányban tudnak azonosulni vele, 51,4%-uk nagyon fontosnak tartja, csupán 2,7%-uk nem ért vele egyet. Ennek jegyében leginkább az energiatakarékosságra ügyelnek, előnyben részesítik a tömegközlekedést, ugyanakkor jelen felmérésben résztvevők kirívó arányban nem preferálják a tartós termékeket.

A zöld pénzügyi termékeket a Baby Boomerek nagy arányban (átlagosan 56,8%) egyáltalán nem ismerik, a más generációnál is népszerűbb elektronikus számlakivonat (45,9%) és elektronikus fizetést (32,4%) viszont többnyire használják már. Mindez jól mutatja, hogy az idősebb korosztály nyitott az ezirányú megoldások felé, azonban a számukra ideális platformokon és motiváló tényezőkkel kell őket megszólítani. Hiába fontos számukra a környezetvédelem önbevallás alapján, a zöld pénzügyi termékek irányába legkevésbé ők hajlandóak elmozdulni azzal a céllal, hogy tegyenek egy zöld jövőért és az adókedvezmények sem motiválják őket, ugyanakkor a kedvezőbb kondíciókkal érdemes őket leginkább megszólítani (83,8%). A biztonság is közel 80%-uk számára meghatározó szempont, de ezen a területen nem a legmeghatározóbb döntési tényező.

Összességében látható, hogy az idősebb generáció igyekszik alkalmazkodni a digitális világ újdonságaihoz a pénzügyekben, hiszen nyitottak a modern fizetési formák alkalmazása felé, felismerték a környezetvédelem fontosságát is, ugyanakkor esetükben jelentős a biztonság és az alacsony kockázat iránti igény, így megszólításuknál ezen tényezőkre érdemes tekintettel lenni.

X generáció (1965-1979)

Gyakran nevezik ezt a generációt „digitális bevándorlóknak”, akik számára a státusz és a pénz nagy motiváló erővel bír. Már gyermekkorukban találkoznak a számítógéppel és a szemük előtt fejlődik a technológia, de nem születtek bele a digitális társadalomba, szemben a náluk fiatalabb korosztályokkal (Komár, 2018). A KPMG 2018-as felmérése kiemeli, hogy fogyasztási szokásaik vizsgálata kiemelkedően fontos, mert ennek a generációnak a legnagyobb a vásárlóereje jelenleg, reklámokkal és meggyőző üzenetekkel még könnyű őket megszólítani, ugyanakkor jellemző rájuk a márkahűség, mert nem szeretnek kockáztatni. Pénzügyek területén hosszú távon gondolkodnak, így inkább félreteszik, mint elköltik a pénzüket, takarékoskodnak a jövőre és a nyugdíjas éveikre tekintettel. Pénzügyi termékhasználat területén is konzervatívak, a hagyományos, jól bevált dolgokat alkalmazzák, így továbbra is előnyben részesítik a készpénzes fizetést. Jellemző rájuk a kockázatkerülés, így csak szükség esetén vesznek fel hitelt, megtakarításnál pedig a fix hozamot preferálják (Tolani et al., 2020).

A felmérésben megkérdezettek közül 76 fő tartozott az X generációhoz, akikre nagyobb arányban jellemző a többi korosztályhoz viszonyítva, hogy tudatosult bennük a pénzügyi jártasság jelentősége (átlag=5,30). Ez a generáció az idősebbekhez képest gyakrabban szerez információt pénzügyi kérdésekben az internetről, de a pénzügyi tanácsadókat nagy arányban utasítják el. Fizetések esetében a fiatalabb korosztályokkal együtt rendszeresen használnak készpénzt, bankkártyát és internetbankot is, de a mobilfizetés adta lehetőségekhez még nem alkalmazkodtak, 48,7%-uk még sosem próbálta ezt a megoldást.

Más korosztályhoz képest alacsonyabb arányban tartják lekötés nélkül a félretett pénzüket, köreikben a célhoz kötött megtakarítások (38,2%) és az állampapír (28,9%) népszerű megtakarítási forma. Elemzésemben vizsgáltam, hogy a születési év és a célhoz kötött megtakarítások között igazolható-e a kapcsolat. Miután a Levene-teszt alátámasztotta az adatok homogenitását (szig=0,814), az ANOVA-vizsgálat rámutatott, hogy legalább az egyik korosztály eltérő preferenciákkal rendelkezik a célhoz kötött megtakarítási formákat illetően ($F=17,870$, szig=0,000). Minél fiatalabb az egyén, annál kevésbé helyezi a megtakarítását valamilyen célhoz rendelt megtakarítási termékbe, viszont az X generáció tagjai más generációkhoz képest gyakrabban választanak ilyen típusú terméket a félretett pénzük elhelyezése érdekében (az X generációs megkérdezettek 25,8%-a). Mindezt esetükben indokolhatja a nyugdíjas éveikre történő felkészülés, melyet Tolani és szerzőtársai (2020) is felvázoltak.

A Baby Boomer generációhoz hasonlóan az X generációra is jellemző az alapos és tudatos tervezés, ugyanakkor magas a hitelfelvételi hajlandóságuk, több mint 50%-uknak volt

már hitele. Ezt a szakirodalom is megerősíti, mert ez a generáció nagy hitelfeltevő, leginkább ők szenvedték el a 2008-as hitelezési válság hatásait is (Domokos, 2022). Kockázatvállalási attitűdjük sajátos, megtakarításnál szívesebben vállalnak magasabb kockázatot magasabb hozamért cserébe, bár Tolani és szerzőtársai (2020) óvatosabb attitűdöt igazolt az X generációnál. Leggyakrabban ez a generáció tud megtakarítást képezni, így, ha nagyobb összeghez jutnak azt közel 52,6%-uk inkább félreteszi.

Saját bevallásuk szerint nagyon fontos számukra a környezetvédelem, ennek jegyében törekednek a szelektív hulladékgyűjtésre és a vásárlásaiknál is tudatosak a bevásárlólista és saját táska használatával, ugyanakkor rájuk a tömegközlekedés igénybe vétele kevésbé jellemző. Az életkor és a tömegközlekedés használata közötti kapcsolatot az ANOVA-vizsgálat is megerősítette ($F=4,685$; $sig=0,000$), sőt elmondható, hogy leginkább az 1981 és 1990 között születettek (X és Y generációsok) nem részesítik előnyben a tömegközlekedést, vagyis a generációs sajátosságok itt is igazolásra kerültek.

A zöld pénzügyi termékek közül a legújabb termékeket (hitel, befektetési alap, kötvény, bankkártya) az X generációsok sem veszik igénybe nagy arányban (átlagosan 3,1% használta már), de jelentős részük már hallott ezekről a megoldásokról. Az otthonfelújítási támogatásokat (36,9%), az elektronikus számlakivonatot (76,3%) és az elektronikus fizetést (82,9%) többségük már alkalmazza, így ezen a területen is jól alkalmazkodtak az újdonságokhoz. Az X generáció tagjai is nyitottak a zöld pénzügyek irányába történő változtatásra, esetükben leginkább a közösségi média (88,2%), az email formájú megkeresés (76,3%), illetve meglepő módon az iskolai keretek (92,1%) lehetnek hatékonyak. 94,7%-uk a kedvezőbb kondíciók (alacsonyabb költségek, magasabb hozam) esetén választana egy zöld pénzügyi megoldást, így esetükben ez a meghatározó tényező. Emellett az adókedvezmények (85,5%) is motiváló erővel tudnak hatni rájuk, de a Baby Boomerekhez képest jelen felmérésben nagyobb igényt mutattak a biztonság iránt is (85,5%), mely igazodik Tolani és szerzőtársai (2020) által róluk felvázolt kockázatkerülési attitűdhöz.

Összességében az X generációval kapcsolatban is alátámasztásra került a szakirodalomban róluk felvázolt összkép, hiszen esetükben meghatározó tényező a pénz és az anyagi motívum, valamint a digitális világhoz történő sikeres alkalmazkodás. Ennek köszönhetően ezen generáció pénzügyi tudatosságát és zöld pénzügyi edukációját is e tényezők figyelembe vételével érdemes formálni.

Y generáció (1980-1994)

Ez a generáció tekinthető az első digitális bennszülött korosztálynak, akik számára a karrier és a pénz még fontosabb, mint az X generáció tagjainak. A digitalizációval már gyerekként találkoztak, így jóval nagyobb információigényük van, nyitottabbak az újdonságokra is, ez értékrendjükre is hatással van (Komár, 2018). A KPMG tanulmánya (2018) szerint ez a korosztály már a fogyasztói társadalomba szocializálódott, így törekednek mindenből az újdonságokat, a legkorszerűbb termékeket vásárolni, gyakran impulzív benyomások alapján. Többségük felismerte a környezettudatosság fontosságát, de kényelmi szempontok miatt keveset tesznek érte. Vásárlóerejük elődjeikhez képest magasabb, emellett pénzügyileg sokkal tudatosabbak, több információval rendelkeznek a pénzügyi lehetőségekről is, hiszen sokrétű információforásaik vannak az internet által. Kockázatvállalási hajlandóságuk jobb, mint az idősebb generációknak, így a befektetések során is azokat a lehetőségeket preferálják, amelyek hozam szempontjából előnyösek. A pénzügyi termékek között is előnyben részesítik az újdonságokat, így gyakrabban használják a bankkártyás fizetési módot, de a befektetési alapok szolgáltatásait is nagyobb arányban veszik igénybe, ugyanakkor kevesebbet takarítanak meg, mint az X generáció tagjai, hiszen sokkal többet költenek különböző javakra (Tolani et al., 2020). Primer felmérésemben 62 fő Y generációs pénzügyi és zöld attitűdjét, magatartásformáját sikerült felmérnem, az eredményeket pedig ezesetben is összehasonlítottam más generációk sajátosságaival és a szakirodalomban fellelhető információkkal.

Felmérésem eredményei is igazolták, hogy az Y generáció tagjai pénzügyi kérdésekben is az internetről tájékozódnak (79,0%), de esetükben jelentős az ismerősök és a család hatása is a pénzügyi döntésekre. A megtakarítások területén jelen kutatásban nem igazolódtak egyértelmű preferenciák, hasonló arányban részesítik előnyben a bankbetétet, állampapírt és egyéb formákat, de több, mint háromnegyedük tartja lekötés nélkül félretett pénzét, mely összefüggésben lehet fogyasztási szokásaikkal (Tolani et al., 2020). Fizetési módokat illetően elmondható, hogy ők preferálják legkevésbé a készpénzt (37,1%-uk ritkán használja), ugyanakkor bankkártyával 54,8%-uk rendszeresen fizet. Az internetbankot más generációhoz képest a legnagyobb arányban használják (41,9%), de a mobilfizetés területén a Z generáció megelőzte őket. Tehát a fizetési szokások esetén is érdemes a generációk eltérő sajátosságaira tekintettel lenni. A generációs hovatartozás és a modern elektronikus fizetési módok (bankkártya, internetbank, mobilfizetés) közötti kapcsolatot a függetlenségvizsgálat mindegyik esetben igazolta ($p \leq 0,05$), és ez a szignifikáns összefüggés erősebb a legmodernebb fizetési formák, így az internetbank (szig=0,000; Cramer's V=0,216) és a mobilfizetés (szig=0,000; Cramer's V=0,249) esetében. A kereszttáblák elemszámainak eloszlása alapján az mondható, hogy mi-

nél fiatalabb az egyén, annál inkább használja ezen korszerű fizetési megoldásokat rendszeresen, tehát érthető módon jár élen a mobilfizetés használatában a Z generáció, míg a bankkártya és az internetbank tekintetében az Y generáció.

A pénzzel való gazdálkodás területén kisebb mértékben jellemző az Y generációra a tudatos tervezés, mint a náluk idősebb generáció tagjaira. Ugyanakkor a magasabb kockázattal vállalási hajlandóságot kutatásom nem igazolta, a hitelfelvételi szokásaiknál az X generációhoz hasonlóan fontosabb számukra a fix kamatozás, míg a megtakarításoknál inkább az alacsonyabb hozamot választják a magasabb kockázattal szemben. Azonban más korosztályokhoz viszonyítva kisebb arányban tudnak rendszeresen megtakarítást képezni (33,9% ritkán), valamint, ha jelentős összeghez jutnak azt szintén többen költik inkább el. Ezt a generációs sajátosságot a kereszttábla-elemzés is igazolta (szig=0,001), hiszen más generációktól eltérően az Y és Z generáció ha nagyobb összeghez jut azt inkább elkölti, mely szintén magyarázható jellegzetes fogyasztási szokásaikkal (Tolani et al., 2020).

A környezetvédelem jelentőségét többségük (74,2%) felismerte a szakirodalomban felvázolt módon. Ennek jegyében jellemző rájuk az energiatakarékosság, nagyobb arányban részesítik előnyben a tartósabb termékeket, de kevésbé használnak bevásárlólistát, mely megerősíti az impulzusok alapján történő vásárlásaikat. A zöld pénzügyi termékeket innovatív szemléletük és az újdonságok iránti igényük jegyében magasabb arányban használják, a zöld hitelt, befektetési alapokat, bankkártyát közel 5%-uk alkalmazza, míg az otthonfelújítási támogatásnál ez az arány 27,4%. Az elektronikus fizetés és számlakivonat területén pedig kiemelkedően magas, 80% feletti a használati arány. A kereszttábla-elemzés a generációs hovatartozás és a zöld pénzügyi termékek ismereti és használati szintje között is mért kapcsolatot a legtöbb esetben ($p \leq 0,05$), sőt a válaszok gyakoriságából arra lehet következtetni, hogy legnagyobb arányban az Y generáció tagjai ismerik és használják a megadott zöld pénzügyi megoldásokat, de jelentős az X generációsok termékhasználat is, főleg az otthonfelújítási támogatások esetében. Az Y generációt a meglévő termékhasználati szintjük miatt tehát kifejezetten érdemes még aktívabb a zöld pénzügyi termékhasználóvá tenni, sőt magas információigényük miatt mindezt az online platformokon, de közösség iránti igényük miatt személyes rendezvényeken, programokon keresztül is érdemes megtenni. Motiváló tényezők közül rájuk is kedvezőbb kondíciókkal, kedvezményekkel lehet hatni, de számukra ezen a területen is prioritás a zöldebb jövő megteremtésében való részvétel (82,3%).

Összességében látható, hogy ezen generáció fogyasztási szokásaiban jelentős tényező az újdonságok iránti igény, valamint az anyagi motiváció, melyekre mindenképpen érdemes ügyelni az Y generáció megszólítása során.

Z generáció (1995-2009)

A Z generáció pénzügyi szokásait és attitűdjét az előző generációkhoz képest jóval több kutatás vizsgálta (Töröcsik és Szűcs, 2021). Kirívó sajátosságuk, hogy teljes mértékben az online világban szocializálódtak; az újdonságokhoz, a folyamatos változásokhoz könnyen alkalmazkodnak, így azt érzik természetes és otthonos közegüknek (Komár, 2018). Pénzügyi tudatosságuk vizsgálata azért is kiemelt jelentőségű, mert ez a korosztály lesz a bankok fő célcsoportja is a digitalizálódó pénzügyi szektorban is, így az újabb és újabb elektronikus pénzügyi szolgáltatások is leginkább őket célozzák meg (Garai-Fodor és Csiszárík-Kocsir, 2018). A pénzügyi jártasság jelentőségével egyetértenek, úgy gondolják, hogy ezáltal elkerülhetik a felelőtlen döntéseket, így nem szorulnak rá a banki ügyintézők információnyújtására, illetve könnyebben gyarapíthatják vagyionukat (Csiszárík-Kocsir és Garai-Fodor, 2018). Pénzügyi döntéseik során fontos számukra az ár-érték arány figyelembe vétele, minden döntést alapos mérlegelés, információgyűjtés után hoznak meg, valamint felismerték a megtakarítások képezésének fontosságát is. A fizetési módok esetén háttérbe szorítják a készpénzes fizetést, ugyanakkor a zöld pénzügyi termékekről többségük sosem hallott még (Baranyi és Zsigrai, 2023). Sokan úgy gondolják, hogy a Z generáció a legkörnyezettudatosabb korosztály, azonban más generációk sokkal inkább kiveszik a részüket a zöld törekvések megvalósításában a szelektív hulladékgyűjtés, műanyaghasználat csökkentése, közlekedési szokások átalakítása által (Töröcsik és Szűcs, 2021). Vereckei-Poór (2023) felmérése pedig megerősíti, hogy a Z generáció saját bevallása szerint sem tartja magát környezettudatosnak. Szűcs és Hámori (2016) kutatásából kiderült, hogy gyakran áthárítják a környezetvédelmi felelősségüket másokra, kényelmi okokból és az ismeretek hiánya miatt nem tesznek a környezetért, ugyanakkor az energiatakarékosságra jellemzően odafigyelnek, de a szelektív hulladékgyűjtést nem preferálják.

A felmérésem eredményei alapján a Z generáció tagjai az előző korosztályokhoz képest sokkal inkább tudatában vannak a pénzügyi jártasság jelentőségének (5,42), nagyobb arányban ítélik fontosnak a pénzügyi tudatosságot. Pénzügyi témában is nagy arányban szerzik az ismereteiket az interneten, de minél fiatalabb az egyén annál inkább meghatározó a családi, ismerősi kör (szig=0,000, Cramer's $V=0,186$) és az iskolai keretek között

(szig=0,000; Cramer's $V=0,290$) megszerzett iránymutatás, így ezt a korosztályt még könnyebb megszólítani szervezett keretek között.

Megtakarításaikat jelentős arányban (91,2%) tartják lekötés nélkül, így az összetettebb megtakarítási konstrukciókat nem részesítik előnyben, holott 37,7%-uk rendszeresen tud félretenni, de termékválasztásukban mégsem ügyelnek a jövedelmezőségre. Az ANOVA-vizsgálat is megerősítette az életkor és a lekötés nélkül tartott megtakarítás közötti kapcsolatot, ugyanis minél fiatalabb az egyén, annál inkább hajlamos arra, hogy megtakarított pénzét lekötés nélkül tartsa ($F=8,512$; szig=0,004). A fizetési módokat illetően sokrétűbb termékhasználat jellemző rájuk. Bár negyedük rendszeresen fizet készpénzzel, az elektronikus fizetéseket, így a bankkártyát (62,8%) és a mobilfizetést (44,7%) nagyobb arányban preferálják.

A Z generáció a náluk idősebb korosztályhoz viszonyítva kisebb arányban tervez rendszeresen, a hitelezés területén pedig még nincs nagy tapasztalatuk (69,3%-nak még sosem volt hitele), azonban bevallásuk szerint fontosabb számukra fix kamatozás szemben a szabad felhasználással, de hajlandóak akár hosszú futamidővel is hitelt felvenni.

A környezetvédelem jelentőségét ez a generáció a többi korosztályhoz képest alulértékeli. Míg más generáció tagjainak körülbelül háromnegyede nagyon fontosnak ítéli a problémát, addig a Z generációsoknál ez az arány csak 57,7%. Ez a differencia nem csak a környezettudatos attitűd, de a magatartásforma területén is megjelenik, mert kevésbé ügyelnek az energiatakarékosságra, fogyasztási szokásaikra, ugyanakkor a tömegközlekedést szívesen választják.

A Z generáció tagjai a zöld pénzügyi termékek területén szélesebb termékismerettel rendelkeznek, de termékhasználati arányuk alacsonyabb az X és Y generációhoz képest minden felsorolt zöld pénzügyi megoldás esetén, mely visszavezethető arra, hogy az X és Y korosztály magasabb vásárlóereje jobb termékhasználati arányt eredményezhet. A Z generáció megszólítása viszont mindenképp szükséges, hiszen ez a generáció válik hamarosan a zöld pénzügyi konstrukciók célcsoportjává is, hasonlóan a digitális megoldásokhoz (Garai-Fodor és Csiszár-Kocsir, 2018). A digitális világ iránti igényük alapján elmondható, hogy minél fiatalabb az adott generáció annál inkább lehet a közösségi médiában (szig=0,000; Cramer's $V=0,425$); illetve videómegosztó portálokon (szig=0,000; Cramer's $V=0,481$) hatékonyan elérni, de a Z generáció tagjai nyitottak a témaspecifikus programok, rendezvények iránt is.

A motiváló tényezőket illetően egyértelműen látszik, hogy ezt a generációt többféle módon lehet orientálni a zöld pénzügyi termékek irányába; a kedvezőbb kondíciókon

(94,4%), átláthatóságon (91,6%) túl nagy arányban szeretnék egy zöldebb jövőt teremteni a pénzügyekben (82,8%), mely azért meglepő, mert saját bevallásuk szerint alábecsülik a környezetvédelem fontosságát. Emellett más generációkkal szemben a kíváncsiság (63,7%) is befolyással lehet a termékválasztásukra. Meglepő eredmény, de a Z generáció számára a leginkább mérvadó szempont a zöld pénzügyi termékeknél a nagyobb biztonság garantálása (91,6%). Az életkor és a nagyobb biztonság iránti igény közötti kapcsolatot a homogenitás-vizsgálat elvégzését követően az ANOVA-vizsgálat is igazolta ($F=6,636$, szig=0,010). Jelen felmérés eredményei azt mutatják, hogy minél fiatalabb az egyén, annál nagyobb igényt mutat a nagyobb biztonságra a zöld pénzügyi termékválasztása során. A megkérdezett Baby Boomek 78,4%-a számára fontos a biztonság, ez az arány az X és Y generációnál 85,5%, míg a Z generációnál már 91,6%. Ez a tendencia arra enged következtetni, hogy bár az Y és Z generációk tagjait gyakran jellemzik magasabb kockázatvállalási hajlandósággal vagy az újdonságok iránti nagyobb igénnyel (Komár, 2018; Tolani et al., 2020), mégis elmondható, hogy kifejezetten törekednek a biztonság figyelembe vételére a pénzügyi döntéseik során, melyre tekintettel kell lenni a zöld pénzügyi termékkereslet megteremtése során.

Összességében a Z generációról elmondható, hogy a pénzügyi szolgáltatások piacán jelenleg még alacsonyabb mértékű termékhasználat jellemzi őket, ugyanakkor megszólításuk nélkülözhetetlen, hiszen a közeljövőben ez a korosztály nagyobb arányban jelenik meg a munkaerőpiacon és válik egyre több pénzügyi termék (hitelek, megtakarítási formák) használójává (Garai-Fodor és Csiszár-Kocsir, 2018). Esetükben sajátosság, hogy életük minden területén a digitális megoldások vannak jelen, így az információszerzés, termékhasználat területén is erre hagyatkoznak. Felismerték az anyagi tényezők jelentőségét, ezért a zöld pénzügyek irányába is leginkább a kedvezőbb kondíciók, adókedvezmény reményében fordulnának. A bemutatott generációk összefoglaló jellemzését a mellékletben található táblázat mutatja be.

3.10. VÁLASZADÓI TÍPUSALKOTÁS FAKTOR- ÉS KLASZTERANALÍZIS SEGÍTSÉGÉVEL

A faktorelemzés keretében a pénzügyi és környezeti attitűdök, magatartásformák felmérésére szolgáló kérdések kerültek redukálásra, összesítésre, majd az így kapott ismérvek szerint csoportosítottam a válaszadókat a klaszteranalízis módszerével. Az analízis előkészítéseként sor került a Kaiser – Meyer – Olkin-teszt és a Bartlett-teszt elvégzésére, melyek a faktorelemzés előfeltételeit jelentették. A KMO-teszt értéke 0,832 volt, míg a Bartlett-teszt szignifikanciaszintje 0,000, melyek arra utalnak, hogy a vizsgálatba bevont adatokon a faktorelemzés elvégezhető és a kapott eredmények értelmezhetőek (10. táblázat).

10. táblázat KMO és Bartlett-teszt eredményei

Megnevezés		Érték
Kaiser-Meyer-Olkin megfelelőségének értéke		0,832
Bartlett-teszt	Khi-négyzet	1938,073
	Szabadságfok	171
	Szignifikanciaszint	0,000

Forrás: saját szerkesztés a primer kutatás eredményei alapján (2024)

Az előfeltétel tesztelését követően elvégzésre került a faktoranalízis, majd a létrejött főkomponensek rotálása is megtörtént a Varimax-módszer segítségével. A vizsgálat eredményeként 6 főkomponenst kaptam, melyből végül 3 jól elkülöníthető és értelmezhető főkomponenst hagytam meg, melyek az azonos tartalommal bíró állításokat tömörítik. Az első faktor a környezettudatosság faktora elnevezést kapta, és azon változókat foglalja magában, amelyek a környezetvédelemmel kapcsolatos attitűdre és magatartásformákra (szelektív hulladékgyűjtés, energiatakarékosság) vonatkoztak a kérdőívben. A második faktor a hétköznapi pénzügyi tudatossággal kapcsolatos állításokat összesíti, melyek egyaránt vonatkoznak a pénzügyekben történő körültekintésre, tervezésre, valamint a környezetvédelem jegyében történő saját táskák és bevásárlólista használatára. Az utolsó faktor pedig a pénzügyi szolgáltatásokkal (hitelek, megtakarítások) kapcsolatos preferenciák, attitűdök felmérését célzó változókat összegzi.

A faktorok azonosítását követően sor került a klaszteranalízis elvégzésére, amely során a kérdőívben megkérdezetteket csoportosítottam a faktorelemzés keretében létrehozott ismérvek alapján, ezáltal három klaszter került kialakításra. A klaszterek létrehozása során fontos szempont volt, hogy kizárásra kerüljenek azon klaszterek, amelyek nem érik el a minta 5%-át. E feltétel figyelembe vételével végül 3 klaszter jött létre, ezen klaszterekbe tartozó válaszadók száma pedig lefedi a teljes minta 93,8%-át, mely 366 főt jelent (11. táblázat).

11. táblázat Klaszterelemzés					
Megnevezés		Gyakoriság	Megoszlás, %	Valós megoszlás, %	Kumulált megoszlás, %
Érvényes klaszterek	1	298	76,4	81,4	81,4
	2	36	9,2	9,8	91,3
	3	32	8,2	8,7	100,0
	Összesen	366	93,8	100,0	–

Forrás: saját szerkesztés a primer kutatás eredményei alapján (2024)

A továbbiakban a létrehozott klaszterek jellemzőit mutatom be. Az első klaszterbe tartozó megkérdezettek száma 298 fő, mely 76,4%-ot fed le a klaszterelemzésbe bevont mintából, vagyis ezen kategória jelenti a legnagyobb elemszámú csoportot. Az első klaszterbe tar-

tozó válaszadók számára fontos mindhárom faktor szerepe, hiszen saját bevallásuk alapján igyekeznek tudatosak lenni mind a környezetvédelem, mind a pénzügyek területén, ebből kifolyólag ezt a klasztert a „tudatosak” csoportjának neveztem el. A klaszterbe tartozók demográfiai jellemzőit tekintve elmondható, hogy többségük (70,5%-uk) nő; generációs hovatartozásukat illetően pedig többnyire a Z generáció (53,7%) és X generáció (20,5%) tagjai. Iskolai végzettség tekintetében 55,4%-uk középfokú, 44,6%-uk felsőfokú végzettséggel rendelkezik, de szembetűnő, hogy más klaszterekhez képest a „tudatosak” csoportjában a legnagyobb a felsőfokú végzettséggel bírók aránya, mely megerősíti az iskolai végzettség szintjének pénzügyi- és környezettudatosságra gyakorolt hatását. A szignifikáns összefüggést a függetlenségvizsgálat is igazolta (szig=0,024; Cramer's V=0,157), alátámasztva, hogy a magasabb szintű tanulmányok folytatása fejlettebb pénzügyi- és környezettudatosságot eredményezhet.

A „tudatosak” klaszterébe tartozók téma iránti magas szintű elköteleződését mutatja, hogy az egyes főkomponensek közötti különbség minimális, vagyis számukra egyaránt prioritást élvez a pénzügyekben és a környezetvédelemben való jártasság. Ezt alátámasztva, a keresztábra-elemzést alapul véve elmondható, hogy az első klaszterbe tartozók magasabb szintű tudatossága megnyilvánul a mindennapi magatartásformák területén is, ugyanis a „tudatosak” klaszterébe tartozók 53,4%-a rendszeresen fizet bankkártyával (szig=0,000; Cramer's V=0,270), 47,3%-uk nagyon körültekintő a pénzügyekben (szig=0,000; Cramer's V=0,439), melyhez párosul az is, hogy bevételeiket, kiadásait rendszerint megtervezik (szig=0,000; Cramer's V=0,451). A „tudatosak” a pénzügyi jártasság mellett a környezetvédelem fontosságát is felismerték, vagyis mind a pénzügyek, mind a környezettudatosság területén igyekeznek tudatosan cselekedni.

Mindez fontos tanulságot jelenthet a zöld pénzügyek iránti lakossági kereslet megteremtésénél, hiszen jelen felmérés eredményei azt mutatják, hogy a klaszterbe tartozók elsöprő többségénél mind a zöld szempontok, mind az anyagi motívumok mérvadóak, így ügyelni kell arra, hogy mindkét tényező döntő szerepet kapjon a zöld pénzügyi termékek piacának bővítése során, amennyiben a „tudatosak” klaszterét jellemző attitűddel rendelkező egyének megszólítása a cél. Esetükben már nem feltétlenül az oktatás szerepe lehet mérvadó, hanem egy olyan motiváló eszköztár, mely képes megszólítani mind a fenntarthatóság, mind az anyagi előnyök iránti igényüket, így a döntéseik során tudjanak ezen fenti szempontokkal számolni. Fontos tanulság a jövőre nézve, hogy a „tudatosak” csoportjába tartozók számának növelése és a lakossági zöld pénzügyi kereslet felélénkítése érdekében szükséges nagyobb hangsúlyt helyezni a pénzügyi- és környezettudatosság közötti összefüggés tudatosítására is.

A második klaszter a minta 9,2%-át fedi le, mely 36 válaszadót jelent. Az első klaszterhez képest ennél a csoportnál már dominánsabb preferenciák igazolhatóak, így a második klaszternél az első főkomponens elemei, a környezettudatosságra vonatkozó jellemzők a leginkább mérvadóak, így ezen klasztert a „**környezetvédők**” elnevezéssel illetem. A második klaszter sajátos, többi csoporthoz viszonyított pozitívabb hozzáállását a zöld kérdésekhez a függetlenségvizsgálat is megerősítette, közepes kapcsolatot jelezve a klaszterek és a zöld attitűd között (szig=0,000; Cramer's V=0,577).

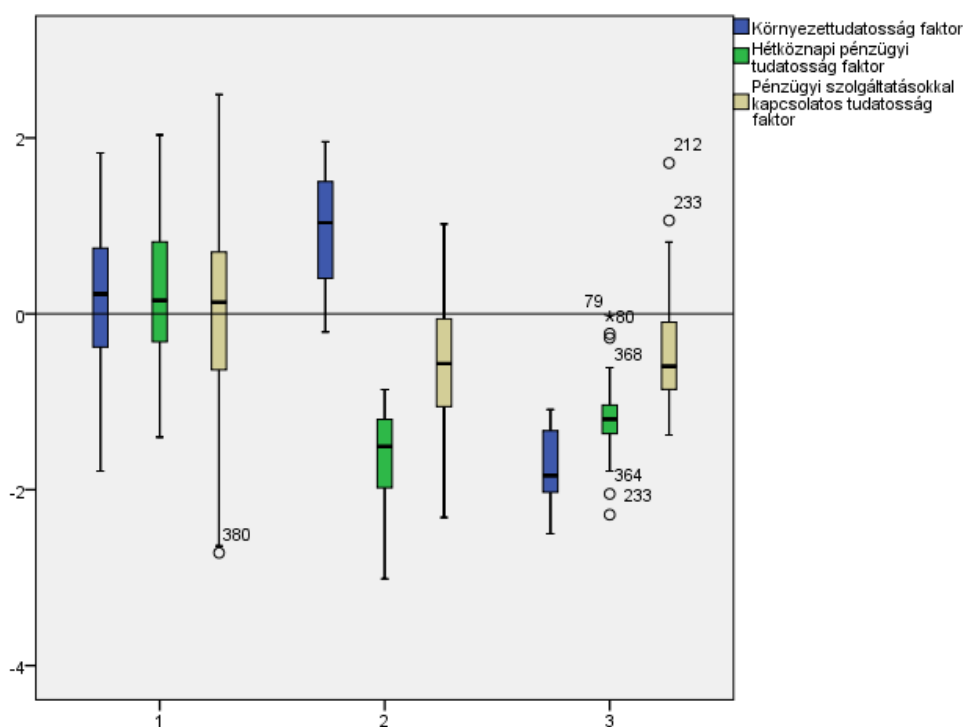
A „**környezetvédők**” klaszterének demográfiai jellemzőit illetően elmondható, hogy átlagos életkoruk 33 év, többségük (77,4%) pedig a középfokú végzettséggel rendelkezik, vagyis ezen klaszter esetében a felsőfokú végzettségűek alul reprezentáltak. A klaszter tagjai a környezetvédelem jelentőségét nagyon fontosnak tartják (66,7%), bár a pénzügyi jártasság szerepét alábecsülik. Ezen megkérdezettek bár megfelelő zöld attitűddel rendelkeznek, azonban a hétköznapiakban nem helyeznek hangsúlyt a tudatos pénzügyi és környezeti magatartásformákra, így ennél a csoportnál a hétköznapi pénzügyi tudatosság főkomponense hat a leggyengébben. A pénzügyek jelentőségének alulértékelését esetükben magyarázhatja az a tény, hogy 50,4%-uk eltartott, vagyis a pénzügyek gyakorlati alkalmazásával, komolyabb pénzügyi döntésekkel egy részük még nem találkozhatott, így nem ismerték fel annak fontosságát.

Esetükben fontos azt hangsúlyozni, hogy nem elegendő megfelelő attitűddel rendelkezni a környezetvédelem területén, ezért érdemes nyitottabbá tenni őket a hétköznapi pénzügyi tudatos magatartásformák (tervezés, körültekintés, bevásárlólista alkalmazása) irányába. Ehhez szükséges egy olyan motivációs és oktatási stratégiát kidolgozni, mely tudatosítja bennük a pénzügyi jártasság jelentőségét és felhívja a figyelmüket azon környezeti és anyagi előnyökre, melyet a tudatosabb döntések és a megfelelő termékválasztás tudna eredményezni számukra. Ezen klaszternél az edukáció során érdemes nagy hangsúlyt helyezni arra, hogy ne csak megfelelő attitűddel rendelkezzenek a fenntarthatóság és a pénzügyek területén, de képesek legyenek meglévő tudásukat a hétköznapi cselekedeteik során is alkalmazni.

A harmadik csoportba tartozó megkérdezettek az előző két klaszterhez képest sajátosabb attitűddel rendelkeznek, ugyanis nem tartják fontosnak sem a pénzügyek területén való jártasságot, sem a környezetvédelmet, így esetükben hiányzik az a megfelelő szemléletmód, mely megteremthetné a tudatos magatartásformák (tervezés, körültekintés, környezettudatos cselekvések) alapját. Ennek megfelelően ezen klasztert a „**könnyelmű fogyasztók**” kifejezéssel illetem. Ez a klaszter a minta legkisebb elemszámú csoportja, mely 8,2%-ot jelent és 32 válaszadót foglal magában. A csoport demográfiai jellemzőit tekintve az mondható, hogy

többségük középfokú végzettséggel rendelkezik (71,4%), átlagéletkoruk pedig 30 év, sőt a klaszter tagjainak 62,5%-a Z generációs, vagyis a 14-29 év közöttiek felülreprezentáltak a mintában. Sajátos pénzügyi és zöld attitűdjüket tehát indokolhatja alacsonyabb életkoruk, mely a mindennapos viselkedésformáikban is megnyilvánul. 62,5%-uk ritkán tervezi meg bevételeit, kiadásait, így kevésbé körültekintően hoznak döntéseket is más klaszterekhez képest, sőt 59,4%-uk 1-től 6-ig terjedő skálán csak 2-esre értékelte a környezetvédelem jelentőségét, így alulértékelik a zöld kérdések fontosságát is.

Esetükben tehát létfontosságú a hatékony edukációt, megszólításukhoz pedig szükséges egy olyan komplex oktatási és stratégia, mely elsőként elősegíti a megfelelő pénzügyi- és környezettudatos attitűd, ismeretanyag elsajátítását, melyre már lehetséges egy olyan motivációs eszköztár építése, amely arra ösztönzi ezen csoport tagjait, hogy mind pénzügyi, mind környezettudatos magatartásformákat építsenek be a mindennapjaikba. Mivel számukra a fenntarthatóság főkomponense a legkevésbé, míg a pénzügyi szolgáltatásokkal kapcsolatos tudatosság faktora a leginkább meghatározó tényező, megszólításuknál eredményesebb lehet az anyagi előnyök kihangsúlyozása, ezt alátámasztva, saját bevallásuk szerint a zöld pénzügyek irányába is leginkább a kedvezőbb kondíciók reményében fordulnának (16. ábra).



16. ábra Klaszterelemzés eredményei

Forrás: SPSS kimenet a primer kutatás eredményei alapján (2024)

Összegezve, a faktor- és klaszteranalízis eredményét, elmondható, hogy a felmérésben megkérdezettek jelentős része (81,4%) mind pénzügyi, mind környezeti értelemben tudatos

fogyasztó, mely megnyilvánul a hétköznapi cselekedeteik területén is, így könnyen válhatnak a zöld pénzügyi termékek felhasználóivá. A mintában sajátos átmenetet jelentenek a környezetvédők csoportjába tartozók, akik csak a fenntarthatóság területén rendelkeznek megfelelő attitűddel, azonban hatékony oktatási és motivációs eszköztárral könnyen elérhető, hogy valóban pénzügyi- és környezettudatos fogyasztókká és zöld pénzügyi termékhasználóvá váljanak. Az utolsó, legkisebb elemszámú klaszterbe tartozók esetében pedig elengedhetetlen, hogy széles körű edukációban részesüljenek, annak érdekében, hogy ne hozzanak felelőtlen fogyasztói döntéseket, sőt esetükben nagyobb mértékű szemléletformálásra van szükség ahhoz is, hogy egyáltalán a zöld pénzügyi termékek, szolgáltatások fogyasztóivá váljanak.

4. ÖSSZEGZÉS, JAVASLATTÉTEL

Tudományos Diákköri Dolgozatomban a zöld pénzügyi termékek iránti lakossági kereslethez ható tényezőket, főként a pénzügyi kultúrával és környezettudatossággal kapcsolatos attitűdöket, magatartásformákat vizsgáltam, ennek alapján igyekeztem feltárni a zöld pénzügyi megoldások iránti kereslet felélénkítésének kulcstényezőit.

Dolgozatom első fejezetében a hazai és nemzetközi szakirodalom segítségével vizsgáltam a pénzügyi kultúra fogalmi megközelítését, mérési lehetőségeit, melyet számos kutatás vizsgált már, mégsem létezik egységes módszertan és megfogalmazás a pénzügyekben való jártasság mérésére. Ugyanakkor az egyértelmű, hogy alacsony a hazai lakosság pénzügyi kultúrájának szintje, főleg, ha a pénzügyi ismeretek gyakorlati alkalmazását nézzük, így elengedhetetlen nemcsak az iskolai, de a munkahelyi keretek közötti fejlesztés az OECD (2023) javaslata szerint is. A zöld pénzügyek átfogó vizsgálata során lényegesnek tartottam a környezettudatosság kutatási eredményeinek áttekintését is, ahol nyilvánvalóvá vált, hogy a lakosság felismerte a környezetvédelmi törekvések jelentőségét, ugyanakkor csak akkor hajlandóak tenni a zöldebb jövő reményében, ha attól anyagi hasznot remélhetnek. Ebből kifolyólag ezen a területen is lényeges az edukáció hatékony megvalósítása, mely olyan komplex stratégia mentén valósulhat meg, amely tudatosítja az egyénekben a zöld törekvések anyagi előnyeit, és nagyobb fókusz helyez a fenntartható cselekedetek megvalósítására (Nagy, 2018). A pénzügyi- és környezettudatosság vizsgálatát követően a zöld pénzügyi megoldások fogalmi megközelítését és fontosságát tártam fel az elérhető szakirodalmi források segítségével, amelyek alapján nyilvánvalóvá vált, hogy a hagyományos pénzügyi termékekhez képest még alacsony a zöld pénzügyi termékek használati aránya a lakosság körében, és a kereslet a fogyasztók bevallása alapján csak kedvezőbb kondíciók (számlavezetési díj elengedése, kedvezőbb kamatok) garantálásával lendülne fel (Bethlendi és Póra, 2022).

Az elérhető szakirodalmi források megismerése nyomán primer kutatás keretében átfogóan vizsgáltam a pénzügyi- és környezettudatosságra ható tényezőket (C1.), amely nyomán a zöld pénzügyi keresletet alakító demográfiai- és motivációs hatásokat igyekeztem feltérképezni (C2.). Végül, az egyes generációk között kimutatható sajátos pénzügyi és zöld magatartásformák azonosítására törekedtem (C3.). Az elemzés során leíró statisztikai, keresztábra-elemzést, varianciaanalízist, valamint faktor- és klaszteranalízist alkalmaztam a hipotézisek vizsgálata céljából.

A pénzügyi- és környezettudatosságra ható tényezők keretében két hipotézist fogalmaztam meg. Fontosnak tartottam annak vizsgálatát, hogy a megkérdezettek azon túl, hogy saját bevallásuk szerint felismerték a pénzügyi- és környezettudatosság jelentőségét, a mindennapokban is törekednek-e erre. Keresztábra-elemzés segítségével beigazolódott, hogy azok, akik a pénzügyi tudatosságot fontosnak tartják, azok a cselekedeteikben is igyekeznek tudatosan dönteni, vagyis nem csak megfelelő attitűddel rendelkeznek, de ügyelnek a helyes magatartásformák, szokások kialakítására, mely magában foglalja a tervezést, megtakarításképzést és a megfontolt hitelfelvételt, ugyanakkor a kapcsolat minden változó esetében gyenge volt a Cramer's V mutató alapján (**H1.a**). Szintén beigazolást nyert, hogy a környezetvédelem fontosságát felismerő egyének a mindennapokban is törekednek a környezettudatos cselekedetekre. A Cramer's V együttható alapján közepes kapcsolat igazolódott a környezetvédelem fontosságának megítélése és az energiatakarékosság, szelektív hulladékgyűjtés, tartós termékek vásárlása esetén, míg gyenge a kapcsolat a saját táska, tömegközlekedés, bevásárlólista alkalmazását tekintve (**H1.b**). A megkérdezettek tehát leginkább az energiatakarékosságot és szelektív hulladékgyűjtést preferálják a kényelmi és anyagi előnyök miatt, mely csak alacsony szintű cselekvési hajlandóságot mutat, mindezt más kutatás (Nagy, 2018) is beigazolta.

Faktor- és klaszteranalízis segítségével a válaszadók tipizálására törekedtem a pénzügyi- és környezettudatosság szintjük alapján. A vizsgálat során 3 klaszter került azonosításra, melyből a megkérdezettek többsége (298 fő, 76,4%) tudatos fogyasztónak minősült, vagyis mind a környezetvédelem, mind a pénzügyek területén jártasok, így ők képezhetik leginkább a zöld pénzügyi termékek célcsoportját is. A második klaszter tagjai főleg a környezetvédelemben tudatosak (36 fő, 9,2%), megfelelő zöld attitűddel rendelkeznek, ugyanakkor nem alkalmaznak megfelelő magatartásformákat a pénzügyek és környezetvédelem területén. A harmadik klaszterbe a pénzügyekben és a környezetvédelemben sem jártas megkérdezettek kerültek, így ennél a klaszternél a helyes attitűd megteremtése is szükséges a megfelelő magatartásformák kialakításán túl. A vizsgálat során tehát beigazolódott a **H2. hipotézis**, a válaszadók igazoltan tipizálhatóak a pénzügyi- és zöld attitűdjük, cselekedeteik nyomán.

Külön célként fogalmaztam meg a lakosság zöld pénzügyi keresletére ható tényezők elemzését (**C2.**) Azzal a feltevéssel éltem, hogy a megkérdezettek körében a zöld pénzügyi termékek ismeretlenek, függetlenül a demográfiai tényezőktől, így az iskolai végzettségtől is. A hipotézisem a keresztábra-elemzések nyomán azonban nem igazolódott, az egyes zöld pénzügyi megoldásokat eltérő módon ismerik és használják a megkérdezettek attól függően,

hogy milyen iskolai végzettséggel rendelkeznek **(H3.)** A középfokú végzettségűek körében mindegyik felkínált zöld pénzügyi konstrukció esetében alacsony a termékismeret és termékhasználat aránya, a pénzügyi végzettségűek pedig hiába ismerik ezen zöld megoldásokat, mégsem alkalmazzák őket a mindennapjaikban. Ezzel szemben a felsőfokú végzettségűek körében a termékhasználat aránya is magasabb, mint más végzettséggel rendelkezők esetében, ugyanis nyitottabbak az új pénzügyi megoldások irányába, tehát az iskolai végzettség hatása szignifikáns a zöld pénzügyi termékismeretre, termékhasználatra.

Elemzésemben vizsgáltam a zöld pénzügyi termékek népszerűsítési lehetőségeit is, külön kitérve az egyének pénzügyi és környezettudatossági attitűdjének befolyásoló szerepére. Azzal a feltevéssel éltem, hogy a pénzügyi kultúra és a környezetvédelem jelentőségének felismerése befolyásolja a zöld pénzügyi termékek iránti motivációs tényezők preferenciáját. Keresztábra-elemzés nyomán igazolódott, hogy a környezetvédelem jelentőségét felismerő egyéneket leginkább a zöldebb jövő megteremtésében való részvétellel, zöld trendekkel lehet befolyásolni, míg a pénzügyi tudatosság fontosságát felismerő megkérdezetteket a kedvezőbb kondíciók, adókedvezmények motiválják leginkább. A hipotézis **(H4.)** tehát beigazolódott, bár a kapcsolat a Cramer's V együttható szerint minden motivációs tényező esetében gyenge.

Kutatásom további célkitűzése volt még az egyes generációk pénzügyi- és környezettudatossági sajátosságainak elemzése, amely során varianciaanalízist, keresztábra-elemzést alkalmaztam. Az elemzés során számos tényező mentén nyilvánvalóvá vált, hogy az egyes generációk eltérő preferenciákkal rendelkeznek a pénzügyi termékhasználat (fizetési és megtakarítási formák), szokások és zöld magatartásformák mentén, valamint eltérő módon lehetséges megszólítani és motiválni őket a zöld pénzügyi termékek irányába. Ebből kifolyólag a **H5.** hipotézist igazoltnak tekintem, így fontos tanulásgként szolgálhat a pénzügyi szolgáltatók, szabályozók számára, hogy hangsúly kerüljön a generációs eltérések figyelembe vételére, leginkább a népszerűsítési formák, motivációs tényezők területén (*12. táblázat*).

12. táblázat Hipotézisek vizsgálata

Kutatási cél	Hipotézis	Módszertan	Vizsgálat eredménye
C1. A pénzügyi és környezeti értelemben tudatos egyének attitűdjére, magatartásformáira ható tényezők feltérképezése.	H1.a A pénzügyi tudatosság fontosságának egyéni megítélése megnyilvánul a pénzügyi magatartás formáiban.	keresztábraelemzés; leíró statisztika	A pénzügyi tudatosság jelentőségét felismerő egyének a saját pénzügyeiket is tudatosabban menedzselik. A hipotézis igazolódott , de a kapcsolatot gyenge minden vizsgált magatartásforma esetén.
	H1.b A környezetvédelem fontosságának egyéni megítélése kapcsolatban áll a mindennapi környezettudatos cselekvésekkel.	keresztábraelemzés; leíró statisztika	A környezetvédelem fontosságát felismerő válaszadók a mindennapok során is törekednek a környezet védelme érdekében cselekedni. A hipotézis igazolódott.
	H2. A megkérdezettek statisztikailag igazolható módon tipizálhatóak a pénzügyi és környezetvédelmi attitűdjeik, magatartásformáik mentén.	faktor- és klaszteranalízis; leíró statisztika	Az elemzés során 3 klaszter került kialakításra; a „tudatos fogyasztók”, a „környezetvédők” és a „felelőtlen fogyasztók”. A hipotézis beigazolódott.
C2. A zöld pénzügyi termékek lakossági keresletére ható tényezők, preferenciák vizsgálata.	H3. A zöld pénzügyi termékek ismeretére, használati szintjére az iskolai végzettség nincs hatással, attól függetlenül alacsony.	keresztábraelemzés	Az iskolai végzettség jellege meghatározó mind a zöld pénzügyi termékek ismereti, mind a használati szintjére tekintettel. A hipotézis nem igazolódott.
	H4. A pénzügyi tudatosság és a környezetvédelem fontosságának egyéni megítélése befolyásolja a zöld pénzügyek motiváló tényezőinek preferenciáját.	keresztábraelemzés	A pénzügyi tudatosság fontosságát felismerő egyének az anyagi előnyök, míg a környezetvédelem jelentőségét fontosnak tartó válaszadók a zöld célok érdekében választásának inkább zöld pénzügyi terméket. A hipotézis beigazolódott , a kapcsolat minden változó esetén gyenge.
C3. Az egyes generációk pénzügyi attitűdjének, magatartásformáinak vizsgálata.	H5. Az életkor, a generációs hovatartozás eltérő pénzügyi- és környezettudatos attitűdöt, magatartásformát eredményez.	variacionaalízis, keresztábraelemzés, leíró statisztika	Az eltérő generációk a termékhasználaton túl igazolhatóan sajátos attitűddel, magatartásformákkal rendelkeznek a pénzügyek és a fenntarthatóság területén. A hipotézis beigazolódott.

Forrás: saját szerkesztés a primer kutatás eredményei alapján (2024)

Összességében megállapítható a primer felmérésem eredményei alapján, hogy a megkérdezettek jelentős része megfelelő attitűddel rendelkezik mind a pénzügyek, mind a környezetvédelem területén. Ennek részeként a megkérdezettek többsége körültekintő a pénzügyekben, nyitott a modern fizetési formák (bankkártya, mobilfizetés) irányába is, azonban a meg-

takarítások esetében jelentős még azok aránya, akik lekötés nélkül tartják megtakarított pénzüket. A fenntarthatóság területén a megkérdezettek szintén megfelelő attitűddel bírnak, de a magatartásformáik sok esetben lekorlátozódnak a szelektív hulladékgyűjtés, energiatakarékoság területére, így a zöld magatartásformákat a jövőben továbbra is ösztönözni kell. A zöld pénzügyi termékek azonban a megkérdezettek körében alacsony arányban ismert és használt megoldások, ebből kifolyólag fontos feladatnak tartom, hogy a zöld átállást a pénzügyi szférában is megvalósítsák a lakosság bevonásával.

Dolgozatomban részletesen felvázoltam, hogy a lakossági zöld pénzügyi piac kiépítése során számos demográfiai tényezőre, a meglévő tudásszintre, attitűdökre is tekintettel kell lenni és a stratégia részeként szükséges a pénzügyi és zöld tudatosság formálása is leginkább a gyakorlati alkalmazások megközelítésével. A tudatosság fejlesztésénél érdemes arra törekedni, hogy az iskolai keretből kilépve a lakosság felnőtt korában is értesüljön az aktuális pénzügyi innovációkról, akár munkahelyi képzések, szabályozói figyelemfelkeltő kampányok útján, hiszen napjaink felgyorsult világában nem lehet elegendő az iskolai oktatás során megszerzett tudásanyag, szükséges annak folyamatos megújítása, fejlesztése a pénzügyi reziliencia és tudatosság elérése érdekében. Manapság már számos hatékony kezdeményezés működik a pénzügyi tudatosság fejlesztése érdekében, melyek elsősorban központi, szabályozó intézmények irányítása által törekednek a pénzügyekben való jártasság fejlesztésére. Hazánkban ezen a területen élen jár a Magyar Nemzeti Bank, a Magyar Bankszövetség és a Diákhitel Központ által létrehozott Pénziránytű Alapítvány, amely számos oktatási programot irányít, oktatási segédanyagokat készít (Szóka, 2021). Ezen ötletből kiindulva a Pénziránytű Alapítvány bővíthetné oktatási programjait a zöld pénzügyi termékekkel kapcsolatos ismeretanyaggal, elősegítve a zöld pénzügyi átállást.

Fontos lenne továbbá, hogy az állam aktív részese legyen a zöld pénzügyi piac kiépítésének, így elengedhetetlen azon támogatások, engedmények rendszerének kidolgozása is, amely egyaránt ösztönzi mind a keresleti, mind a kínálati oldal szereplőit. A központi kezdeményezéseken túl a piaci szereplőket, így a hitelintézeteket is érdemes lenne érdekeltté tenni a zöld pénzügyi edukációban, hiszen közvetítő szerepüknek megfelelően széles kört el tudnának érni a zöld átállást segítő pénzügyi termékekkel, szolgáltatásokkal. Mindezt jól alátámasztja, hogy számos hitelintézet vállal jelenleg is szerepet a pénzügyi tudatosság formálásában, például az OTP Bank Fáy András Alapítványa (Szóka, 2021). Végül jelentős szerepet kell szánni napjaink digitalizált világában a közösségi médiában közzétett információknak is, melyre nagy igény mutatkozik, ahogy arra a felmérésemben megkérdezettek válaszai is rávilágítottak.

tak. Összegezve megállapítható, hogy a pénzügyi szektor zöld átállása érdekében minden érdekelt szereplő (állam, lakosság, pénzügyi szféra) együttműködésére és bevonására szükség van.

IRODALOMJEGYZÉK

- Ács, P. (2014). *Gyakorlati adatelemzés*. Pécs: Pécsi Tudományegyetem Egészségtudományi Kar. Letöltés dátuma: 2024. július 11., forrás: <https://www.etk.pte.hu/protected/OktatasiAnyagok/%21Palyazati/gyakorlatiadatelemzesj.pdf>
- Balázs Lendvai, M. (2013). *A bankmarketing szerepe a pénzügyi kultúra fejlesztésében*. Doktori értekezés. Letöltés dátuma: 2024. július 24., forrás: [http://doktori.uni-sopron.hu/id/eprint/406/19/disszertacio\(8\).TextMark.pdf](http://doktori.uni-sopron.hu/id/eprint/406/19/disszertacio(8).TextMark.pdf)
- Baranyai, Z., Csernák, J., Huzdik, K., & Széles, Z. (2019). *Lakossági megtakarítások és befolyásoló tényezők*. Budapest: Nemzeti Közszerológiai Egyetem Közigazgatási Továbbképzési Intézet. doi:20.500.12944/15960
- Baranyi, A., & Zsigrai, H. (2023). Z generáció véleménye a zöld pénzügyi megoldásokról egy primer kutatás tükrében. *Acta Carolus Robertus*, 13(2), 160-175. doi:10.33032/acr.4646
- Bárczi, J., & Zéman, Z. (2015). A pénzügyi kultúra és annak anomáliái. *Polgári Szemle*, 11(1-3.), 101-108. Letöltés dátuma: 2024. július 6., forrás: <https://polgariszemle.hu/archivum/93-2015-junius-11-evfolyam-1-3-szam/gazdasagpolitika/651-a-penzuegyi-kultura-es-annak-anomaliai> MTMT: 2905140
- Béres, D. (2013). A pénzügyi kultúra - mi is ez valójában? *Pénzügyi Szemle*, 6. Letöltés dátuma: 2024. január 18., forrás: https://real.mtak.hu/154859/1/A%20p%C3%A9nz%C3%BCgyi%20kult%C3%BAra%20-%20mi%20is%20ez%20val%C3%B3j%C3%A1ban_%20-%20P%C3%A9nz%C3%BCgyi%20Szemle%20foly%C3%B3irat.pdf
- Béres, D., & Huzdik, K. (2022). A fiatal felnőttek és a hitelek (kockázatkerülési csapda). *Pénzügyi Szemle*, 33-55. doi:10.35551/PSZ_2022_1_2
- Bethlendi, A., & Póra, A. (2021). Lakossági zöldpénzügyek: fókuszban a kereslet. *Pénzügyi Szemle*, 66(3), 322-346. doi:10.35551/Psz_2021_3_1
- Bethlendi, A., Póra, A., & Vértesy, L. (2021). *Lakossági zöldpénzügyi felmérés*. Budapest: Magyar Nemzeti Bank; Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem GTK Pénzügyek Tanszék. Letöltés dátuma: 2024. július 24., forrás: https://mnbprogram.bme.hu/wp-content/uploads/2021/10/2_2_1_Tanulmanykonyv_Lakossagi_Zoldpenzugyi_Felmere.pdf
- Boca, G. D., & Saraçlı, S. (2019). Environmental Education and Student's Perception, for Sustainability. *Sustainability*, 11(6). doi:<https://doi.org/10.3390/su11061553>

- Böcskei, E., & Vértesy, L. (2022). A zöld befektetések, alapok értékelhetőségi szempontjai. *Controller Info*, 10(3), 12-17. Letöltés dátuma: 2024. szeptember 18., forrás: https://www.researchgate.net/publication/365451341_A_zold_befektetesekek_alapok_er_tekelhetosegi_szempontjai_-_Evaluability_aspects_of_green_investments_and_funds/link/6375fb8037878b3e87ba1017/download?_tp=eyJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnN0UGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIiw
- Böcskei, E., Gosztonyi, M., & Sereg, N. (2020). *Fenntartható vállalkozások és zöld pénzügyek - fenntartható vállalkozási gyakorlatok megjelenése a magyarországi vállalkozások körében*. doi:10.3311/BMEMNB2020-101
- Carlson, E. (2020). *An Analysis of the Relationships Between State Mandates for Financial Education and Young Adults' Financial Literacy and Financial Capability*. Electronic Theses and Dissertations, 2020–24. Letöltés dátuma: 2024. július 24., forrás: <https://stars.library.ucf.edu/etd2020/24/>
- Chakraborty, T., & Balakrishnan, J. (2017). Exploratory tendencies in consumer behaviour in online buying across gen X, gen Y and baby boomers. *International Journal of Value Chain Management (IJVCM)*, 8(2). doi:10.1504/IJVCM.2017.10006412
- Csiszárík-Kocsir, Á., & Garai-Fodor, M. (2018). Miért fontos a pénzügyi ismeretek oktatása a Z generáció véleménye alapján? *Polgári Szemle*, 14(1-3.), 107-119. doi:10.24307/psz.2018.0809
- Domokos, T. (2022). Generációs útikalauz nemcsak stopposoknak. In *Történelem - Társadalom - Vidék* (old.: 72-101.). Soproni Egyetem. doi:10.35511/978-963-334-430-9-Domokos
- Füzesiné Hudák, M. (2016). *Bevezetés a tudományos kommunikációba*. Akadémiai Kiadó. Letöltés dátuma: 2024. július 27., forrás: https://mersz.hu/dokumentum/m357batk__1/
- Garai-Fodor, M., & Csiszárík-Kocsir, Á. (2018). Értékre alapú fogyasztói magatartásmodellek érvényessége a Z- és Y-generáció pénzügyi tudatossága esetén. *Pénzügyi Szemle*, 63(4), 519-536. Letöltés dátuma: 2024. július 30, forrás: <https://journals.lib.uni-corvinus.hu/index.php/penzugyiszemle/article/view/1356/903>
- Gróf, P., Süveges, G., & Szemán, J. (2017). Felmérés a pénzügyi kultúráról a Miskolci Egyetemen. In P. Zsolt, *A pénzügyi kultúra aktuális kérdései, különös tekintettel a banki szolgáltatásokra* (old.: 55-66). Miskolc: A közgazdaságtani-módszertani képzés fejlesztéséért Alapítvány. Letöltés dátuma: 2024. augusztus 19, forrás: <https://penz7.hu/uploads/images/ckfinder/files/tanulmanykotetfinal.pdf>
- Hergár, E., Kovács, L., & Németh, E. (2024. március). A pénzügyi kultúra helyzete és fejlődése Magyarországon. *Hitelintézeti Szemle*, 23(1), 5-28. doi:10.25201/HSZ.23.1.5
- Horváth, D. (2022). Fintech és blokklánc alapú megoldások alkalmazási lehetőségei a zöld pénzügyekben. *Vezetéstudomány*, 53(4), 41-54. doi:10.14267/VEZTUD.2022.04.04
- Jánosa, A. (2015). *Adatelemzés IBM SPSS Statistics megoldások alkalmazásával*. Budapest: Magyar Könyvvizsgálói Kamara Oktatási Központ Kft.

- Kajdi, L., & Nemeckó, I. (2020). A kártyás fizetési mód területi jellemzői Magyarországon. *Hitelintézeti Szemle*, 19(1), 65-89. doi:10.25201/HSZ.19.1.6589
- Kaushal, V., & Mohd, S. (2018). Green finance: A step towards sustainable development. *Journal of Finance & Accounting*, 59-74. doi:10.17492/mudra.v5i01.13036
- Komár Zita. (2018). Re-, de- és intergeneráció. *Kortárs: Irodalmi és kritikai folyóirat*, 62(4), 80-90. Letöltés dátuma: 2024. július 6., forrás: <https://www.kortarsfolyoirat.hu/archivum/2018/04/arch-re-de-intergeneracio.html>
- Kovács, L. (2015). A pénzügyi kultúra kutatása és aktuális feladataink. *Gazdaság és Pénzügy*, 2(1), 79-88. Letöltés dátuma: 2024. január 17., forrás: <https://bankszovetseg.hu/Public/gep/2015/Kovacs%20%20Levente%2079-88uj.pdf>
- Kovács, P., Révész, B., & Ország, G. (2014). A pénzügyi kultúra és attitűd mérése. *Marketing megújulás*, 439-447. Letöltés dátuma: 2024. január 21, forrás: <https://eco.u-szeged.hu/download.php?docID=40014>
- KPMG Tanácsadó Kft. (2018). *Fogyasztói Mozgatóerők*. Letöltés dátuma: 2024. július 30., forrás: https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/hu/pdf/KPMG_Fogyasztoi_mozgatoerok.pdf
- Lukács, R., & Papp-Váry, Á. F. (2023). A zöld termékek és szolgáltatások sikerének kulcsa: a női célcsoport. In K. L. Viktória, *A zöld üzleti gondolkodás és a zöld marketing lehetőségei és kihívásai* (old.: 59-66.). Szombathely: Savaria University Press. Letöltés dátuma: 2024. július 11, forrás: https://www.researchgate.net/publication/371805238_A_zold_uzleti_gondolkodas_es_a_zold_marketing_lehetosegei_es_kihivasai
- Lusardi, A., & Mitchell, O. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5-44. doi:10.1257/jel.52.1.5
- Magyar Bankholding Csoport. (2024. május 3.). *MBH Bank*. Forrás: <https://www.mbhbank.hu/sajtoszoba/20240503>
- Magyar Nemzeti Bank. (2022). *Zöld Pénzügyi Jelentés*. Budapest: Magyar Nemzeti Bank. Letöltés dátuma: 2024. július 9., forrás: <https://www.mnb.hu/letoltes/zold-penzugyi-jelentes-2022-2.pdf>
- Magyar Nemzeti Bank. (2023. május). *Zöld Pénzügyi Jelentés 2023*. Budapest: Magyar Nemzeti Bank. Letöltés dátuma: 2024. szeptember 18., forrás: <https://www.mnb.hu/letoltes/zold-penzugyi-jelentes-2023.pdf>
- Magyar Nemzeti Bank. (2024. június). *Fizetési Rendszer Jelentés 2024*. Budapest: Magyar Nemzeti Bank. Letöltés dátuma: 2024. július 6., forrás: <https://www.mnb.hu/letoltes/fizete-si-rendszer-jelente-s-2024-hun-digitalis-vegleges.pdf>
- Magyar Nemzeti Bank. (2024. május). *Zöld Pénzügyi Jelentés 2024*. Magyar Nemzeti Bank. Letöltés dátuma: 2024. szeptember 28., forrás: <https://www.mnb.hu/letoltes/zold-penzugyi-jelentes-2024.pdf>

- Mastercard. (2023). *Digitális Fizetési Index Magyarország 2022*. Letöltés dátuma: 2024. július 6., forrás: <https://www.mastercard.hu/hu-hu/mastercard-uzleti-megoldasok/bankok-es-penzugyi-szolgaltatok/digitalis-fizetesi-index-2022.html>
- Matolcsy, G. (2022). A gazdasági, a társadalmi, a pénzügyi és a környezeti fenntarthatósági szempontok megjelenése a Magyar Nemzeti Bank gyakorlatában. *Pénzügyi Szemle*, 67(3), 319-337. doi:10.35551/Psz_2022_3_1
- Mihálovits, Z., & Tapaszi, A. (2018). Zöldkötvény, a fenntartható fejlődést támogató pénzügyi instrumentum. *Pénzügyi Szemle*, 312-327. Letöltés dátuma: 2024. szeptember 18.
- Nagy, S. (2018). A környezettudatos cselekvések elemzése. *Vezetéstudomány*, 49(10-11), 45-55. doi:10.14267/VEZTUD.2018.10.05
- Németh, E. (2017). Pénzügyi kultúrát fejlesztő képzések: felmérés és diagnózis. *Új Pedagógiai Szemle*, 67(7-8), 46-69. Letöltés dátuma: 2024. július 24., forrás: https://real.mtak.hu/70614/1/Cikk_Uj_Pedagogiai_Szemle_NE_u.pdf
- Németh, E. (2022. március). A pénzügyi kultúrához kapcsolódó képzések. *Gazdaság és Pénzügy*, 9(1). doi:10.33926/GP.2022.1.4
- Németh, E., Zsótér, B., & Béres, D. (2020). A pénzügyi sérülékenység jellemzői a magyar lakosság körében az OECD 2018-as adatainak tükrében. *Pénzügyi Szemle*, 2, 281-308. doi:10.35551/PSZ_2020_2_8
- Németh, E., Zsótér, B., & Luksander, A. (2017). A 18-35 évesek pénzügyi kultúrája - a pénzügyi sérülékenység háttértényezői. *Esély: társadalom és szociálpolitikai folyóirat*, 14(3), 3-34. Letöltés dátuma: 2024. július 21., forrás: https://real.mtak.hu/55795/1/Esely_2017_3_1_1_Nemeth_Zoler_Luksander_15_35_evesek_v6_1_1_u.pdf
- Németh, E., Zsótér, B., Luksander, A., & Huzdik, K. (2018). A fiatalok pénzügyi sérülékenységének háttértényezői. *ANNALES: UNIVERSITAS BUDAPESTIENSIS DE "METROPOLITAN"*, 9(1), 163-197. Letöltés dátuma: 2024. július 24., forrás: https://www.researchgate.net/publication/369625654_Fiatalok_penzugyi_serulekenysegenek_hattertenyezoi
- OECD. (2020). *OECD/INFE 2020 International Survey of Adult Financial Literac*. Paris: OECD Publishing. doi:10.1787/145f5607-en
- OECD. (2022). *Household financial assets*. Letöltés dátuma: 2024. július 6., forrás: <https://www.oecd.org/en/data/indicators/household-financial-assets.html?oecdcontrol-d6a9ff2c20-var6=CURDEP&oecdcontrol-38c744bfa4-var1=OAVG%7COECD%7CAUT%7CBEL%7CCZE%7CDNK%7CFIN%7CFRA%7CDEU%7CGRC%7CHUN%7CITA%7CLVA%7CLTU%7CLUX%7CNLD%7CPOL%7CPRT%7CSVK%7CSVN%7C>
- OECD. (2023). *OECD/INFE 2023 international survey of adult financial literacy*. doi:10.1787/56003a32-en

- Pál, E., Töröcsik, M., & Jakopánecz, E. (2017). Eltérő életkori lehatárolásokból adódó generációk értékeinek empirikus vizsgálata. *Marketing & Menedzsment*, 51(3), 18-32. Letöltés dátuma: 2024. július 6., forrás: <https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/view/799> MTMT: 3310126
- Papp, D., Sárvári, B., & Varga, M. (2022). Zöld pénzügyek és piaci megoldások a környezeti fenntarthatóságért. In G. Baksay, G. Matolcsy, & B. Virág, *Új közgazdaságtan a fenntarthatóságért* (old.: 591-620). Magyar Nemzeti Bank. Letöltés dátuma: 2024. szeptember 15., forrás: <https://www.mnb.hu/web/ujfenntarthato>
- Pintér, É., & Deutsch, N. (2012). A fenntartható fejlődés elvei és azok érvényre jutása a banki gyakorlatban II. rész. *Vezetéstudomány*, 43(1), 57-63. doi:10.14267/VEZTUD.2012.01.05
- Purvis, B., Mao, Y., & Robinson, D. (2019). Three pillars of sustainability: in search of conceptual origins. *Sustainability Science*, 681-695. doi:10.1007/s11625-018-0627-5
- Remund, D. (2010). Financial Literacy Explicated: The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy. *The Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 276-295. doi:10.1111/j.1745-6606.2010.01169.x
- Sajtos, L., & Mitev, A. (2007). *SPSS Kutatási és Adatelemzési Kézikönyv*. Alinea Kiadó. Letöltés dátuma: 2024. július 11., forrás: https://www.researchgate.net/publication/336671800_SPSS_kutatasi_es_adatelemzesi_kezikonyv
- Sárvári, B. (2022). A zöld pénzügyi kapacitásfejlesztés trendjei és dilemmái. *Hitelintézeti Szemle*, 21(4), 207-218. Letöltés dátuma: 2024. július 24., forrás: <https://hitelintezetiszemle.mnb.hu/letoltes/hsz-21-4-szc1-sarvari.pdf>
- Schneider, M., & Medgyesi, M. (2020). Környezettel és környezetvédelemmel kapcsolatos lakossági attitűdök változása Magyarországon. In T. Kolosi, *Társadalmi Riport* (old.: 500-521). doi:10.61501/TRIP.2020.22
- Stolper, O., & Walter, A. (2017). Financial literacy, financial advice, and financial behaviour. *Journal of Business Economics*, 87, 581-643. doi:10.1007/s11573-017-0853-9
- Sütő, Á., & Tebeli, I. (2018). A pénzügyi tudatosság fejlesztését célzó stratégiák aktuális nemzetközi körképe. In Z. Pál (Szerk.), *FINTELLIGENCE – Tudományos Pénzügyi Kultúra Körkép* (old.: 55-71). Miskolc: A közgazdaságtani-módszertani képzés fejlesztéséért Alapítvány. Letöltés dátuma: 2024. január 21, forrás: https://gtk.uni-miskolc.hu/files/13008/F-TPKK_web.pdf
- Széles, Z., Sidlovicsné Tóth, I., & Baranyi, A. (2022). Zöld pénzügyi megoldások Magyarországon. In Z. Széles, R. Resperger, & T. M. Szőke (Szerk.), *A kriptovaluták szerepe a fenntartható gazdaságban: XVI. Soproni Pénzügyi Napok pénzügyi, adózási és számviteli szakmai és tudományos konferencia* (old.: 147-160.). Sopron: Soproni Egyetem Kiadó. Letöltés dátuma: 2024. szeptember 18., forrás: http://publicatio.uni-sopron.hu/2687/1/1_SPN-2022-Konfkotet-Szeles-et_al-147-160.pdf
- Szóka, K. (2021). A pénzügyi kultúra és tudatosság meghatározása és magyarországi helyzete. *Economica*, 12(3-4). doi: <https://doi.org/10.47282/economica/2021/12/3-4/10417>

- Szűcs, V., & Hámori, J. (2016). A fiatalok fenntartható fejlődéssel kapcsolatos ismereteinek és környezettudatos magatartásának kvalitatív vizsgálata. *Journal of Central European Green Innovation*, 4(2), 121-134. Letöltés dátuma: 2024. szeptember 15., forrás: <http://greeneconomy.karolyrobert.hu/>
- Tasnim, C., Rajib, D., & Haradhan, M. (2013). Green finance is essential for economic development and sustainability. *Internation Journal of Research in Commerce, Economics Management*, 3(10). Letöltés dátuma: 2024. szeptember 17, forrás: <https://mpira.ub.uni-muenchen.de/51169/>
- Tolani, K., Sao, R., Bhadade, P., & Chandak, S. (2020). Money and generations: financial choices made by gen x and gen y. *International Journal of Management (IJM)*, 11(4), 657-672. Letöltés dátuma: 2024. július 30., forrás: <http://www.iaeme.com/ijm/issues.asp?JType=IJM&VType=11&IType=4>
- Tóth, R., & Kozma, T. (2016). A fenntarthatóság és a környezettudatosság fontossága. *Acta Carolus Robertus*, 6(2), 284-301. doi:10.22004/ag.econ.256518
- Töröcsik, M., & Szűcs, K. (2021). *Fogyasztói magatartás*. Akadémiai Kiadó. Letöltés dátuma: 2024. július 30., forrás: https://mersz.hu/dokumentum/m814fm__2/#m814fm_0
- Vass, P. (2017). Pénzügyi ismeretekkel összefüggő aktuális kutatási eredmények. In Z. Pál (Szerk.), *A pénzügyi kultúra aktuális kérdései, különös tekintettel a banki szolgáltatásokra* (old.: 81-96). Miskolc: A közgazdaságtani-módszertani képzés fejlesztéséért Alapítvány. Letöltés dátuma: 2024. január 21, forrás: <https://www.penz7.hu/uploads/images/ckfinder/files/tanulmanykotetfinal.pdf#page=82> MTMT: 26475322
- Vereckei-Poór, B. (2023). Generációk és környezetbarát termékek - kik a legtudatosabb utazók Magyarországon? *TERINNO Területfejlesztés és Innováció*, 16(1), 34-46. doi:10.15170/terinno.2023.16.01.04
- Zaimovic, A., Torlakovic, A., Arnaut-Berilo, A., Zaimovic, T., Dedovic, L., & Meskovic, M. N. (2023). Mapping Financial Literacy: A Systematic Literature Review of Determinants and Recent Trends. *Sustainability*, 15(12). doi:10.3390/su15129358
- Zsótér, B., Németh, E., & Luksander, A. (2017). A társadalmi-gazdasági környezet változásának hatása a pénzügyi kultúrára. *Pénzügyi Szemle*, 62(2), 251-266. Letöltés dátuma: 2024. január 17., forrás: https://real.mtak.hu/56965/1/Zsoter_Nemet_Luksander_2017_2_M_u.pdf

MELLÉKLETEK

M.1. KÉRDŐÍV

Kedves Kitöltő!

Zsigrai Hanna vagyok, a Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Karának pénzügy és számvitel alapszakos hallgatója. A Tudományos Diákköri Konferenciára készülő dolgozatomhoz kutatást készítek a pénzügyi kultúra és a zöld pénzügyek témakörében. A kérdőív kitöltésével nagy mértékben segítené a munkámat. A kitöltés anonim, önkéntes és az adatok harmadik fél számára nem kerülnek kiadásra. Segítségét hálasan köszönöm!

Pénzügyi tudatossággal, zöld pénzügyekkel kapcsolatos kérdések

1. Kérem, értékelje 1-től 6-ig terjedő skálán hogyan ítéli meg a saját pénzügyi tudását!

Állítás	1	2	3	4	5	6
Kérem, értékelje 1-től 6-ig terjedő skálán hogyan ítéli meg a saját pénzügyi tudását! 1=nagyon alacsony; 6=kiemelten magas						

2. Mennyire tartja fontosnak a pénzügyi tudatosságot, a pénzügyi tájékozottságot?

Állítás	1	2	3	4	5	6
Mennyire tartja fontosnak a pénzügyi tudatosságot, a pénzügyi tájékozottságot? 1=egyáltalán nem; 6=nagyon fontos						

3. Milyen formában szerez leggyakrabban információt pénzügyi kérdésekben? 1 = egyáltalán nem jellemző; 6 = nagyon jellemző

Állítás	Soha	Ritkán	Gyakran	Mindig
Közösségi médiában, TV-ben megjelenő hirdetések				
Ismerősöktől, családtagoktól				
Internetes források, cikkek alapján				
Pénzügyi tanácsadótól				
Iskolai keretek között				

4. Milyen formában rendelkezik megtakarítással?

Állítás	Igen	Nem
Készpénzben vagy bankszámlán tartom lekötés nélkül		
Lekötött bankbetétben tartom		
Állampapírban tartom		
Célhoz kötött megtakarítási számlán tartom (pl.: lakástakarékpénztár)		
Egyéb értékpapírban tartom (pl.: vállalati kötvény, részvény)		

5. Ön melyik fizetési formát részesíti előnyben? 1 = soha nem használok; 6 = rendszeresen használok

Állítás	1	2	3	4	5	6
készpénzes fizetés						
bankkártyás fizetés						
internetbankos átutalás						
mobilfizetés						

6. Kérem értékelje, mennyire jellemzőek Önre az alábbi állítások! 1 = egyáltalán nem jellemző; 6 = nagyon jellemző

Állítás	1	2	3	4	5	6
Rendszeresen megtervezem a bevételeimet, kiadásaimat						
Soha nem volt még hitelem						
Igyekszem körültekintően tájékozódni a pénzügyi döntéseim előtt (pl.: bankválasztás)						
Hitelfelvételnél fontosabbnak tartom a szabad felhasználást, mint a fix kamatozást						
A számláimat időben próbálom befizetni						
Hitelfelvételnél fontosabb az alacsony kamat, mint a rövidebb futamidő						
A pénzügyeimet mindig ugyanannál a banknál intézem						
Megtakarításoknál fontosabb a magasabb hozam, mint a kockázat						
Gyakran tudok félretenni, megtakarítani						
A hitelfelvételt alapvetően jó dolognak tartom						
Amint egy jelentősebb összeghez jutok, általában hamar elköltöm						
Csak a legszükségesebb esetben veszek fel hitelt						

7. Az Ön életére mely tevékenységek jellemzőek a mindennapokban? 1 = egyáltalán nem jellemző, 6 = nagyon jellemző

Állítás	1	2	3	4	5	6
Fontosnak tartom a környezetvédelmet						
Energiatakarékosság						
Tartósabb termékek vásárlása						
Szelektív hulladékgyűjtés						
Vásárlás során saját táska, kosár használata						
Tömegközlekedés használata						
Bevásárlólista használata						

8. Ismeri az alábbi zöld pénzügyi megoldásokat?

	1 Nem ismerem és nem is használom	2 Ismerem, de nem használom	3 Ismerem, de egyszer használtam csak	4 Ismerem, rendszeresen használom is
Zöld befektetési alap				
Zöld hitel				
Zöld kötvény				
Zöld bankkártya				
Állami támogatások elektromos járművek vásárlásához				
Otthonfelújítási támogatások				
Elektronikus számlakivonat				
Elektronikus fizetés (pl.: átutalás)				

10. Ön szerint milyen platformokon lehetne népszerűsíteni a zöld pénzügyeket?

Állítás	1 - Igen	2 – Nem
Nyomtatott formájú anyagok		
Közösségi média (Facebook, Instagram, stb.)		
Közösségi videómegosztók (YouTube, TikTok)		
Egyéb online eszközök (email)		
Személyes megkeresés által (rendezvények, programok)		
Iskolai keretek között (tanóra, előadás)		

11. Önt mi motiválná annak érdekében, hogy a hagyományos pénzügyi termék helyett egy zöld pénzügyi terméket válasszon?

Állítás	1 - Igen	2 – Nem
Szeretném ezáltal kivenni a részemet egy zöldebb jövő megteremtésében		
Kedvezőbb kondíciók, alacsonyabb költségek/magasabb hozam		
Kíváncsiság, egy új lehetőség kipróbálása		
Megfelelés a népszerű zöld trendeknek, környezetvédelemnek		
Esetleges adókedvezmény (pl.: személyi jövedelemadó) lehetősége		
Nagyobb biztonság, és átláthatóság garانتálása		
Nagyobb zöld pénzügyi termékválaszték		

Demográfiai kérdések

12. Az Ön neme: ☐ nő ☐ férfi

13. Az Ön születési éve, pl.: 2000:

14. Az Ön szociális helyzete:

☐ eltartott ☐ önellátó ☐ családfenntartó

15. Az Ön iskolai végzettsége

☐ középfokú végzettség ☐ felsőfokú végzettség ☐ pénzügyi végzettség

16. Az Ön lakóhelye

☐ község/falu ☐ város ☐ megyeszékhely ☐ főváros

M.2. FÜGGETLENSÉGVIZSGÁLATOK EREDMÉNYEI

Változópárok		Pearson-féle Chi-négyzet	Szignifikáns különbség (sig≤0,05)	Cramer's V
Nem	Pénzügyi tudás megítélése	0,332	nincs	0,201
	Információszerzés_hirdetések	0,010	van	0,144
	Információszerzés_ismerősök,család	0,044	van	0,105
	Információszerzés_internet	0,229	nincs	0,105
	Információszerzés_pénzügyi tanácsadó	0,630	nincs	0,067
	Információszerzés_iskola	0,055	nincs	0,139
	Szabad felhasználású hitel fontosabb	0,042	van	0,172
	Fenntarthatóság fontossága	0,143	nincs	0,145
	Energiatakarékosság	0,690	nincs	0,089
	Tartósabb termékek vásárlása	0,003	van	0,214
	Szelektív hulladékgyűjtés	0,157	nincs	0,143
	Vásárlás során saját táska használata	0,000	van	0,240
	Tömegközlekedés használata	0,071	nincs	0,161
	Bevásárlólista használata	0,002	van	0,219
	Megtakarítás_lekötés nélkül	0,330	nincs	0,075
Iskolai végzettség	Megtakarítás_bankbetét	0,161	nincs	0,097
	Megtakarítás_állampapír	0,006	van	0,162
	Megtakarítás_célhoz kötött forma	0,004	van	0,168
	Megtakarítás_egyéb	0,000	van	0,215
	Fizetési forma_készpénz	0,050	van	0,186
	Fizetési forma_bankkártya	0,008	van	0,220
	Fizetési forma_internetbank	0,002	van	0,246
	Fizetési forma_mobilfizetés	0,006	van	0,224
	Körültekintő pénzügyi döntés	0,007	van	0,249
	Hitel alapvetően jó dolog	0,012	van	0,241
	Zöld befektetési alap	0,000	van	0,184
	Zöld hitel	0,000	van	0,189
	Zöld kötvény	0,000	van	0,223
	Zöld bankkártya	0,000	van	0,180
	Állami támogatás elektromos jármű	0,002	van	0,162
	Otthonfelújítási támogatás	0,014	van	0,143
	Elektronikus számlakivonat	0,000	van	0,182
	Elektronikus fizetés	0,000	van	0,181
Pénzügyi tudatos-ság fontossága	Pénzügyi tudás megítélése	0,000	van	0,344
	Információszerzés_hirdetések	0,003	van	0,159
	Információszerzés_ismerősök,család	0,000	van	0,222
	Információszerzés_internet	0,000	van	0,220

Változópárok		Pearson-féle Chi-négyzet	Szignifikáns különbség (sig≤0,05)	Cramer's V
Pénzügyi tudatosság fontossága	Információszerzés_iskola	0,013	van	0,147
	Fizetési forma_készpénz	0,046	van	0,143
	Fizetési forma_bankkártya	0,000	van	0,204
	Fizetési forma_internetbank	0,018	van	0,150
	Fizetési forma_mobilfizetés	0,116	nincs	0,133
	Körültekintő pénzügyi döntés	0,000	van	0,243
	Nem volt még hitelem	0,003	van	0,164
	Számlákat időben befizetem	0,002	van	0,165
	Gyakran tudok félretenni	0,000	van	0,177
	Jelentős összeghez jutok, elköltöm	0,000	van	0,175
	Csak a legszükségesebb esetben veszek fel hitelt	0,000	van	0,188
	Fontosnak tartom a környezetvédelmet	0,002	van	0,165
	Motiváció_zöldebb jövő	0,021	van	0,172
	Motiváció_kedvező kondíciók	0,000	van	0,240
	Motiváció_megfelelés a zöld trendeknek	0,863	nincs	0,058
	Motiváció_kedvezmények, adó	0,001	van	0,216
	Motiváció_biztonság	0,000	van	0,244
	Motiváció_nagyobb választék	0,001	van	0,215
Környezetvédelem fontossága	Pénzügyi tudatosság fontossága	0,002	van	0,165
	Energiatakarékosság	0,000	van	0,474
	Tartósabb termékek vásárlása	0,000	van	0,390
	Szelektív hulladékgyűjtés	0,000	van	0,380
	Saját táska használata	0,000	van	0,280
	Tömegközlekedés használata	0,000	van	0,196
	Bevásárlólista használata	0,000	van	0,189
	Motiváció_zöldebb jövő	0,000	van	0,312
	Motiváció_kedvező kondíciók	0,015	van	0,190
	Motiváció_megfelelés a zöld trendeknek	0,003	van	0,216
	Motiváció_kedvezmények, adó	0,003	van	0,214
	Motiváció_biztonság	0,000	van	0,256
	Motiváció_nagyobb választék	0,004	van	0,212
Generáció	Pénzügyi tudatosság fontossága	0,001	van	0,167
	Információszerzés_hirdetések	0,021	van	0,129
	Információszerzés_ismerősök, család	0,000	van	0,186
	Információszerzés_internet	0,000	van	0,257
	Információszerzés_pénzügyi tanácsadó	0,043	van	0,122
	Információszerzés_iskola	0,000	van	0,290
	Megtakarítás_lekötés nélkül	0,003	van	0,191
	Megtakarítás_bankbetét	0,319	nincs	0,095
	Megtakarítás_állampapír	0,008	van	0,174
	Megtakarítás_célhoz kötött forma	0,000	van	0,263
	Megtakarítás_egyéb	0,864	nincs	0,044

Változópárok		Pearson- féle Chi- négyzet	Szignifikáns különbség (sig≤0,05)	Cramer's V
Generáció	Fizetési forma _ készpénz	0,082	nincs	0,141
	Fizetési forma _ bankkártya	0,004	van	0,169
	Fizetési forma _ internetbank	0,000	van	0,216
	Fizetési forma _ mobilfizetés	0,000	van	0,249
	Bevétel/kiadás tervezése	0,003	van	0,173
	Nem volt még hitelem	0,000	van	0,359
	Körütekintő pénzügyi döntés	0,439	nincs	0,114
	Hitelnél fontosabb a szabad felhasználás, mint a fix kamatozás	0,000	van	0,243
	Számlákat időben befizetem	0,516	nincs	0,110
	Hitelnél fontosabb a fix kamat, mint a rövid futamidő	0,000	van	0,192
	Hűséges vagyok a bankomhoz	0,054	nincs	0,145
	Megtakarításnál fontosabb a hozam, mint a kockázat	0,001	van	0,177
	Gyakran tudok félretenni	0,004	van	0,169
	Hitel alapvetően jó dolog	0,274	nincs	0,123
	Jelentős összeghez jutok, elköltöm	0,001	van	0,183
	Fontosnak tartom a környezetvédelem	0,038	van	0,149
	Energiatakarékosság	0,075	nincs	0,142
	Tartósabb termékek vásárlása	0,026	van	0,153
	Szelektív hulladékgyűjtés	0,009	van	0,162
	Vásárlás során saját táska használata	0,026	van	0,153
	Tömegközlekedés használata	0,000	van	0,204
	Bevásárlólista használata	0,151	nincs	0,133
	Zöld befektetési alap	0,050	van	0,120
	Zöld hitel	0,645	nincs	0,077
	Zöld kötvény	0,056	nincs	0,119
	Zöld bankkártya	0,018	van	0,131
	Állami támogatás elektromos jármű	0,123	nincs	0,109
	Otthonfelújítási támogatás	0,005	van	0,142
	Elektronikus számlakivonat	0,000	van	0,171
	Elektronikus fizetés	0,007	van	0,139
	Népszerűsítés _ nyomtatott	0,000	van	0,296
	Népszerűsítés _ média	0,000	van	0,425
	Népszerűsítés _ videó	0,000	van	0,481
	Népszerűsítés _ egyéb	0,001	van	0,200
	Népszerűsítés _ személyes	0,001	van	0,206
	Népszerűsítés _ iskola	0,002	van	0,194
	Motiváció _ zöldebb jövő	0,179	nincs	0,112
	Motiváció _ kedvező kondíciók	0,023	van	0,156
	Motiváció _ kíváncsiság	0,143	nincs	0,118
	Motiváció _ megfelelés a zöld trendeknek	0,415	nincs	0,086
	Motiváció _ kedvezmények, adó	0,000	van	0,251

Forrás: saját szerkesztés a primer kutatás eredményei alapján (2024)

M.3. ANOVA-VIZSGÁLAT

Születési év és a pénzügyi tudatosság fontosságának ANOVA-vizsgálata

Megnevezés	N	Átlag	Szórás (SD)	95% konfidenciaintervallum		Minimum	Maximum
				alsó határ	felső határ		
egyáltalán nem fontos	5	1957,75	18,715	1927,97	1987,53	1945	1985
3	12	1985,92	17,129	1975,57	1996,27	1955	2006
4	57	1986,47	16,574	1982,08	1990,87	1949	2004
5	102	1992,13	14,387	1989,30	1994,95	1945	2007
nagyon fontosnak tartom	214	1990,06	15,843	1987,93	1992,20	1942	2009
Összesen	390	1989,61	16,018	1988,01	1991,20	–	–
Homogenitás tesztje							
Levene-teszt	Szabadságfok 1		Szabadságfok 2		Szignifikanciaszint		
0,722	4		385		0,578		
ANOVA							
Megnevezés	Eltérés négyzet-összeg		Szabadságfok		F	Szignifikanciaszint	
Csoportok között	5487,540		4		5,600	0,000	
Csoporton belül	94319,437		385				
Összesen	99806,977		389				

Forrás: saját szerkesztés az SPSS kimenet alapján (2024)

Születési év és a lekötés nélkül tartott megtakarítások ANOVA-vizsgálata

Megnevezés	N	Átlag	Szórás (SD)	95% konfidenciaintervallum		Minimum	Maximum
				alsó határ	felső határ		
<i>igen</i>	332	1990,59	15,761	1988,89	1992,29	1942	2009
<i>nem</i>	58	1984,00	16,458	1979,67	1988,33	1945	2008
<i>Összesen</i>	<i>390</i>	<i>1989,61</i>	<i>16,018</i>	<i>1988,01</i>	<i>1991,20</i>	<i>1942</i>	<i>2009</i>
Homogenitás tesztje							
Levene-teszt	Szabadságfok 1		Szabadságfok 2		Szignifikanciaszint		
0,401	1		388		0,527		
ANOVA							
Megnevezés	Eltérés négyzetösszeg		Szabadságfok		F	Szignifikanciaszint	
Csoportok között	2142,510		1		8,512	0,004	
Csoporton belül	97664,467		388				
<i>Összesen</i>	99806,977		389				

Forrás: saját szerkesztés az SPSS kimenet alapján (2024)

Születési év és a célhoz kötött megtakarítások ANOVA-vizsgálata

Megnevezés	N	Átlag	Szórás (SD)	95% konfidenciainter- vallum		Minimum	Maximum
				alsó határ	felső határ		
<i>igen</i>	80	1983,00	15,342	1979,59	1986,41	1951	2004
<i>nem</i>	310	1991,31	15,767	1989,55	1993,07	1942	2009
<i>Összesen</i>	<i>390</i>	<i>1989,61</i>	<i>16,018</i>	<i>1988,01</i>	<i>1991,20</i>	–	–
Homogenitás tesztje							
Levene-teszt	Szabadságfok 1		Szabadságfok 2		Szignifikanciaszint		
0,055	1		388		0,814		
ANOVA							
Megnevezés	Eltérés négyzet- összeg		Szabadságfok		F	Szignifikanciaszint	
Csoportok kö- zött	4394,329		1		17,870	0,000	
Csoporton belül	95412,648		388				
<i>Összesen</i>	99806,977		389				

Forrás: saját szerkesztés az SPSS kimenet alapján (2024)

Születési év és a tömegközlekedés használata ANOVA-vizsgálata

Megnevezés	N	Átlag	Szórás (SD)	95% konfidenciaintervallum		Minimum	Maximum
				alsó határ	felső határ		
<i>nem jellemző</i>	64	1981,59	15,870	1977,63	1985,56	1949	2005
2	52	1990,54	13,658	1986,74	1994,34	1958	2007
3	44	1989,45	17,418	1984,16	1994,75	1942	2007
4	62	1989,08	15,906	1985,04	1993,12	1946	2006
5	49	1993,49	13,961	1989,48	1997,50	1963	2009
<i>nagyon jellemző</i>	119	1992,24	16,170	1989,31	1995,18	1945	2006
<i>Összesen</i>	390	1989,61	16,018	1988,01	1991,20	–	–
Homogenitás tesztje							
Levene-teszt	Szabadságfok 1		Szabadságfok 2		Szignifikanciaszint		
1,172	5		384		0,322		
ANOVA							
Megnevezés	Eltérés négyzetösszeg		Szabadságfok		F	Szignifikanciaszint	
Csoportok között	5738,933		5		4,685	0,000	
Csoporton belül	94068,044		384				
<i>Összesen</i>	99806,977		389				

Forrás: saját szerkesztés az SPSS kimenet alapján (2024)

Születési év és a biztonság iránti motiváció ANOVA-vizsgálata

Megnevezés	N	Átlag	Szórás (SD)	95% konfidenciaintervallum		Minimum	Maximum
				alsó határ	felső határ		
<i>igen</i>	344	1990,37	15,700	1988,70	1992,03	1942	2009
<i>nem</i>	46	1983,93	17,372	1978,78	1989,09	1945	2004
<i>Összesen</i>	<i>390</i>	<i>1989,61</i>	<i>16,018</i>	<i>1988,01</i>	<i>1991,20</i>	–	–
Homogenitás tesztje							
Levene-teszt	Szabadságfok 1		Szabadságfok 2		Szignifikanciaszint		
1,458	1		388		0,228		
ANOVA							
Megnevezés	Eltérés négyzet-összeg		Szabadságfok		F	Szignifikanciaszint	
Csoportok között	1678,324		1		6,636	0,010	
Csoporton belül	98128,653		388				
<i>Összesen</i>	99806,977		389				

Forrás: saját szerkesztés az SPSS kimenet alapján (2024)

M.4. FAKTORELEMZÉS EREDMÉNYE, ROTÁLT FAKTORMÁTRIX

	Faktor					
	1	2	3	4	5	6
fontosnak tartom a környezetvédelmet	0,844	0,068	0,081	0,191	-0,009	0,018
energiatakarékosság	0,827	0,107	0,073	-0,019	0,058	-0,013
szelektív hulladékgyűjtés	0,762	0,206	0,104	-0,025	0,181	0,069
tartósabb termékek vásárlása	0,683	0,135	0,068	0,285	0,020	-0,020
bevétel/kiadás tervezése	0,165	0,742	-0,060	0,113	-0,065	0,029
bevásárlólista használata	0,300	0,550	0,202	-0,203	0,176	-0,175
körültekintő döntés a pénzügyekben	0,186	0,542	0,156	0,456	0,188	-0,141
saját táska használata	0,411	0,479	-0,057	0,118	0,366	-0,132
a hitel alapvetően jó	-0,068	0,468	0,250	0,153	-0,079	0,375
hitelnél fontosabb szabad felhasználás, mint a fix kamatozás	0,053	0,080	0,747	0,035	0,067	0,049
megtakarításnál fontosabb a hozam, mint a kockázat	0,104	-0,062	0,743	0,064	0,077	0,097
gyakran tudok félretenni	0,023	0,313	0,516	0,274	-0,084	-0,473
hitelfelvételnél fontosabb a kamat, mint a futamidő	0,194	0,217	0,460	0,333	0,021	0,284
csak a legszükségesebb esetben veszek fel hitelt	0,090	0,044	0,099	0,766	0,026	0,026
számlákat időben befizetem	0,315	0,447	0,101	0,544	0,152	-0,052
tömegközlekedés használata	0,172	0,223	0,035	-0,072	0,812	0,036
nem volt hitelem	-0,028	-0,220	0,165	0,377	0,684	-0,092
nagyobb összeghez jutok elköltöm	-0,012	-0,065	0,119	-0,020	-0,067	0,817
hűséges vagyok a bankomhoz	0,193	0,066	0,277	0,316	0,217	0,325

Forrás: saját szerkesztés az SPSS kimenet alapján (2024)

M.5. AZ EGYES GENERÁCIÓK PÉNZÜGYI ÉS KÖRNYEZETTUDATOSSÁGI JELLEMZŐINEK ÖSSZEFOGLALÓ TÁBLÁZATA

Megnevezés/Szempont	Veterán és Baby Boomer (1925-1964)	X generáció (1965-1979)	Y generáció (1980-1994)	Z generáció (1995-2009)
Felmérésben megkérdezettek száma (fő)	37	76	62	215
Pénzügyi tudás megítélése (átlag)	3,62	4,16	4,03	3,95
Pénzügyi tudatosság fontossága (átlag)	4,86	5,30	5,11	5,42
Információszerzés formái (átlag)	1. ismerősök, család (2,49) 2. hirdetések (2,24) 3. internet (2,22)	1. internet (2,91) 2. ismerősök, család (2,43) 3. hirdetések (2,29)	1. internet (2,95) 2. ismerősök, család (2,65) 3. hirdetések (2,23)	1. internet (2,84) 2. ismerősök, család (2,78) 3. iskola (2,47)
Megtakarítási formák (gyakoriság alapján)	1. lekötés nélkül (81,1%) 2. állampapír (37,8%) 3. bankbetét (29,7%)	1. lekötés nélkül (76,3%) 2. célhoz kötött megtakarítás (38,2%) 3. állampapír (28,9%)	1. lekötés nélkül (77,4%) 2. bankbetét (29,0%) 3. célhoz kötött megtakarítás (25,8%)	1. lekötés nélkül (91,2%) 2. bankbetét (20,9%) 3. állampapír (16,3%)
Fizetési módok (átlag)	1. készpénz (4,41) 2. bankkártya (3,86) 3. internetbank (3,30)	1. bankkártya (4,66) 2. készpénz (3,82) 3. internetbank (3,52)	1. bankkártya (4,70) 2. készpénz (3,79) 3. internetbank (3,52)	1. bankkártya (4,78) 2. készpénz (3,89) 3. mobilfizetés (3,71)
Jellemző pénzügyi magatartásformák (átlag)	1. számlabefizetés időben (5,51) 2. pénzügyeimet ugyanannál a banknál intézem (4,76) 3. hitelfelvétel csak sürgős esetben (3,92)	1. számlabefizetés időben (5,32) 2. körültekintő pénzügyi döntés (4,82) 3. hitelfelvétel csak sürgős esetben (4,38)	1. számlabefizetés időben (4,53) 2. körültekintő pénzügyi döntés (4,53) 3. hitelfelvétel csak sürgős esetben (4,39)	1. számlabefizetés időben (5,29) 2. soha nem volt hitelem (4,85) 3. körültekintő pénzügyi döntés (4,81)
Jellemző környezetvédelmi cselekedetek (átlag)	1. energiatakarékosság (5,08) 2. saját táska, kosár (4,95) 3. tartós termékek vásárlása (4,32)	1. saját táska, kosár használata (4,89) 2. bevásárlólista (4,72) 3. szelektív hulladékgyűjtés (4,54)	1. szelektív hulladékgyűjtés (4,98) 2. tartós termékek vásárlása (4,76) 3. energiatakarékosság (4,66)	1. saját táska, kosár használata (4,80) 2. szelektív hulladékgyűjtés (4,66) 3. tartós termékek vásárlása (4,63)

Megnevezés/Szempont	Veterán és Baby Boomer (1925-1964)	X generáció (1965-1979)	Y generáció (1980-1994)	Z generáció (1995-2009)
Zöld pénzügyi megoldások ismertsége és használata (átlag)	1. elektronikus fizetés (2,86) 2. elektronikus számlakivonat (2,84) 3. otthonfelújítási támogatások (1,95)	1. elektronikus fizetés (3,37) 2. elektronikus számlakivonat (3,24) 3. otthonfelújítási támogatások (2,30)	1. elektronikus fizetés (3,47) 2. elektronikus számlakivonat (3,34) 3. otthonfelújítási támogatások (2,16)	1. elektronikus fizetés (3,36) 2. elektronikus számlakivonat (2,81) 3. otthonfelújítási támogatások (2,14)
Népszerűsítési formák (gyakoriság alapján)	1. nyomtatott formájú anyagok (70,3%) 2. iskolai keretek (70,3%) 3. rendezvények, programok (56,8%)	1. közösségi média (88,2%) 2. videómegosztók (81,6%) 3. email (76,3%)	1. közösségi média (85,5%) 2. iskolai keretek (83,9%) 3. videómegosztók (79,0%)	1. közösségi média (97,2%) 2. videómegosztók (94,4%) 3. iskolai keretek (90,7%)
Motiváló tényezők (gyakoriság alapján)	1. kedvezőbb kondíciók (83,8%) 2. nagyobb biztonság (78,4%) 3. zöld jövő megteremtése (67,6%)	1. kedvezőbb kondíciók (94,7%) 2. adókedvezmény (85,5%) 3. nagyobb biztonság (85,5%)	1. kedvezőbb kondíciók (85,5%) 2. adókedvezmény (85,5%) 3. nagyobb biztonság (85,5%)	1. kedvezőbb kondíciók (94,4%) 2. nagyobb biztonság (91,6%) 3. zöld jövő megteremtése (82,8%)

Forrás: saját szerkesztés a primer kutatás eredménye alapján (2024)

