

OTDK DOLGOZAT

2025

**PÉCSI TUDOMÁNYEGYETEM
KÖZGAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR**

Az általános iskolás gyerekek is lehetnek pénzügyileg tudatosak?

Can primary school children also be financially aware?

Hábel Noémi

Konzulens: Fentősné Mohácsi Bernadett

Kézirat lezárásának dátuma:2024.11.14.

Tartalomjegyzék

Bevezetés.....	1
1. A pénzügyi kultúra	2
1.1. A pénzügyi kultúra elemei	2
1.2. A pénzügyi kultúra fejleszthetősége	4
2. A pénzügyi szocializáció és attitűdök kialakulása.....	6
2.1. A pénzügyi szocializáció színterei	6
2.2. A szocializáció hatása az emberi magatartásra	8
3. Az oktatás és az iskolázottság kapcsolata a pénzügyi műveltséggel.....	11
3.1. Oktatási intézmények felelőssége a pénzügyi műveltségben	11
3.2. Iskolázottság hatása a pénzügyi döntésekre	13
3.3. Pénzügyi oktatást támogató további kezdeményezések	14
3.4. OECD és PISA eredmények	15
4. Családi pénzügyi szocializáció.....	17
4.1. A Személyiség fejlődés szakaszai	17
4.2. Családon belüli pénzügyi kommunikáció.....	18
4.2.1 Szociokulturális mintázatok elsajátítása.....	20
4.2.2 Társas és fogalmi orientációjú kommunikáció.....	20
5. Demográfiai tényezők szerepe a gyermekek pénzügyi viselkedésére	23
5.1. Családszerkezet	23
5.2. Szülők iskolázottsága	24
5.3. Születési sorrend.....	25
5.4. Nemi szocializáció.....	27
5.5. Generációs hatások	28
6. Fogyasztói szocializáció és döntéshozatal	30
6.1. Gyermeki döntéshozatali képesség kialakulása.....	30
6.2. Reklámok befolyásoló ereje	32

6.3. Zsebpénz.....	33
6.4. Fontossági sorrend és szükségletkielégítés.....	34
7. Saját primer kutatás	36
7.1. Demográfiai és általános tájékoztató adatok	37
7.2. Szülők pénzügyi tudatossága.....	44
7.3. Pénzügyitudatosságra nevelés eszközei.....	49
7.4. Családi kommunikációs stílusok	55
7.5. Születési sorrend és személyiségjegyek	57
7.6. Gyermek viszonya a pénzzel	62
7.7. Egyéni vélemények.....	73
Összefoglalás.....	75
Felhasznált irodalom	76
Mellékletek.....	83
1.1. Gyerekek pénzügyi tudatossága szülői kérdőív	83

Ábrajegyzék

1. ábra: A kultúra szintjei.....	3
2. ábra: Pénzügyi kultúra és műveltség összetevőinek egymásra hatása	4
3. ábra: Pénzügyi szocializáció szinterei.....	7
4. ábra: Három dimenziós attitűd elmélet	8
5. ábra: Pénzügyi attitűd-dimenziós elméletek	9
6. ábra: Családi és oktatási szocializációs szintek sajátosságai	11
7. ábra: OECD országok 15 éves diákjainak általános pénzügyi műveltségének szintje	16
8. ábra: Az egyén személyiségfejlődésének szakaszai	18
9. ábra: A pénzügyi szocializáció hierarchikus modellje	19
10. ábra: Kommunikációs típusok a családon belül.....	21
11. ábra: Fogalmi és társas orientációt képviselő kommunikáció jellemzői.....	22
12. ábra: Jellemző személyiségjegyek a születési sorrend alapján	27

13. ábra: A családi kommunikációs mintázatok és a gyermek befolyása, jövedelme és fogyasztói függetlensége közötti összefüggések konceptuális modellje	34
14. ábra: Válaszadók nemek szerinti megoszlása	37
15. ábra: Gyermek szám a családban.....	37
16. ábra: Családi állapot	38
17. ábra: A gyermek felügyeleti jog megoszlása az elvált szülők esetében	39
18. ábra: Kérdőív kitöltők iskolai végzettsége	40
19. ábra: A gyermek másik szülőjének iskolai végzettsége	40
20. ábra: A gyermeknevelésbe bekapcsolódó személyek iskolai végzettsége	41
21. ábra: Kitöltők jelenleg betöltött munkaköre.....	42
22. ábra: Gyerekek neme születési a születési sorrend alapján.....	43
23. ábra: Általános iskolás korú gyermekek osztályuk szerinti megoszlása.....	43
24. ábra: Kérdőív kitöltők pénzügyi tudatossága	44
25. ábra: Kitöltők által végrehajtott tudatos pénzügyi cselekvések	46
26. ábra: Kitöltők megoszlása az alapján volt-e lehetőségük pénzügyi ismereteket tanulni ...	47
27. ábra: Családtól elsajátított pénzügyi ismeretek.....	48
28. ábra: Kérdőív kitöltők pénzügyi gyermeknevelési tudatossága	49
29. ábra: Pénzügyi nevelési eszközök használata	51
30. ábra: Milyen gyakorisággal beszélget gyermekével pénzügyekről.....	53
31. ábra: Gyermek önállóan elkölthető pénzének felhasználása	54
32. ábra: Reklámok gyerekekre gyakorolt hatása a születési sorrend alapján	60
33. ábra: Egyke gyermekek megoszlása, az alapján mire költenének 10.000 ft-ot.....	62
34. ábra: 10.000 ft felhasználása egyke gyermekek nemük szerinti megoszlása alapján	63
35. ábra: Első gyermekek megoszlása az alapján mire használnák fel a 10.000 ft-ot	64
36. ábra: 10.000 felhasználása az első gyermekek nemük szerinti megoszlása alapján	64
37. ábra: Második gyermekek megoszlása 10.000 ft felhasználása alapján	65
38. ábra: 10.000 ft felhasználása második gyermekek nemük szerinti megoszlás alapján	66
39. ábra: Harmadik gyermekek megoszlása az alapján miként használnak fel 10.000 ft-ot.....	66
40. ábra: 10.000 ft elköltése harmadik gyermekek nemük szerinti megoszlása alapján.....	67
41. ábra: Egyke gyermekek viselkedése, ha nem tudnák megvenni a vágyott játékot	68
42. ábra: Egyké nemük szerinti viselkedése, ha nem tuják megvenni a vágyott terméket	68
43. ábra: Első gyermekek viselkedése, ha nem tudnák megvenni a vágyott játékot.....	69
44. ábra: Elsőszülöttek nemük szerinti viselkedése, ha nem tuják megvenni a vágyott terméket	70

45. ábra: Második gyermekek viselkedése, ha nem tudnák megvenni a vágyott játékot.....	70
46. ábra: Másodszülöttek nemük szerinti viselkedése, ha nem tudnák megvenni a játékot	71
47. ábra: Harmadik gyermekek viselkedése, ha nem tudnák megvenni a játékot.....	71
48. ábra: Harmadik gyermekek nemük szerinti viselkedése, ha nem tudnák megvenni a játékot	72

Táblázatjegyzék

1. táblázat: Iskolai végzettség és pénzügyi tudatosság közötti kapcsolat	45
2. táblázat: Szülők pénzügyi tudatossága és gyermekeik pénzügyi nevelésének kapcsolata...	50
3. táblázat: Iskolai végzettség és gyermek pénzügyi nevelésének kapcsolata	50
4. táblázat: Iskolai végzettség és nevelési eszközök számának kapcsolata.....	52
5. táblázat: Kommunikáció gyakorisága és iskolai végzettség kapcsolata	54
6. táblázat: Fogalmi és társas orientáció a vásárlási szokások szemszögében	56
7. táblázat: Személyiségjegyek felméréséhez társított állítások.....	58

BEVEZETÉS

TDK dolgozatomban a manapság egyre nagyobb figyelemmel bíró pénzügyi kultúra témakörével foglalkozom. A megszokott felnőtt és egyetemista korosztály megismerésétől eltérően az általános iskolás generáció pénzügyi tudatosságának feltérképezésére helyeztem a hangsúlyt. A dolgozatom célja rávilágítani arra, hogy a családi háttér, milyen módon befolyásolja a gyermekek pénzügyi viselkedését. Kisiskolás gyerekek táboroztatása és tanulmányaimmal kapcsolatos új ismereteim által fogalmazódott meg bennem a gondolat, hogy szeretnék jobban elmélyedni a gyermekek pénzügyekhez való viszonyának kérdéskörében.

Dolgozatomat hét fő részre bontottam, melynek első fejezetében a pénzügyi kultúra fogalmát, valamint annak fejlesztési területeit ismertetem.

A második fejezetben a szocializációs színtereket mutatom be továbbá azt, hogy az egyén pénzügyekkel való viszonya miként mutatkozik meg az ember attitűdjében.

A harmadik fejezetben oktatási szempontból közelítem meg a témakört, annak jártam utána a hazai iskolarendszer mekkora figyelmet fordít a pénzügyi oktatásra.

A negyedik fejezetben az elsődleges szocializációs színtér, a család kerül a középpontba. A szülő-gyermek kapcsolat viszonyában vizsgálom a kommunikációs stílusok és szociokulturális mintázatok elsajátítását.

Az ötödik fejezetben demográfiai szempontból mutatom be a családiállapot, szülők iskolázottsága, gyermek neme és a születési sorban elfoglalt hely miképp függ össze a fiatal generáció pénzügyekhez való viszonyával.

A hatodik fejezet azt foglalja össze, hogy a gyermekek által otthoni közegből hozott mintázatok miként köszönnek vissza a fogyasztói szocializációjukban.

A záró fejezetben kérdőíves kutatásom eredményeit ismertetem. A szülők pénzügyekhez való viszonyának felmérését követően kutatásom arra irányult, hogy megismerjem a pénzügyi gyermeknevelési szokásaikat. Illetve a gyermekek személyisége és pénzügyi döntéshozatali képességének felmérése került a kérdések középpontjába.

1. A PÉNZÜGYI KULTÚRA

Felgyorsult, gyorsan változó világunkban egyre inkább szükségessé válnak azok az ismeretek, készségek és képességek melyekkel a váratlan helyzetekben is képesek vagyunk megalapozott pénzügyi döntéseket hozni. A pénzügyekben való eligazodás nagyban függ az egyén pénzügyi kultúrájának fejlettségétől. (Csiszárík-Kocsir, 2022)

Bár a 2008-as válságot megelőzően is megjelentek tanulmányok azzal kapcsolatban, hogy az emberek pénzügyi műveltségét fejleszteni kellene, azonban a válság és azt követő időszak világított rá igazán a pénzügyi ismeretekben megmutatkozó hiányosságokra. Mára már szinte minden ország rendelkezik stratégiával, vagy olyan programmal, mely célul tűzte ki az egyének pénzügyi tudásának bővítését. (Csiszárík-Kocsir és Garai-Fodor, 2018; Csiszárík-Kocsir, 2022; OECD, 2023)

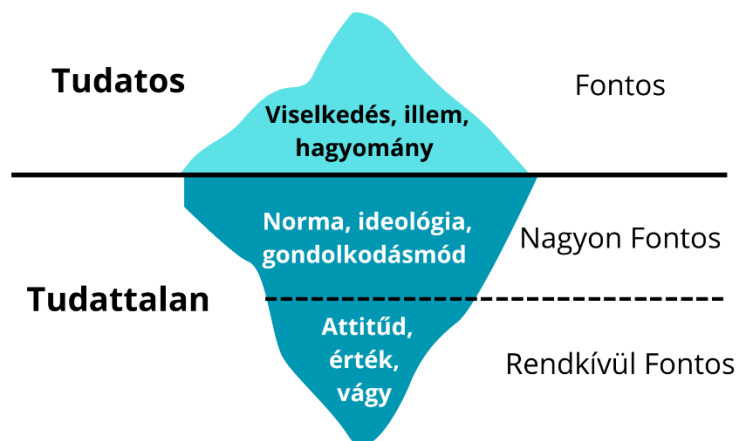
A pénzügyi kultúra fejlesztése nem történik egyik pillanatról a másikra. Ahhoz, hogy az emberek hétköznapi életükben követett gondolkodásmódjában változásokat tudjunk elérni hosszú időre van szükség, valamint a sikeresség több tényező egymásra hatásán is múlik, mivel az egyes szocializációs színterek különböző módon tudják formálni az egyén kultúráját és az abból kialakuló személyiségét. (Csiszárík-Kocsir, 2022)

1.1. A PÉNZÜGYI KULTÚRA ELEMEI

A pénzügyi kultúra fogalma már az 1900-as évek elején megjelenik az egyes szakirodalmakban. (Denich, 2020) Ennek ellenére a mai napig nem született egységesen elfogadott definíció azzal kapcsolatban mit is értünk pontosan a meghatározás alatt. Egyre inkább terjed az a nézet, hogy definiálás helyett koncepcióban érdemes róla gondolkodni. (Árpási és társai, 2022)

A társadalomra és az egyénre gyakorolt hatás szempontjából szükséges az általános kultúra értelmezését a nem anyagi jellegű tényezők oldaláról megismerni, hiszen ezek az elemek a pénzügyi viselkedésünkre is hatással vannak. Ide tartoznak a személyiségünket kialakító és a magatartásunkat meghatározó attitűdök, orientációk, valamint az egyes feltételezésekben alapuló hit. (Csorba, 2020) A gyermekek elsősorban a családi közegből hozzák magukkal kultúrájukat, azonban a felnőtté válás folyamatában kortársaik és az oktatás is formálja azokat. (Balázsiné, 2013) A Freudi személyiségelméletéhez hasonlóan itt is megtalálhatóak olyan elemek melyeknek a tudatában vagyunk és olyanok, amelyekre nincs ráhatásunk, a tudattalanunkban helyezkednek el. (Freud, 1910) Az egyén kultúrájának két részre bontásában

a felszínen történő dolgok közé tartoznak a viselkedés, a hagyományok és az illem. Míg a felszín alatt az érzelmileg erősebb elemek helyezkednek el, mint a normák, ideológiák, gondolkodásmód és attitűdök. (Balázsiné, 2013)



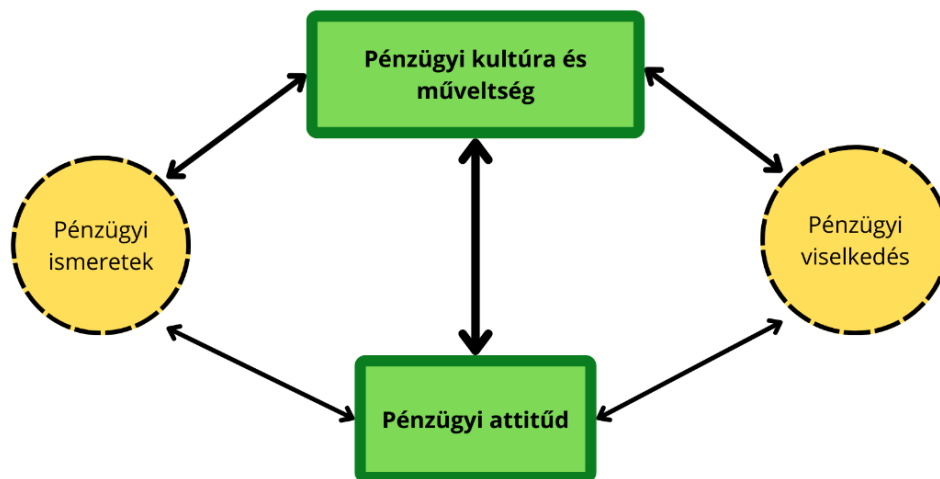
1. ábra: A kultúra szintjei

Forrás: Saját szerkesztés (Lendvai, 2013 alapján)

Atkinson és Messy (2012) megfogalmazása alapján a pénzügyi kultúra magába foglalja a lexikális tudáson túlmenően azokat a területeket, melyek a tudattalanunkban helyezkednek el. Ezek együttes kombinációja segít a helyes döntések meghozatalában, amely az egyén és társadalmi jólét szempontjából is szükségesek.

A pénzügyi műveltség Magyarországon használt MNB által alkotott 2008-as definíciója szerint az ismeretek és képességek azon szintje, mely által az ember képes a szükséges információkat megszerezni és azokat azonosítani. A tények feldolgozása után az adott személy olyan megalapozott pénzügyi elhatározásokat tud hozni melyben számításba vette a jövőbeni következményeket is.

Az OECD által alkotott rendszer alapján a pénzügyi műveltség három egymásra hatást gyakorló komponensből épül fel. A **pénzügyi ismeretek** alatt az alapvető készségeket tartja számon, mint az értő olvasás és a számolás, valamint a pénzügyi fogalmakban való jártasság. A **pénzügyi viselkedés** alá tartoznak azok a szemléletek, melyeket az emberek a hétköznapi életükben követnek. Az egyén képessé válik az ismeretek gyakorlati alkalmazására, olyan cselekvéseket hajt végre, mint például a hosszú távú tervezés vagy a költségvetés készítése. A **pénzügyi attitűd** az egyén kultúrájából származó viszonyokat testesíti meg. (Alekm és társai 2018; Szőke- Tóht, 2023)



2. ábra: Pénzügyi kultúra és műveltség összetevőinek egymásra hatása

Forrás: Saját szerkesztés (Szőke- Tóth, 2023 alapján)

A pénzügyi kultúra fogalmát, ezek alapján nehéz meghatározni. Ami közös pontként lelhető fel a definíciókban, hogy az ismeretek és azok gyakorlati alkalmazásából származó megfontolt döntéseket hangsúlyozzák. (Denich, 2020) Ezen tudások megszerzéséhez viszont szükséges egy megfelelő közeg, ahol mindezek elsajátíthatóvá válnak.

A pénzügyi kultúra fejlesztése az egyén, a társadalom és a gazdaság érdeke is. Fontos belátni, hogy vannak olyan viselkedésminták melyek már gyermekkorban kialakulnak. Figyelmet kell fordítani arra, hogy a fiatal generációk már kis kortól kezdve a saját képességeiknek megfelelően sajátítsák el a pénzügyi döntésekben való helytállást.

1.2. A PÉNZÜGYI KULTÚRA FEJLESZTHETŐSÉGE

A pénzügyi kultúrát oly módon is elemire lehet bontani, hogy melyek azok a tényezők, amelyek könnyen fejleszthetőek és mik azok, amikre nehezebb hatást gyakorolni. (Csiszárík-Kocsir és Garai-Fodor, 2018; Garai-Fodor és Csiszárík-Kocsir, 2018)

A fejleszthető aspektusokat akár tanulási szintnek is nevezhetnénk, mivel itt jelennek meg a pénzügyi ismeretek, fogalmi jártasság készsége, valamint azok alkalmazásának képessége. Ezek azok a tényezők melyek tájékozódással, oktatással hamar magasabb szintre emelhetőek. Ezen túlmenően találhatóak meg azok a területek, melyek gátat szabnak a fentebb megszerzett tudás gyakorlati alkalmazásának. A kevésbé fejleszthető tényezők közé sorolhatók a szocializációval elsajátított normák, prioritások és értékek. (Csiszárík-Kocsir és Garai-Fodor,

2018) Az egyes helyzetekben való helytállást nehezíti az egyén hozott mintáiból származó emóciója, ami által képes felülmúlni a racionálisnak tűnő döntéseket, akár tudat alatt is.

A felnövekvő generációk pénzügyekhez való hozzáállását a társadalmi háttér határozza meg. Az egyén pénzügyi működésében a szocializációs színterek válnak döntővé, mivel a családi körből származó uralkodó felfogások már gyermekkorban beleépülnek az ember jellemébe. A korán elsajátított szemléletek az élet számos területére kihatással lesznek. Meghatározzák azt, hogy az adott személy által képviselt magatartás hova tudja eljuttatni az egyén testi és lelki jólétét. (Kovácsné Henye, 2019; Garai-Fodor és Csiszárík-Kocsir,2018)

2. A PÉNZÜGYI SZOCIALIZÁCIÓ ÉS ATTITŰDÖK KIALAKULÁSA

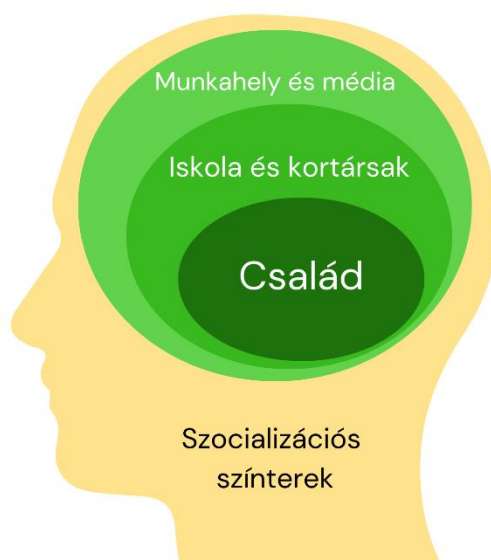
A szocializáció során az adott személy a társadalom tagjává válik, azaz a társadalmi-kultúra az egyén személyiségének meghatározó része lesz. (Zsótér, 2015) A folyamat egyik ágense a pénzügyi szocializáció, melynek során az ember az őt körülvevő környezetre támaszkodva sajátítja el a pénzügyi műveltség alapjait, majd ezek mentén kialakítja saját értékítéletét és attitűdjeit. A pénzügyi gyakorlatok ezáltal beépülnek az illető mindennapi életébe. (Csiszárík-Kocsir, 2022; Csiszárík-Kocsir, 2023; Németh és társai 2018) A szocializáció a kultúra azon részeit helyezi gyakorlati formába, mint a normák és a követet minták. Ezek célja, hogy segítse a fiatalabb generációk eligazodását a megoldásra váró helyzetekben. (Zsótér, 2015)

A szocializáció elsajátításával kapcsolatban három elméletet érdemes megismerni. A **rekonstruktivizmus** szemszögéből közelítve a folyamat egyirányúnak tekinthető, mivel a generációk újateremtik a korábbi társadalmi, valamint kulturális mintázatokat. A **konstruktivizmus** már valamivel nyitottabb felfogást képvisel abból a szempontból, hogy nem csak az idősebbek adhatják át tudásukat a fiatalabbaknak, hanem bármely egyén aktív részvevőként alakíthatja azt. A **kritikai irányzatok** azt vallják, hogy gyorsan változó világunkban a normarendszerek is folyamatosan átalakulnak. Az ezek megértéséhez szükséges nyitott gondolkodás pedig arra készíti az egyént, hogy szakítson a generációkat átívelő felfogásokkal és elkezdje kialakítani a váratlan helyzetekben adaptálható saját attitűdjeit. (Zsótér, 2015)

2.1. A PÉNZÜGYI SZOCIALIZÁCIÓ SZÍNTEREI

A pénzügyi szocializációval kapcsolatban számos kutatás bizonyítja, hogy a fiatalkorban elsajátított viselkedésminták az élet későbbi szakaszaiban is meghatározóvá válnak. (Csiszárík-Kocsir, 2022; Csiszárík-Kocsir, 2023, Remund, 2010) A normák elsajátítása több szintén történik. Ezek a közegek más-más aspektusból járulnak hozzá az egyén pénzügyi kultúrájának elsajátításához. A szakirodalomban a szocializációs színterekkel kapcsolatban találkozhatunk kétdimenziós modellekkel, ezekben a család és az oktatás jelennek meg meghatározó faktorként. (Nagy és Trencsényi, 2012; Nagy, 2013) Más elméletekben három szocializációs területet különböztetnek meg. A harmadlagos tényezőként megjelenik a munkahely és a média egyénre gyakorolt hatása. (Giddens; 2008; Nagy, 2013; Nagy-Trencsényi, 2012)

Az elsődleges szocializációs színtér a **család**, azon belül is elsősorban a szülők és a nagyszülők. Tanulmányok Giddens (2008) és McNeal (2007) bizonyítják, hogy a szülők által alkalmazott nevelési stílus pozitívan korrelál a fiatalok pénzügyek felé való nyitottságával, valamint döntéseivel. Ezt követően jelenik meg az **iskola** és vele együtt a **kortársak** azok a helyszínek, ahol a gyermekek idejük nagy részét töltik. A pénzügyi oktatás elméleti oldalról támogatja a tudás bővítését és igyekszik rávezetni a fiatalokat azok helyes gyakorlati alkalmazására. A kortársak által képviselt attitűdök azonban könnyen befolyásolhatják a fejlődő személyiségeket. A csoporthoz való tartozás az ember alapvető igénye, ezáltal hajlamossá válik arra, hogy kövesse azokat a viselkedésmintákat, amelyeket az őt körülvevő személyek tanúsítanak. A szocializációs hatások szempontjából egyre nagyobb teret nyer magának a **média**. Az online platformokról szerzett tudást azonban fenntartásokkal érdemes kezelni. Az egyén kritikai gondolkodása segíthet abban, hogy kiszűrje a valótlan információkat. Bár a gyermekkor határozza meg leginkább a későbbi életünkben követett gondolkodásmódunkat, a **munkahely** is válhat meghatározó színterré a pénzügyi szocializációban. (Csiszárík-Kocsir, 2022; Giddens, 2008; Nagy, 2013; Nagy-Trencsényi, 2012; Zsótér, 2015)



3. ábra: Pénzügyi szocializáció színterei

Forrás: Saját szerkesztés

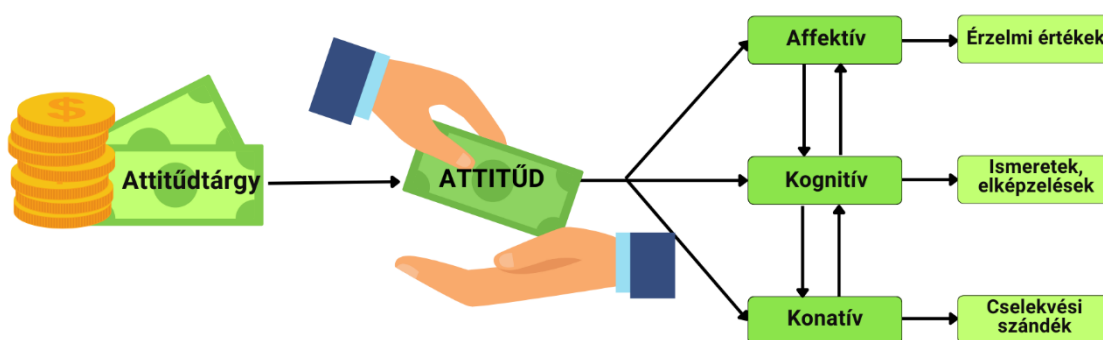
Mindezek alapján megállapítható, hogy a pénzügyi szocializáció valójában egy életen át tartó folyamat, azonban az alapvető elemei gyermekkorban épülnek be az ember életébe. (Giddens, 2008)

2.2. A SZOCIALIZÁCIÓ HATÁSA AZ EMBERI MAGATARTÁSRA

A szocializációs közegek nagyban hozzájárulnak nem csak attitűdjeink kialakulásához, de azok formálásához is. (Hornyák, 2015) Pénzügyi viselkedésünk összetettsége egy folyamatrendszer eredménye, mivel a szocializáció hatására kialakulnak kultúránk elemei, amiknek a gyakorlati megmutatkozása attitűdjeinkben nyilvánul meg.

Az attitűdöt a szociálpszichológia úgy határozza meg, mint egy attitűdtárggyal szemben kialakított mentális reprezentációt, azaz értékelő viszonyulást. (Kovács és Mészáros, 2015) Attitűd alapjául szolgálhat bármely olyan tárgy vagy gondolati dolog, mellyel szemben az egyén pozitív, vagy negatív kötődést tud kialakítani. (Csorba, 2020) Pénzügyi attitűdnek nevezhető tehát minden olyan értékelő kapcsolódás, mely a pénzeszközökhöz és pénzügyi műveletekhez köthető. (Kovács és Mészáros, 2015)

Az egyik legismertebb modell három dimenzió alapján vizsgálja az attitűdtárggyal szemben kialakított magatartást. A szerkezeti egységekre vonatkozó elképzeléseket foglalja magába, mivel az elmélet alapján minden attitűd kognitív, konatív valamint affektív alkotóelemből áll össze. A **kognitív** tényező az attitűdtárggyal kapcsolatos ismereteinket elképzeléseinket foglalja magába. A pénzügyi tudatosság kérdéskörének esetében ez azt jelenti, hogy az egyén milyen lexikális és aktuális gazdasági hírekben való tájékozottsággal rendelkezik. A **konatív** elem a jövőbeni cselekvésekre utaló információkat kezeli. Milyen viselkedési szándékot fog mutatni az érintett személy. Az **affektív** tengely az adott tárggyal kapcsolatos érzelmi értékeket vizsgálja. (Dewi és társai, 2020; Hábel, 2023; Torgyik, 2015;)



4. ábra: Három dimenziós attitűd elmélet

Forrás: Saját szerkesztés (Hábel, 2023 alapján)

A szocializációs élményekből származó emóciók attitűdünk egészét befolyásolják így az egyén egy konzisztens viszonyt alakít ki az adott dolog irányába, amely a személyiségében is megmutatkozik. (Kovács és Mészáros, 2015)

Az attitűdvizsgálatokat alapul véve különböző pénzügyi személyiségtípusokat tudunk meghatározni. A kutatások más-más mennyiségű faktort determinálnak, azonban a főbb ismérvek ismétlődnek vagy átfedés található a tényezők között. Jelentéstartalom alapján visszatérő elemek közé sorolhatóak azok a tényezők melyek a váratlan pénzügyi helyzetekre, valamint a külső környezettől való függetlenedésre világítanak rá. Emellett megjelennek még a negatív érzelmi viszonyokat megtestesítő érzések. Az anyagi javak birtoklásából származó a külvilág általi elismerés motívuma, ami a hatalom elnevezés alatt köszön vissza legtöbbször. (Furnham; 1984; Goldberg és Lewis, 1978, Tang, 1992; Yamauchi és Templer, 1982;)

Pénzügyi attitűd-dimenziós elméletek			
Goldberg és Lewis (1978)	Yamauchi és Templer (1982)	Furnham (1984)	Tang (1992)
Gyűjtögetés Önállóságra törekvés Hatalom	Hatalom-presztízsz Megtakarítás-idő Bizalmatlanság Szorongás	Kényszeresség Hatalom Megtakarítás Biztonság Elégedetlenség Erőfeszítés	A pénz jó A pénz rossz Teljesítmény Tisztelet Hatalom Költségvetés

5. ábra: Pénzügyi attitűd-dimenziós elméletek

Forrás: Saját szerkesztés (Zsótér, 2015 alapján)

Furnham (1999) a 11-16 éves diákokra összpontosító kutatásában öt pénzügyi attitűd-dimenziót határozott meg. A dimenziók összeállítása több az egyén magatartását vizsgáló kérdésből épült fel. Ezek között kitért a megtakarítási hajlandóság hiányára, továbbá arra, hogy a fiatalok pénzzel való takarékosága abból adódik, hogy az egyén egy vágyott terméket szeretne a jövőben a magáénak tudni. Tartalmi szempont alapján a megszokottnak nevezhető faktorok *költés, megtakarítás, közömbösség* mellett a *munkaetika* és a *bankok működése* jelenik meg további tényezőként. (Zsótér, 2015)

Az attitűdmodellekben a dimenziók egy egymásra befolyást gyakorló struktúraként működnek így a pénzügyi magatartás esetén is először annak összetevőit szükséges megvizsgálni. Ezt követően pedig célzott hatást tudnak gyakorolni az egyes komponensekre, mivel az egyik elem megváltoztatása a többi esetében is módosulást eredményez. (Kovács és Mészáros, 2015)

3. AZ OKTATÁS ÉS AZ ISKOLÁZOTTSÁG KAPCSOLATA A PÉNZÜGYI MŰVELTSÉGGEL

A pénzügyi kultúra a fentebb felvázoltak alapján fontos részét kell képeznie életünknek. Fejleszthetősége hosszú időt vesz igénybe, mivel az ismeretek megszerzésén túl annak gyakorlati alkalmazását is el kell érni. Társadalmunk generációinak nagy része azonban még nem rendelkezik tudatos pénzügyi viselkedéssel, ezáltal a tudás átadása nem csak akadályokba ütközik, de folytatódnak a hiányos vagy rosszul berögzült sémák mindennapi alkalmazása. (Remund, 2010)

3.1. OKTATÁSI INTÉZMÉNYEK FELELŐSSÉGE A PÉNZÜGYI MŰVELTSÉGBEN

Az elsődleges szocializációs életterek intenzitása mélyreható nem csak abból kifolyólag, hogy a család adottságként, az oktatási intézmények pedig kötelezettséggként jelennek meg az egyén életében, hanem mert az ember személyisége ebben az életszakaszban leginkább fogékony az új ismeretek elsajátítására. Mindkét szocializációs színtérnek meg vannak a maga sajátosságai, de csak egymást segítve képesek komplex eredményt elérni. A családi térben természetes hierarchia mentén alakulnak ki a sajátos, feltétel nélküli viszonyok. Az oktatási létesítmények ezzel szemben előre meghatározott szabályok mentén működnek. Bár van lehetőség intézmény váltására, az alapvető elvárások és követelmények nem változnak. Cél, hogy az adott ismeretanyagot minden gyermek elsajátítsa. (Nagy, 2013)

Szocializációs színterek jellegzetességei		
Tényezők	Család	Oktatási intézmények
Viszonybeli jellemző	Adottság	Kötelezettség
Szervezőelv	A feltétel nélküli viszonyt feltételezi	Feltételhez kötöttség
Formálhatóság	Viszonyrendszerek módosulhatnak	Természetes módon változik, változtatható
Működési rendszer	Meghatározott természetes hierarchia	Előre felállított mesterséges hierarchia

6. ábra: Családi és oktatási szocializációs színterek sajátosságai

Forrás: Saját szerkesztés (Nagy Á., 2013 alapján)

Az idő előrehaladtával a világ egyre inkább ismeri fel annak jelentőségét, hogy a háztartások mellett az oktatási intézményeknek is ki kell venni a részüket a pénzügyi műveltség formálásában. (Alekman 2018; Csiszárík-Kocsir, 2022; Gajdos, 2021; Liu 2024; Szőke és Tóth, 2023) A hazai kutatások jelentős része a középiskolás korosztállyal vagy annál idősebb generációkkal foglalkozik. (Csiszárík- Kocsir, 2022; Hornyák, 2015; Kovácsné Henye, 2019; Szőke és Tóth, 2023) Ennek lehetséges okai között érdemes a hazai pénzügyi oktatást megvizsgálni abból a szempontból, mikor kezdődik el az ilyen típusú tananyag bevezetése a diákok számára.

Az oktatáspolitikáját minden ország maga határozza meg. Európai Unió tagországgént viszont, a pénzügyi műveltség tekintetében az Európai Bizottság és az Európai Tanács időről-időre következtetéseket fogalmaz meg, majd ezek mentén iránymutatásokat tesz a tagállamok számára. Az Unió ösztönzi a tagállamokat arra, hogy nemzeti stratégiát dolgozzanak ki a pénzügyi ismeretek fejlesztésére. Emellett fontosnak tartaná, hogy az országok beépítsék az iskolai tantervekbe a pénzügyi oktatást. (EU Tanácsa, 2024) A tantermi tanítással kapcsolatosan az OECD 2012-es jelentésében már megjelenik a javaslat, hogy az általános tanterv részeként, iskolai környezetben alsó tagozatos korban megismertetésre kellene kerüljön a témakör a gyerekekkel.

Hazai viszonylatot tekintve a Nemzeti Alaptantervben szerepelnek gazdasági és pénzügyi neveléssel kapcsolatos megfogalmazások. A jelenleg hatályban lévő 2024-ben elfogadott jogszabály a köznevelés feladatai és értékei között tartja számon, hogy az új generáció hasznosítható ismereteket sajátítson el a pénz világával kapcsolatosan. Tantárgyi felosztás tekintetében pénzügyi és vállalkozási ismeretek beépíthetők a helyi tantervekbe a szabadon tervezhető órák rovására. **Matematika** tantárgyon belül az évfolyamokhoz megfogalmazott **1-4. osztályosokra** vonatkozó cél, hogy az alapvető matematikai műveleteket képesek legyenek a pénz dimenziójában alkalmazni. **5-8. évfolyamos** diákok a nevelési-oktatási szakasz végére gazdasági szituációkat bemutató feladatokat képesek lesznek megoldani a matematikai ismereteiket felhasználva. **9-12. korosztálynál** szintén megjelenik az általános követelmények között, hogy a tanulók az adott oktatási időszak végére matematikai tudásukat alapul véve képesek pénzügyeket érintő a mindennapi élethez kapcsolódó feladatokat megoldani. Tantárgyakat figyelembe véve a matematikán túl menően **állampolgári ismeretek** témakörei között köszön vissza a pénzügyi oktatás. Állampolgári ismeretek esetében a család gazdálkodása és pénzügyei jelenik meg a felső tagozatosak és középiskolások számára egyaránt. 9-12. évfolyamosok esetében a feldolgozandó tananyag kibővül a bankrendszer,

hitelfelvétel, valamint vállalkozás és vállalat témaköreivel. A tantárgyi cél értelmében a tanulók képesek lesznek felelős döntéseket hozni saját pénzügyeik tekintetében. (net.jogtar, 2024)

A magyar közoktatás feladatának tekinti a pénzügyi nevelést. Bár általános iskolásoknál is megjelenik a családi pénzgazdálkodás témaköre, a hazai oktatás pénzügyi tudatosság tekintetében a középiskolás korosztályra helyezi a hangsúlyt. A pénzügyi tudatosság kialakítását azért is lenne fontos már kisiskolás korban elkezdni, mivel ezáltal felválthatóak lennének az otthoni közegből hozott negatív szokások tovább gyakorlása. (Csiszárík-Kocsir és Garai-Fodor, 2018)

3.2. ISKOLÁZOTTSÁG HATÁSA A PÉNZÜGYI DÖNTÉSEKRE

A pénzügyi oktatást vizsgáló tanulmányok többek között arra a kérdésre is keresik a választ, hogy az iskolázottság és az iskolapadban szerzett tudás mennyire vannak hatással az egyén későbbi jóllétére. (Horváthné Kökény- Széles, 2014; Lusardi- Mitchell, 2011) A magasabb iskolai végzettség pozitív kapcsolatot mutat a pénzügyi műveltség tekintetében. (Lusardi- Mitchell, 2011) Továbbá a bármilyen pénzügyi oktatásban részesültek megfontoltabbak a gazdasági döntésekben. (Hornyák, 2013)

Az alacsony pénzügyi kultúrával rendelkezők nagyobb valószínűséggel hoznak számukra kedvezőtlen elhatározásokat. Kisebb arányban rendelkeznek megtakarítással, könnyebben írnak alá kedvezőtlen pénzügyi konstrukciókat. Általánosságban véve a gazdaság kevésbé aktív szereplői közé tartoznak. (Bleazard, 2022; Gajdos, 2021; Szőke és Tóth, 2023) Ezzel szemben a pénzügyi képzésben részesült polgárok tudatosabbak, hosszabb távon gondolkodnak, ami a háztartási megtakarítások növekedését is eredményezi. Emellett nagyobb arányban gondolnak az öngondoskodásra és tesznek pénzügyi befektetéseket. A pénzügyi oktatásban részesültek felelősségtudatuknak köszönhetően kiegyensúlyozottabb életet tudnak maguknak biztosítani, míg az alacsonyabb pénzügyi ismeretekkel rendelkezők könnyebben kerülnek anyagilag nehezebb helyzetekbe. (Bleazard, 2022; Gajdos 2021; Liu, 2024;)

A pénzügyi oktatás képes növelni az egyének és a háztartások jólétét és jóllétét. A pénzügyi műveltségből származó viselkedésnek társadalmi és gazdasági vetülete is van. Egy társadalom magasabb pénzügyi kultúrájának eredményeként, hatékonyabb lehet az országok pénzügyi forrásainak felhasználása és azok célirányos elköltése. (Bleazard, 2022; Liu, 2024, Szőke és Tóth 2023)

3.3. PÉNZÜGYI OKTATÁST TÁMOGATÓ TOVÁBBI KEZDEMÉNYEZÉSEK

A tantervi oktatáson túlmenően egyre több intézmény, platform is kezdi felismerni a pénzügyi nevelés fontosságát és indít olyan kezdeményezéseket melyek célja az egyének pénzügyi tudásának bővítése.

A legismertebb hazai együttműködések közé tartozik Pénzügyiránytű Alapítvány, ami 2008-ban jött létre. A pénzügyi tudatosságot fejlesztő program civil és piaci szereplők együttműködéséből épül fel. Az alapítók között szerepel az MNB, a Magyar Bankszövetség továbbá a Diákhitel Központ. Tevékenységükben fontos szerepet tölt be a tankönyvfejlesztés. 2017/2018-as tanévtől rendelkezhetővé vált a hivatalos tankönyvjegyzékből a 9-10. évfolyamosok számára az „Iránytű a pénzügyekhez” - című kötet, mely innovatív módon gyakorlatias példákon keresztül nyújt általános ismeretterjesztést. 2018/2019-es tanévtől pedig elérhető vált a 7-8. évfolyamosoknak szóló tankönyv, valamint munkafüzet. Emellett további kiadványok is segítik a mindennapi pénzügyek megismerését a felső tagozatos és középiskolás korosztály számára. (Pénzügyiránytű, 2024)

Másik nagy népszerűségnek örvendő kezdeményezés a Pénz7 mely 2015-ben indult 660 iskolában 90.000 diákot elérve. 2023-ra ez a szám az iskolák tekintetében 1203-ra emelkedett a tanulók száma 217.000-re nőtt. A program az általános iskola felső és középiskolás korosztályra fókuszál. A témahét alatt pénzügy tematikájú interaktív, játékos programokon vehetnek részt a tanulók. (Pénz7, 2024)

A bankszféra is meglátta a potenciált a pénzügyi tudatosság témakörében. A bankok egy része a szülők számára készít cikkeket és oktatóvideókat azzal kapcsolatban hogyan tudnák támogatni és jó példát mutatni gyerekeiknek. A másik megközelítésben vetélkedőkön és versenyeken keresztül igyekeznek elérni a fiatalabb korosztályhoz. A legtöbb versenykiírás a középiskolás korosztályt célozza meg. K&H bank Vigyázz, kész, pénz! – pénzügyi vetélkedőjére, viszont már 3. osztályos kortól lehet jelentkezni egészen középiskola 11. évfolyamáig. A verseny során több fordulón keresztül takarékosággal, bankolással és a mindennapi pénzköltéshez kapcsoló modern játékos feladatokat kell a gyerekeknek megoldaniuk. (OTP, 2024; K&H, 2024; MBH, 2024)

Az Erste Bank és a Pagony Kiadó kezdeményezése egyedülálló Magyarországon. Az általuk megalkotott Cserebere az erdőben című kiadvány az első magyar nyelvű pénzügyi mesekönyv a piacon. A mű célja, hogy szórakoztató módon a legkisebb, 3-6 éves korosztály is megismerkedhessenek a pénzügyek világával. A könyvben szerepelő történetek kerülnek a

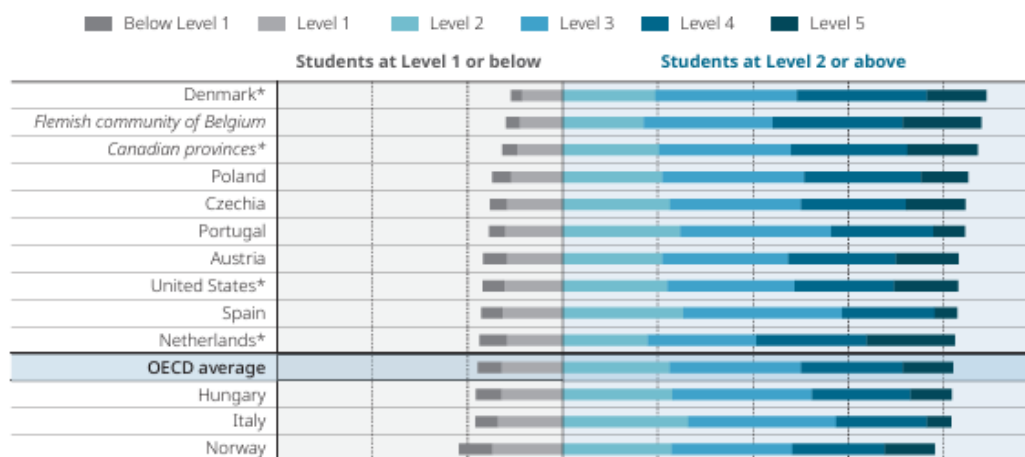
szakszavak használatát sokkal inkább arra koncentrálnak, hogy a mesék világában az erdő lakók életén keresztül ismeretese meg a pénzügyi fogalmat a gyerekekkel. Az előrejelzések alapján 2025 nyaráig kerül a könyvesboltok polcaira a kötet. Abban az esetben viszont, ha a szülő december 15-ig Cseperedő bankszámlát nyit az Erste banknál ajándékba kap egy példányt. A bankszámlanyitás feltételei között szerepel, hogy a gyermek életkora 0-14 év közé essen. Amennyiben a gyermek betöltötte a 7. életévét egyedi bankkártyát is igényelhetnek a szülők gyermekeik számára. A bankcsoport igyekszik egyre nagyobb figyelmet fordítani arra, hogy ne csak gyerekbarátok legyenek, hanem a fiatal korosztály számára is minél több lehetőséget tudjon nyújtani, ebből kifolyólag a közeljövőben érkezik George szolgáltatásuk Junior verziója. (Erste, 2024)

Ezek alapján megállapítható, hogy egyre szélesebb körben kezdenek el foglalkozni a pénzügyi oktatás témakörével. Az iskolák, valamint a legtöbb program a középiskolásoknak és az általános iskolás 7-8. osztályosoknak kínálnak lehetőségeket. Figyelemreméltó azonban, hogy az alsó tagozatos, vagy annál kisebb korosztályt megszólító kezdeményezések is kezdenek elterjedni. A már meglévő koncepciók tovább fejlesztése mellett, üdvözlendő lenne további oktatóanyagok kidolgozása, melyek bevezetik már a legkisebb gyermekeket is a pénzügyek világába.

3.4. OECD ÉS PISA EREDMÉNYEK

Nemzetközi szinten is készülnek jelentések arról, hogy az országok egymáshoz képest miként teljesítenek pénzügyi műveltség szempontjából. A Gazdasági Együttműködési és Fejlesztési Szervezet (OECD) alapelvei között megfogalmazásra került a gazdaság és foglalkoztatottság növekedése, pénzügyi stabilitás fenntartása, valamint az életszínvonal emelése. Magyarország 1996-ban csatlakozott a szervezethez. Az OECD elismert elemző központtal rendelkezik, mely segít abban, hogy a tagországok ajánlásokat kapjanak az egyes politikai, gazdasági vagy oktatási kérdésekben. Összehasonlító elemzéseket készít az egyes tagállamok adatai alapján. (OECD, 2024) Az OECD felnőtt lakosságot vizsgáló pénzügyi műveltségről szóló felmérése mellett a PISA teszt keretein belül az iskolás korosztály tudását méri. A PISA vizsgálattal nem a lexikális tudás felmérése a cél sokkal inkább annak igyekeznek utánajárni képesek-e a tanulók a megszerzett tudást a mindennapi életben is alkalmazni. A vizsgálat háromévente kerül megrendezésre 15 éves tanulók körében. (Oktatási Hivatal, 2022) A legfrissebb PISA felmérés 2022-ben készült. A kutatás több szempont alapján igyekszik minél szélesebb képet kapni a diákok pénzügyi műveltségével kapcsolatban. Az alapvető pénzügyi műveltség terén a diákok tudását szintekre bontották. A 2-es szinten elhelyezkedő tanulók azok, akik az alapvető

pénzügyi műveltséggel rendelkeznek. Ezen szint alatt teljesítő diákoknak nincs ilyen típusú ismeretük, vagy nem képesek felhasználni pénzügyi tudásukat a hétköznapiak során. Az OECD-országok átlaga alapján minden ötödik gyermek ebbe a kategóriába esik. Országok szempontjából a magyar tanulók évről-évre jobban teljesítenek, ettől függetlenül még mindig elmaradás tapasztalható az OECD átlag viszonylatában. (OECD, 2024)



7. ábra: OECD országok 15 éves diákjainak általános pénzügyi műveltségének szintje

Forrás: OECD, PISA 2022

A felnőtt lakosság esetében is fejlődő tendencia figyelhető meg, de az ő esetükben is tapasztalható elmaradás a többi országhoz képest az OECD 2023-ban végzett felmérése alapján.

4. CSALÁDI PÉNZÜGYI SZOCIALIZÁCIÓ

Az oktatás fontossága vitathatatlan az egyén fejlődése szempontjából, azonban az attitűdök kialakulásában a családi háttér a meghatározóbb faktor. A pénzügyek terén tanúsított viselkedés esetében az iskolai végzettség és munkatapasztalat együttesen nem mutat olyan befolyást az egyén döntéshozatali hajlandóságára, mint a szülői minta. (Bleazard, 2022; Gassmann Allgäuer, 2016)

4.1. A SZEMÉLYISÉG FEJLŐDÉS SZAKASZAI

A szülői nevelés hatásának megértéséhez érdemes tisztában lenni az egyén pszichológiai fejlődésének szakaszaival. A pénzügyi tudatosság kialakulása párhuzamba állítható a fogyasztói értékrend elsajátításával, mivel a pénzzel való bánásmódunk a vásárlási szokásainkban is megnyilvánul. A mentális és biológiai érési folyamatok alapján alkotott fogyasztói szocializációs modellben három szakaszt különböztetünk meg. (Zsótér és Nagy, 2012; Zsótér, 2015)

Perceptuális szakasz az óvodás kortól az iskolaérettségig terjedő időszakot foglalja magába, ez a 3-7 éves kort jelenti. A gyermekek ezen időszakukban leegyszerűsítenek és határozott döntéseket hoznak, hétköznapi és gazdasági szituációkban egyaránt. Érdemes azonban megemlíteni, hogy 3-4 éves korra a gyermek már kialakult világgéppel rendelkezik, emellett egységes jelenségmagyarázó rendszerrel képes gondolkodni. Perspektívájukban az énközpontúság játsza a főszerepet. A látványos könnyen észlelhető dolgokra irányul a fókuszuk. Oksági feltételezéseket alkotnak az összefüggések megértése érdekében, az információ hiányát elméletképzéssel pótolják. Az ismeretek hiányossága miatt nem tudnak különbséget tenni objektív és szubjektív dolgok között. A 6-7. életév meghatározó a személyiség fejlődésében, mivel jelentős változás történik a társas magatartásban, valósághoz támasztott viszonyal, és nem utolsósorban a gondolkodásban. Az indulatok, érzelmek, valamint ösztönök felszabadulása új érdeklődési terület a valóság megismerése felé irányítja a gyermeki lelket. Az **analitikus szakasz** során a gyerekek már képesek mérlegelni, több nézőpontot is figyelembe venni, valamint megtanulnak absztrakt szinten is gondolkodni. Ez a folyamat 7-11 éves kor között zajlik. Megfontoltabbakká válnak és az egyszerű érzékelésen túl az adott szituációban a mögöttes jellemzőkre is irányul a figyelmük. Az örömeik háttérbe szorul és a valóság elv kerül előtérbe. A gyermek elkezd megérteni, hogy nem lehet minden szükséglet azonnal

kielégíteni. A valóság funkció 9 éves korra teljeseedik ki és válik központi tényezővé. Továbbá a családi és társadalmi viszonyrendszer is átalakul oly módon, hogy a gyerek elkezd felfogni a vele szemben felállított elvárásokat. A külső nyomásnak igyekszik megfelelni ezáltal kialakul a feladat-és felelősségtudata. A serdülőkor átmeneti időszakot képez gyermekből felnőtté válás státuszába. **Reflektív szakasz** a kamaszkor idejére 11-16 éves korra datálható. Ekkora a serdülő már komplex módon képes gondolkodni. Nem csak saját szemszögét, hanem a társadalmi kontextust is képes értelmezni. Korábbi ismereteinek adaptálásával igyekszik érett döntéseket hozni. (Margatics, 2011; Zsótér, 2015; Zsótér-Nagy, 2012)

	Perceptuális	Analitikus	Reflektív
Életkor	3-7 év	7-11 év	11-16 év
Adaptivitás	Kezdetleges	Mérsékelt	Kifejlett
Perspektíva	Énközpontúság	Több nézőpont	Társadalmi kontextus
Fókusz jellemzők	Észlelt	Funkcionális	Releválás

8. ábra: Az egyén személyiségfejlődésének szakaszai

Forrás: Saját szerkesztés (Zsótér, 2015 alapján)

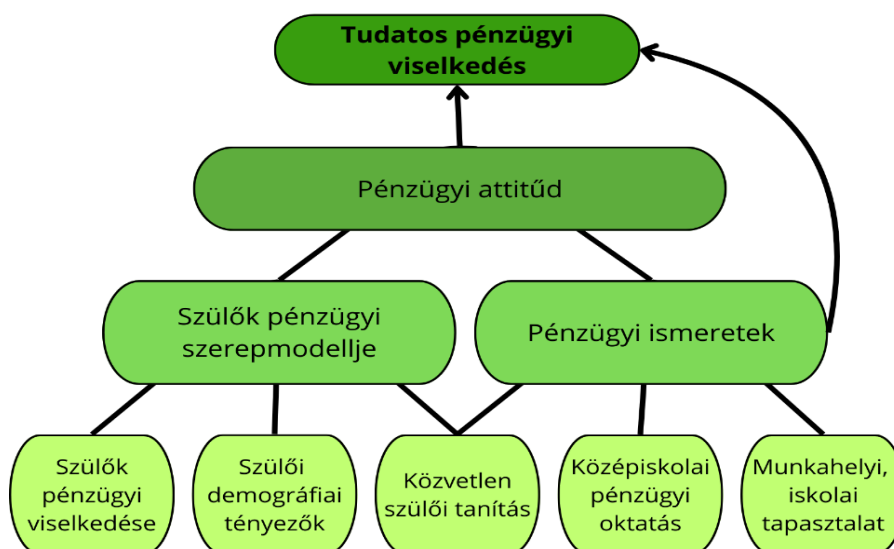
Valójában a születés pillanatában elindul az egyén mindennemű szocializációja a megfigyelései alapján. Az egyes életszakaszok bemutatják a kognitív érés folyamatát, hogyan válik a gyermek szemlélőből a gazdaság aktív résztvevőjévé. (Zsótér, 2015)

4.2. CSALÁDON BELÜLI PÉNZÜGYI KOMMUNIKÁCIÓ

Minden család egyedi módon működik, ebbe beletartozik az is, hogy a pénzügyi kommunikáció mindenhol másképp épül fel. (Bleazard, 2022) A szülők kognitív és explicit módon gyakorolnak hatást gyermekükre. (Zsótér, 2015)

A pénzügyi szocializáció hierarchikus modellje azt mutatja, hogy a pénzügyi tanulás kapcsolatban van a viselkedéssel és az attitűdökkel. A szülők jelentősebb befolyást gyakorolnak a gyermekük életében, mint az iskola és munkatapasztalat, mivel többféle feladatot látnak el. A

beszélgetések, szabályok felállításán túl példaképként szolgálnak gyermekük számára. (Gassmann Allgäuer, 2016)



9. ábra: A pénzügyi szocializáció hierarchikus modellje

Forrás: Saját szerkesztés (Gassmann Allgäuer, 2016 alapján)

Drever és munkatársai (2015) az általános iskolai éveket 6-12 éves kort a legmeghatározóbb időszaknak tekinti a pénzügyi attitűdök kialakulásában. Ezen időszakban a családi háttér gyakorol elsősorban hatást a gyermekek életére tudatos és tudattalan módon egyaránt. A gyerekek látják szüleik mindennapos szokásait, érzékelik az ismétlődő folyamatokat, tapasztalatokat szereznek, melyek alapján kialakítják az egyéni preferenciájukat, attitűdjüket. A szülők által tanúsított viselkedést elkezdik kritikusan kezelni és kialakítani saját elképzelésüket mit szeretnének a nevelői modellből elsajátítani. A fiatalok viselkedésére a szülők is reagálnak. Ezen értelmezésben a szocializáció konstruktivizmus elmélete érvényesül, miszerint a pénzügyi viselkedés elsajátítása dinamikus módon a szülő-gyermek kölcsönhatás viszonyában valósul meg. (Gassmann Allgäuer, 2016) A nevelői beállítódásokat sokban befolyásolja az egyén és az adott régióra jellemző társadalmi kultúra. (Hegedűs-Kecskeméti, 2023)

A pénzügyi nevelés sikeressége nagyban függ az egymás irányába kialakított bizalomtól, kapcsolatok és kommunikáció minőségétől. A gyermekek nevelőik megfigyelése alapján kezdik kialakítani saját attitűdjeiket melyek később reflektálnak a korábban látott példákra. (Csiszárík-Kocsir, 2022)

4.2.1 Szociokulturális mintázatok elsajátítása

A minták elsajátítása már csecsemőkorban elkezdődik a megfigyelésen alapuló tanuláson keresztül. (Lui, 2024) A szociális tanulás alá elsősorban a mintakövetés tartozik. Az elmélet alapján a kiválasztott személy modellé válik a másik számára, interakciót elkezdi lekövetni, majd ezeket saját életbe is elkezdi adaptálni. A megfigyeléses tanulás nagyobb része spontán módon zajlik, így nem csak pozitív minták kerülhetnek elsajátításra, hanem a negatív magatartásiformák is. A korai szocializációs időszakokban a gyermekeknek meg kell tanulniuk miként tudnak különbséget tenni pozitív és negatív viselkedésmódok között. (Gupalo, 2011; LeBaron és Kelley, 2021)

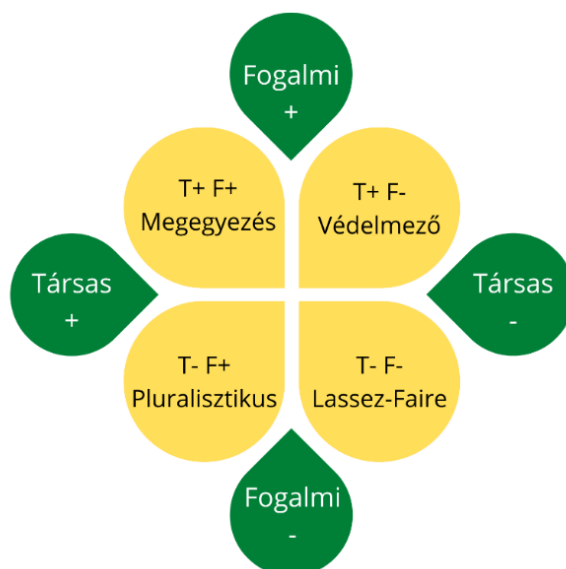
Azok a szülők, akik pénzügyi döntéseikben megfontoltak, költségvetést készítenek, megtakarításokkal rendelkeznek olyan mintát közvetítenek a gyerekeik felé mely nagyban javíthatja az ő jövőbeli jólétüket. (Csiszárík-Kocsir, 2022) Azok a fiatalok, akik kis kortól kezdve látják azt, hogy családjuk megtakarít, esetleg magát az egyént is spórolásra ösztönzik ez a fajta magatartásforma a későbbi életszakaszokban is megmarad. Olyan kulcskompetenciát sajátítanak el ezáltal, mely segít a racionális pénzügyi kiadások kialakításában. A pénzügyekben tanúsított viselkedés negatív irányt vehet fel, ha a gyermek azt látja szülei a rendelkezésükre álló pénzt nem jól osztják be. (Csiszárík-Kocsir, 2023) További negatív hatást gyakorolhat a nem stabil bizalmi alapon működő szülő-gyermek viszony. (Csiszárík-Kocsir, 2022)

4.2.2 Társas és fogalmi orientációjú kommunikáció

A szülő-gyermek közötti kommunikáció nagyban befolyásolja azt, hogy a gyermek miként lesz képes érvényesíteni az akaratát. (Neulinger, 2011) McLeod és Chaffee valamint Ritchie és Fitzpatrick (1990) nevéhez fűződik a családi kommunikációs mintázatok modelljének a megalkotása. A kutatók egy olyan kétdimenziós skálát hoztak létre melyen belül négy egységet különíthetünk el az alapján, hogy az adott faktor milyen mértékben van jelen. (Neulinger, 2011; Zsótér, 2015; Zsótér és Bauer, 2015)

A **társas-orientáció**nál a hangsúly a családtagok véleményének megismerésére és annak tiszteletben tartására helyeződik. A folyamat során a harmonikus családi kapcsolat kialakítása zajlik. A **fogalmi-orientáció** egy szabadabb elvű felfogást képvisel azáltal, hogy teret ad az önálló véleményeknek és a tapasztalatok megszerzésének. A családi kommunikáció típusai az orientációk kombinációjaként írhatóak le. (Neulinger, 2011; Zsótér, 2015; Zsótér és Bauer, 2015)

A **meg egyezé sen alapul ó** kommunikációt folytató családok esetében egyszerre valósul meg a nevelői jelzések elfogadása és az önállóság ösztönzése. Ezek együttese segít a kiegyensúlyozott viszonyok fenntartásában. **Véd elmező** stílus magas társas-orientációt feltételez, miszerint a szülőknek való megfelelés képezi a családi egyetértés alapját. Ezen viszonyrendszer mellett a gyermekek problémamegoldó képessége kevésbé fejlett, mivel a szülők átveszik az információfeldolgozás feladatát. A **plurasztikus** másnéven többelvű módon működő információcserében a fogalmi-orientáción van a nyomaték. Ebből adódóan az ember igyekszik maga megoldásokat találni a váratlan helyzetekre, valamint ösztönzik az egyént saját véleményének felvállalására. Amennyiben mindkét orientációs ágazat alacsony szinten van jelen **lassez-fair** típusról beszélhetünk. A kommunikáció a szülő és gyermeke között ritka, így a nevelési stílusban nincsen elvárva az engedelmesség, de az önállóság sem. (Neulinger, 2011; Zsótér, 2015; Zsótér és Bauer, 2015)



10. ábra: Kommunikációs típusok a családon belül

Forrás: Saját szerkesztés (Neulinger, 2011, alapján)

A pénzügyi és fogyasztói szokásokban is megmutatkozik az, ha valaki magas fogalmi orientációval rendelkező családban szocializálódik. A nyílt kommunikációnak köszönhetően gyakoribb párbeszéd alakulhat ki a gazdasági, pénzügyi kérdésekben. A szülő saját belátása szerint hozza meg elhatározásait, de meghallgatja gyermeke álláspontját és sarkalja őt a kérdések mérlegelésére. Pozitív korreláció mutatható ki a társadalmilag elfogadott fogyasztói magatartás és a társas kapcsolatokon belül zajló információáramlás gyakorisága között. (Bleazard, 2022; Zsótér, 2015)

T. Rowe Price 2017-ben készített kutatása a szülői faktor tekintetében vizsgálta, hogy a kommunikáció gyakorisága milyen hatással van a gyermekek pénzügyi műveltségére. A megkérdezett szülők, akik legalább heti szinten beszélgetnek pénzügyekről 64%-ka mondta azt, hogy gyermeke tudatosabban bánik a pénzzel. (Epperson és Dickler, 2017) Az ilyen családok esetében gyakoribb a szülő gyermekével közösen jár el vásárolni és a fiatalabb is beleszólhat a fogyasztói döntésekbe. A bátorító megnyilvánulások magasabb megtakarítási hajlandóságot eredményezhetnek és csökkenthetik az adósságfelhalmozás veszélyét. A társas orientációból adódó csekély kommunikáció arra kényszeríti az egyént külső forrásból szerezzen információkat gazdasági ismereteinek kialakításához. A szülők jobban korlátozzák gyermekeik fogyasztását, gyakrabban tanúsítanak elutasítást. A vásárlásokból való kizárás következménye lehet, hogy az egyén a későbbiekben úgy kompenzálja az így kialakult ürt, hogy hajlamosabb lesz a kényszeres vásárlásra. Amennyiben a gyermek emlékezetében a pénz a viták alapjául szolgáló tényezőként marad meg, nagyobb esély mutatkozik arra, hogy későbbi életszakaszaiban ő maga is rosszul fog viszonyulni a pénzügyi döntésekhez. (Bleazard, 2022; Zsótér, 2015)

Fogalmi orientáció	Társas orientáció
Folytonos, nyílt kommunikáció	Magatartás és döntések kontrollálása
Fontos az egyéni vélemény	Hangsúly a családi harmónián
Fontos az alternatívák mérlegelése	Fontos mások véleménye
Saját nézetek és értékek ösztönzése	Kevés kommunikáció a fogyasztásról
Alacsony szintű szülői korlátok	Elvárt a korlátok elfogadása

11. ábra: Fogalmi és társas orientációt képviselő kommunikáció jellemzői

Forrás: Saját szerkesztés (Zsótér, 2015 alapján)

A családi interakciók hatással vannak a finanszírozási attitűdökre és ismeretekre. Különösen fontos a szülő-gyermek kapcsolat intenzitása és annak minősége a pénzügyi eredményesség tekintetében. A pénzügyi szocializáció nagyobb valószínűséggel lesz sikeres, ha a nevelő és gyermeke kapcsolatára magas színvonalú meghit kommunikáció a jellemző. (LeBaron és Kelley, 2021)

5. DEMOGRÁFIAI TÉNYEZŐK SZEREPE A GYERMEKEK PÉNZÜGYI VISELKEDÉSÉRE

A pénzügyi attitűdök kialakulásában a demográfiai tényezők is hatást gyakorolnak. A személyiségjegyek megnyilvánulásából adódó viselkedés függhet attól, hogy milyen szerkezetű és iskolázottságú családból származik az adott egyén, továbbá hányadikként helyezkedik el a születési sorrendben. A fiú és lány gyermekek érdeklődési köreiből adódó különbség a pénzügyi szocializációban is megmutatkozik.

5.1. CSALÁDSZERKEZET

A család nagysága meghatározza, hogy a szülők anyagilag milyen mértékben tudják támogatni gyermekeiket. Aki nagyobb családba születik kisebb eséllyel számíthat pénzügyi segítségre ahogy egyre idősebb lesz. A testvérek száma nagyobb befolyással van arra, hogy milyen támogatottságot tud élvezni az adott gyermek, mint a szülők jövedelme. (Bálint, 2017) A családszerkezet módosulása a magatartásmintákban is változást eredményez. Az egy, vagy kétszülős nevelés a gyermekek fogyasztói szokásaiban is megmutatkozik. Az elvált szülőpárok száma emelkedik, ennek következményeképp növekszik az egyszülős háztartások száma. Azokban a családokban, ahol csak egyik szülő viseli a nevelő szerepet gyakoribb a kommunikáció a pénzügyi költségekkel kapcsolatosan. Az ilyen típusú családokban kevesebb az olyan szereplő, aki vigyázni tudna a kisebbekre, így a vásárlások többségét a szülők gyermekükkel együtt végzik. A közös bevásárlások során pedig a gyermekek megfigyelhetik azt, hogy a nevelő milyen szempontok alapján hozza meg döntéseit. Gyakrabban mérlegelnek a termékek megválasztása során, igyekeznek tudatosabb elhatározásokat hozni költségeikkel kapcsolatban. A családok, ahol magasabb a gyerekek száma a nagyobb testvért gyakran vonják be a háztartási feladatok elvégzésébe, abba hogy figyeljen testvéreire. A háztartási munkák elvégzése nem csak nagyobb önállóságot eredményez, hanem a gyermek tisztább képet kap a család működéséről arról, hogy a szülői jövedelemből milyen kiadásokat szükséges fedezni. Ezek a gyermekek megfontoltabban hoznak pénzügyi döntéseket és jobban takarékoskodnak. (Zsótér, 2015) A családi egység felbomlásának hatására a fiatalokban könnyebben alakulhat ki a materialista szemlélet. Az elvált szülőpárok által nevelt gyermekeknél megfigyelhető, hogy nagyobb anyagiasság jellemzi őket, mint azokat a kortársaikat, akik teljes családban szocializálódnak. A tárgyiasult javak biztonságérzetet nyújtanak számukra, mivel a gyermek

fejlődő érzelmiintelligenciája ezeken a dolgokon keresztül igyekszik pótolni a személyes kapcsolatok hiányából és hiányosságából eredő frusztrációit. (Hornyák, 2015)

A családszerkezet befolyásolja, hogy a gyerek milyen korán kezdi el kivenni a részét a háztartási feladatokból, ezáltal közvetett módon tapasztalatot szerezve a háztartás jövedelmének megoszlásáról is. A szülők gyermekük életében való jelenléte, az együtt töltött minőségi idő mennyisége kihatással van arra mennyire fog élete során fontos tényezőt képviselni a materialista javak által nyújtott élvezeti érték. (Hornyák, 2015)

5.2. SZÜLŐK ISKOLÁZOTTSÁGA

A pénzügyi műveltség tekintetében a magasabb iskolázottsághoz racionálisabb viselkedési magatartást társítunk. (Lusardi-Mitchell, 2011) Ez a fajta tudatosság abban az esetben is igaz amennyiben az adott személy gondviselői szerepbe kerül. A magasabb iskolai végzettséggel rendelkező szülők olyan tudást tudnak átadni gyermekeik számára mely jó alapot képez az ő saját gazdasági szemléletük kialakításához. Azok a diákok, akiknek nevelőik felsőfokú tanulmányokat végeztek jártasabbak a gazdasági kérdésekben és nagyobb eséllyel rendelkeznek megtakarításokkal. (Csiszárík-Kocsir, 2022; Hornyák, 2015; Liu 2024)

Az iskolai végzettségből eredő különbségek a kommunikációs mintázatokban is megnyilvánulnak. Kevesebb interakció jellemzi azokat a családokat, ahol a szülők alacsonyabb iskolázottságúak, ebből kifolyólag a társas-orientáció sajátosságaival rendelkező információcsere zajlik. A műveltebb szülők bátorító megnyilvánulásokat tanúsítanak gyermekeik felé, ezzel szemben a hiányos szókinccsel rendelkezők a felszólító mondatokat részesítik előnyben. A hátrányosabb helyzetű családokban gyakoribb az azonnali neheztelés. A magasabb iskolázottságú családoknál az egymás irányába tanúsított érdeklődés kérdések formájában valósul meg, ami segíti a nézeteltérések elkerülését. A pozitív megnyilvánulások hiánya határozatlanságot eredményez. A felszólító mód túlzott használata csökkenti a gyerek önállóságra való hajlamát. A gyermek képességeinek fejlődését meghatározza, hogy a szülők jövedelmükből milyen javak és szolgáltatások megvásárlását tudják biztosítani. Az iskolai végzettség szintje pozitív kapcsolatot mutat a magasabb munkabérekkel. Az iskolázatlanabb családokra jellemzőbb a több műszakban való munkavégzés és másodállás vállalása az anyagilag stabil háttér megteremtése érdekében, ez viszont a gyermekkel eltöltött közös idő csökkenésével jár. A hiányos kommunikáció és a kevés együtt töltött idő hatására a gyermek viselkedése negatív irányba változhat. Mivel saját környezete is hiányos viselkedésmintázatokkal rendelkezik kevésbé lesz képes adaptálható attitűdöket kialakítani, így

folytatódnak a társadalmi egyenlőtlenségek továbbörökítése. (Hajdu és társai, 2022) Azokban a háztartásokban képes a gyermek már korai életszakaszaiban hasznos pénzügyi képességeket elsajátítani, ahol a szülő végzettsége magasabb. A felsőfokú iskolai végzettségű és magasabb jövedelemmel rendelkező szülők repetitívebb módon vesznek részt gyermekük pénzügyi nevelésében. A szülő iskolai végzettsége befolyásolja, hogy mennyire tartja fontosnak gyermekében kialakítani a tudatos fogyasztói pénzügyi műveltséget. (Liu, 2024)

A tudatos pénzügyi viselkedés elsajátítására azoknak van nagyobb esélyük, akiknek legalább egyik szülőjük magasabb iskolai végzettséggel rendelkezik. A gazdasági kérdésekben tanúsított szülői példa lekövetésén túl, olyan kommunikációs mintákat tudnak elsajátítani melyek erősítik a személyiségük azon elemeit, mint az önállóság, döntéshozatal és vélemény kifejtés. Ezek a képességeik nagyban segítik a mindennapokban való helytállást. (Hajdu és társai, 2022; Liu 2024)

5.3. SZÜLETÉSI SORREND

A pszichológiát régóta foglalkoztatja az a kérdés, hogy a születési sorrendben elfoglalt hely milyen hatást gyakorol a személyiségjegyekre. Az egyén magatartása nem ezen az egy tényezőn múlik azonban az, hogy hányadiként érkezik meg gyermek a családba meghatározza mennyire kerül a szülők figyelmének középpontjába és milyen stratégiát lesz szükséges alkalmaznia céljai elérése érdekében. (Adler 1922; Hegedűs és Petróczi, 2006)

Az **első szülött gyermek** helyzete testvére megérkezéséig kiváltságos, mivel a szülők figyelmé egyedül ő felé irányul. A második gyermek érkezését a beszélgetések és felkészítések ellenére egy tragédiaként éli meg, mivel elveszti a szülők korlátlan érdeklődését és meg kell tanulnia osztzkodni. A szülők első gyermekükön, tapasztalják ki a gyermekneveléssel járó feladatokat. Az ismeretlen következményektől való aggodás arra készteti a gondviselőket, hogy óvatosabbak, szabályorientáltabbak legyenek, ami később az utód személyiségjegyeiben is megmutatkozik. Az idősebb testvérek *lelkiismeretesebbek*, a szülők jobban támaszkodnak a segítségükre a mindennapok során, ezért nagyobb *felelősségtudattal* rendelkeznek és *megbízhatóbbak*. Ezek a gyermekek mégis gyakrabban tanúsítanak *irigy, féltékeny* viselkedést azáltal, hogy nélkülözniük kell a szülők korlátlan figyelmét. (Cherry, 2024; Hegedűs és Petróczi, 2006; Lawrenz, 2024; Sultan és Malik, 2020)

A **második vagy középső gyermekek**re nagyobb *ambíció* jellemző. Kisebbik szerepben elhelyezkedőként igyekeznek érvényesíteni akaratukat az idősebb testvérekkel és a családdal

szemben. *Nyughatatlan* és az állandó *versenyszellem* hajtja őket. A testvérek képességeinek utolérése a cél, amit utánzás alapján igyekeznek elsajátítani. Ez a fajta megatartás előnyös helyzetet teremt a számukra, mivel megtanulnak adaptálódni az új szituációkhoz. Kortársaikhoz képest sokszor rátermettebbek. A középső gyermekeknek meg kell tanulniuk beleilleszkedni a már kialakult családi egységbe, ebből kifolyólag *alkalmazkodóképességük* fejlettebb. Másodikként vagy harmadikként születve az osztozkodás számukra egy természetes folyamat, ezáltal *önzetlenebb* viselkedését tanúsítanak embertársaikkal szemben. A nagyobb testvérhez hasonlóan úgy érzik nem kapnak elég figyelmet a felnőttektől, ami az ő esetükben gyakran *rossz önértékelés* kialakulásához vezet. A figyelem megszerzése érdekében többször *láznak* és cselekednek a családi normától eltérően. (Cherry, 2024; Hegedűs és Perróczi, 2006; Lawrenz, 2024; Sultan és Malik, 2020)

A **legkisebb gyermek** a születési sor legvégén elhelyezkedve átveszi és élete végéig birtokolja a kiváltságos szerepet. Az utoljára születettek jellemzőbb az *elkényeztetettség*. A szülők ösztönei fellazulnak és sokkal szabadabb nevelési stílust kezdenek el alkalmazni, mint a nagyobb testvéreknél. A családi dinamikában úgy érzik ők azok, akikben kevésbé bíznak meg a szülők, ami a *küzdőszellem* felerősödését eredményezi. *Kíváncsi*bbak és nagyobb *kalandvágy*gal rendelkeznek. *Akaratosabban* viselkednek testvéreikhez képest és a szükségleteik azonnali kielégítésére törekednek. Amennyiben nem sikerül érvényesíteni akarataikat *hisztérikusabb* önkifejezéssel nyilvánítják ki nem tetszésüket. (Hegedűs és Perróczi, 2006; Cherry, 2024; Lawrenz, 2024; Sultan és Malik, 2020)

Ha az elsőszülött az **egyetlen gyermekké** válik a családban az egy speciális helyzetet teremt. A család figyelmének középpontjából sosem kerül ki az adott egyén, aminek eredménye lehet az *elkényeztetettség* és az *önállótlan*ság. A szülők igyekeznek mindent megadni egyetlen gyermekük számára és megóvni minden rossztól, aminek következtében nehezebben kezelhetik későbbi életük során a velük szembejövő problémákat. Jellemző rájuk a *teljesítményorientáltság*, *megbízhatóság* és a *precizitás*. Gyakran éri őket az a sztereotípiája, hogy énközpontúak és *önzőbbek*, mint más embertársaik. (Cherry, 2024; Hegedűs és Perróczi, 2006; Lawrenz, 2024; Sultan és Malik, 2020)

JELLEMZŐ SZEMÉLYISÉGJEGYEK A SZÜLETÉSI SORREND SZERINT

	Első szülött	Középső	Legkisebb	Egyke
Pozitív	Lelkiismeretes Felelősségtudó Megbízható	Alkalmazkodó Ambiciózus Önzetlen	Küzdőszellem Kalandvágy Kíváncsiság	Teljesítmény-orientált Megbízható Precíz
Negatív	Figyelemre éhes Féltékeny Irgy	Nyughatalan Alábecsülés Lázadás	Elkényeztetett Hisztérikus Akaratos	Önállótlanabb Elkényeztetett Önző

12. ábra: Jellemző személyiségjegyek a születési sorrend alapján

Forrás: Saját szerkesztés

A születési sorrendhez társított személyiségjegyek általánosságban értetendők, a jellemzők eltérhetnek és változhatnak minden egyén esetében. A szülők kommunikációs képessége itt is meghatározó abban a tekintetben, hogy milyen tényezőket erősítenek fel gyermekeikben.

5.4. NEMI SZOCIALIZÁCIÓ

A családi háttérén túl a gyermekek neme is szerepet játszik a meghozott pénzügyi döntésekben. (Hornyák, 2015; Hornyák, 2013) Tanulmányok felhívják a figyelmet, hogy a lánygyermekek általánosságban hiányosabb pénzügyi műveltséggel rendelkeznek a hasonló életkorban lévő fiú kortásaikkal szemben. (Lusardi és társai, 2010) A nőkre inkább jellemző a pénzpiaci műveletekkel kapcsolatos érdektelenség, félelemérzet és kevésbé tudatosan állnak helyt a gazdasági döntésekben (Hornyák, 2015; Hornyák, 2013) Az utolsó állítással szembe megy Cueva és Rustichini (2015) kutatása, akik a férfiak pénzügyi döntéseit tekintették kevésbé racionálisnak. A nemek tudatos pénzügyi elhatározások közti eltérés mérése, azonban akkor mutatna valódi képet, amennyiben a kognitív döntéshozatali képességek szintjét is számításba vennénk. (Kovácsné, 2019)

Mai világunkban egyre inkább tűnik el a szakadék a nemi szerepek között. A pénzügyi szocializációs eltérések eredhetnek a nemekhez társított különböző általános elvárásoktól. A hagyományos nemi szerepek szerinti felfogásban a nők több gondoskodással kapcsolatos ismeretet sajátítanak el, míg a férfiak nagyobb rálátást kapnak a pénzkezelési lehetőségekről. (LeBaron és társai, 2021) A férfiakhoz társított családfenntartó szerepkör eredményezheti azt,

hogy a szülők fiatalabb korban kezdenek el beszélgetni fiú gyermekükkel a finanszírozási kérdésekről, mint a lánygyermekkel. (Bleazard, 2022; LeBaron, 2021) A fiúgyermek esetében magasabbak az elvárások a megtakarítási attitűdökkel szemben és jobban megkövetelt tőlük a munkaorientáltság. Attól függetlenül, hogy a férfiakkal gyakrabban beszélgetnek otthon pénzügyekről, a felsőfokú iskolai intézményben tanuló diákok körében a nők mutatnak konzervatívabb pénzügyi viselkedést. A férfiak magasabb kockázatvállalási hajlandósággal rendelkeznek ebből kifolyólag gazdasági kérdésekben is gyakrabban hoznak kockázatosabb döntéseket. (Bleazard, 2022)

A demográfiai tényezőket figyelembe véve megállapítható, hogy a nemi szocializáció és a születési sorban elfoglalt hely nem feltétlen kell meghatározza az egyén pénzügyi viselkedését. Az ezekből a faktorokból eredő különbségeket képesek csökkenteni a szülők által alkalmazott nevelési stílus. A kommunikáció minőségét, azonban meghatározza a szülők iskolai végzettsége.

5.5. GENERÁCIÓS HATÁSOK

Az egyén szocializációja során generációs hatásokkal is találkozunk. Pénzügyi műveltség szempontjából hazánkban a rendszerváltást követően egy olyan generáció nevelkedett fel melynek nagy része nem tanult meg tudatos pénzügyi döntéseket hozni. (Árpási és társai, 2022; Gajdos, 2021) A családok esetében jellemző, hogy a különböző korosztályú egyének átadják tapasztalataikat a következő nemzedéknek. Ezt a folyamatot intergenerációs tanulásnak nevezzük. (Tóth, 2023) A nemzedékek közti kapcsolatok megértéséhez a hazai kutatások három generációból indulnak ki. (Törőcsik és társai, 2014) Pszichológiai szempontból megközelítve a pénz rengeteg trauma forrásaként is szolgálhat. A tudományág egyre nagyobb figyelmet szentel a generációkat átívelő transzgenerációs problémáknak. A transzgenerációs trauma olyan jelenség, mely során a valódi szenvedő egyén tudattalan módon, rejtett mintákon keresztül átörökíti negatív élményét a következő generációba. A leszármazottak, pedig bár nem voltak valódi alanyai a megrázkódtatásnak, mégis a traumatizáltság jeleit mutatják és saját megküzdési stratégiát dolgoznak ki énjük megvédése érdekében. A transzgenerációs szemléletben a pozitív kapcsolódások is ugyanúgy megjelenhetnek. Pénzügyi szempontból az anyagiakhoz fűződő viszonyunkat a szülőktől és nagyszülőktől sajátítjuk el, mivel a velük töltött idő alatt tudatos és tudattalan módon egyaránt bemutatják miként szabad és kell a pénzzel bánni, továbbá milyen életfilozófia mentén érdemes élni az életet. Az anyagiakhoz köthető gyerekkori emlékekhez érzelmek is társulnak, amik cselekvéseinkben tükröződnek vissza. (Orvos-Tóth, 2023) A

generációk nevelési stílusai is különbözőek. A rendszerváltást megelőző időszakban a tekintélyelvű nevelésre nagyobb hangsúly helyeződött. Manapság a világ nyitottsága, az elérhető termékek és szolgáltatások piacának köszönhetően a szülők gyermekükkel pozitívabb nyitottabb kapcsolatot igyekeznek kialakítani. A gyermeknevelés során elsődlegesen a szülőknek van ráhatása a gyermek életére, azonban a nagyszülők is meghatározó tényezőként jelennek meg. Családon belüli viták alapjául szolgál, hogy az egyes generációk milyen gyermeknevelési stílust részesítenek előnyben. Továbbá miként formálódik át a szülő nevelésről kialakult nézete mikor nagyszülővé válik. Általánosságba véve a nagyszülői pozícióba kerülő egyén lazább szabályokat alkalmaz unokájával szemben, mint azt gyermekével tette. A nagyszülő-unoka között kialakított pozitív viszony megmutatkozhat a szülők szigorúbb szabályainak kikerülésében. Ami megjelenhet az extra édesség és zsebpénz adásában, több rajzfilm nézésében továbbá olyan játékok megvásárlásában melyeket a szülők nem preferálnak. Az ellentétes nézetek a gyermek-szülő kapcsolatra is rányomja a bélyegét, mivel a gyermek szeretné, hogy a nagyszülői minta váljon természetessé a mindennapok során. (Doepke és Zilibotti, 2023)

A baby boomerként számontartott generáció, szüleitől olyan intelmeket tanult a pénzzel kapcsolatban, mint a folyamatos takarékoskodás, spórolás és mértékletesség. Ők azok, akik igyekeznek mindig felkészültek lenni a váratlan helyzetekre és rendelkeznek annyi megtakarítással, hogy egy nagyobb kiadással járó eseményt is meg tudjanak finanszírozni. A generációs hatások érvényesüléséből adódóan az x generáció hasonló felfogást képvisel. A generációk között a digitalizáció általánosságban véve szakadékot képez, ez alól nem kivétel a pénzügyi szektor sem. Az új típusú fizetési megoldások és befektetési eszközök azt eredményezik, hogy fiatalabbaknak valamelyest másfajta pénzügyi magatartást szükséges elsajátítaniuk. (Csányi, 2024; Gergely, 2024)

Ezek alapján a gyermekekre és a fiatal korosztályra hatással vannak a korábbi generációk mintázatai. A pénzügyi aspektus tekintetében viszont a digitalizációnak köszönhetően a fiatal generációk saját preferenciákat is elkezdnek kialakítani.

6. FOGYASZTÓI SZOCIALIZÁCIÓ ÉS DÖNTÉSHOZATAL

A pénzügyi szocializáció elsajátítása során az egyén fogyasztói értékrendje is elkezd kialakulni. A fogyasztói magatartás kialakításában szerepet játszik, hogy a korábbi generációk milyen orientációkat és értékeket kezdenek el közvetíteni az új nemzedék felé. A folyamat során intergenerációs hatások érvényesülése mellett, a következő generációkra jellemző sajátos jellemvonások is kialakulnak. A technológiák fejlődése és az adott időszak gazdasági helyzete szintén alakítják egy korosztály értékorientációját. (Zsótér és Nagy, 2012; Zsótér, 2015)

A fogyasztói szocializáció során az egyén megtanul az adott társadalmi és kulturális normáknak megfelelően viselkedni. A fogyasztóvá válás esetében is a szülői szerepkör a domináns faktor. A nevelési stílus meghatározza azt, hogy gyermek mekkora döntéshozói hatalommal rendelkezik, valamint a fogyasztói folyamatokban milyen mértékben tudja kivenni a részét. (Pólya, 2012) A gyermekkor meghatározó szerepet tölt be a folyamatban, mivel a felnőttkori fogyasztói magatartást nagyban tükrözi, hogy az egyén milyen pénzügyi, gazdasági tapasztalatokat sajátított el fiatal korában. (Zsótér és Nagy, 2012)

6.1. GYERMEKI DÖNTÉSHOZATALI KÉPESSÉG KIALAKULÁSA

A vásárlási döntési folyamatokban a tanulmányok a családok tekintetében a gyermekek befolyásoló erejére is kitérnek. A gyerekek a fogyasztói szocializációjuk során többféle szerepkört tölthetnek be. Mint az új generáció tagjai megjelenhetnek szüleik tanácsadójaként és iránymutatójaként. Ez a fajta attitűd a trendek lekövetésében nyilvánul meg leginkább. A fenntarthatósággal kapcsolatban is felfedezhető a gyermek szülője felé való ráhatása. A szülők nem csak abból a szempontból kezdenek el környezettudatosabban vásárolni, hogy gyermekük fenntarthatóbb jövőjét biztosítsák. A fiatal korosztály számára sokkal természetesebb folyamat a zöld termékek megvásárlása, ami által ösztönözhetik családtagjaikat a környezetbarátabb alternatívák megvásárlására. A gyermekek továbbá közvetett és önálló fogyasztóként is megjelenhetnek a piacon. A jellemfejlődési szakaszok, azonban valamelyest meghatározzák melyik szerep jellemzi őket leginkább. (Pólya, 2012)

Fontos leszögezni azt is, hogy az egyén döntéseit nem mindig tudja racionális alapon meghatározni. A fiatalok személyiségfejlődésében az érzelmekre nagyobb hangsúly

helyeződik, így elhatározásaikra erősebb befolyást tud gyakorolni az őket körülvevő emberekkel kialakított érzelmi kötődés. (Pólya, 2012)

Az évtizedek során a gyermekek döntéshozatali szerepköre is átalakuláson ment keresztül. A nevelési stílusok tekintetében a szülők ma már gyermeküket egyenrangúbb félként kezelik, emellett nagyobb a családon belüli függetlenség. Az utódok számának csökkenése és az egyszülős háztartások emelkedése szintén hozzájárul a gyermekek döntéshozói szerepkörének megerősödéséhez. (Pólya, 2012)

A fogyasztók legalsó korhatára is kitágul, már az óvodás korúak saját tudattal rendelkező vásárlóként jelenhetnek meg a piacon. 8-12 éveskorra alakul ki a valódi szükségletek felismerése. Ettől függetlenül a vásárlás az ilyen korú gyermekek számára egy olyan eszközzé válik melyben fessegethetik mennyire rendelkeznek saját hatalommal. A valódi döntéshozói szerephe való bevonás is hasonlóan erre az életszakaszra jellemző. Általánosságban véve a szülők 8 éves kort elérve várják el gyermeküktől, hogy tudják kezelni zsebpénzüket. Ezt követően 12-17 éves korban kezdődik el a döntési autonómia kialakulása. A tinédzserkort elérve alakul ki a valódi ráhatás a családi kiadásokra. A fejlődépszichológia a nevelés alapvető feladatának tekinti, hogy a szülők elkezdik megadni gyermekük autonómiáját oly módon, hogy bizonyos fokú kontroll megtartása mellett átruházzák a döntéshozói jogot a fiatalabbakra. A szülők engedékenysége változik ahogy növekszik a gyermek. A nevelők nagyobb szabadságot engedélyeznek az idősebbek számára, mivel abból a gondolatból indulnak ki, hogy tapasztalataikat felhasználva képesek a tudatosabb döntéshozatalra. A demográfiai tényezők esetében már említésre került, hogy milyen fontos hatást gyakorol a gyermek személyiségére mennyire élvezik a szülők önzetlen figyelmét. Ezen túlmenően eltérés figyelhető meg abban, hogy a szülők nemük alapján miként ítélik meg utódaik befolyásoló szerepkörét. Az édesanyák általánosságban véve nagyobb befolyást engedélyeznek gyermeküknek, mint az édesapák. (Pólya, 2012; Zsótér, 2013) A döntéshozatalban szerepet játszik a gyermek saját pénzével gazdálkodik vagy szüleiére kell hagyatkozni a költségei során. Amennyiben a gyermek saját pénze fedezi a vágyott terméket egyéni preferenciája szerint hozza meg döntését, megvásárolja azt vagy sem. Komplexebb helyzetet teremt, ha a gyerekek támaszkodnia kell valamelyik családtagjára. A felnőttek elutasítása általában arra ösztönzi a gyermekeket spóroljanak tovább a vágyott cél eléréséhez. (Kovácsné, 2019)

A gyermek érettsége és a termékekről meglévő tudása nem elhanyagolható abban az esetben, mikor döntéshozatala során meg kell indokolnia választását. Minél több információ birtokában van az adott egyén, annál relevánsabb érvelést tud megfogalmazni az általa vágyott termékkel szemben. A gyerekek folyamatosan sajátítják el és fejlesztik érvelési képességüket, ezzel párhuzamosan pedig befolyásolási stratégiákat is elkezdnek kialakítani. A befolyásolási hajlandóság eltérő lehet a különböző terméktípusok esetében. A gyerekekre jellemző énközpontúságból kifolyólag meggyőzőképességük erősebb, amennyiben olyan termékekről van szó melyeknél azt érzik a saját javukat szolgálják. A játékok, ruhák és édességek ezt a kategóriát képviselik. (Pólya, 2012)

A döntések meghozatalában való eligazodást tudja növelni az, ha az egyén képes különbséget tenni szükségletei között.

6.2. REKLÁMOK BEFOLYÁSOLÓ EREJE

A fogyasztói társadalomba történő beilleszkedés folyamatában a reklámokkal szemben kialakított viszony a felnőttkori hozzáállásra is befolyást gyakorol. A szülők határozzák meg gyermekük milyen mennyiségű és minőségű médiatartalmat fogyaszt. A média világ megkerülhetetlen részét képezik a hirdetések. A reklám piac egyik fő szegmense a gyermekek befolyására irányul. A szülők szabályozása, nevelése alakítja ki azt, hogy a gyermek miként kezdi el értékelni a hirdetéseket és ebből milyen fajta vásárlási motivációja alakul ki. A szülői minta követés nem csak a cselekvésekben nyilvánul meg a fogyasztói magatartás esetében termék-, üzlet-, márkapreferencia is sok esetben tovább öröklődik (Pólya, 2012)

A reklámok a gyermekek fejlődése esetében is korszakokat képeznek az alapján, hogy a kognitív érzékelés milyen szintjén áll az adott egyén. A gyermekek a műsorok és a reklámok között 5 éves korukat elérve lesznek képesek különbséget tenni. A befolyásoló, vásárlást ösztönző hatást 7-8 éves korban kezdi megérteni a gyermek. A hirdetésekkel szembeni kritikus gondolkodás kialakulása 10 éves korra datálható, azonban a gyermek fejlődépszichológia éretlenségéből adódóan még továbbra is könnyen befolyásolható, abban az esetben is, ha már felismeri nem mindent szabad elhinni, amit a reklámban hall. (Pólya, 2012)

A reklámokkal való érintkezés rövid és hosszú távú következményeket is hordoznak magukkal. Rövid távon a gyermek akaratosságának növekedéséhez vezet, mivel a hirdetésekben látott termékeket szeretné megszerezni, ezzel a szülőket újabb és újabb termékek megvásárlására sarkalja. Hosszabb távon a gyermekek fejlődésére is hatással van a reklámpiac azáltal, hogy

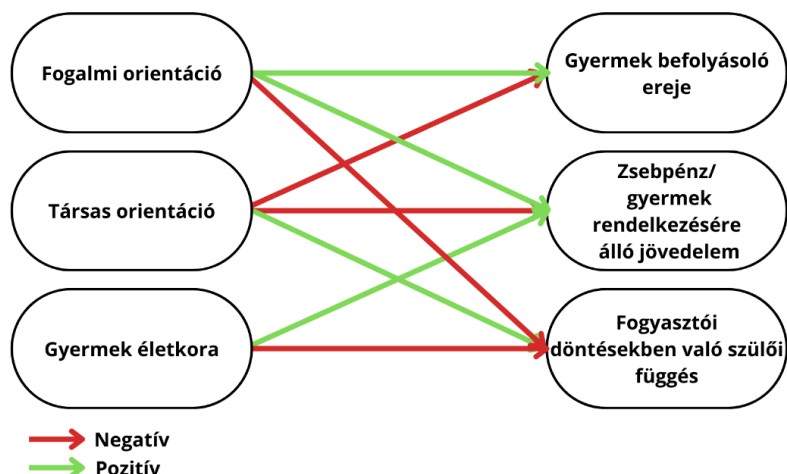
egyszerű szövegezésnek köszönhetően az üzenetek beépülnek a gyermekek világképébe mely később torzíthatják a való világgal kialakított viszonyát. (Alfa Generáció Labor, 2022) A termékek eladása során a nyelvezetnek értékmódosító ereje van, melynek hatására az egyén képes átértékelni tapasztalatait. A megfogalmazások képesek felerősíteni a termékek és szolgáltatások egy-egy jellemzőjét, amelynek hatására a fogyasztó jobban értékeli az adott dolog által nyújtott élvezeteket. Abban az esetben, ha ezt a fajta érzelmi kötődést képes az adott cég a termékével kapcsolatban elérni az egyén hajlandóvá válik annak megvásárlására vagy akár magasabb árat is képes fizetni érte, mint azt alapjából tenné. A gyermekeket célzó termékek és reklámok esetében a nyelvezet nem csupán leíró eszközként jelenik meg, hanem irányítja azt, hogy milyen részletekre irányuljon az egyén figyelme, ezáltal elérve mit tekintsen élvezhetőnek, melyek legyenek azok a termékek, amelyeket a magáénak szeretne tudni. (Ariely és Kreisler, 2017)

6.3. ZSEBPÉNZ

A fogyasztói szocializáció elemét képezi a fiatal korosztály zsebpénz használati szokásai, azonban a pénzügyi szocializáció tekintetében a jelenség vitatott. (Németh és társai, 2018; Zsótér, 2013) Egyes álláspontok szerint, azok a fiatalok, akik zsebpénzzel rendelkeznek vagy a házimunkáért cserébe pénzjutalomban részesülnek nagyobb kontrollt tanúsítanak költségeik felett. A megszerzett pénzösszeg azonnali elköltése helyett, inkább a megtakarítás mellett döntenek. Más megállapítások azt feltételezik a zsebpénz és a spórolási attitűd között nincs összefüggés. A fogyasztói döntéshozatalban a gyerekek vásárlóerejét erősíti, ha saját pénzzel gazdálkodhatnak, ami a sajátos magatartásminták elsajátítását segíti. A zsebpénz egy bizalmi kapcsolatot képes kialakítani szülő és gyermeke között. Valójában nem a pénzügyi támogatás és annak mértéke számít, hanem az a kontextus, amiben ahhoz a gyermek hozzájut. (Zsótér, 2013)

A zsebpénz jelentőségének megértéséhez a gyermeknek el kell sajátítania egy bizonyos fejlettségi szintet. A fejlődéslélektan szerint 8 éves korra éri el a gyerek ezt az állapotot, mikor már az otthoni és iskolai tapasztalatai alapján tisztába kerül a pénz fogalmával, annak funkcióival. A nevelési stílus a zsebpénz esetében is szerepet játszik, mivel a gyermek pénzhasználatát befolyásolja a szülő engedékenysége, valamint következetessége. Felelőtlen vásárlási magatartásimintázat kezd el kialakulni abban a gyermekben, aki szüleitől plusz kiegészítést kap abban az esetben, ha elfogy az adott időszakra kapott pénze. (Zsótér, 2013)

Rose, Boush és Shoham (2002) tanulmányukban a családi kommunikációs mintázatokat alapul véve a gyermek fogyasztói szocializációjára gyakorolt hatásában a zsebpénzt is tényezőként jelenítik meg. Konceptuális modelljükben a gyermek rendelkezésére álló jövedelem közvetlen tényezőként szerepel, mivel a szerzők úgy vélik a fogyasztói szocializáció és pénzügyek szempontjából fontos faktort képvisel a zsebpénz. A modell alapján a magas fogalmi orientációval járó kommunikáció pozitív irányban befolyásolja a gyermek zsebpénzzel való bánásmódját, míg a társas orientáció negatív attitűdök képviselésével járhat. (Zsótér, 2015)



13. ábra: A családi kommunikációs mintázatok és a gyermek befolyása, jövedelme és fogyasztói függetlensége közötti összefüggések konceptuális modellje

Forrás: Saját szerkesztés (Zsótér, 2015 alapján)

A házimunkáért járó zsebpénz azokra a családokra jellemzőbb, ahol az anyák végzettsége magasabb. Jövedelem szempontjából is a jobb anyagi helyzetben lévő családokra igaz ennek a módszernek a választása. A következetesség az édesapákra jellemzőbb, ők nagyobb arányban vonják meg gyermekük zsebpénzét, ha egyáltalán nem vagy nem megfelelően végezték el a számukra kiosztott feladatokat. (Zsótér, 2015)

6.4. FONTOSSÁGI SORREND ÉS SZÜKSÉGLETKIELÉGÍTÉS

Az emberek a pénzhez különböző értékeket társítanak. Leggyakrabban a szabadság és függetlenség eszközének tekintik. Már fiatalkorban megfigyelhető ennek a szemléletnek a kialakulása. (Zsótér és Nagy, 2012) Általánosságban elmondható, hogy az életben való sikerességet meghatározza mennyire képes az egyén hosszabb távon gondolkodni és szükségletinek kielégítést kitolni. Ezen képességek kialakulásában is a gyermekkor és a szülői ráhatás a meghatározó. A szükségletkielégítéssel kapcsolatban végzett egyik leghíresebb

kísérlet a stanfordi egyetemhez köthető. A kutatásban négyéves gyermekek vettek részt. Az alanyokat 15 percre egyedül hagyták egy szobában egy darab mályvacukorral. Az instrukció az volt, hogy amennyiben nem fogyasztják el az édességet az egyedül töltött idő alatt, annak lejártá után kapnak a meglévő cukorka mellé még egyet. A gyerekek viselkedését kamerával követték végig. A kutatók több típusú viselkedésre figyeltek fel. A mályvacukrot elfogyasztók két csoportra bonthatóak az alapján, hogy azonnal elfogyasztották a terméket vagy kisebb őrlődés előzte meg a cselekvést. Azok között, akik kitartottak, önuralmat tanúsítottak szintén volt eltérés. A gyerekek egy része teljes fegyelmezettség mellett várta meg az időlejártát, míg a többiek játékkal próbálták elterelni gondolataikat az édességről. A kutatók 18 évig követék nyomon a kísérlet résztvevőit. Megállapításaik szerint azok a gyerekek váltak életük során sikeresebbé és kezelték jobban a pénzügyeiket, akik képesek voltak kivárni a második mályvacukrot. (Németh és társai, 2018)

Ahhoz, hogy az élet akadályait sikerrel tudjuk venni valójában két leckét kell elsajátítania az embernek, ami nem más, mint az önállóság és a szükségletek késleltetett kielégítésének képessége. (Epperson és Dickler, 2017) Soisson (2018) arra hívja fel a figyelmet milyen hatást gyakorol a gyermekre az, ha minden kívánságát teljesítik. Abból a felvetésből indult ki, hogy a szülők az ünnepi időszakokban miként vélekednek a gyermekeknek való ajándékok megvásárlásról. A megkérdezett szülők majdnem fele azt nyilatkozta igyekeznek teljesíteni gyermekük minden kívánságát, az anyagiak nem számítanak. A szülők ajándékozási döntései a gyermekek pénzügyi szokásaira nézve következményekkel járnak. A gyerekek, akiknek minden vágyát teljesítik nevelőik rossz pénzhasználati szokásokat kezdenek el kialakítani. Ők azok a fiatalok, akiket nehezebb rávenni arra takarékoskodjanak, helyette azonnal elköltik a rendelkezésükre álló összeget. A kívánságlistáról való ajándék kiválasztása egy jó lehetőség arra, hogy a gyerekek gyakorolják a pénzkezelést. Fejleszti a kompromisszum és a rangsorolási képességüket, továbbá segít rávilágítani arra mi az, ami valóban fontos az egyén számára. A fiatalok, akiknek nem kell lemondaniuk dolgokról természetessé válik az, hogy mindent megkapnak, ami folyamatosan növekvő elvárásokhoz vezet. Ebből kifolyólag hasznos a gyermekek számára, ha megtapasztalják a csalódás érzését. Az alacsony kudarc leküzdési stratégiával rendelkező egyének gyakrabban költekezik túl magukat. (Soisson, 2018)

A fogyasztói szocializáció során érdemes figyelni arra a gyermek saját önállósággal rendelkezzen, de mellette iránymutatásokat kapjon nevelőitől. A gyermekeket rá kell vezetni arra nem mindent kaphatnak meg azonnal és a vágyott dolgok között is megtalálni azt, ami a nagyobb szükség az ő életükben.

7. SAJÁT PRIMER KUTATÁS

Kutatásom célja az volt, hogy felmérjem az általános iskolás gyermekek pénzügyi tudatosságát és azt befolyásoló tényezőket, többek között a családi háttér, születési sorrend, továbbá a szülők által alkalmazott kommunikációs stílus milyen hatást gyakorol a gyermekekre.

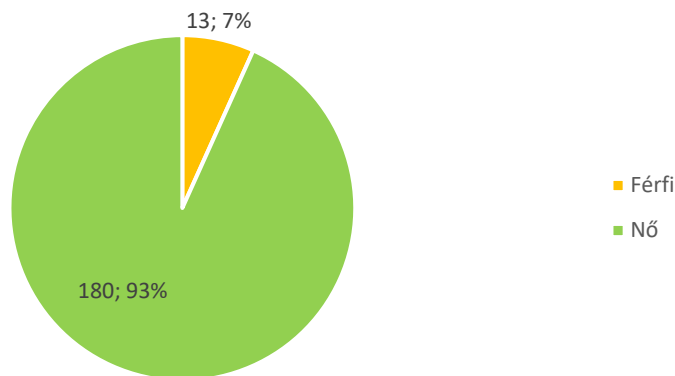
Az adatok begyűjtése a social médián keresztül történt. A kérdőív célcsoportja az általános iskolás korú gyermeket nevelő szülők voltak. A kérdőív kitöltése anonim módon történt összesen 204 darab kitöltés érkezett. A beérkezett válaszok között előfordult olyan eset, melyben a gyermekek már középiskolába jártak. Ezek az adatok a kutatás szempontjából nem voltak relevánsak, ebből kifolyólag ezeket a kitöltéseket az elemzés során nem vettem figyelembe. A kérdőív kiértékelése során a hibás kitöltések levonását követően 193 darab bizonyult használhatónak.

A kérdések csoportosítása a következőképpen történt:

- Demográfiai és általános tájékoztató adatok
- Szülők pénzügyi tudatossága
- Pénzügyitudatosságra nevelés eszközei
- Családi kommunikációs stílusok
- Születési sorrend és személyiségjegyek
- Gyermekek viszonya a pénzzel
- Egyéni vélemények

7.1. DEMOGRÁFIAI ÉS ÁLTALÁNOS TÁJÉKOZTATÓ ADATOK

A kérdőívet kitöltők aránya azt mutatja, hogy a nők aktívabban nyilatkoztak saját és gyermekeik pénzügyeit illetően. Ennek lehetséges oka lehet, hogy a nők aktívabbak a social médiában, valamint az olyan csoportokban, amelyek gyermekneveléssel foglalkoznak. A válaszadók nemek szerinti megoszlása a 14. sz. ábrán látható.

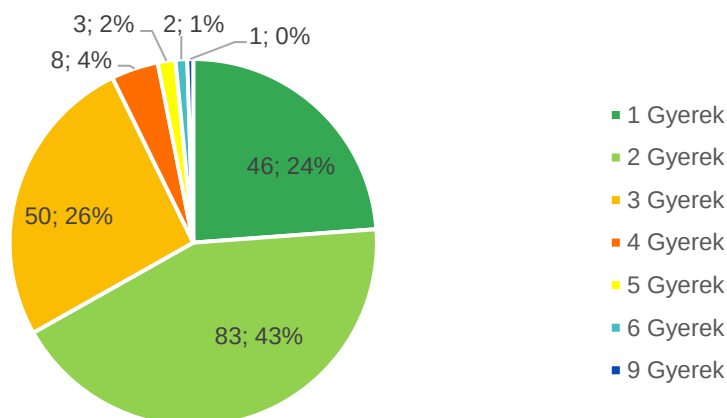


14. ábra: Válaszadók nemek szerinti megoszlása

Forrás: Saját szerkesztés

A nemek szerinti megoszlás a következő képen alakult: a kérdőívet 180 fő, 93% Nő és 13 fő 7% Férfi töltötte ki.

A válaszadók gyermekeinek a száma a 15. sz. ábrán látható.

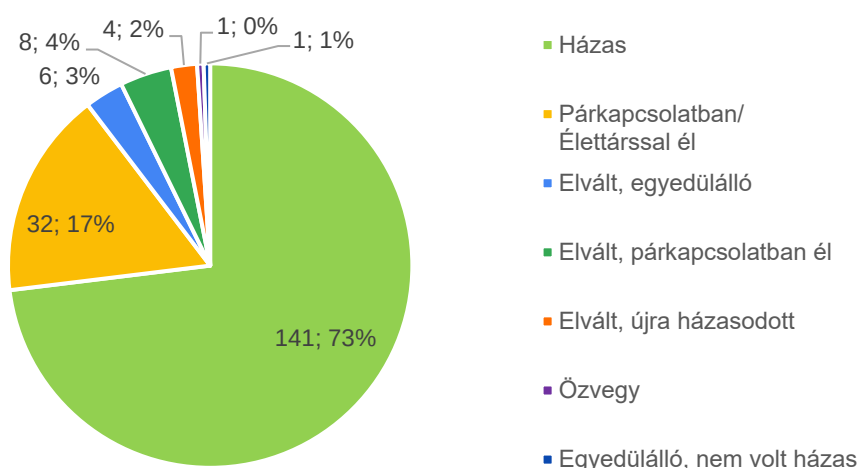


15. ábra: Gyermekek száma a családban

Forrás: Saját szerkesztés

A válaszadók gyermekeinek számát tekintve az egy gyermeket nevelő szülők száma 46 fő, ami a válaszadók 24%-át jelenti, két gyermekesek 83 fő 43%, három gyermekes 50 fő 26%, négy gyermekes 8 fő 4%. A kérdőívet nagycsaládosok is kitöltötték öt gyermekes 3 fő, hat gyermeket nevelő 2 fő és 1 fő, akinek kilenc gyermeke van. A kérdőív felépítésével kapcsolatban itt jegyezném meg, kritikai észrevételként, hogy nem volt alkalmas ötnél több gyermeket nevelő családok válaszainak fogadására, mivel a feltett kérdések maximálisan öt gyermek vonatkozásában vizsgálta az egyének pénzügyi viselkedését. Hozzá kell tenni továbbá, hogy ezen családok esetében egy vagy két fő esett bele az általános iskolás korosztályba, mivel testvérek többsége idősebb vagy fiatalabb volt a megcélzott generációnál.

Ezt követően a kitöltők családi állapotára kérdeztem rá, mivel a szakirodalomban olvasottak alapján a családszerkezet és annak módosulása a gyermekek pénzügyi viselkedésében is megmutatkozik. A családi állapot szerinti megoszlást a 16. sz. ábra szemlélteti.

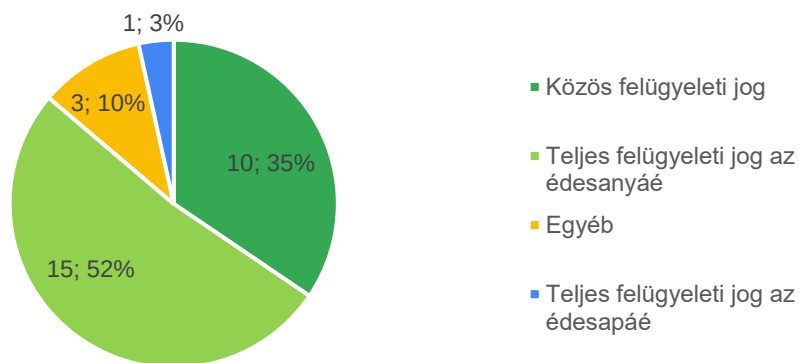


16. ábra: Családi állapot

Forrás: Saját szerkesztés

A kitöltők 73%-a, azaz 141 fő házas. A válaszadók közül 32 fő él párkapcsolatban, ami a minta 17%-a. Az elvált személyek 9%-ban találhatók meg a kitöltők között. Ők különböző kategóriák közül tudtak választani, ami alapján a választ követően 6 fő 3% neveli egyedül gyermekét, 8 fő 4% él új párkapcsolatban, 4 fő 2% házasodott újra. További családi állapotként jelenik meg 1 fő özvegy személy, valamint 1 fő, aki egyedülállóként neveli gyermekét és korábban nem volt házas.

A családi állapottal összefüggésben az elvált, valamint a gyermekeket megosztott felügyelet mellett nevelő személyeket arra kértem írják le miként oszlik meg a gyermekekkel töltött idő a szülők között. A gyerekekre melyik nevelőnek van nagyobb befolyása. A kérdésre 29 db válasz érkezett. A válaszok alapján négy darab kategóriát lehetett megalkotni, amely a 17. sz. ábrán látható.



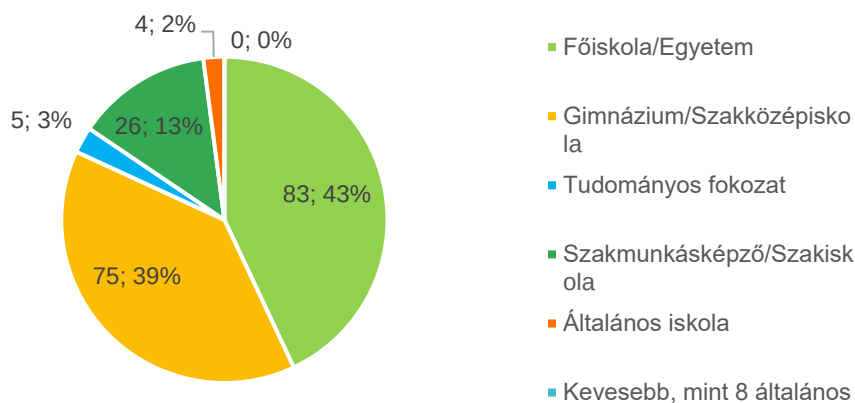
17. ábra: A gyermek felügyeleti jog megoszlása az elvált szülők esetében

Forrás: Saját szerkesztés

A közös felügyeleti joggal rendelkezők 15 fő 35%. A gyermekekre való befolyás tekintetében, azonban az édesanyáknak tulajdonítanak nagyobb szerepet. Az eredményt torzíthatja, hogy a kitöltők többsége nő. Két válaszadó nyilatkozott arról, hogy a közös felügyelet során az édesanyával töltenek több időt a gyermekek, mégis az édesapa viselkedésmintája mutatkozik meghatározóbbnak. A teljes felügyeleti jogot egyedül gyakorló szülők esetében 1 fő 3% az édesapa és 15 fő 52% az édesanya. Az egyéb kategóriába 3 fő 10%, a speciális esetek kerültek. Az egyik szülő arról számolt be nevelőszülőként vesz részt a gyermekek életében, míg egy másik család esetében, bár a szülők házasok az édesapa külföldön tartózkodik. Egy személy nyilatkozott arról, hogy mozaik családban él. Új házasságából született gyermekét párjával közösen nevelik, míg előző kapcsolatából születettekből egyik az édesanyjával, másik gyermek pedig vele tölt több időt.

A kérdőív kérdései között a szülők, valamint a gyermeknevelésben résztvevő új párok, családtagok iskolai végzettségére is rákérdeztem, mivel a szakirodalom alapján a magasabb iskolázottság racionálisabb pénzügyi viselkedést feltételez. Továbbá a mindennapok során alkalmazott kommunikációs mintázatokat is befolyásolja az egyén végzettsége.

A kérdőívet kitöltő személyek iskolai végzettsége a 18. sz. ábrán látható.

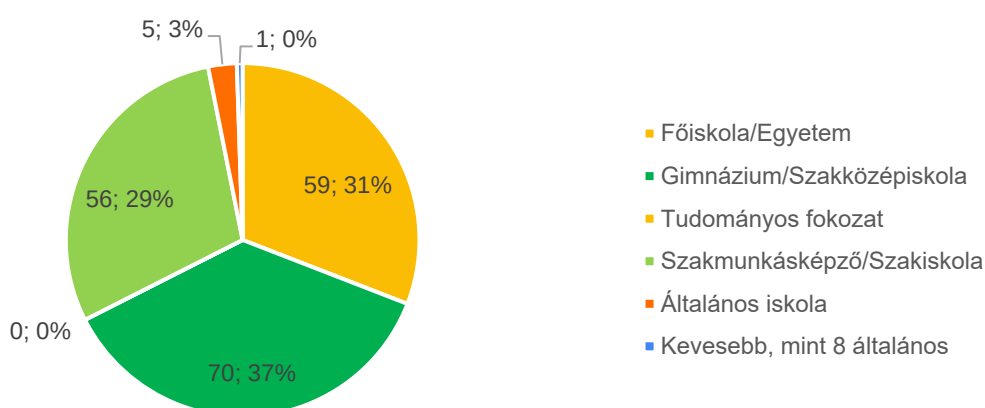


18. ábra: Kérdőív kitöltők iskolai végzettsége

Forrás: Saját szerkesztés

A kitöltők körében 5 fő 3% rendelkezik tudományos fokozattal, 83 fő 43% folytatott egyetemi vagy főiskolai tanulmányokat, 75 fő 39% gimnáziumban vagy szakközépiskolában, 26 fő 13% szakmunkásképzőben vagy szakiskolában végzett. Általános iskolai végzettséggel rendelkezők 4 fő 2% található meg a mintában.

A kitöltők saját végzettségüket követően a szülői szerepkör másik tagjával a gyermek édesapjával vagy édesanyjával kapcsolatban is nyilatkoztak. Ennek megoszlása a 19. sz. ábrán jelenik meg.

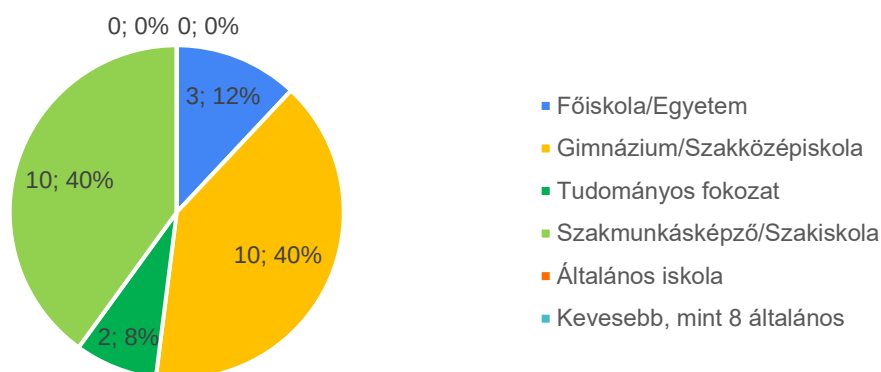


19. ábra: A gyermek másik szülőjének iskolai végzettsége

Forrás: Saját szerkesztés

A gyermekek másik szülőjének iskolai végzettsége a következőképpen jelenik meg a mintában. Felsőfokú tanulmányokat 59 fő 31% végzett, gimnáziumi vagy szakközépiskolai tanulmányokat 70 fő 37% folytatott, szakmunkásképző vagy szakiskolai végzettséggel 56 fő 29% rendelkezik. Általános iskolai végzettsége 5 főnek 3%-nak van és 1 fő az, aki kevesebb, mint 8 általánost végzett.

A gyermekek nevelésébe harmadik félként bekapcsolódó új házastársak és párok iskolai végzettsége 20. sz. ábrán található.

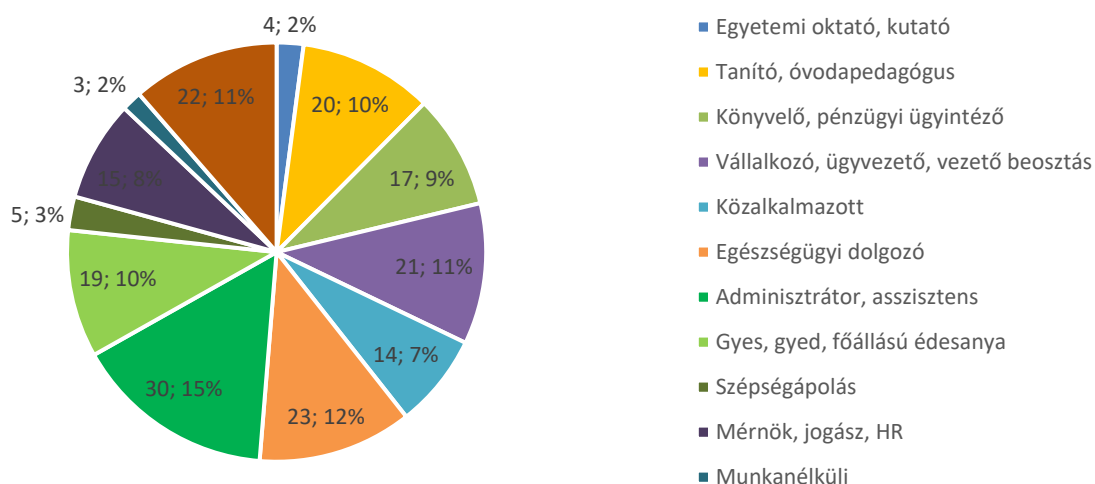


20. ábra: A gyermeknevelésbe bekapcsolódó személyek iskolai végzettsége

Forrás: Saját szerkesztés

A beérkezett 25 db válasz alapján 2 fő 8% tudományos fokozattal rendelkezik, 3 fő 12% főiskolai vagy egyetemi tanulmányokat folytatott, 10 fő 40% gimnáziumban vagy szakközépiskolában végzett és szintén 10 fő 40% aki szakmunkásképzőben vagy szakiskolai szinten fejezte be tanulmányait.

Az iskolai végzettséget követően a kitöltők leírták azt milyen munkakörben dolgoznak jelenleg. A munkahely, mint szocializációs színtér szintén képes befolyást gyakorolni az egyén pénzügyi műveltségére. A mintában egyaránt megtalálhatóak szellemi és fizikai munkát végző személyek. Oktatási területen tevékenykedő egyének esetében külön vettem az egyetemen és a közép-, általános iskolában, óvodában dolgozó személyeket. A kitöltők által betöltött munkahelyi pozíciók szerinti csoportosítása a 21. sz. ábra mutatja.

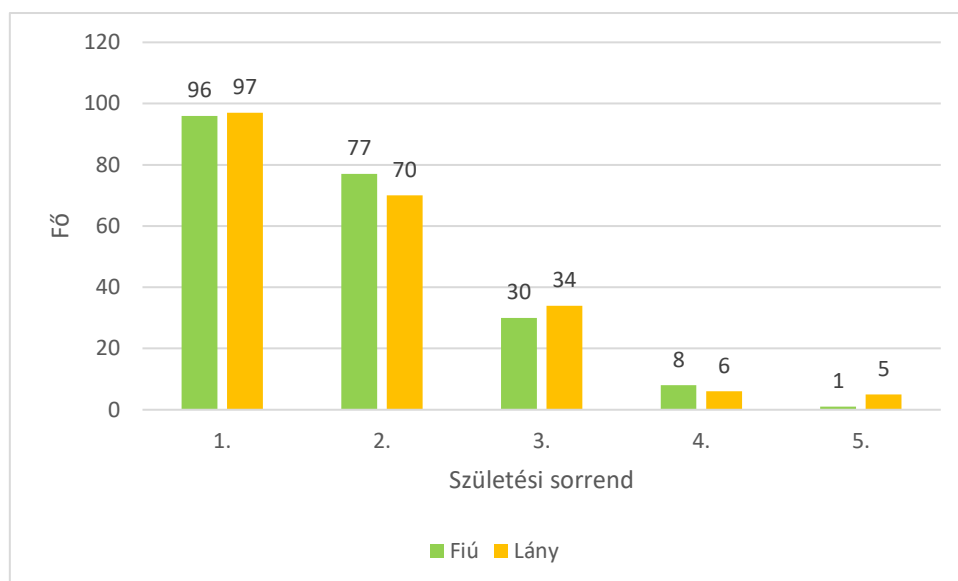


21. ábra: Kitöltők jelenleg betöltött munkaköre

Forrás: Saját szerkesztés

Egyetemen oktató személyekből 4 fő 2% töltötte ki a kérdőívet. Óvodapedagógusként, valamint tanítóként 20 fő 10% dolgozik. Gazdasági területen könyvelői, vagy pénzügyes állást betöltők 17 fő 9%, vállalkozók, ügyvezetők 21 fő 11%-ban jelennek meg az elemzésben. Adminisztratív, asszisztensi feladatokat látnak el a legtöbben összesen 30 fő 15%. Közalkalmazottként 14 fő 7%, egészségügyben 23 fő 12% dolgozik. A szépségiparban 5 fő 3% tevékenykedik. Mérnök, jogász, HR feladatokat ellátó személyek 15 fő 8%-ban töltötték ki a kérdőívet. Fizikai munkát 22 fő 11% végez. A több gyermekes családok esetében 19 fő 10% az, ahol az édesanya otthon van gyes-en, gyed-en kisebbik gyermekével, vagy pedig főállású édesanya. Jelenleg 3 fő 5% nem rendelkezik munkahellyel.

A válaszadók megadták minden gyermekük nemét. A nemek szerinti megkülönböztetés, azért lényeges a kérdőív szempontjából, mivel a szakirodalomban olvasottak alapján a fiú és lány gyermekek viszonya, valamint érdeklődése különböző a pénzügyek tekintetében. A gyermekek nemük szerinti megoszlása a 22. sz. ábra mutatja.

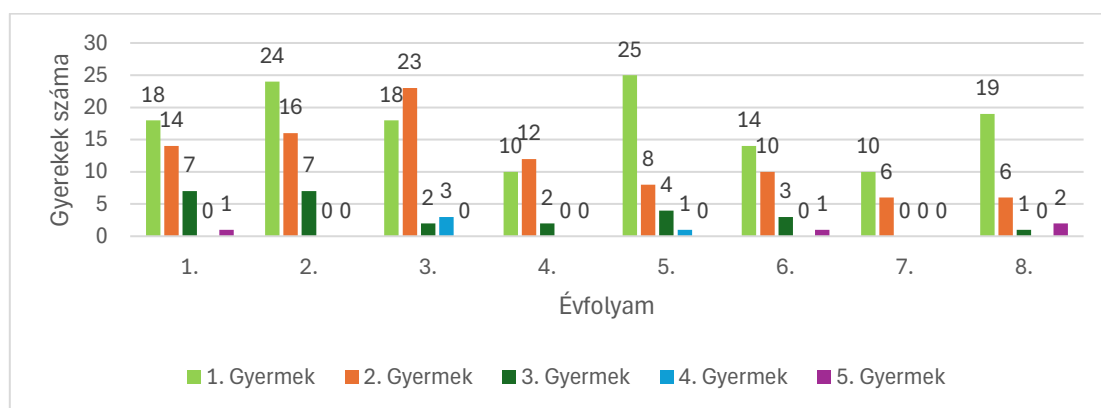


22. ábra: Gyerekek neme születési a születési sorrend alapján

Forrás: Saját szerkesztés

Az első szülött gyermekek közül 96 fő Fiú és 97 fő Lány, második gyermekek esetében 77 Fiú és 70 fő Lány, a harmadikként születettek 30 fő Fiú és 34 fő Lány. A kérdőívet nagycsaládosok is kitöltötték így a negyedik gyermekek száma 8 fő Fiú és 6 fő Lány, továbbá ötödikként születtek 1 fő Fiú és 5 fő Lány.

Ezt követően a gyermekek életkorát tudták megadni a szülők, kiegészítve gyermekük iskolai évfolyamával. Ennek segítségével képet kapva arról, hogy az általános iskolás gyermekek hányadikként foglalnak helyet a születési sorrendben. A válaszok csoportosítása általános iskolás osztály és születési sorrendben elfoglalt hely alapján történt, melynek megoszlása a 23. sz. ábrán látható.



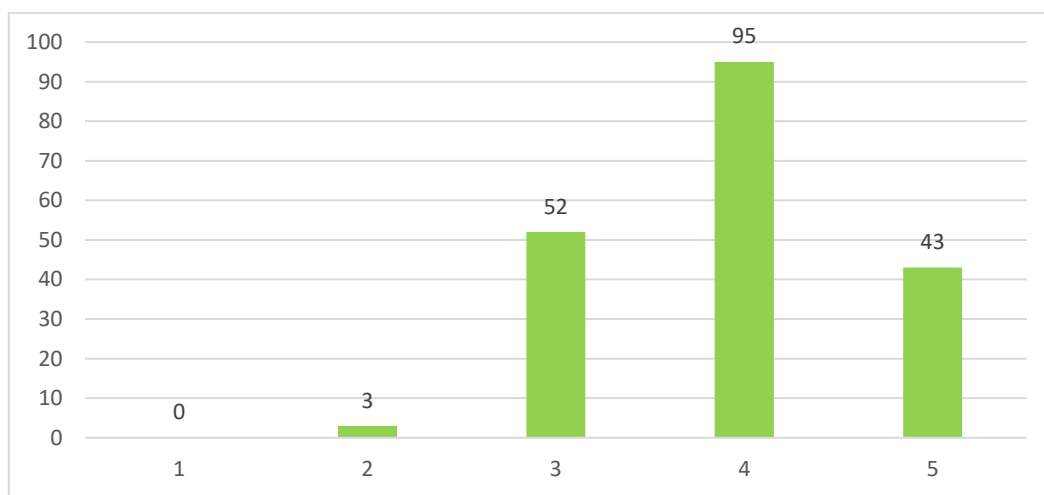
23. ábra: Általános iskolás korú gyermekek osztályuk szerinti megoszlása

Forrás: Saját szerkesztés

Első osztályba járó gyermekek összesen 40 fő, ebből 18 fő első szülött, 14 fő második gyermek, 7 fő harmadik a családban és 1 fő az, aki ötödik gyerek. **Másodikos** tanulók 47-en vannak jelen a mintában az ő megoszlásuk 24 fő első gyermek, 16 fő másodiként látott napvilágot, 7 fő pedig harmadik utód. Általános iskola **harmadik osztály**ában 46 fő tanul, 18 fő elsőként született, 23 fő második a születési sorban, 2 fő harmadik és 4 fő negyedik gyermek. A **negyedik osztályos** diákok 24 fő közül 10 fő első gyerek, 12 fő második és 2 fő harmadikként érkezett a családba. A felső tagozatot megkezdő **ötödik osztályos** egyének 38 fő, esetében 25 fő első, 8 fő második, 4 fő harmadik és 1 fő negyedik gyermek. **Hatodik osztály**ba 28 fő jár, lebontva 14 fő első szülött, 10 fő második, 3 fő harmadik és 1 fő ötödik gyerek. **Hetedik osztályos** diákok esetében a 17 fő megoszlása úgy alakul, hogy 10 fő első szülött, míg 6 fő második gyermek. Az általános iskolás tanulmányaikat befejező **nyolcadikos** tanulók 28-an vannak, ebből 19 fő elsőként érkezett a családba, 8 fő második gyermek, 1 fő harmadik és 2 fő ötödik helyet foglalja el a születési sorrendben.

7.2. SZÜLŐK PÉNZÜGYI TUDATOSSÁGA

A kérdőív második szakaszában a szülők pénzügyi tudatosságának megismerése került a fókuszba. Az első kérdés esetében a kitöltők egy 5-s likert skálán értékelhették a pénzügyek irányába mutatott magatartásukat, mennyire ítélik magukat tudatosnak. A válaszok megoszlása a 24. sz. ábrán található:



24. ábra: Kérdőív kitöltők pénzügyi tudatossága

Forrás: Saját szerkesztés

A beérkezett 193 darab válasz alapján minden egyén valamelyest igyekszik odafigyelni pénzügyeire, csak más mértékben. Azok, akik kevésbé tartják magukat tudatosnak 3 fő 2%

vannak jelen a mintában. Akik igyekeznek odafigyelni pénzügyikre 52 fő 27%. A legnagyobb arányban 95 fő 49% azok vannak jelen, akik jelentős figyelmet fordítanak kiadásaik és bevételeik kezelésére, de tudják tudnák ezt még jobban is csinálni. Teljesen mértékben tudatos személyek 43 fő, azaz a kitöltők 22%-a. Ezek alapján megállapítható, hogy az emberek úgy gondolják igyekeznek tudatosan döntést hozni pénzügyeik tekintetében.

A kérdés elemzése során a válaszokat tovább vizsgáltam az iskolai végzettséggel összefüggésben, mivel a magasabb iskolai végzettség racionálisabb pénzügyi viselkedést feltételez. Arra kerestem a választ van-e sztochasztikus kapcsolat az iskolai végzettség és a pénzügyi tudatosság között. A szignifikancia szintet 5%-ban határoztam meg. Az eredmények az 1. sz. táblázatban találhatóak:

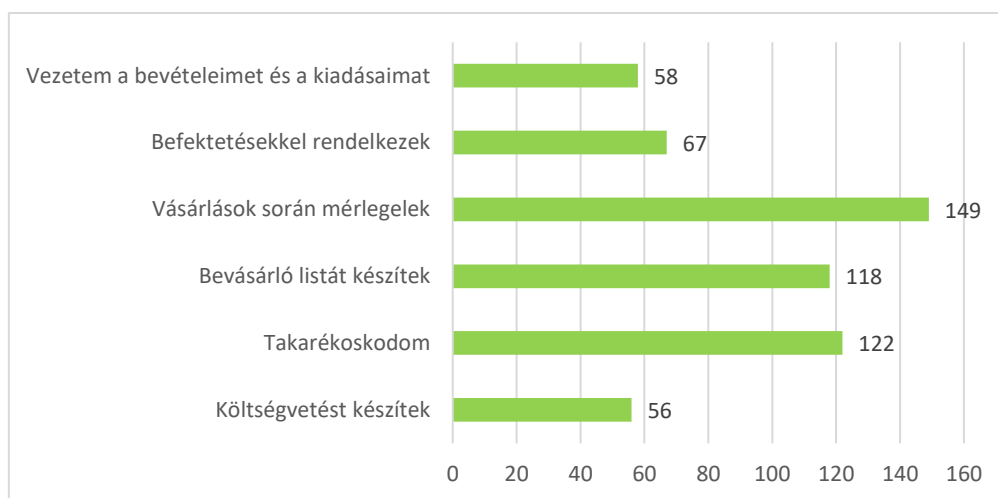
	1	2	3	4	5
Általános iskola	0	1	2	1	0
Főiskola/ Egyetem	0	1	14	47	21
Gimnázium/ Szakközépiskola	0	1	25	35	14
Szaktanásképző/ Szakiskola	0	0	10	11	5
Tudományos fokozat	0	0	1	1	3
χ^2 Empirikus	28,7322				
χ^2 Kritikus	21,0260				
p-érték	0,004317				
Alpha	5%				
Cramer	0,222764				

1. táblázat: Iskolai végzettség és pénzügyi tudatosság közötti kapcsolat

Forrás: Saját szerkesztés

A hipotézisrendszer H_0 : $k_{hi}=0$ hipotézis, mely függetlenségét, H_1 : $k_{hi}>0$ alternatív hipotézisben szignifikáns kapcsolatot feltételezek. A kapott eredmények alapján a H_0 -hipotézist elvetem mivel az empirikus érték magasabb a kritikus értéknél. A változók között sztochasztikus kapcsolat van, azonban a kapcsolatszorossági mérőszámot figyelembevéve 0,2 gyenge a két tényező közötti kapcsolat. A magasabb iskolai végzettség nem vonzza magával a tudatosabb viselkedést.

Annak érdekében, hogy valódibb képet kapjak az egyének pénzügyi viselkedését illetően arra kértem a kitöltőket nevezzék meg azokat a tevékenységeket, amelyek alapján pénzügyileg tudatosnak ítélik magukat, milyen cselekvéseket hajtanak végre a mindennapok során. A válaszadóknak lehetőségükben állt több opciót bejelölni. A válaszok megoszlása a 25. sz. ábrán látható:



25. ábra: Kitöltők által végrehajtott tudatos pénzügyi cselekvések

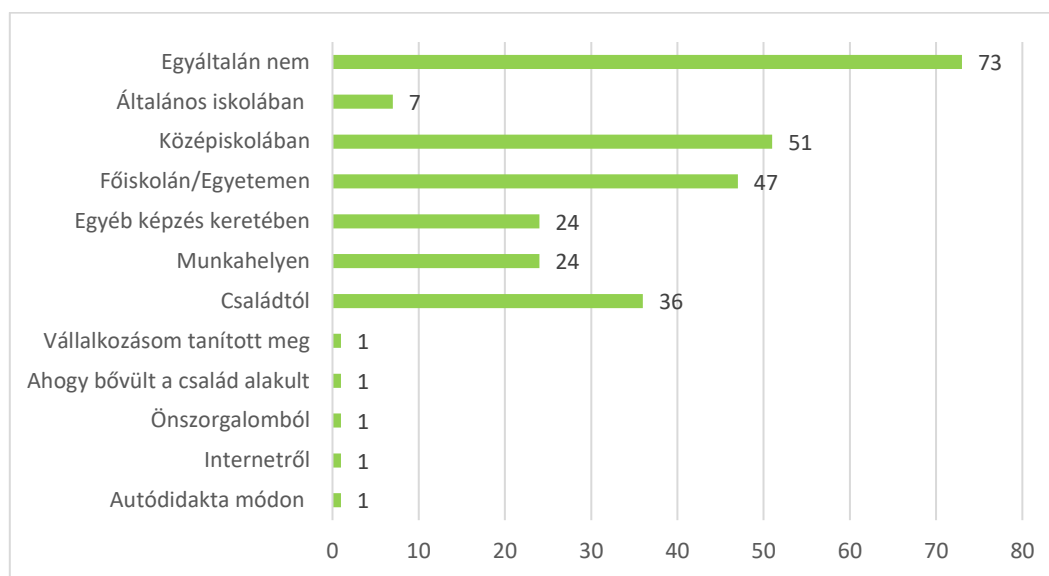
Forrás: Saját szerkesztés

A beérkezett válaszok alapján elmondható, hogy minden személy végez minimum egy olyan tevékenységet, ami a pénzügyi megfontoltsághoz kapcsolódik. A legmagasabb arányban 149 fő 26%-a a válaszadóknak mérlegel vásárlásai során. Ezt követi a takarékoskodom kifejezés 122 fő 21%-kal, továbbá bevásárló listát 118 fő 21% készít. Befektetésekkel a válaszadók 12%-a, azaz 67 fő rendelkezik. A bevételek és kiadások vezetése 58 fő 10%-ra jellemző, míg költségvetés készítést 56 fő 10% alkalmazza.

Tovább vizsgáltam azokat a személyeket, akik a fentebb megnevezett tevékenységekből egyet alkalmaznak életvitelükben. Arra voltam kíváncsi, ők mennyire ítélték tudatosnak magukat a pénzügyeik terén és milyen iskolai végzettséggel rendelkeznek. A felsorolt lehetőségek közül 2 fő tekinti csupán, csak befektetéseit pénzügyi tudatossághoz kapcsolódó tevékenységnek. Itt meg kell jegyezni mindkét esetben férfi kitöltőről van szó, ami magával hozhatja, hogy nem ők végzik a mindennapos bevásárlásokat. Összesen 18 főből, 3 fő belátja azt, hogy az a felsoroltak közül egy tevékenységet végez, nem feltételez magas pénzügyi műveltséget. Közepesen megfontoltnak 3 fő tartja magát. A tudatosabbnak 6 fő, míg 3 fő az, aki teljes mértékben megfontoltnak ítéli pénzügyi attitűdét. Az iskolai végzettség viszonyában az egy pénzügyi tevékenységet végrehajtók között 6 fő gimnázium vagy szakközépiskola, 8 fő szakmunkásképző vagy szakiskola, 1 fő általános iskola és 3 fő főiskolai végzettséggel rendelkezik. Ez alapján megállapítható, hogy az alacsonyabb iskolai végzettséggel rendelkező szülők kevesebb eszközt alkalmaznak pénzügyeik optimalizálása érdekében, mint azok, akik magasabb végzettséggel rendelkeznek. A szakirodalom is arra hívja fel a figyelmet az iskolai

végzettség befolyással van arra milyen és mennyi eszközt alkalmaznak az egyének pénzügyek racionális kezelésének érdekében.

A kérdőív szempontjából fontos volt megismerni, milyen közegből hozzák magukkal a kitöltők pénzügyi kultúrájukat, mivel ez alapul szolgál annak milyen eszköztár áll rendelkezésükre gyermekeik pénzügyi nevelését illetően. Ebből kifolyólag a kérdések között szerepelt az, hogy nyílt-e lehetőségük életük során a pénzügyekről tanulni. A válaszok megoszlása a 26. sz. ábrán:



26. ábra: Kitöltők megoszlása az alapján volt-e lehetőségük pénzügyi ismereteket tanulni

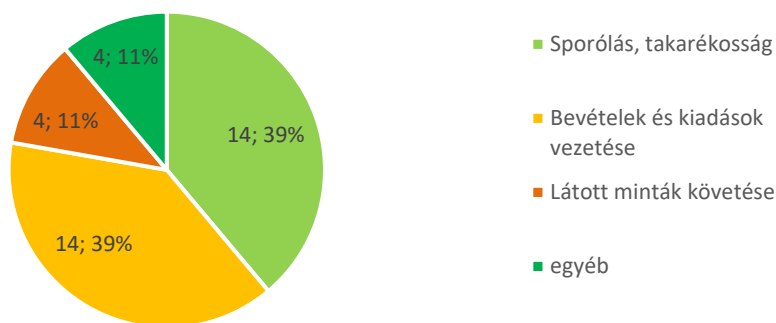
Forrás: Saját szerkesztés

A válaszadók 27%-a 73 fő nyilatkozta azt, hogy élete során semmilyen formában nem nyílt lehetősége pénzügyekről tanulni. Általános iskolás tanulmányai során 7 fő, azaz 3% sajátított el pénzügyi ismereteket. Középiskolában a kérdőív kitöltők 19%-ának, 51 főnek volt lehetősége pénzügyekről tanulni. Az egyetemi tanulmányok 47 főre 18%-ra voltak hatással. Egyéb képzés keretén belül 24 fő 9% találkozott a témakörrel. Az elsődleges szocializációs színtér, a család 36 főre 14%-ra volt hatással. A válaszadóknak lehetőségük volt kiegészíteni a felsorolást, így jelenik meg, további tanulási dimenzióként egy-egy fő esetében az internet, autodidakta mód, önszorgalom és a család bővülése. A válaszok alá támasztják a szakirodalmi megközelítést miszerint a felnőtt generációk nem, vagy csak kis százalékban tanultak pénzügyi ismereteket az általános és középiskolában.

Az „egyáltalán nem” válaszokat tovább vizsgáltam a pénzügyi tudatosság és iskolai végzettség tekintetében. Tudatosságot tekintve: 2 fő kevésbé, 31 fő közepesen, 31 fő tudatosabbnak, 9 fő

teljes mértékben megfontoltnak tartja pénzügyi viselkedését. Iskolai végzettség tekintetében: 2 fő általános iskola, 14 fő szakmunkásképző vagy szakiskola, 37 fő gimnázium vagy szakközépiskola és 20 fő főiskola vagy egyetemi végzettségű. Az adatok alapján elmondható, hogy a válaszadók pénzügyi ismeretek tanulásának lehetőségét nem társítják a pénzügyi tudatossági szinthez.

A szakirodalom alapján minden személy tudatos és tudattalan módon egyaránt sajátít el mintákat az őt körülvevő közvetlen közegéből. A családi minták átadása egyaránt hordozhat pozitív és negatív töltetet. A válaszadók leírhatták tapasztalataikat azzal kapcsolatban otthonról milyen pénzügyi mintázatokat hoznak magukkal. Összesen 36 darab válasz érkezett melynek megoszlását a 27. sz. ábra mutatja:



27. ábra: Családtól elsajátított pénzügyi ismeretek

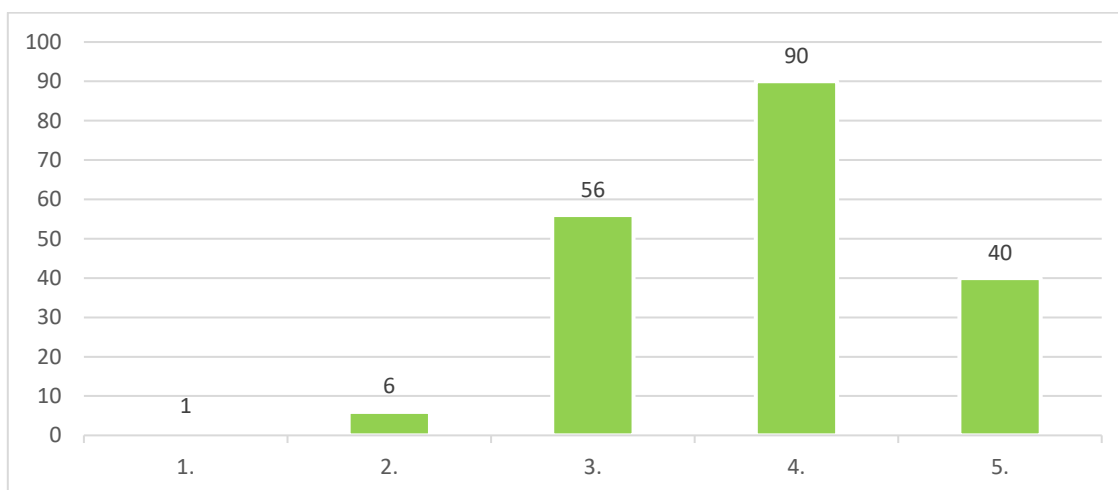
Forrás: Saját szerkesztés

A válaszadók 99%-a pozitív magatartási formákat társított a családi közegből tapasztaltakhoz. Spórolást és takarékoságot 14 fő 39% tanult az otthoni életvitel alapján. Bevételek és kiadások vezetését a saját életében 14 fő 39% alkalmazza. Azok, akik a családi pénzügyi mintázatok egészét lekövetik 4 fő, azaz 11%. Az egyéb kategóriába szintén 4 fő 11% került besorolásra. A speciális esetek között egy fő a jelenlegi párjának tudatosságát hozza fel számára követendő példának. Egy édesanya szüleitől tapasztaltak alapján a gyerekek ajándékpénzét külön gyűjti, félreteszi felnőtt korukra. Egy személy számára a családi vállalkozás működtetése gyakorolt hatást a személyiségére. Csupán egyetlen egy esetben lett felismerve és bevallva a negatív példa, miszerint az édesapa volt a kenyérkereső a családban, de az édesanya könnyen elköltötte a nehezen megkeresett pénzt.

A válaszokat tovább elemeztem az előző kérdés megközelítésében. Bár 35 fő nyilatkozta azt, hogy lehetősége nyílt családjától pénzügyi ismereteket tanulnia, de csak 26 fő fejtette ki mit is ért ez alatt. A további 10 fő megoszlása úgy alakul, hogy 3 fő főiskolán vagy egyetemen, 6 fő egyáltalán nem és 1 fő középiskolában sajátított el gazdasági ismereteket. Ezek alapján elmondható, hogy kevés személy ismeri fel a családtól tapasztalt pénzügyi attitűdöket, vagy nem tekinti a családot pénzügyi szocializációs színtérnek. A választ író egyének többsége, viszont olyan mintázatokat társít az otthoni közeghez, melyek a pénz megfontolt beosztására sarkallják őket.

7.3. PÉNZÜGYITUDATOSSÁGRA NEVELÉS ESZKÖZEI

A szülők pénzügyi műveltségének megismerését követően annak jártam utána, hogy milyen tudatossággal nevelik gyermeküket ezen a területen, továbbá milyen eszközöket alkalmaznak ennek gyakorlására. A pénzügyi tudatosságra nevelés tekintetében 5-s likert skálán jelölhették a szülők viselkedésüket. A nevelési tudatosság megoszlása a 28. sz. ábrán látható:



28. ábra: Kérdőív kitöltők pénzügyi gyermeknevelési tudatossága

Forrás: Saját szerkesztés

A 193 darab válaszból 1 fő egyáltalán nem, továbbá 2 fő alig fordít figyelmet gyermeke pénzügyi nevelésére. Azok, akik valamelyest igyekeznek tudatosságot tanítani gyerekeiknek 40 fő 21%. A szülők 47%-ka 90 fő igyekszik tudatosabb módon nevelni gyermekét. Azok, akik teljes mértékben odafigyelnek arra gyermekeik minél több ismeretet elsajátítsanak 56 fő, 29%.

A korábbi asszociációs sémát alkalmazva, ebben az esetben annak jártam utána, van-e összefüggés a szülők pénzügyi tudatossága és a gyermek pénzügyi tudatosságra nevelése között. A szakirodalom alapján azok a személyek, akik magasabb pénzügyi műveltséggel

rendelkeznek nagyobb valószínűséggel adnak át adaptálható pénzügyi ismereteket gyermekeiknek. Az eredményt bemutatom a 2. táblázatban:

	2	3	4	5
Egyáltalán nem	0	0	1	0
Kis mértékben	1	4	0	1
Közepesen	1	27	23	5
Tudatosabban	1	16	62	11
Teljes mértékben	0	5	9	26
χ^2 Empirikus	87,4223			
χ^2 Kritikus	21,026			
p-érték	0			
Alpha	5%			
Cramer	0,3885			

2. táblázat: Szülők pénzügyi tudatossága és gyermekeik pénzügyi nevelésének kapcsolata

Forrás: Saját szerkesztés

A kapott eredmények alapján a nullhipotézist elvetem, mivel az empirikus érték magasabb a kritikus értéknél, ami alapján van sztochasztikus kapcsolat a változók között. A kapcsolatszorossági mérőszám alapján megállapítható, hogy a 0,3 érték közepes erősségű kapcsolatot jelöl. A tudatosabb szülők tudatosabb módon is igyekeznek nevelni gyermekeiket.

A kapcsolatot megvizsgáltam az iskolai végzettség szempontjából is, azt feltételeztem a magasabb iskolai végzettség tudatosabb neveléssel jár, mivel az iskolázottság összefüggésben van a magasabb minőségű kommunikációval, munkabérekkel és a gyermekkel töltött idővel. Az eredmények a 3. sz. táblázatban szerepelnek:

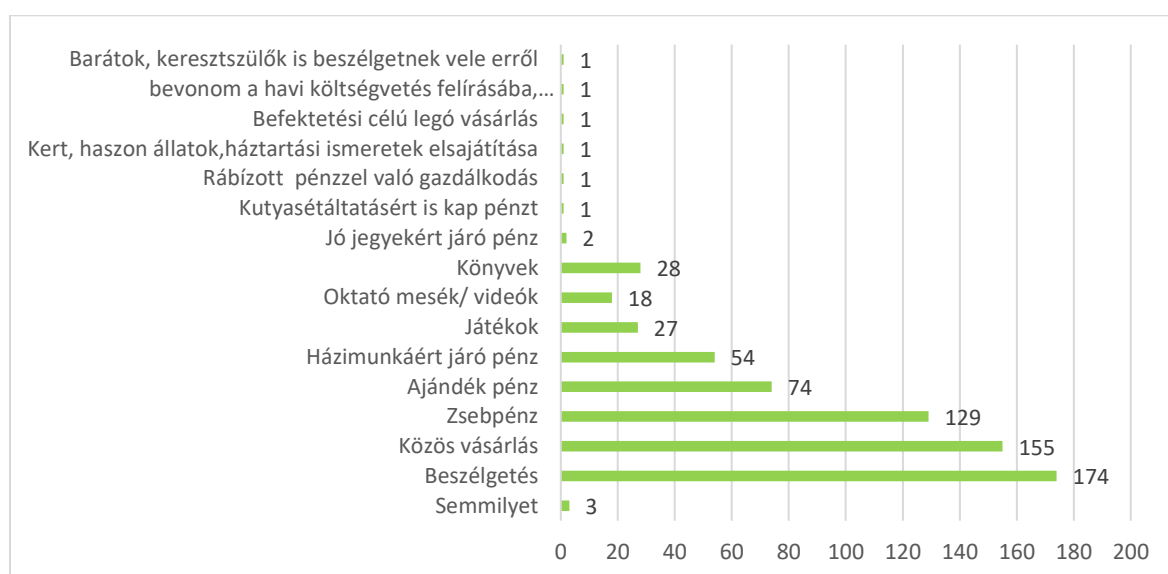
	1	2	3	4	5
Általános iskola	0	1	0	2	1
Főiskola/ Egyetem	1	0	24	47	11
Gimnázium/ Szakközépiskola	0	1	25	30	19
Szakmunkásképző/ Szakiskola	0	4	6	8	8
Tudományos fokozat	0	0	1	3	1
χ^2 Empirikus	34,0857				
χ^2 Kritikus	26,2962				
p-érték	0,0052				
Alpha	5%				
Cramer	0,2101				

3. táblázat: Iskolai végzettség és gyermek pénzügyi nevelésének kapcsolata

Forrás: Saját szerkesztés

A kapott értékek alapján nullhipotézist elvettem. Az empirikus érték magasabb a kritikus értéknél, ezek alapján van sztochasztikus kapcsolat a változók között. A kapcsolatszorossági mérőszám 0,2 arról árulkodik viszont, hogy ez a kapcsolat gyenge erősségű. Az eredmények alapján nem teljesül az, hogy magasabb iskolai végzettségű és jövedelemmel rendelkező szülők repetitívebb módon igyekeznének hatást gyakorolni gyermekeik pénzügyi nevelésére.

A kérdőív hivatott volt megismerni azt, hogy a szülők milyen eszközöket alkalmaznak gyermekeik pénzügyi nevelésére. A válaszadók választási lehetőségeket kaptak melyekből több opciót bejelölhettek, továbbá megadhatták további sajátos nevelési módszereiket. A nevelési eszközök megoszlása a 29. sz. ábra szemlélteti:



29. ábra: Pénzügyi nevelési eszközök használata

Forrás: Saját szerkesztés

A kitöltők közül 3 fő gondolja úgy semmilyen eszközt nem alkalmaz pénzügyi nevelésre. A legtöbb válasz a beszélgetések opcióra érkezett, 174 fő jelölte. További, magas arányban 155 fő vannak jelen, akik gyermekükkel közösen járnak vásárolni. Azoknak a szülőknek a megoszlása, akik önállóan elkölthető pénzt adnak gyerekeiknek úgy alakul, hogy: 129 fő zsebpénzt, 74 fő ajándék pénzt, 54 fő házi munkáért járó pénzt, 2 fő jó jegyekért járó pénzt, 1 fő kutyasétáltatásért. Játékok általi megközelítést 27 fő, a technika nyújtotta lehetőségeket ezalatt a mesék és videók nézését értve 18 fő alkalmazza. Könyvek olvasásán keresztül 28 fő tanítja gyermekét.

A kérdést tovább vizsgáltam egytényezős varianciaanalízis segítségével. Arra kerestem a választ, függ-e az iskolai végzettségtől az, hogy hány nevelési módszert alkalmaznak a szülők. Az eredmények a 4. sz. táblázatban találhatóak:

	1	2	3	4	5	6	7
Általános iskola	1	0	3	0	0	0	0
Főiskola/ Egyetem	1	13	25	17	17	6	4
Gimnázium/ Szakközépiskola	3	16	28	15	10	3	0
Szakmunkásképző/ Szakiskola	5	6	8	4	2	1	0
Tudományos fokozat	0	0	2	2	0	1	0
F Empirikus	4,4833						
F Kritikus	2,4196						
p-érték	0,0017						
Alpha	5%						
H	0,295						
H ²	0,0870						

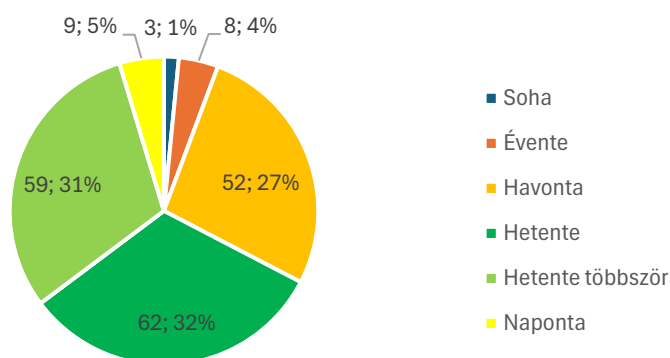
4. táblázat: Iskolai végzettség és nevelési eszközök számának kapcsolata

Forrás: Saját szerkesztés

A hipotézisrendszer, amelyről döntöttem a következő képen épült fel: $H_0: H=0$, mely független $H_1: H>0$ alternatív hipotézistől. Az eredmények alapján a nullhipotézist elvettem 5%-os szignifikancia szint mellett, mivel az empirikus érték nagyobb a kritikus értéknél. Ez alapján létezik kapcsolat az iskolai végzettség és a pénzügyi nevelési eszközök száma között. A mintán belül meghatároztam megkora a kapcsolat szorossága. A kapcsolatszorossági mérőszám 0,2 ami gyenge kapcsolatot jelöl. Elmondható, hogy a minőségi ismerv, az iskolázottság 8%-ban magyarázza a mennyiségi ismervet a pénzügyi nevelési eszközök számát.

A kérdést abból az aspektusból is elemeztem, miszerint a magasabb iskolázottságú édesanyák nagyobb eséllyel alkalmazzák a házimunkáért járó pénzt nevelési módszerként. Az 54 fő iskolai végzettsége, aki alkalmazza ezt a nevelési módszert a következőképpen oszlik meg: 1 fő tudományos fokozat, 1 fő általános iskola, 4 fő szakmunkásképző/szakiskola, 26 fő gimnázium/szakközépiskola, 22 fő főiskola/egyetem. A válaszok alapján elmondható a gimnázium/szakközépiskola, valamint főiskola/egyetemi végzettséggel rendelkezők nagyobb valószínűséggel adnak olyan háztartásbeli feladatokat gyermekeiknek melyek elvégzéséért később pénzjutalomban részesítik őket.

Az ezt követő kérdés arra irányult amennyiben a szülő beszélget gyermekével pénzügyekről, milyen gyakorisággal teszi azt. A válaszok megoszlása a 30. sz. ábrán jelenik meg:



30. ábra: Milyen gyakorisággal beszélget gyermekével pénzügyekről

Forrás: Saját szerkesztés

A 3 fő kivételével minden nevelő folytat pénzügyekről szóló beszélgetéseket gyermekével, ennek gyakoriságában mutatkozik eltérés. A pénzügyekről való kommunikációt folytató szülők megoszlása a beszélgetések gyakorisága szerint: 8 fő 4% évente, 52 fő 27% havonta, 62 fő 32% hetente, 59 fő 31% heti többször, 9 fő 5% naponta.

Az előző kérdés esetében 174 fő nyilatkozta azt, hogy pénzügyi nevelési eszközként alkalmazza a beszélgetéseket. Mivel a kommunikáció gyakoriságára minden fő választ adott, így tovább vizsgáltam azt a 19 főt, aki nem jelölte opciónak a beszélgetést nevelési módszerként. Akik valóban soha nem folytat ilyen kommunikációt gyermekével 2 fő van. Évente 4 fő esetében kerül szóba a pénz kérdése, szintén 4 fő az, aki havonta társalog gyermekével erről. Heti szinten 6 fő, heti többször 2 fő és naponta 1 fő jelenik meg a témakör a párbeszéd alatt. A leszűrt válaszok alapján megállapítható, hogy valójába további 17 fő folytat beszélgetéseket gyermekével pénzügyekről, azonban ezt mégsem tekinti nevelési módszernek.

A pénzügyi beszélgetések gyakoriságát tovább vizsgáltam azok esetében, ahol a családszerkezetben valamilyen módosulás történt. A 20 válaszadó megoszlása: 1 fő soha, 1 fő évente, 5 fő havonta, 7 fő hetente, 2 fő hetente többször és 4 fő naponta diskurál gyerekeivel a témakörrel. Tovább vizsgáltam azokat a személyeket 6 fő, akik elváltak és egyedül nevelik gyermekeiket. A szakirodalom arról számolt be az egyszülős háztartások esetében, ahol egy főre irányul a nevelői feladatkör gyakoribb kommunikációt folytat gyermekével a tudatos pénzügyi döntésekről. A mintában lévő egyedülálló szülők közül 1 fő soha, 1 fő havonta, 3 fő hetente és 1 fő heti többszörösséggel folytat beszélgetéseket. A válaszok alátámasztják, hogy az elvált szülők rendszeresen folytatnak pénzügyi beszélgetéseket gyermekeikkel.

A kommunikáció gyakorisága és iskolai végzettség összefüggését a korábbi asszociációs sémát követve vizsgáltam. Az eredményt bemutatom az 5. sz. táblázatban:

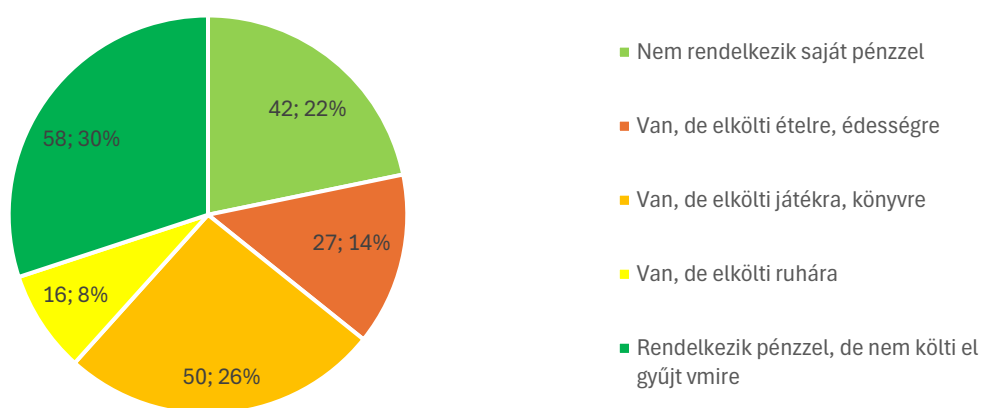
	Évente	Havonta	Hetente	Hetente többször	Naponta	Soha
Általános iskola	1	1	1	1	0	0
Főiskola/ Egyetem	2	22	28	27	4	0
Gimnázium/ Szakközépiskola	2	26	21	23	1	2
Szaktanulmányi képző/ Szakiskola	3	1	10	8	3	1
Tudományos fokozat	0	2	2	0	1	0
χ^2 Empirikus	28,628					
χ^2 Kritikus	31,4104					
p-érték	0,09					
Alpha	5%					
Cramer						

5. táblázat: Kommunikáció gyakorisága és iskolai végzettség kapcsolata

Forrás: Saját szerkesztés

Az empirikus érték kisebb, mint a kritikus érték, ezért ebben az esetben a null hipotézist tartom meg, ami alapján nincs szignifikáns sztochasztikus kapcsolat a két minőségi ismerv között.

A nevelési eszközök tekintetében a válaszadókat megkértem fejték ki miként gazdálkodnak általános iskolás gyermekeik az önállóan elkölthető pénzükkel. A válaszok csoportosítása a 31. sz. ábrán található:



31. ábra: Gyermekek önállóan elkölthető pénzének felhasználása

Forrás: Saját szerkesztés

A válaszokat három nagy csoportra lehet bontani. A gyermekek közül 42 fő 22% egyáltalán nem kap pénzt, 58 fő 30% nem költi el és 93 fő 48% elkölti a rendelkezésére álló összeget. A költekező gyerekeket tovább kategorizáltam az alapján mire használják fel pénzüket. A szakirodalom által említett gyermek boldogságérzetét erősítő tényezők jelentek meg, miszerint 50 fő 26% játékot vagy könyvet, 27 fő 14% édességet és 16 fő 8% ruhát vásárol.

A „nem rendelkezik saját pénzzel” válaszokat tovább szűrtem a gyermekek számának tekintetében, mivel a gyerekek aránya befolyással van arra mennyire tudja a szülő anyagilag támogatni gyermekét. Családösszetétel alapján: 7 fő egy gyermek, 19 fő két gyermek, 11 fő három gyermek, 1 fő négy gyermek, 3 fő öt vagy annál több gyermeket nevel. A megoszlás alapján nem lehet egyértelműen kijelenteni, hogy a nagycsaládosok azok, akik nem nyújtanak tőlük függetlenül elkölthető pénzösszeget gyerekeiknek.

Az elvált szülők gyermekeire nagyobb anyagiasság jellemző ennek bizonyítása érdekében tovább vizsgáltam a kérdést a családi állapot és a pénz elköltésének összefüggésében. Összesen 18 főből 4 nem rendelkezik saját pénzzel. Az így maradt 14 főből 5 fő nem költi el, 9 fő viszont igen, elkölti. A szülők kifejtették a pénzt elköltő gyerekek esetében, hogy általában azonnal felhasználják a rendelkezésükre álló összeget. Többen kitértek arra, hogy a gyermek spontán hoz döntéseket, olyan dolgokat vásárol meg mely abban az adott pillanatban örömforrásként tud szolgálni a számára. Ezek alapján teljesül a szakirodalmi összefüggés az elvált szülők és a gyermek anyagiassága között.

A szakirodalom 7-8 éves kort határozza meg, mikortól a gyermek fel tudja fogni a zsebpénz, önállóan elkölthető pénz súlyát. A minta alapján nem lehet egyértelmű következtetéseket levonni azzal kapcsolatban hány éves gyerekek jutnak hozzá önállóan elkölthető pénzhez.

7.4. CSALÁDI KOMMUNIKÁCIÓS STÍLUSOK

A szakirodalom nagy jelentőséget tulajdonít a gyermekek attitűdjének kialakulásában annak, hogy a szülők milyen kommunikációs stílust alkalmaznak a mindennapok során. Ezek a mintázatok tudatos és tudattalan módon egyaránt megjelennek a szülő-gyermek kapcsolat viszonylatában. A pénzügyi kommunikációs stílusok felméréséhez a vásárlási szokások megismerése szolgált alapul. A felsorolt 12 állítás esetében a nevelőknek döntenük kellett jellemzi-e őket vagy sem. A kijelentések egy része fogalmi orientációjú, míg másik fele társas orientációjú magatartásstílusú viselkedésimintát tartalmazott.

Fogalmi orientáció	Társas orientáció
Gyermekeket megszoktam kérni segítsen be a családi bevásárlásba	Bizonyos dolgok vásárlását korlátozom
Megkérdezem gyermekem mit szeretne, amikor neki vásárolok	Számonkérem gyermekem mire fordítja pénzét
El szoktam mondani gyermekemnek az egyes termékeket hol vásárolok	Megjegyzést teszek, ha nem tetszik a termék, amit vásárolt
Hagyom, hogy a gyermek maga döntse el mit szeretne megvásárolni	Megmondom, hogy ne vegyen meg bizonyos termékeket
Shozokunk a vásárlásról beszélgetni	El szoktam neki mondani mit vagy mit nem érdemes megvásárolnia
Gyermeke véleményét is meghallgatom vásárlási döntésekor	
Meg szoktam kérdezni mit gondol, miért azt a terméket vásárolta meg magának	

6. táblázat: Fogalmi és társas orientáció a vásárlási szokások szemszögében

Forrás: Saját szerkesztés

Az adatállományt leszűrtem csak azokra a személyekre, akik minden társas orientációs jellemzőre igennel válaszoltak ilyen személyek 86 fő van jelen a mintában. Ők azok a személyek, akik erősebb kontrollt gyakorolnak arra, a gyermek milyen típusú terméket vásárol magának. Az adatokat tovább vizsgáltam a fogalmi orientációs kérdésekkel összefüggésben. Arra kerestem a választ, hogy ezek a személyek hány szabadabb elvű nevelési eszközt alkalmaznak. A válaszadók köre szűkül 61 főre, akik gyermekükkel közösen vásárolnak és közülük 57 fő pénzügyi nevelési céllal alkalmazza ezt a tevékenységet. A gyermek igényeit figyelembe vevő szülők 58 fő. Saját vásárlási szokásait már csak 45 fő ismerteti meg gyermekével. A 45 fő esetében utánajártam mit nyilatkoztak a beszélgetések gyakoriságát illetően évente 1 fő, havonta 11 fő, hetente 15 fő, hetente többször 16 fő, naponta 2 fő. Ezek alapján elmondható, hogy 44 fő repetitív módon kommunikál gyermekeivel vásárlási, pénzügyi döntésekről. A kérdéskört tovább árnyalja az a fogalmi orientációs állítás miszerint a szülő hagyja gyermeke maga döntse el mit szeretne vásárolni. A válaszadókból 28 fő ad lehetőséget arra gyermeke megmutassa a vágyott termékek iránti vásárlási hajlandóságát, azonban amennyiben a szülő azt nem itéli tudatos pénzkötésnek korlátot szab gyermeke vásárlásának. Vásárlásról mind a 28 fő beszélget gyermekével 1 fő évente, 1 fő naponta, 8 fő havonta, 8 fő hetente, 10 fő heti többször. Gyermeke véleményére 26 fő kíváncsi ebből 20 fő az, aki valóban meg szokta kérdezni gyermekét miért azt az adott terméket szeretné a magáénak tudni. Ezek a nevelők, továbbá megosztják saját álláspontját arról mire igen és mire nem érdemes költeni. A szakirodalom alapján a hatékony pénzügyi nevelés a társas és a fogalmi orientációjú

kommunikációs mintázatokat egyaránt alkalmazza. A 20 fő vásárlási szokásai egy ideális képet festenek le arról, hogy a szülő bevonja vásárlásaiba gyermekét, meghallgatja, diskurál vele a témaköréről, de kritikai észrevételek is megfogalmaz a számára nem tetsző dolgokkal szemben. Ezek alapján magas szintű kommunikáció jellemzi ezeket a személyeket, mely a szakirodalom szerint a magasabb iskolázottságú személyekre jellemzőbb. Iskolai végzettség alapján 1 fő általános iskola, 2 fő szakmunkásképző/szakiskola, 5 fő gimnázium/szakközépiskola, 12 fő főiskola/ egyetem. Az egyetemi végzettséggel rendelkezők esetében tovább elemeztem azt is saját magukat mennyire ítélik tudatosnak pénzügyeik tekintetében 8 fő jobban odafigyel, 4 fő teljes mértékben tudatosnak tartja magát. A pénzügyi nevelési hajlandóságot is bevontam a változók körébe. A teljes mértékben tudatos személyek gyermeküket is ebben a szellemben nevelik, egy fő az, aki csak próbálkozik erre odafigyelni. Nevelési eszközök számát illetően mindegyikük legalább négy fajta módszert alkalmaz. Ez alapján 1 fő alábecsüli pénzügyi nevelési szokásait. Az iskolázottság, szülő és gyermeknevelési tudatosság pozitívan függ össze az alkalmazott kommunikációs stílussal. Az iskolai végzettség önmagában nem befolyásolja a kommunikáció minőségét.

Az állítások egy része nem csak kommunikációs jellemzőként értelmezhető, mivel a szakirodalom azt a megállapítást teszi az egyszülős háztartások esetében jellemzőbb a közös vásárlás és az arról folytatott beszélgetés gyakorisága. Ebből a megközelítésből is elemeztem a kérdéskört. Első körben felmértem ezekben az esetekben, miként oszlik meg a gyermekek felügyelete. Négy fő esetében a teljes felügyeleti jog az édesanyáé. A többi esetben a megosztott felügyelet úgy alakul, hogy hétköznap az édesanyával, hétvégenként az apukánál vannak a gyermekek. A 8 főből 7 fő beszokta vonni gyermekét a vásárlásokba és beszélgetnek is arról. Ezek a szülők magukat pénzügyileg 4 fő közepesen, 2 fő tudatosabbnak és 2 fő teljesen tudatosnak tartja magát. Tudatossághoz köthető tevékenységeik alapján 4 fő mérlegel vásárlásai során, ebből két fő bevásárló listát is készít. Gyermekét 2 fő neveli teljesen tudatosan, további 5 fő igyekszik erre minél nagyobb odafigyelni. Beszélgetések gyakorisága ezekben az esetekben havonta 1 fő, hetente 3 fő, hetente többször 1 fő, naponta 2 fő. Az elméleti háttérrel alátámasztják azok a szülők, akik egyedül nevelik gyermekeiket.

7.5. SZÜLETÉSI SORREND ÉS SZEMÉLYISÉGJEGYEK

A születési sorrendben elfoglalt hely és az mennyire élvezheti a gyermek a szülők korlátlan figyelmét a személyiségében is megmutatkozik. A szakirodalom egy képet ad arról, milyen tulajdonságok felerősödését eredményezheti, az hányadikként született az adott gyermek a családba. Állítások alapján az általános iskolába járó gyermekek szempontjából vizsgáltam,

lehet-e különbséget tenni az alapján hányadik az adott gyermek a születési sorban és ezek alapján milyen pénzügyi döntést hoz.

Személyiségjegyekhez felméréséhez társított állítások	
Önszántából kiveszi a részét a házimunkából	Figyeli a termékek árát
Kérni kell vegye ki a részét a házimunkából	Vásárlások során átgondolja mire van szüksége
Megosztja dolgait másokkal	Ha valami megtetszik neki azt meg is veszi
Nem szeret osztozkodni	Vásárlások során mérlegel
Takarékoskodik	Vásárlások során spontán dönt
Azonnal elkölti minden pénzét	Döntéseire hatással vannak a reklámok
Meghatározott célra gyűjt	

7. táblázat: Személyiségjegyek felméréséhez társított állítások

Forrás: Saját szerkesztés

Az első állítás így, hangzott: Önszántából kiveszi a részét a házimunkából. A szakirodalom alapján a többgyermekes családok esetében az első szülött gyermekek felelősségtudóbbak, ebből kifolyólag nagyobb késztetést éreznek szüleik segítségének irányába. A mintában összesen 99 fő első szülött van, melyből 47 fő segít be a házimunkába. A kérdést tovább vizsgáltam annak tekintetében, hogy akire a szülő igaznak tartotta az állítást ő szokott-e pénzt kapni, amiért besegít a háztartás körül. A válaszadók 16 esetben jelölték nevelési módszerként alkalmazzák a gyermekek jutalmazását a házimunka elvégzéséért. Ez arra enged következtetni, hogy ezek a gyermekek valójában nem önszántukból végeznek házimunkát, hanem a pénzszerzési lehetőség motiválja őket arra, hogy akár saját indíttatásból ajánlják fel segítségüket. A nemi szerepeket figyelembevéve a háztartási feladatokat a nőkhöz társítjuk leginkább, ebből kifolyólag a lány gyermekek gyakrabban kapnak ezzel kapcsolatos impulzusokat. Az első szülött, háztartási munkákba besegítő gyermekek nemük szerinti megoszlása: 22 fő fiú, 26 fő lány, nincs számottevő különbség a nemek között. A lány gyermekek korosztályt tekintve 12 fő alsó tagozatos, 14 fő felső tagozatos. Az 1-4. osztályba járó lányokból 10 főnél a beszélgetés és a közös vásárlás jelenik meg a nevelési módszereknél, ezek alkalmazása mellett 2 fő ad továbbá gyermekének pénzt az elvégzett ház körüli feladatokért. A pénzügyekről való beszélgetés heti szinten jelenik meg mindegyik esetben. Ezek alapján elmondható, hogy ezekben az esetekben a szülő gyermekét nem tartja túl fiatalnak ahhoz, hogy elkezdjen vele rendszeresen kommunikálni a fogyasztói döntésekről és feladatokat bízson rá a háztartásban, ezzel tapasztalatot szerezve a családi pénzgazdálkodásról.

Az első gyermekekre igaz személyiségképet alapul véve a házi munkát végző egyéneket, tovább vizsgáltam az osztozkodási hajlandóságukat illetően. A 47 főből csupán 7 főre mondták azt a szülők a testvérek megérkezése nem tette őket nyitottá dolgaik megosztásában. A 43 főt, aki megossza dolgait másokkal azok takarékosági hajlandóságát is megvizsgáltam. Spórolási attitűddel 34 fő rendelkezik, közülük 31 fő rendelkezik zsebpénzzel. Összespórolt pénzt meghatározott célra 30 fő gyűjti, viszont, ha egy hétköznapi vásárlási szituációba kerülnek ezek a gyermek csak 18 fő gondolja át mire költi a pénzt és mérlegel a termékek között. A szakirodalom által felvázolt tulajdonságoknak 18 fő felel meg.

Az egyke gyermekek, bár elsőszülöttek mégis más jellemvonásokat tulajdonítunk nekik, mint azoknak, akiknek van testvérük. A többi születési sorrendben helyet foglaló gyermekhez képest őket éri leginkább az a kritika, hogy énközpontúak és önzőbbek dolgaik megosztásával kapcsolatban. A válaszok esetében 45 főből 6 fő nem tudott konkrétan választ adni gyermeke melyik magatartásimintát helyezi előtérbe, 2 fő az, aki nem osztozkodik, 37 fő osztozkodik. Ez szembe megy az általános egykérről alkotott képpel. Tovább elemeztem a 37 főt vásárlási szokásaikat figyelembevéve. Takarékosnak 29 főt ítélték, közülük is 25 fő meghatározott célra gyűjt. Vásárlásait 18 fő gondolja át és 17 fő mérlegel a vágyott termékek között. Ezeket az eseteket tovább elemeztem annak tekintetében, hogy vajon a megfontolt pénzügyi magatartás összefüggésbe hozható-e a gyermekek életkorával. Belőlük 10 fő alsó tagozatba jár 11 fő pedig felsőbe. Nevelés tekintetében az alsós diákokat vizsgáltam tovább 3 fő közepesen, 6 fő tudatosabban, 1 fő teljes mértékben tudatosságra neveli gyermekét. A felvázolt állítások alapján a fiatalabb korosztály is képes tudatosabban tekinteni pénzügyeikre, de ehhez szükséges egy tudatosabb neveltetési stílus alkalmazása. Kommunikációs stílus szempontjából a szülők fogalmi orientációs mintázatokat helyezik előtérbe. Társas orientációs mintázatokat, mint a megjegyzés a nem tetsző termékekre és a pénz elköltésének számonkérése, azért sem jelenik meg hangsúlyosan a nevelés során, mivel ezek a gyermekek igyekeznek racionálisan döntést hozni.

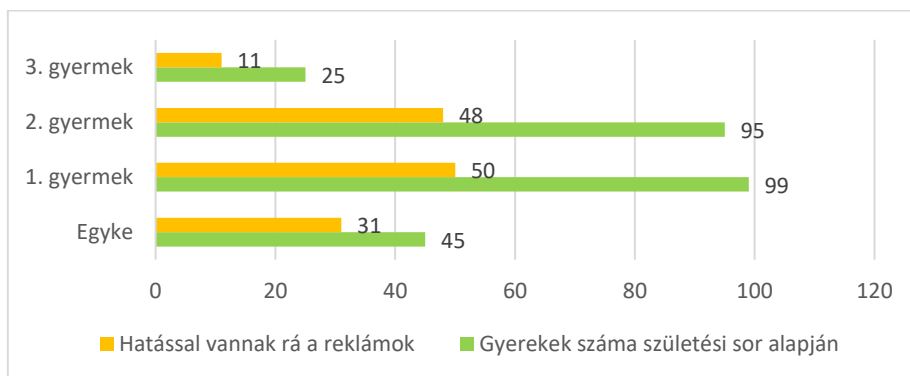
A második gyermekek már egy családi összetartásba csöppennek így alkalmazkodó képességük fejlettebb ebből fakadóan pedig az osztozkodás egy természetes folyamat számukra. A mintában 95 fő másodikként születettből 79 fő ossza meg dolgait másokkal. Közülük 37 főt kell kérni segítsen be a házimunkába. Kisebbik vagy középső gyermekként elhelyezkedve a szülők figyelmének felkeltése érdekében gyakrabban lázadnak, ami megmutatkozhat vásárlási szokásaikban. A saját pénzt 12 fő azonnal elkölti és 10 fő az, aki nem mérlegel a neki tetsző dolgok között, 5 fő az, aki teljesen spontán hoz döntést. Az impulzívan vásárlók közülük 3 fő

az, akit a szülő nem von be a bevásárlás folyamatába és 2 fő nem tartja nevelési eszköznek a beszélgetést. Ezekben az esetekben a kommunikáció hiányossága és az nem lát gyakorlati példát a gyermek eredményezi a költekezőbb attitűdött.

Harmadikként született 25 fő esetében is a nagycsaládosokra igaz osztozkodási hajlandóság a legjellemzőbb faktor 23 főre jelölte igaznak a szülő ezt az állítást. Saját pénzükkel gazdálkodás esetében a szülők nem ítélik sem spórolósnak, sem költekezőnek gyermekeiket. A kérdést tovább vizsgáltam azokra a válaszokra, ahol minden gyermeküket osztozkodónak ítélték a szülők 18 fő. Ezt követően igyekeztem az eltérő tulajdonságokra rávilágítani. A harmadikként születettek kevesbé jellemző 12 fő, hogy meghatározott célra gyűjtenek. Ezekből a gyermekekből 9 fő rendelkezik önállóan felhasználható pénzösszeggel, melyből 8 fő ételre és ruhára költi a felhasználható összeget. Felső tagozatba 5 fő jár közülük 3 főt tudatosabban 5 főt teljes mértékben tudatosan próbálják nevelni a szülők. Az ő esetükben elmondható, hogy bár a nevelői oldalról kellő támogatást kapnak, a kisebbik személyben elfoglalt hely felerősíti az öröm elvből való vásárlási hajlandóságot.

Negyedik és ötödik gyermek kevesen vannak jelen a mintában, a meglévő adatok alapján nem lehet jellemző tulajdonságokat találni a születési sorrendben elfoglalt helyük alapján.

Digitális világunkban egyre több inger éri a fiatal generációt, az állítások között megjelent a reklámok gyermekekre való hatása. Első körben születési sorrend szempontjából elemeztem a kérdést. A középső gyermekekkel kapcsolatban gyakori megfogalmazás, kevesbé élvezik a szülők figyelmét, aminek gyakorlati megmutatkozása lehet gyakrabban fogyasztanak online tartalmat és kerülnek ezáltal kapcsolatba a reklámokkal. A gyermekek megoszlása a reklámok rájuk gyakorolt hatása alapján 32. sz. árában látható:



32. ábra: Reklámok gyermekekre gyakorolt hatása a születési sorrend alapján

Forrás: Saját szerkesztés

Az adatok alapján a középső gyermekeket nem befolyásolják jobban a reklámok, mint a születéssorrendben máshol helyet foglaló egyéneket. A hirdetések hatása mindegyik csoportnál megjelenik. Az egyke gyermekekre 45 fő, leginkább jellemző a reklámok befolyásoló ereje 31 fő. Őket tovább vizsgáltam a tekintetben, ha van miként használják fel az önállóan elkölthető pénzüket. Aki nem rendelkezik saját pénzzel 3 fő van jelen az állományban. A további 28 főből 21 fő elkölti a pénzét játéokra, édességre, ruhára, csupán 7 fő az, aki félre teszi a pénzét. Játékok vásárlására 9 fő fordítja az összeget. Az ő szülei 7 fő tudatosabbnak tartja magát és gyermekét is így neveli. További 2 fő teljes mértékben odafigyel költségeire, 1 fő közepesen másik 1 fő tudatosabban odafigyel milyen mintákat ad át gyermekének a pénzügyek terén. Ezek alapján a szülő tudatosságától és a neveltetéstől független a reklámok gyermekekre gyakorolt hatása. Életkor szempontjából ezek a gyermekek 2 fő 11 éves, 3 fő 8 éves, 3 fő 7 éves, 1 fő 6 éves. Az életkori megoszlás alátámasztja a szakirodalom általi megközelítést, mely szerint a 7-8. életév fordulópontot jelent a reklámok megértésével kapcsolatba. Ebben az életszakaszban kezdik el felfogni a fiatal korosztály a média vásárlás ösztönző erejét. A 11 éves korosztállyal kapcsolatos válaszok sem nevezhetők meglepőnek, mivel a reklámokkal szembeni kritikus gondolkodás 10 éves kor környékén kezd el kialakulni az egyéneken. Az életkor meghatározóbb szerepet játszik a hirdetések befolyásoló erejével szemben, mint a tudatos neveltetés.

A vásárlási döntések során a tudatos fogyasztó figyelmet fordít a termékek árának megismerésére. A szülők nyilatkoztak arról melyik gyermekük tartja szem előtt a termékek árát. A 270 fő általános iskolás gyermek közül 184 főről mondta azt szülője odafigyel a termékek árára. Ezt a fajta attitűdöt 179 fő alá is támaszta azzal, mérlegel vásárlási döntései során. Ettől függetlenül 136 főt a reklámok impulzívabb vásárlásra ösztönöznek. Többségükről 118 főről azt mondja a szülő, ha elhatározza a gyermek egy termék megvásárlását azért képes gyűjteni is a saját pénzét. A megfontolt viselkedést tovább erősíti 111 fő, aki takarékoskodik. Közös bevásárlás 84 főt jellemzi és 81 fő van, aki fontosnak is tartja a tevékenységről való beszélgetést. A termékekről való vásárlási szokásait 72 fő ossza meg gyermekével. Azok a gyermekek nagyobb valószínűséggel figyelik a termékek árát, akiket a szülő bevon a vásárlás folyamatába. A változók körébe bevontam a neveltetési tudatosságot is, mely alapján a megoszlás a következőképp alakul: 1 fő kevésbé, 18 fő közepesen, 37 fő tudatosabban, 16 fő teljes mértékben tudatosan neveli gyermekét. Azokat a válaszokat, ahol minden tekintetben pénzügyi tudatosságra nevelik a gyermekeket tovább vizsgáltam korosztályi megoszlás alapján. A 16 főből 7 fő 8 éves, 4 fő 9 éves, 4 fő 11 éves és 1 fő 14 éves. A termékek árát 8 éves 3. osztályos kortól értelmezik a gyermekek. A fogyasztói szocializáció során a valódi

döntéshozatali szerepkörbe való bevonás és a valódi szükségletek felismerése is ebben az életkorban kezd el kialakul. A válaszok szűrése alapján megállapítható, hogy a kisebb gyerekek a neveltetésből adódóan elkezdhetnek tudatosabban viselkedni a látott minták alapján, de a gazdaságilag tudatos döntések meghozatalához el kell érni bizonyos életkort.

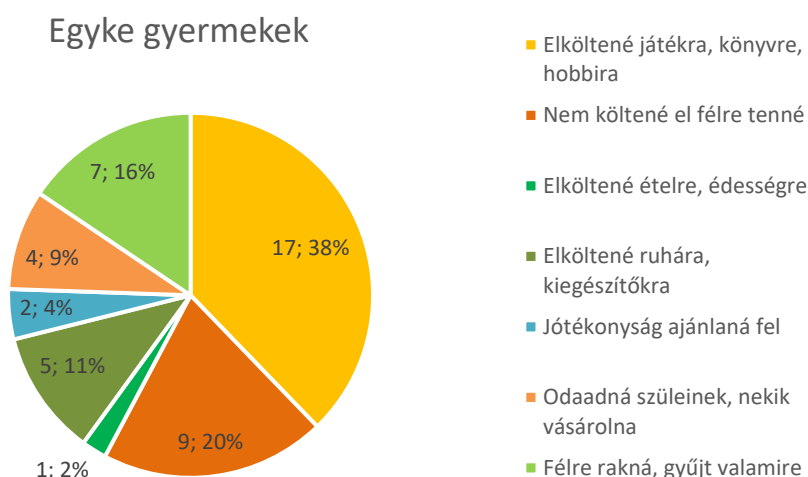
7.6. GYERMEKEK VISZONYA A PÉNZZEL

A szülők felé irányuló kérdéseket követően a kérdőív utolsó szakaszában a gyermekek válaszaira helyeződött a hangsúly. A feltett kérdések tekintetében a válaszok csoportosítása az általános iskolás gyermekek születési sorban elfoglalt helye alapján történt.

Az első kérdés a következőképp hangzott: ***Mit tennél, ha kapnál most 10.000 forintot, amit bármire elkölthetnél? Miért ezt választanád?***

A válaszok csoportosítása során azokat a gyermekeket, akik nem költenék el az összeget, két nagy szegmensre lehetett bontani az alapján, hogy a pénzt konkrét dologra való gyűjtés céljából rakják félre, vagy csak jelenleg nem tudják mi lenne a vágyott termék. A pénzt felhasználó egyének válaszai a gyermek énközpontúsághoz kapcsolódó termékekre irányultak.

Az adatok szétbontását követően első körben az egyke gyermekek válaszainak megoszlását vizsgáltam. A válaszok megoszlása 33. sz. ábrán láthatóak:

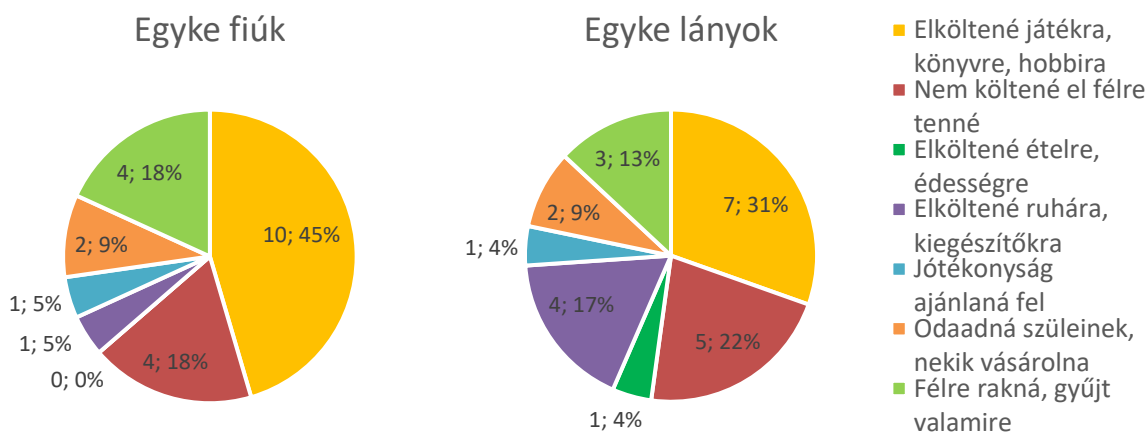


33. ábra: Egyke gyermekek megoszlása, az alapján mire költenének 10.000 ft-ot

Forrás: Saját szerkesztés

Egyke gyermek összesen 45 fő van jelen a mintában a válaszaik aránya: 17 fő 38% elköltené játékra, 7 fő 16% elköltené ételre, 5 fő 11% elköltené ruhára, 2 fő 4% jótekonyság célra ajánlaná

fel, 4 fő 9% szüleinek adná vagy nekik vásárolna, 9 fő 20% félre tenné, 7 fő 16% félre rakná, mert gyűjt valamire. Az egyke gyermekek esetében a költekező magatartás forma a hangsúlyos, azon belül is a játékok, könyvek vásárlása, ami kiemelkedik a többi érték közül. A válaszokat a gyermekek neme alapján is megvizsgáltam, ennek megoszlása a 34. sz. ábrán látható:

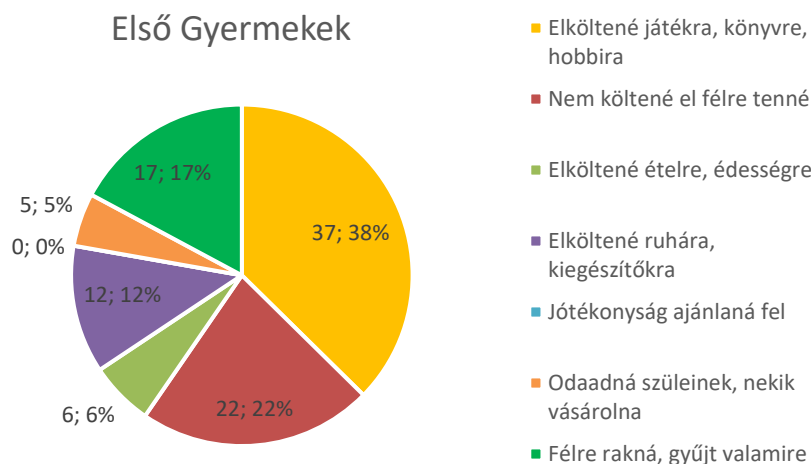


34. ábra: 10.000 ft felhasználása egyke gyermekek nemük szerinti megoszlása alapján

Forrás: Saját szerkesztés

Egyke fiú 22 fő, lány 23 fő van jelen a mintában. A fentebb kiemelt játékokra való pénz fordítás a fiúgyermekek esetében hangsúlyosabb 10 fő válasza került ebbe a kategóriába. Az ő válaszaikat tovább elemeztem 4 fő LEGO, 4 fő online játék, 2 fő focis kártyára fordítaná az összeget. Az online játékokat a felső tagozatba járó diákok választanák, az alsós korosztály foglal állást a LEGO és a focis kártyák mellett. Ez alapján elmondható, hogy a fiúk érdeklődési köre korosztályi szempontból egy ponton szétválík. A válaszok minden esetben olyan termékkategóriákba esnek melyek generációsan igazak a fiúgyermekekre. Ezeknek a termékeknek a birtoklása továbbá segítheti a csoportba való tartozás érzését. A változók körébe belevettem a közös vásárlásba való bevonást. Közülük 7 főt nem szoktak bevonni a vásárlásokba, ami adódhat a nemi szerepekhez társított különbségekből. A lányok esetében a játékok mellett a ruhavásárlása fordítanak többen a rendelkezésre álló összeget. A 4 főből 3 fő felső tagozatba jár és az önállóan elkölthető pénzét is szépségipari termékekre fordítja, ami azt mutatja felső tagozatos lányok esetében a nőiséghez kapcsolódó dolgok előtérbe kerülnek.

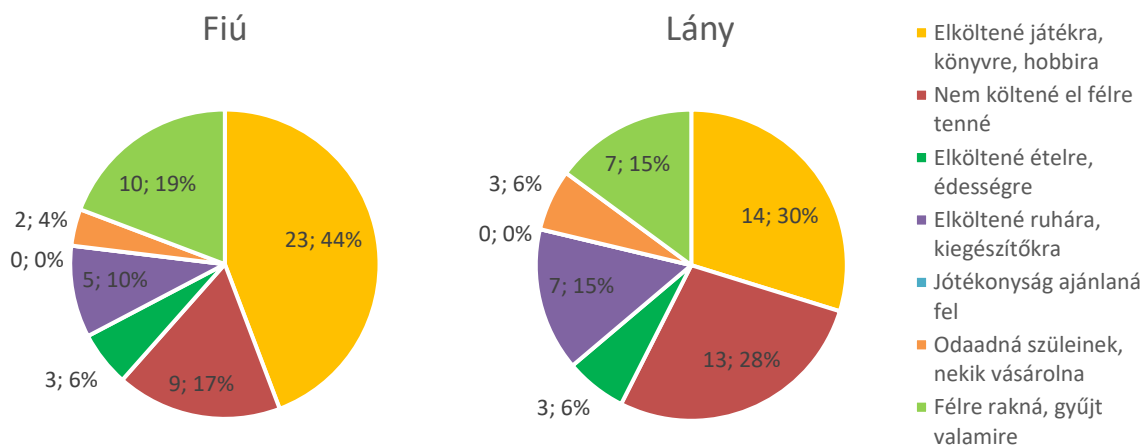
Első gyermekek megoszlása a 35. sz. ábrán látható:



35. ábra: Első gyermekek megoszlása az alapján mire használnák fel a 10.000 ft-ot

Forrás: Saját szerkesztés

Első gyermekek 99 fő esetében a pénz félre rakására helyeződik a hangsúly 39 fő 39%. Tudatosan 22 fő 22% tenné el a pénzt, további 17 fő nem választana csak azért valamilyen terméket, mert pénzhez jut, de nincs konkrét célja. A pénzt félre tevő gyermekeket, nemük szerinti megoszlása a 36. sz. ábra mutatja:



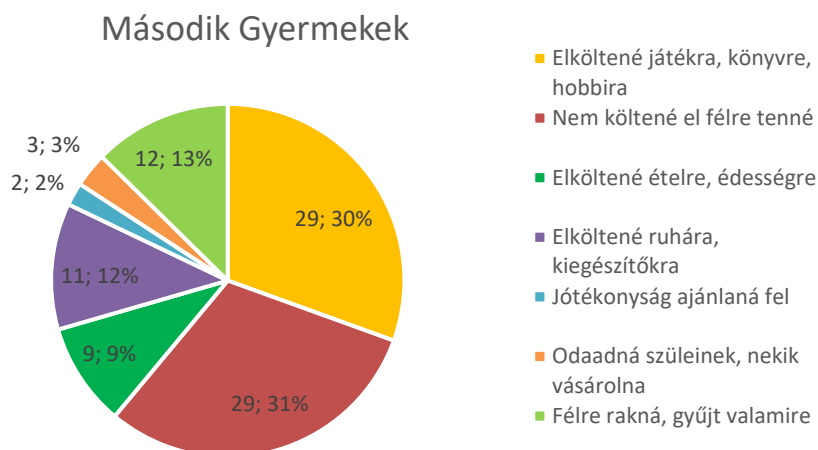
36. ábra: 10.000 felhasználása az első gyermekek nemük szerinti megoszlása alapján

Forrás: Saját szerkesztés

A lányok esetében 47 főből 13 főnek nincs elképzelése arról mire fogja felhasználni az összeget, 7 fő az, aki céllal gyűjt. A fiúgyermekek 52 fő esetében egyformán jelen vannak 10 fő, aki tudja miért teszi félre és 9 fő, aki csak elteszi a pénzt. A lányok esetében tovább vizsgáltam azokat, akik nem konkrét céllal teszik félre az összeget az alapján hány évesek. Közülük 9 fő 9-11 éves 4-5. osztályba jár, 4 fő 12-14 éves 7-8. évfolyamba jár. Ezek alapján az általános iskola 4-5.

osztályától kezdődik el inkább a spórolási attitűd kialakulása, de ebben az életszakaszban a gyermek még nem feltétlen rendelkezik konkrét célokkal. A gyermekek közülük 3 főt közepesen, 5 főt tudatosabban, 1 főt teljes mértékben tudatosan nevelnek és mindegyik esetben heti szinten beszélgetnek pénzügyekről. A fiúk esetében a konkrét céllal gyűjtő egyéneket vizsgáltam. Arra voltam kíváncsi az ő esetükben is a felsőbb tagozatosak gyűjtenek tudatos céllal. A 10 főből 6 fő 9-11 évesek vannak többségben, ami alátámasztja azt ebben az életszakaszban kezd fontosabbá válni az egyén rendelkezzen spórolt pénzzel, azonban a lányokkal ellentétben a fiúkban korábban indul el a gondolat a konkrét célra való gyűjtéssel kapcsolatban.

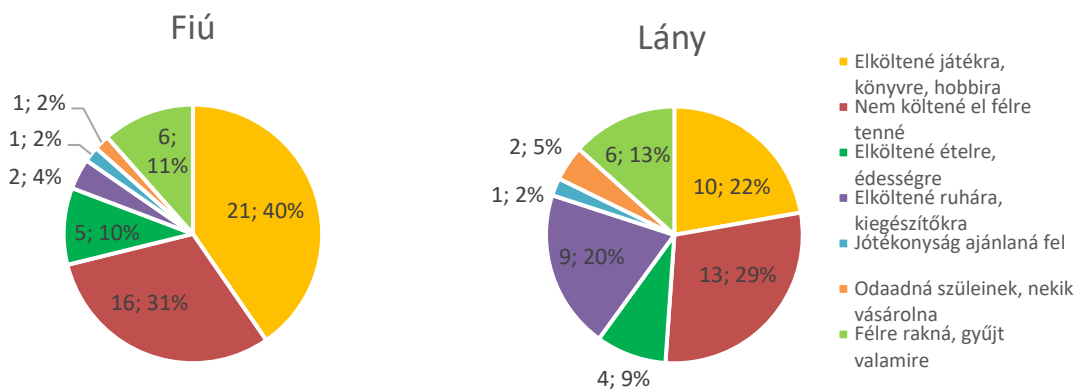
Második gyermekek pénzfelhasználási megoszlása a 37. ábra mutatja:



37. ábra: Második gyermekek megoszlása 10.000 ft felhasználása alapján

Forrás: Saját szerkesztés

A második gyermekeknél 95 fő 29 fő játékra költené és szintén 29 fő nem költené el az összeget. Az egyke gyermekekhez hasonlóan a fiúk 52 fő jellemzőbb 21 főre a játékokra való pénz költés. Azokat az eseteket, ahol a nagyobb testvér is általános iskolába jár 15 fő tovább elemeztem van-e különbség a válaszaik között. A gyermekek nemük szerinti megoszlása a 38. sz. ábra mutatja:

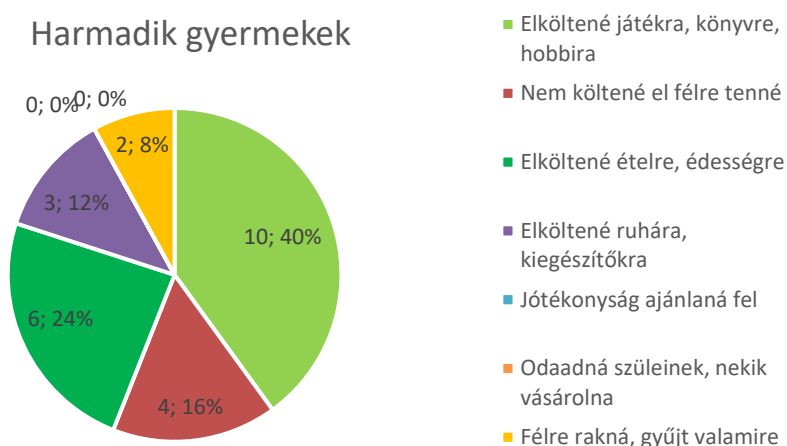


38. ábra: 10.000 ft felhasználása második gyermekek nemük szerinti megoszlás alapján

Forrás: Saját szerkesztés

Az elsőszülött gyermek mintáját 8 fő követi, ami aláírja az elméleti háttérrel a kisebbik szerepben elhelyezkedő egyén szeretne testvérére hasonlítani, ebből kifolyólag igyekszik lekövetni annak viselkedését. Különbség 7 esetben figyelhető meg. Tovább elemeztem azokat a válaszokat, ahol eltérő a gyerekek neme, az ilyen esetek száma 6 fő. Közülük a kapott pénzt 2 fő költené el és 4 fő az, aki félretenné. A második gyermekek költekező tulajdonsága nagyobb eséllyel alakul, ha idősebb testvére lány.

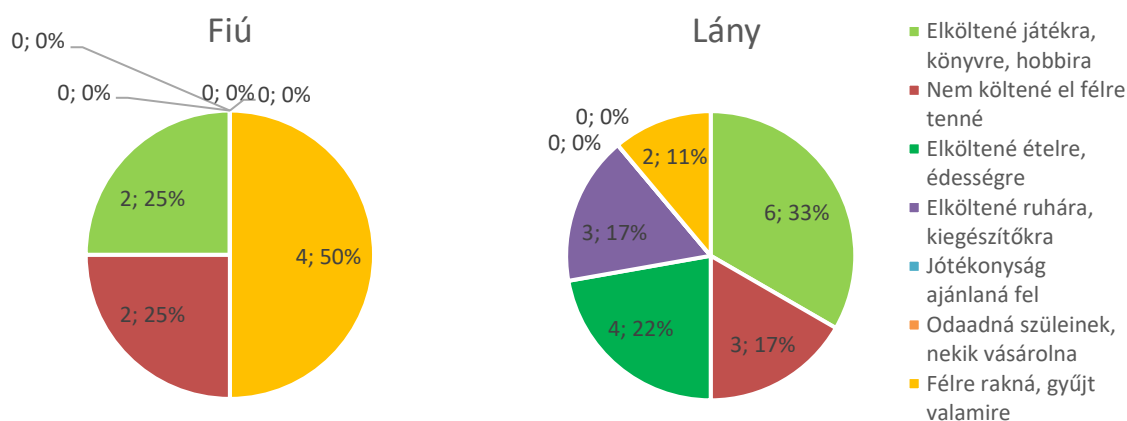
A harmadik gyermekekénél a költekező magatartás helyeződik előtérbe. Általában ők helyezkednek el a születési sor legvégén, amihez azt a tulajdonságot is társítják igyekeznek a szükségleteiket minél gyorsabban kielégíteni. A válaszok megoszlása a 39. sz. ábra mutatja.



39. ábra: Harmadik gyermekek megoszlása az alapján miként használnak fel 10.000 ft-ot

Forrás: Saját szerkesztés

A mintában összesen 26 fő harmadik gyermek található, melyből 19 fő elkölténé a rendelkezésre álló összeget olyan termékre, ami a boldogságérzetét erősíti. Nagyobb cél érdekében senki nem spórol. A költekező gyermekek vásárlási szokásait tekintve 11 fő szokott spontán vásárolni. Neveltetés szempontjából 1 főre minimálisan, 2 főre közepesen, 5 főre tudatosabban, 3 főre teljesen mértékben odafigyelnek a szülők hasznosítható pénzügyi tudást adjanak át gyermekeiknek. Velük heti és havi szinten beszélgetnek pénzügyekről a családi közegben. A harmadik gyermekek esetében a születési sorrend meghatározóbb, mint az miként neveli a szülő gyermekét. Az impulzívabb vásárlást 4 fő esetében tovább erősítheti az a szülő nem vonja be a közös bevásárlásba gyermekét. A nemek szerinti megoszlás a 40. sz. ábra mutatja:



40. ábra: 10.000 ft elköltése harmadik gyermekek nemük szerinti megoszlása alapján

Forrás: Saját szerkesztés

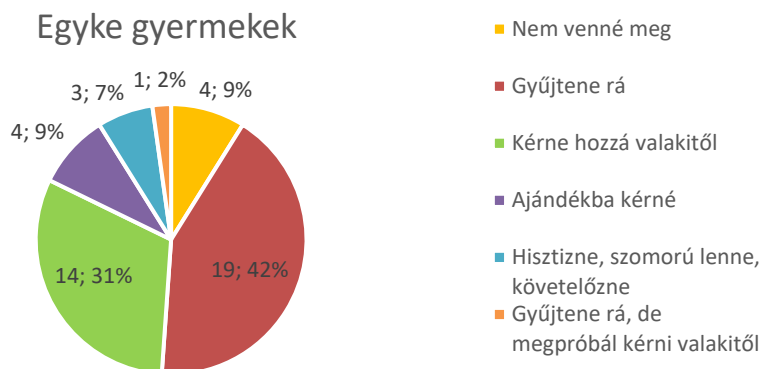
A lányok szélesebb körű viselkedése abból adódóan eredhet, hogy többen vannak jelen az állományban 18 fő, míg fiúgyermek csak 8 fő.

Negyedik és ötödik gyermekek kevesen vannak jelen a mintában, így nem lehet egy általános képet alkotni arról, hogy ők hogyan viselkednek abban az esetben, ha szabadon felhasználható összeghez jutnak hozzá. Az adatok között 4-4 fő negyedik és ötödik gyermek található. Az ő esetükben a költekező gyermekeknél csak a játék jelenik meg, mint megvásárolni kívánt vásárlási termék. Ezek a gyermekek 1-3. osztályba járnak. Az ő vásárlási hajlandóságukat még kevésbé befolyásolja az őket körülvevő közeg.

A második kérdés annak járt utána milyen viselkedést tanúsítana az adott gyermek, ha nem állna rendelkezésére akkora összeg, mint amennyibe a vágyott termék megvásárlásához

szükséges lenne. A feltett kérdés így szólt: *Mit tennél, ha nagyon megtetszik egy játék, de tudod, hogy most nincs rá pénzed, hogy megvedd?*

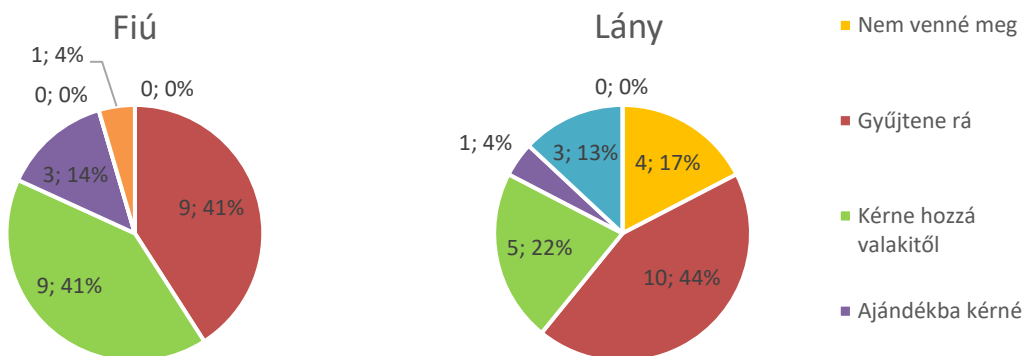
A gyermekek válaszait csoportokba rendeztem az alapján milyen viselkedést tanúsítanak, ebben a helyzetben. Az egyke gyermekekre jellemzőnek az elméleti háttér azt feltételezi a szülők sokkal nagyobb késztetést éreznek megadni mindent egyetlen gyerekük számára. A válaszok megoszlása a 41. sz ábrán látható:



41. ábra: Egyke gyermekek viselkedése, ha nem tudnák megvenni a vágyott játékot

Forrás: Saját szerkesztés

A szakirodalmi feltételezés 45 fő közül 22 főre helytálló abban a tekintetben, hogy a gyermek bízik abban, ha segítségért fordul nevelőjéhez vagy hisztérikusan reagál megkapja az adott terméket. Spórolási attitűdöt 19 fő mutat, további 4 fő pedig elengedné a játék megvásárlását. A gyermekek nemük szerinti megoszlása a 42. sz. ábra szemlélteti:

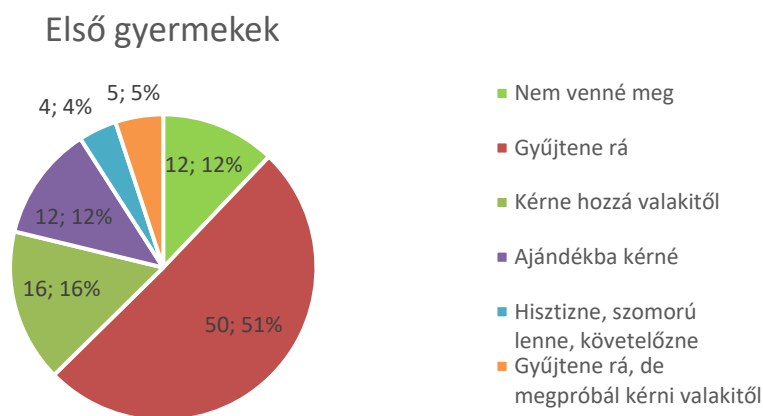


42. ábra: Egykének nemük szerinti viselkedése, ha nem tudják megvenni a vágyott terméket

Forrás: Saját szerkesztés

A nem szerinti megoszlásban a gyűjtési hajlandóság egyforma arányban jellemzi a fiú és lány gyermekeket. A kölcsönkérési hajlandóság a fiúgyermekek esetében magasabb 9 fő. A termék iránti vágy elengedése csak a lány gyermekek esetében jelenik meg. Az előző kérdés tekintetében 3 fő nyilatkozta azt elköltené ruhára, játékra és 1 fő volt az, aki félre tenné a felajánlott összeget. A gyermekek viselkedése ebben a tekintetben nem nevezhető tudatosnak, mivel, amennyiben rendelkeznek a megfelelő összeggel nem tanúsítanak megtakarítási hajlandóságot.

Az első gyermeket nagyobb takarékoság jellemzi és nagyobb figyelmet fordítanak arra miként használják fel pénzüket. Az elsőszülött gyermekek válaszainak megoszlása 43. sz. ábra mutatja:

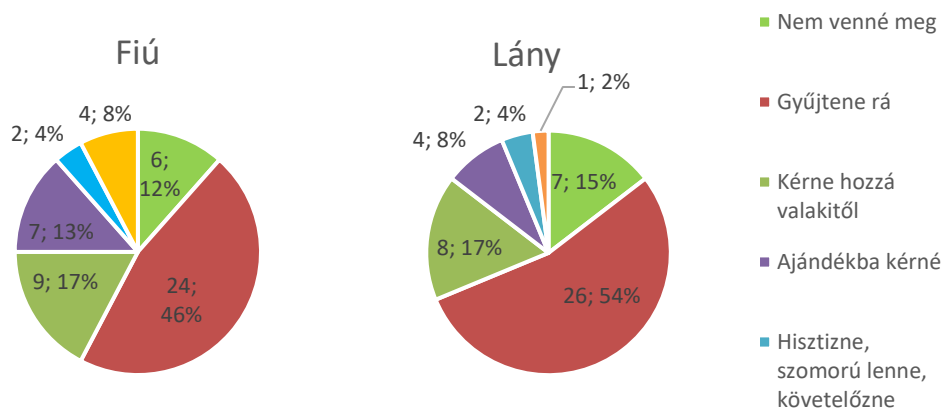


43. ábra: Első gyermekek viselkedése, ha nem tudnák megvenni a vágyott játékot

Forrás: Saját szerkesztés

Az első gyermekekre valóban jellemzőbb az a tulajdonság, hogy képesek különbséget tenni szükségleteik kielégítése között. Ezeknek a válaszoknak a megoszlása: 50 fő 51% gyűjtene rá, 12 fő 12% nem venné meg, 5 fő 5% gyűjtene, de megpróbálna kérni valakitől. Hisztérikus magatartást 4 fő tanúsítana, ami nem köthető az életkorukhoz mivel egyforma arányban vannak jelen alsós és felsős diákok.

A fiú és lány gyermekek közötti eltérés a játék ajándékba való kérésében és a gyűjt, de kérne hozzá állításokban mutatkozik meg. A gyermekek nemük szerinti megoszlása 44. sz. ábra mutatja:

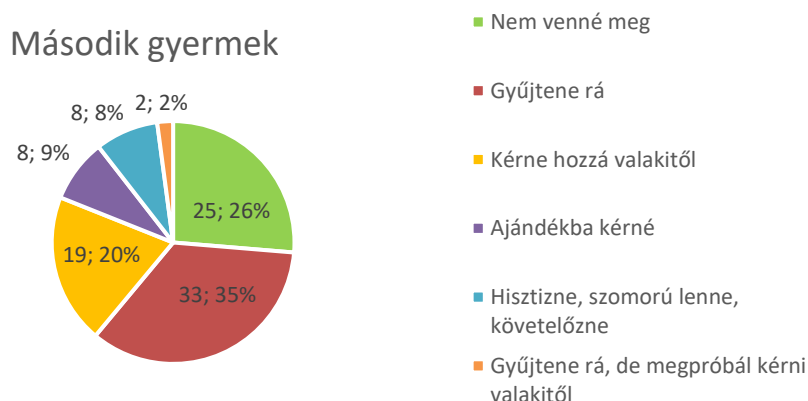


44. ábra: Elsőszülöttek nemük szerinti viselkedése, ha nem tudják megvenni a vágyott terméket

Forrás: Saját szerkesztés

A fiúk közül: 7 fő 13% kérné ajándékba és 4 fő 8% gyűjtene, de megpróbálna kérni. A gyermekek az ajándék kérés alatt 5 fő esetében a karácsonyi ünnepeket értették. A szakirodalom is megjegyzi az ünnepek a szülők egy részét arra készítetik minden vágyát teljesítsék gyermekeiknek, ezt a fiatal generáció is érzékeli ebből kifolyólag több kéréssel mernek a nevelők felé fordulni, mint azt a hétköznapiakban tennék. A szülők 2 fő közepesen 3 fő teljesen tudatosnak tartja magát. Mindegyikőjük bizonyos termékek vásárlását korlátozza és azt is el szokta mondani gyermeke milyen terméket ne vásároljon meg. Ezek alapján arra lehet következtetni, bár a gyermek reménykedik a vágyott termékben a szülő a későbbiek során mérlegel valóban szükséges-e a gyermek számára az új játék.

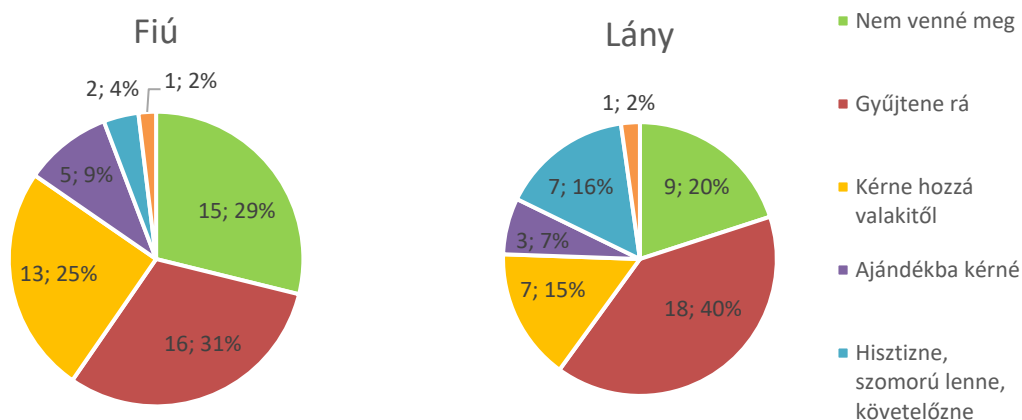
A második gyermekek válaszainak megoszlása a 45. sz. ábra szemlélteti:



45. ábra: Második gyermekek viselkedése, ha nem tudnák megvenni a vágyott játékot

Forrás: Saját szerkesztés

A második gyermekek esetében is megfigyelhető egy nagyobb szegmens, aki gyűjtene vagy nem venné meg az adott terméket. A születési sorban elhelyezkedő többi gyermekhez képest nagyobb számban vannak jelen 8 fő, aki hisztérikusan reagálna, ha nem jutna hozzá az adott játékhoz. A válaszok nem szerinti megoszlása a 46. sz. ábra mutatja.

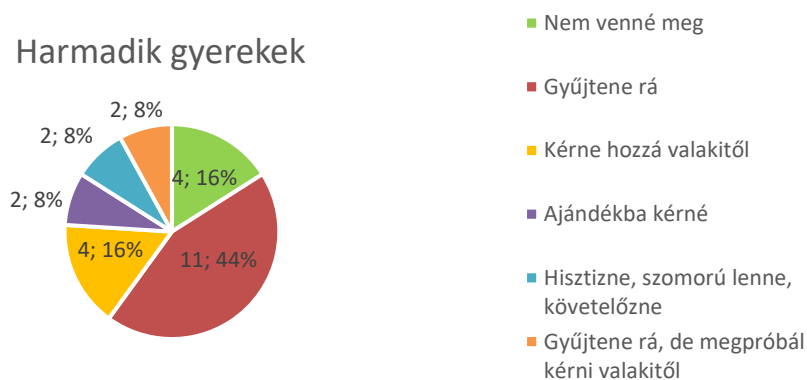


46. ábra: Másodszülöttek nemük szerinti viselkedése, ha nem tudnák megvenni a játékot

Forrás: Saját szerkesztés

A lányokra jellemző érzékenyebb viselkedés eredményezi, hogy 7 fő az, akire igaz a negatív érzelmi reakció. A gyermekek életkora 6-8 év az az életszakasz amikor a gyermek kevésbé tudja kezelni a kudarc élményét. A lányok közül 4 fő a legkisebb gyermek szerepét tölti be, ami a személyiségjegyekkel összevetve tovább erősíti a hisztérikus reakciót.

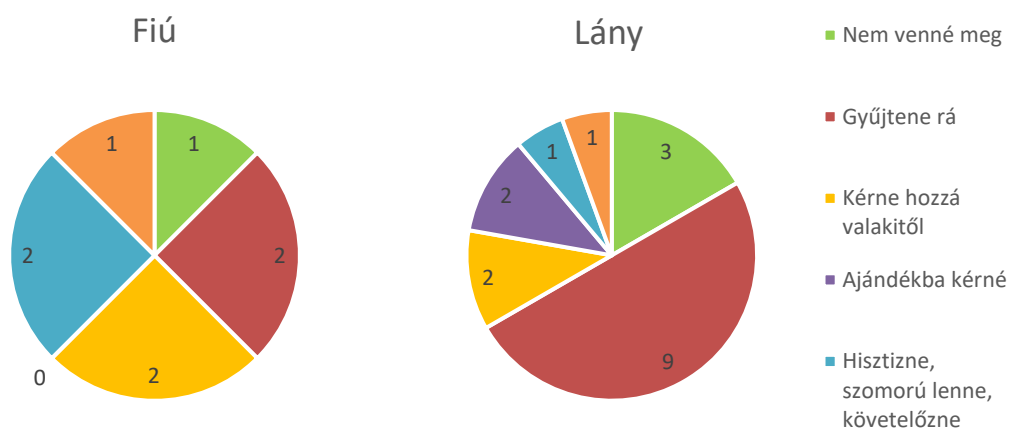
A harmadik gyermekeket erre a kérdésre adott válaszuk alapján vegyes kép jellemzi őket. A megoszlás a 47. sz. ábra ábrázolja:



47. ábra: Harmadik gyermekek viselkedése, ha nem tudnák megvenni a játékot

Forrás: Saját szerkesztés

A megoszlásokat tovább vizsgáltam a gyerekek neme alapján. A nem szerinti megoszlás a 48. sz. ábra mutatja:



48. ábra: Harmadik gyermekek nemük szerinti viselkedése, ha nem tudnák megvenni a játékot

Forrás: Saját szerkesztés:

A harmadik szülött lányokra jellemzőbb, hogy tovább gyűjtenek annak érdekében hozzájussanak a vágyott termékhez. A lánygyermeknél 5 esetben ítélte úgy a szülő vásárlási szokásaiban alkalmazza a mérlegelés elvét, közülük 3 fő figyeli is a termékek árát.

7.7. EGYÉNI VÉLEMÉNYEK

A kérdőívet kitöltő személyek kifejthették véleményüket, a témakörrel kapcsolatban. A válaszadók, akik éltek a lehetőséggel mind arról számoltak be egyetértének abban, hogy a téma fontos és nagyobb hangsúlyt kellene helyezni a gyermekek korai pénzügyi nevelésére. Továbbá felhívták a figyelmet arra, hogy az iskolai közeg, a csoporthoz való tartozás milyen módon próbálja felülírni az otthonról hozott normákat. A többgyermekesek rámutatnak a gyermek személyiségéből adódó különbségekre. Négy válaszadó, bővebben kifejtette véleményét szó szerint idézném őket, mert új aspektusokra is rávilágítanak a témával kapcsolatban. Emellett a tudatos nevelésre törekvő szülők kifejtik miért is nehéz a gyakorlatban megértetni gyermekével a pénz értékét.

„Jelenleg azt a legnehezebb megtanítani, hogy a rendelkezésre álló végtelen hülyeségre ne költsön pénzt, hanem mérlegelje, hogy biztosan kell-e az a 221. játék. Figyeli, a termékek árát, de csak olyan szempontból, hogy belefér-e a keretbe, nem pedig spórolási célból.” A válaszadó a szakirodalommal összefüggő tényre hívja fel a figyelmet, miszerint a gyermekeknek el kell sajátítaniuk azt a képességet melynek segítségével képesek fontossági sorrendet kialakítani a vágyaik tekintetében. A spórolási hajlandóság hiánya adódhat a gyermek fejlődépszichológiában elhelyezkedő szintjétől, hogy számára a valóságelv helyett még az örömelv játszik központi szerepet.

„A gyerekek nagy része sajnos nincs tisztával a pénz értékével, legalábbis az általános iskolában a diáktársak körében azt tapasztaltuk az első gyereknél és most a másodiknál is. Mindent megkapnak első szóra, csak hogy a szülőnek "nyugta" legyen. Nincs idő a gyerekekre, nincs értékes időtöltés. Ha megkapja, amit akar, legalább csendben van. Szomorú, de mi egyre több ilyet tapasztalunk.” A szülő véleménye alátámasztja, hogy a sokat dolgozó személyek kevesebb minőségi időt tudnak eltölteni gyermekeikkel. A gyermekek materialista szemléletének kialakulásához egy új aspektusra is felhívja a figyelmet, miszerint a gyermeki érzelmek csillapítása miatt kezd el a szülő több mindent megvenni gyermeke számára.

„Hiába nevelem mind a kettőt egyformán. Nagyon látszik a különbség, amit a közeg okoz szerintem. A nagynak nagyon gazdag osztálytársai vannak így nem szeretne lemaradni tőlük, de meg kell értenie, hogy én/ mi fizetésből élünk. A családom (szüleim) nekem is jó módúak, de 14 éves koromtól kezdve diák munkára küldtek, hogy megtanuljam, hogy a pénz nem a fán nő. Ezt a későbbiekben én is szeretném alkalmazni a lányoknál. Nekem nagyon sokat

segített, pedig kapálni mentem először köztereken, szóval nem is egy klímás irodába nyomtak be.” A gyermek szocializációjában a családot követően az iskola válik meghatározó színtérre és az ottani közeg. A csoporthoz való tartozás az ember alapvető igénye, ami gyermekkorban még inkább célja az egyénnek. Az osztálytársak be- és elfogadásának elérése arra készítheti az egyén attitűdjét szakítson az otthonról hozott normákkal.

„Nem egyszerű pénzügyileg tudatosan nevelni őket ebben a korosztályban - ezt több szülővel beszéltek már, gyakorlatilag rendszeresen téma. Nem úgy tűnik, mintha értenék, hogy a pénz havonta véges, a bankkártya nem egy "pénzfa", ami hipp-hopp újratermelődik. Nem szeretek relativizálni, de nekünk annyival könnyebb dolgunk volt, hogy a szüleink készpénzben kapták a fizetést és pontosan láttuk, meddig tart, hogyan kell beosztani, hogy mindenre elég legyen. Most nem lehet eleget beszélni erről. A fogyasztói társadalom nem is témája ennek a dolgozatnak, de elképesztő káros irányba haladtunk az eltelt 20 évben. Ezt a gyerekeinken/gyerekeken is látom. Nehéz megmagyarázni, hogy miért ne vegyünk felesleges dolgokat, csak azt, amire szükség van - akkor sem, ha van rá pénzünk.” A szülő a digitalizációból származó kihívásokra hívja fel a figyelmet. A bankkártya és az online fizetési formák a gyermekekben egy illúzió képét vázolják fel. A dolgozat során kitértem a gyermeki jellemfejlődés szakaszaira, amelyben megjelenik, hogy a valóságelv kialakulása csak 9 éves kör követően kezd el kialakulni, továbbá a társadalmi kontextus felfogása még későbbre tehető.

ÖSSZEFOGLALÁS

Dolgozatomban az általános iskolás gyermekek pénzügyi tudatosságának témakörét jártam körbe, ezen belül is a családi szocializációra helyeztem a hangsúlyt. Célom az volt, hogy a családháttér befolyásoló erején keresztül mutassam be az általános iskolás gyermekek pénzügyekhez való viszonyát.

A hazai és nemzetközi szakirodalom feldolgozása rávilágított arra, a szocializációs szinterek egymásra hatást gyakorló rendszerként alakítják ki az egyén pénzügyi tudatosságát, azonban a pénzügyi viselkedésre a családháttér gyakorolja a legnagyobb hatást. Az alapvető mintázatok már kiskorban beépülnek a gyermek jellemébe, melyek az egyén későbbi élete során is meghatározó tényezők lesznek. A szakirodalom hangsúlyozza, hogy a fiatal korosztály tudatosságának megteremtése azért is nehéz, mivel a felnőtt generációk sem sajátítottak el megfelelő magatartást a témakörrel kapcsolatosan, ami a hiányos attitűdök továbbadását eredményezik.

A kérdőíves kutatásom is alátámasztja azt, hogy a szülők tisztában vannak azzal az otthoni közeg meghatározó a pénzügyi attitűdök kialakulásában. Azok az emberek, akik a saját életükben törekszenek a tudatosságra gyermekeik esetében is igyekeznek megfelelő mintákat továbbadni. Az iskolai végzettség önmagában nem hozza magával a tudatos nevelést. A kommunikációs stílusok esetében sem a magasabb iskolázottság, ami meghatározóbb, sokkal fontosabb a tudatos nevelés mellett, a családszerkezet módosulása és a gyermekek száma a családban. A születési sorrendben elfoglalt hely alapján egyes tulajdonságok felerősödhetnek, de eltérőek lehetnek a jellemzők a fiú és lány gyermekek között.

Fontos lenne egyre nagyobb hangsúlyt fektetni az iskolai tudásbővítésre, mivel a válaszok alapján az látszik, hogy már kiskorban is meghatározó a pénzügyileg tudatos jelenlét. A család mellett az oktatási intézményeknek van lehetősége a gyermekek pénzügyi attitűdjét formálni, továbbá a kisiskolás korban az iskolapadban szerzett tudás segíthet a hiányos mintázatok kiküszöbölésében. Az általános iskolás gyermekek is képesek tudatosan tekinteni saját pénzügyeikre, amennyiben a megfelelő alapokat el tudják sajátítani.

FELHASZNÁLT IRODALOM

110/2012.(VI.4.) Korm. rendelet a Nemzeti alaptanterv kiadásáról, bevezetéséről és alkalmazásáról, <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1200110.kor> 2024.09.01.

Adler, A. (1922): The individual psychology of Alfred Adler, New York – Harper And Row

Alekam, J. M. E.; Salleh, M. S.; Mokhtar, S. S. (2018): The Effect of Family, Peer, Behavior, Saving and Spending Behavior on Financial Literacy among Young Generations, International Journal of Organizational leadership 7, 309-323 o.

Ariely, D.; Kreisler, J. (2017): A (túl)költekezés pszichológiája, HVG könyvek, Budapest, 2018

Árpási Z.; Gödör Zs.; Lestyán E.; Nyári Cs. (2022): A gazdasági és pénzügyi nevelés speciális pedagógiai eszközei, Deliberationes tudományos folyóirat 15. évfolyam 1. szám 2022/1

Atkinson, A.; Messy, F. (2012): Measuring Financial Literacy, OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions

Balázsiné Lendvai M. (2013): A bankmarketing szerepe a pénzügyi kultúra fejlesztésében, Doktori (PhD) értekezés, Nyugat-magyarországi Egyetem Széchenyi István Gazdálkodás- és Szervezéstudományi Doktori Iskola

Bálint Cs. (2017): Nagycsaládban élő fiatalok gyermekszám preferenciáit befolyásoló tényezők, Doktori értekezés, Semmelweis Egyetem Mentális Egészségtudományok Doktori Iskola

Bleazard, E. J. (2022): Financial Literacy: From Parent to child, Volume 3 Issue 1 Family Perspectives Spring 2022

Cherry, K. (2024): How Does Birth Order Shape Your Personality? Beware the stereotypes, <https://www.verywellmind.com/how-does-birth-order-shape-your-personality-8431968> 2024.08.26.

Cueva, C.; Rustichini, A. (2015): Is financial instability male-driven? Gender and cognitive skills in experimental asset markets. Journal of Economic Behavior & Organization

Csányi K. (2024): Hogyan alakítják a fiatalok szokásai a pénzügyi szektort?
https://fintech.hu/hogyan-alakitjak-a-fiatalok-szokasai-a-penzugyi-szektor/?fbclid=IwY2xjawFdHF1leHRuA2FlbQIxMAABHeOYqPM-GcUS4YN252MtHvEvNcKacjUPcBP_pVh-RfKhDiCMBMtC1e09Ew_aem_zRe62Oefgg_c5VPkRqrm9w 2024.09.18.

Csiszárik-Kocsir Á. (2022): Az egyéni pénzügyi döntéseket determináló szocializáció a pénzügyi műveltség aspektusából, Pénzügyi Szemle 2022/4 577-594 o.

Csiszárik-Kocsir Á. (2023): A pénzügyi tudatosság és a generációs hovatartozás hatása a magyarok megtakarításképzésére, Polgári szemle, 19. évf. 1-3 szám 152-168 o.

Csiszárik-Kocsir Á.; Garai-Fodor M. (2018): Miért fontos a pénzügyi ismeretek oktatása a Z generáció véleménye alapján?, Polgári Szemle 14. évf.; 1-3 sz.; 107-119 o.

Csorba L. (2020): A pénzügyi kultúra pénz leértékelődéséhez kapcsolódó hitei magyar felsőoktatási hallgatók körében, Konferenciakötet XIV. Soproni Pénzügyi Napok - „Gazdaságvédelem és pénzügyi kiutak” pénzügyi, adózási és számviteli szakmai és tudományos konferencia, 43-62 o.

Denich E. (2020): A pénzügyi kultúra megjelenése, szerepe az OKJ-s képzésekben és a munkáltatói elvárásokban, Tendenciák A pénzügyi tudatosságban tanulmánykötet, Fintelligence Pénzügyi Kultúra központ, 39-55 o.,

Dewi, V. I.; Febrian, E.; Effendi, N.; Anwar, M. (2020): Financial Literacy among the Millennial Generation: Relationships between Knowledge, Skills, Attitude, and Behavior, Australien Accounting Business and Financial Journal volume 14, No.4

Drever, A. I.; Odders-White, E., Kalish; C. W., Else-Quest; N. M., Hoagland; E. M., & Nelms; E. N. (2015): Foundations of financial well-being: Insights into the role of executive function, financial socialization and experience-based learning in childhood and youth. The Journal of Consumer Affairs

Epperson, S.; Dickler, J. (2017): How to teach your kids about money,
<https://www.cnbc.com/2017/11/17/how-to-teach-your-kids-about-money.html> 2024.09.02.

EU Tanácsa (2024): Tőkepiaci unió: a Tanács következtetéseket hagyott jóvá a pénzügyi műveltségről, PRESS HU Sajtóközlemény 403/24, <https://www.consilium.europa.eu/hu/press/press-releases/2024/05/14/capital-markets-union-council-approves-conclusions-on-financial-literacy/pdf/> 2024.09.01.

Freud, S. (1910): Pszichoanalízis, Trubadúr könyvkiadó (2023)

Furnham, A. (1984): Many sides of the coin: The psychology of money usage, Personality and Individual Differences

Furnham, A. (1999): The saving and spending habits of young people, Journal of Economic Psychology

Gajdos M. (2021): Pénzügyi fogyasztóvédelem és pénzügyi kultúra, Debreceni Jogi Műhely 2021. XVIII.) 1-2. 38-48 o.

Garai-Fodor M.; Csiszárík-Kocsir Á. (2018): Értékkrendalapú fogyasztói magatartásmodellek érvényessége a Z- és Y-generáció pénzügyi tudatossága esetén; Pénzügyi Szemle 2018/4. 518-536 o.

Gassmann Allgäuer, S. (2016): Finanzielle Sozialisation von Jugendlichen- Welche Rolle spielen die Eltern in der finanziellen Sozialisation ihrer jugendlichen Kinder?, Züricher Hochschule für Angewandte Wissenschaften Departement Angewandete Psychologie

Gergely M. (2024): Így bánnak a pénzüikkel a különböző generációk, https://www.vg.hu/penz-es-tokepiac/2024/05/igy-bannak-a-penzukkel-a-kulonbozo-generaciok?fbclid=IwY2xjawFdHfpleHRuA2FlbQIxMAABHXHd1fk1onT18cUIPiErT8Fhj8Jel3ZfVuuSdgV-6qB1F6FUakNJYre-Vg_aem_l2qHlkZ2nTww5FcKIS22pg 2024.09.20.

Giddens, A. (2008): Szociológia, Második kiadás, Osiris Kiadó Budapest

Goldberg, H.; Lewis, R. T. (1978): Money Madness: The Psychology of Saving, Spending, Loving and Hating Money. New York: William Morrow & Co.

Gupalo, A. (2011): Intergenerációs hatások a fogyasztói magatartásban – A pénzügyi döntéshozatal elemzése, Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar – Marketing és Média Intézet- Gazdálkodás és Menedzsment szak- Üzleti Kommunikáció szakirány

Hábel N. (2023): A fenntarthatóság pszichológiai vizsgálata az egyéni döntéshozatal árnyékában, OTDK Dolgozat, Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar

Hajdu T.; Kertesi G.; Kézdi G. (2022): Idő és pénz a gyermeknevelésben Magyarországon, 1993-2010, Közgazdasági Szemle, LXIX.ÉVF. 2022. November, 1255-1297. o.

Hegedűs A.; Petróczi E. (2006): Születési sorrend és személyiség, III. Személyiség-, Egészség- és Klinikai Pszichológia, 100-114. o.

Hegedűs-Kecskeméti F. (2023): A szülői nevelési stílusok és hatásuk a gyermekre, Módszertani Közlemények 63. évfolyam 1. szám

Hornyák A. (2013): Pénz, pénz, pénz, avagy a fiatalok pénzügyi kultúrája, KÉPZÉS ÉS GYAKORLAT, 2013. 11. ÉVFOLYAM 1-4. SZÁM

Hornyák A. (2015): Attitűdök és kompetenciák a középiskolás diákok, mint potenciális banki ügyfelek körében, Doktori értekezés, Készült a Nyugat-magyarországi Egyetem Széchenyi István Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola Marketing programja keretében

Horváthné Kőkény A.; Széles Zs. (2014): Mi befolyásolja a hazai lakosság megtakarítási döntéseit? Pénzügyi Szemle 2014/4 457-475 o.

Kovács I. É.; Mészáros A. (2015): Pénzügyi kultúra vizsgálata középiskolás tanulók körében, Torgyik Judit (szerk.) Százarcú pedagógia. Komárno: International Research Institute s.r.o. ISBN 978-80-89691-17-3

Kovácsné Henye L. (2019): A pénzügyi kultúra dimenzióinak gazdaságsszociológiai vizsgálata.; Soproni Egyetem, Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar, Szécheni István Gazdálkodási- és Szervezéstudományok Doktori Iskola, Az emberi erőforrások társadalmi-gazdasági összefüggései Program

Lawrenz, L. (2024): What is birth order theory?, <https://www.medicalnewstoday.com/articles/birth-order-theory> 2024.08.26.

LeBaron, A.; Kelley, H. (2021): Financial Socialization, A Decade in Review, Journal of Family and Economic Issues 195-206. o.

Liu, P. (2024): How Does Parental Education Affect Consumer Financial Literacy? Evidence from the USA, Asian Journal of Education and Social Studies 573-590 o.

Lusardi, A.; Mitchell, S. O. (2011): Financial Literacy Around the World: An Overview, Cambridge, NBER Working Paper

Lusardi, A.; Mitchell, O.S.; Curto V. (2010): Financial Literacy among the Young. In: Journal of Consumer Affairs

Magyar Nemzeti Bank (2008): Együttműködési Megállapodás a pénzügyi kultúra fejlesztése területén

Margatics F. (2011): A személyiség fejlődése, RE-PE-T-HA könyvek- TÁMOP-4.1.2-08/1/B-2009-0001 projekt

McLeod, J. M.; Chaffee, S. H. (1972): The Construction of Social Reality, The Social Influence Process, Chicago

McNeal, J. U. (2007): On becoming a consumer: Development of consumer behavior patterns in childhood. Butterworth-Heinemann.

Nagy Á. (2013): Szocializációs közegek, Replika 2013/2. szám 95-108 o.

Nagy Á. és Trencsényi L. (2012): Szocializációs közegek a változó társadalomban, Kiadó: ISZT Alapítvány, ISBN: 978-963-08-4141-2

Németh E.; Luksander A.; Martus B. (2018): Gyermek és fogyasztói csábítások Pénzügyi személyiségteszt gyerekeknek, Marketing & Menedzsment 2018. 3-4. szám 45-59. o.

Neulinger Á. (2011): Családon belüli kommunikáció és a referenciacsoport hatása egyszülős családokban, Marketing Oktatók Klubja Konferencia, Pécs

OECD (2023): OECD/INFE 2023 international survey of adult financial literacy, https://www.oecd.org/en/publications/oecd-infe-2023-international-survey-of-adult-financial-literacy_56003a32-en.html 2024.10.02.

OECD (2024): PISA2022- Shaping Students' Financial Literacy: The Role of Parents and Socio Economic Backgrounds, https://www.oecd-ilibrary.org/education/shaping-students-financial-literacy_c3f3dc74-en 2024.10.02.

Orvos-Tóth N. (2023): Szabad akarat, Jelenkor Kiadó

Pólya É. (2012): A gyermekek fogyasztói szocializációja és családi döntéshozatalban betöltött szerepe, Marketing & Menedzsment 2012/3.

Remund, D. (2010): The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy, In: Journal of Consumer Affairs

Ritchie, L. D.; Fitzpatrick, M. A. (1990): Family communications patterns: Measuring intrapersonal perceptions of interpersonal relationships. Communication Research

Soisson, I. (2018): Here's why you shouldn't buy everything on your kids' holiday wish lists, CNBC, <https://www.cnbc.com/2018/11/06/why-you-shouldnt-buy-everything-on-your-kids-holiday-wish-list.html> 2024.09.02.

Sultan, H.; Malik, S. (2020): Adler Birth Order Predicts Personality Characteristics in Young Adults, Pakistan Journal of Social and Clinical Psychology 2020, Vol. 18, No. 2, 10-18

Szőke B.-Tóth E. I. (2023): A pénzügyi-gazdasági ismeretek oktatása és a pénzügyi tudatosság összefüggései, Acta Carolus Robertus, 13(1), 19-30. o.

Tang, T. L. P. (1992): The meaning of money revisited. Journal of Organizational Behavior

Yamauchi, K. T.; Templer, D. I. (1982): The development of a money attitude scale, Journal of Personality Assessment

Zsótér B. (2013): A pénzügyi szocializáció aspektusai (1.) – A zsebpénz, Pénzügyi Szemle Folyóirat

Zsótér B. (2015): Alma a fájától...A fiatalok pénzügyi szocializációját befolyásoló intergenerációs hatások a családban, Doktori Értekezés- Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástani Doktori Iskola

Zsótér B. (2018): A fiatal felnőttek pénzügyi kultúrájának vizsgálata, Pénzügyi Szemle 2018/1

Zsótér B.- Nagy P. (2012): Mindennapi érzelmeink és pénzügyeink, Pénzügyi Szemle Köt. LVII, Kiad. 3,

Zsótér B.; Bauer A. (2015): Intergenerációs hatások a családban- az anyagiasság vizsgálata egyetemisták és szüleik körében, Egyesület a Marketing Oktatásért és kutatásért XXIII országos konferencia tanulmánykötet – Tükröződés, társtudományok, trendek, fogyasztás, 151-159. o.

https://oecdntt.hu/hu/gazdasagi-egyuttmukodesi-es-fejlesztési-szervezet-oecd	2024.09.29.
https://penziranytu.hu/	2024.08.14.
https://www.erstebank.hu/hu/ebh-nyito/mindennapi-penzugyek/szamlak/erste-cseperedo-bankszamla	2024.11.03.
https://www.kh-vigyazzkeszpenz.hu/	2024.08.24.
https://www.mbhbank.hu/	2024.08.16.
https://www.mnb.hu/letoltes/0415mnbpszafmegallpodas-penzugyi-kultura-fejleszte.pdf	2024.02.14.
https://www.oktatas.hu/koznevelés/meresek/pisa	2024.09.29.
https://www.otpbank.hu/portal/hu/penzugyi-tudatossag	2024.08.16.
https://www.penz7.hu/	2024.08.14.

MELLÉKLETEK

1.1. GYEREKEK PÉNZÜGYI TUDATOSSÁGA SZÜLŐI KÉRDŐÍV

1. Neme: *

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

☐ Nő

☐ Fér

2. Gyermekének száma: *

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

3. Családi állapota: *

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

☐ Házas

☐ Párkapcsolatban/ Élettárssal él

☐ Elvált, egyedülálló

☐ Elvált, párkapcsolatban él

☐ Elvált, újra házasodott

☐ Özvegy

☐ Egyéb:

4. Amennyiben elvált a gyermekek felügyelete miként oszlik meg? Kinek van nagyobb befolyása a gyermekekre?
-

5. Mi az Ön legmagasabb iskolai végzettsége? *

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ Kevesebb, mint 8 általános
- ☐ Általános iskola
- ☐ Szakmunkásképző/ Szakiskola
- ☐ Gimnázium/ Szakközépiskola
- ☐ Főiskola/ Egyetem
- ☐ Tudományos fokozat

6. Mi gyermeke anyja/apja legmagasabb iskolai végzettsége? *

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ Kevesebb, mint 8 általános
- ☐ Általános iskola
- ☐ Szakmunkásképző/ Szakiskola
- ☐ Gimnázium/ Szakközépiskola
- ☐ Főiskola/ Egyetem
- ☐ Tudományos fokozat

7. Amennyiben elvált mi új párjának/ házastársának legmagasabb iskolai végzettsége?

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ Kevesebb, mint 8 általános
- ☐ Általános iskola
- ☐ Szakmunkásképző/ Szakiskola
- ☐ Gimnázium/ Szakközépiskola
- ☐ Főiskola/ Egyetem
- ☐ Tudományos fokozat

8. Milyen munkakörben dolgozik jelenleg? *

9. Születési sorrend alapján adja meg gyermeke nemét (1.- elsőszülött, 2.másodszülött,...):

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

	Fiú	Lány
1.	☐	☐
2.	☐	☐
3.	☐	☐
4.	☐	☐
5.	☐	☐

10. Elsőszülött gyermeke hány éves és hányadik osztályba jár? *

11. Második gyermeke hány éves és hányadik osztályba jár?

12. Harmadik gyermeke hány éves és hányadik osztályba jár?

13. Negyedik gyermeke hány éves és hányadik osztályba jár?

14. Ötödik gyermeke hány éves és hányadik osztályba jár?

15. Mennyire tartja magát pénzügyileg tudatosnak? *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

1 2 3 4 5

Egyáltalán nem ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Teljes mértékben

16. Milyen tevékenységek alapján tartja magát pénzügyileg tudatosnak? *

Válassza ki az összeset, amely érvényes.

- ☐ Költségvetést készítek
- ☐ Takarékoskodom
- ☐ Bevásárló listát készítek
- ☐ Vásárlások során mérlegelek
- ☐ Befektetésekkel rendelkezek
- ☐ Rendelés helyet magam készítem az ételeket
- ☐ Vezetem a bevételeimet és a kiadásaimat Egyéb:

☐

17. Élete során nyílt lehetősége pénzügyi ismereteket tanulnia? *

Válassza ki az összeset, amely érvényes.

- ☐ Egyáltalán nem
- ☐ Általános iskolában
- ☐ Közép iskolában
- ☐ Főiskolán/ Egyetemen
- ☐ Egyéb képzés keretében
- ☐ Munkahelyen
- ☐ Családtól Egyéb:

☐

18. Amennyiben családjától sajátított el pénzügyi ismereteket, milyen módszereket alkalmaztak?

19. Mit gondol mennyire neveli gyermekét pénzügyi tudatosságra? *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

1 2 3 4 5

Egyáltalán nem ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Teljes mértékben

20. Milyen eszközöket alkalmaz gyermeke pénzügyi nevelése során? *

Válassza ki az összezet, amely érvényes.

- ☐ Semmilyen
- ☐ Beszélgetés
- ☐ Közös vásárlás
- ☐ Zsebpénz
- ☐ Ajándék pénz
- ☐ Házimunkáért járó pénz
- ☐ Játékok
- ☐ Oktató mesék/ videók
- ☐ Könyvek Egyéb:
- ☐ _____

21. Milyen gyakorisággal beszélget gyermekével pénzügyekről?

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ Soha
- ☐ Évente
- ☐ Havonta
- ☐ Hetente
- ☐ Hetente többször
- ☐ Naponta

22. Amennyiben gyermeke rendelkezik önállóan elkölthető pénzzel, hogyan szokott vele gazdálkodni? Mire szokta általában elkölteni?

23. Mennyire jellemző a családja vásárlási szokásaira:

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

	Igen	Nem
Gyermekeket meg szoktam kérni segítsen be a családi bevásárlásba	☐	☐

Megkérdezem gyermekem mit szeretne, amikor neki vásárolok	☐	☐
El szoktam mondani gyermekemnek az egyes termékeket hol vásárolom	☐	☐
Hagyom a gyermek maga döntse el mit szeretne megvásárolni	☐	☐
Szoktunk a vásárlásról beszélgetni	☐	☐
Gyermekem véleményét is meghallgatom vásárlási döntésekor	☐	☐
Meg szoktam kérdezni mit gondol, miért azt a terméket vásárolta meg magának	☐	☐
El szoktam neki mondani mit vagy mit nem érdemes megvásárolnia	☐	☐
Bizonyos dolgok vásárlását korlátozom	☐	☐
Számon kérem gyermekem mire fordítja pénzét	☐	☐
Megjegyzést teszek, ha nem tetszik a termék amit vásárolt	☐	☐
Megmondom, hogy ne vegyen meg bizonyos termékeket	☐	☐

24. Az állítások alapján jelölje kire jellemző. Minden gyermekére jelezze, akire igaz
 * az adott kijelentés. (1.- elsőszülött, 2.- másodszülött,...)

Válassza ki az összeset, amely érvényes.

	Első	Második	Harmadik	Negyedik	Ötödik	Egyikre sem
Önszántából kiveszi a részét a házimunkából	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kérni kell vegye ki a részét a házimunkából	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Megosztja dolgait másokkal	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Nem szeret osztozkodni	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Takarékoskodik	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Azonnal elkölti minden pénzét	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Meghatározott célra gyűjt	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Döntéseire hatással vannak a reklámok	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Figyeli a termékek árát	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Vásárlások során átgondolja mire van szüksége	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ha valami megtetszik neki azt meg is veszi	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Vásárlások során mérlegel	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Vásárlások spontán hoz döntést	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Kérem tegye fel a következő kérdéseket általános iskolás korú gyermekeinek. Minden gyermeke választ rögzítse, egyértelműen jelezve ki adta az adott visszajelzést. (1.- elsőszülött, 2.- másodszülött,....)

24. Mit tennél, ha kapnál most 10.000 forintot amit bármire elkölthetnél? Miért ezt
* választanád?

25. Mit tennél, ha nagyon megtetszik egy játék, de tudod, hogy most nincs rá
pénzed, hogy megvedd? *

26. Amennyiben van a témával kapcsolatosan bármilyen észrevétele, kérem ossza
meg tapasztalatait.
