



ÓBUDAI EGYETEM

**Keleti Károly Gazdasági Kar
Közgazdaságtudományi és Pénzügyi Intézet**

DIPLOMAMUNKA

**ÓE-KGK
2023**

Hallgató neve:
Hallgató törzskönyvi száma:

Gerencsér Donát Antal
T009225/FI12904/G



ÓBUDAI EGYETEM
ÓBUDA UNIVERSITY

Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar
Közgazdaságtudományi és Pénzügyi Intézet

DIPLOMAMUNKA FELADATLAP

Hallgató neve: Gerencsér Donát Antal

Diplomamunka száma: SZD2302141335491837

Törzskönyvi száma: T009225/FI12904/G

Neptun kódja:

Szak: Vállalkozásfejlesztés MSc mesterszak

Specializáció:

A dolgozat címe: A pénzügyi tudatosság megjelenése az egyének, családok és vállalkozások szintjén

A dolgozat címe angolul: The emergence of financial awareness at the level of individuals, families and businesses

A feladat részletezése:

1. Fogalmazza meg a pénzügyi tudatosság lényegét!
2. Ismertesse a pénzügyi tudatosságot biztosító tényezőket!
3. Mutassa be hogyan hat a pénzügyi tudatosság a fogyasztási döntésekre!
4. Végezzen primer kutatást a témában!

Intézményi konzulens neve: Dr. Csiszárik-Kocsir Ágnes Teréz

A kiadott téma elévülési határideje: 2024. 12. 15.

Beadási határidő: 2023. 12. 15.

A diplomamunka: Nem titkos.

Kiadva: Budapest, 2023. 10. 19.



Lehel Cille

Intézetigazgató

A dolgozatot beadásra alkalmasnak találom:

.....
belső konzulens

.....
külső konzulens



HALLGATÓI NYILATKOZAT

Alulírott Gerencsér Donát Antal (Neptunkód: [REDACTED]) hallgató kijelentem, hogy a diplomamunka saját munkám eredménye, a felhasznált szakirodalmat és eszközöket azonosíthatóan közöltem. Az elkészült diplomamunkában található eredményeket az egyetem és a feladatot kiíró intézmény saját céljára térítés nélkül felhasználhatja, a titkosításra vonatkozó esetleges megkötések mellett.

Budapest, 2023. 09. 25

hallgató aláírása

TARTALOMJEGYZÉK

1.	BEVEZETÉS	1
1.1.	Dolgozat célja, aktualitása	1
1.2.	Kutatási módszertan	2
1.3.	Köszönetnyilvánítás	2
2.	PÉNZÜGYI TUDATOSSÁG SZEREPE A XXI.- SZÁZADBAN	3
2.1.	Pénzügyi kultúra fogalma	3
2.2.	Pénzügyi kultúra fejlesztése	5
2.3.	Pénzügyi műveltség Magyarországon.....	6
2.3.1.	Pénzügyi tudás mértéke	8
2.3.2.	Pénzügyi magatartás mértéke	9
2.3.3.	Pénzügyi attitűd mértéke	10
2.4.	Pénzügyi műveltség a fiatalok körében.....	11
3.	AZ INFLÁCIÓ ÉS ANNAK HATÁSAI A GAZDASÁGBAN	17
3.1.	Infláció fogalma és befolyásoló hatása	17
3.1.1.	Demográfiai hatások	19
3.1.2.	Globalizációs hatások	20
3.1.3.	A digitalizáció hatása.....	21
3.1.4.	Hatás az energiaárakra	22
3.2.	Az infláció Magyarországon	24

3.3. Magyar háztartások pénzügyi helyzete a 2010-től napjainkig	27
4. ANYAG ÉS MÓDSZER	31
5. EREDMÉNYEK	33
5.1. A kérdőív válaszainak kiértékelése	33
5.1.1. Pénzügyi szokások, a közelmúltban megugrott infláció előtt és után	33
5.1.2. Pénzügyi műveltség forrása, saját megítélése	35
5.2. Befolyásoló tényezők	37
5.2.1. Életkor, mint befolyásoló tényező	37
5.2.2. Végzettség, mint befolyásoló tényező	40
5.2.3. Nettó bevétel, mint befolyásoló tényező	42
5.2.4. Vásárlás gyakorisága, mint befolyásoló tényező	49
6. ÖSSZEFOGLALÁS	54
IRODALOMJEGYZÉK	58
MELLÉKLETEK	I
TARTALMI KIVONAT	IV
SUMMARY	IV

ÁBRAJEGYZÉK

1. Ábra A pénzügyi kultúra alkotóelemeinek egymásra hatása.....	4
2. Ábra Pénzügyi műveltség pontszámai egyes országok tekintetében.....	7
3.Ábra Pénzügyi tudás témaköreinek pontszámai egyes országok tekintetében	8
4. Ábra Pénzügyi magatartás pontszámai egyes országok tekintetében	10
5. Ábra Pénzügyi attitűd pontszámai egyes országok tekintetében	11
6. Ábra magyar diákok pénzügyi ismereteinek forrása	12
7. Ábra Pénzügyi tudás pontszámai 18-29 évesek körében.....	13
8. Ábra Pénzügyi műveltség pontszámai 18-29 évesek körében.....	15
9. Ábra Inflációs ráták alakulása a világban 1960-2018 között.....	18
10. Ábra A világ népességének demográfiai alakulása 1950-2100 között.....	19
11. Ábra A magyarországi online kiskereskedelmi forgalom alakulása 2014-2022 között	22
12. Ábra Termelői és fogyasztói energiaárak az EU-ban 2021-2023 között.....	23
13. Ábra Fogyasztói árindexek 1952-1969 között.....	25
14. Ábra A magyarországi infláció alakulása 1961-2023 között.....	26
15. Ábra A GDP alakulása 2000-2013 között	27
16. Ábra Új lakáshitel kihelyezések 2008-2019 között	28
17. Ábra A magyar háztartások egy főre jutó havi nettó jövedelem változása 2015-2021 között	29
18. Ábra A költési kategóriák átlagos eloszlása az inflációt megelőzően	33

19. Ábra A költési kategóriák átlagos eloszlása az infláció hatására	34
20. Ábra A költési kategóriák átlagos eloszlása az infláció hatására	34
21. Ábra Pénzügyi intézkedések átlagos eloszlása az infláció hatására	35
22. Ábra Személyek/csoportok befolyása a pénzügyi szokásokra	36
23. Pénzügyekkel kapcsolatos témák rendszeressége a közösségekben.....	37

TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE

1. Táblázat: A minta összetétele az egyes csoportosítási jellemzők alapján	32
2. Táblázat: Az életkor és az érzékenység összefüggése	38
3. Táblázat: Az életkor és a zsebpénz kezelésének összefüggése.....	39
4. Táblázat: Az életkor és a pénzügyi témák a családon belül összefüggése	39
5. Táblázat: Az iskolai végzettség és a pénzügyi témák a munkahelyen összefüggése .	40
6. Táblázat: Az iskolai végzettség és „anya” befolyása a pénzügyi szokásokra összefüggése	41
7. Táblázat: Az iskolai végzettség és az akciós termékek vásárlásának összefüggése...	41
8. Táblázat: A havi nettó bevétel és az utazási kiadások összefüggése	42
9. Táblázat: A havi nettó bevétel és a ruházkodási kiadások összefüggése	43
10. Táblázat: A havi nettó bevétel és a vásárlási szokások változásának összefüggése.	44
11. Táblázat: A havi nettó bevétel és a zsebpénz kezelésének összefüggése	45
12. Táblázat: A havi bevétel és a pénzügyi témák a munkahelyen összefüggése	46
13. Táblázat: A havi nettó bevétel és a hosszútávú befektetések összefüggése	47
14. Táblázat: A havi nettó bevétel és a költségcsökkentő megoldások összefüggése	48
15. Táblázat: A vásárlás gyakorisága és az élelmiszerre költés összefüggése	49
16. Táblázat: A vásárlás gyakorisága és a zsebpénz kezelésének összefüggése	50
17. Táblázat: A vásárlás gyakorisága és a pénzügyek megvitatási helyének összefüggése	51
18. Táblázat: A vásárlás gyakorisága és a rövidtávú megoldások összefüggése.....	51

19. Táblázat: A vásárlási gyakoriság és a hobbik feladásának összefüggése	52
20. Táblázat: A vásárlási gyakoriság és költségcsökkentő megoldások összefüggése...	53

1. BEVEZETÉS

1.1. Dolgozat célja, aktualitása

A mai világban egyre nagyobb kihívás pénzügyileg helyes, a jövőbe mutató döntéseket hozni. Az 1990-es évektől kezdve fokozatosan bővültek a pénzügyi piac kínálta szolgáltatások, mely egyre több és több tudást igényelt egy-egy nagyobb döntés meghozatalához. A 2008-as gazdasági válság arra mutatott rá, hogy a társadalom nagyon kevés és hiányos ismerettel rendelkezik az adott pénzügyi eszközök és termékek működésével kapcsolatban. A 2008-as gazdasági válság után fokozatosan egyre nagyobb és nagyobb figyelmet kaptak a fiatal generációkat célzó pénzügyi tudás/kultúra témájú kutatások, melyek megpróbálják kideríteni, milyen korreláció van a pénzügyi műveltség, a családban látott pénzügyi viselkedési formák és a hosszú távú pénzügyi jólét között. Az országok vezetői, valamint a gazdasági szereplők rájöttek, úgy képesek egy jövőben is pénzügyileg stabil társadalmat kialakítani, ha már fiatal korban elkezdik a pénzügyi edukációt.

A jelenlegi 18 és 35 év közötti generáció már az a generáció, aki minimum a középiskolában tanult pénzügyi alapismereteket, és ez kihatással van a későbbi pénzügyi döntéseire.

Az elmúlt évben jó ideje nem látott infláció érte el a világot és hazánkat, és ez a mértékű változás nagy mértékben befolyásolta a fiatal generáció életét is. Kíváncsi vagyok, hogy milyen mértékben voltak képesek a fiatalok kiküszöbölni az infláció okozta pénzügyi akadályokat.

Dolgozatom célja, hogy megvizsgáljam, a fiatal korosztály milyen mértékben képes/tud odafigyelni pénzügyeire és fogyasztási szokásaira, ha egy bizonytalan időszak jön az életében. Valamint azt is szeretném megvizsgálni, hogy a kapott/tanult pénzügyi tudás milyen formában befolyásolja a fogyasztási szokásokat.

1.2. Kutatási módszertan

Dolgozatom első részében egy szakirodalmi összefoglalót adok a pénzügyi tudatosságról, valamint az ahhoz kapcsolódó fogyasztói tudatosságról, vásárlási szokásokról. Megvizsgálom, hogy a jelenlegi pénzügyi kultúra, és az otthonról hozott pénzügyi tudás milyen formában jelenhet meg a fiatalok életében. A második részében kifejtem az elmúlt időszakot meghatározó infláció okait és formáját a világban és hazánkban, valamint egy kis kitekintést teszek az elmúlt 10 év pénzügyi helyzetének változására Magyarországon. A harmadik egységben pedig egy kérdőív segítségével keresem a választ arra, hogy milyen formában és mértékben befolyásolta az infláció a fiatal korosztály életét, valamint a fogyasztási döntéseikben mennyire volt befolyásoló tényező az előzetesen megszerzett pénzügyi tudás. Fő kutatási kérdéseknek az alábbiakat tűzném ki:

Milyen formában változtatta meg a fiatal korosztály fogyasztási szokásait az infláció?

Milyen mértékben befolyásolja az előzetesen megszerzett pénzügyi tudás a fogyasztási döntéseket egy pénzügyileg labilis helyzetben?

1.3. Köszönetnyilvánítás

Dolgozatom elkészülésében szeretnék köszönetet mondani Dr. habil. Csiszárík-Kocsir Ágnes egyetemi docens Asszonynak, aki szakmai hozzáértésével, és gondolatébresztő kérdéseivel nem csak a dolgozat írása alatt, hanem már az azt megelőző időszakban inspirált, és felhívta a figyelmem ezen érdekes, és nagyon is aktuális témára. Személy szerint nagyon örülök és borzasztóan hálás vagyok azért a sok segítségért, amit tőle kaptam, valamint, hogy konzulensem volt ebben a témában is, az elmúlt év során nagyon sokat tanultam tőle a pénzügyi kultúra kapcsán.

2. PÉNZÜGYI TUDATOSSÁG SZEREPE A XXI.- SZÁZADBAN

Az alábbi fejezetben szeretném bemutatni, mit is jelent a pénzügyi tudatosság fogalma, az eddigi években hogyan definiálták ezt a fogalmat, milyen fajtái léteznek, és hogy hogyan is kapcsolódik ez a vásárlási szokásokhoz. Az utolsó alfejezetben pedig szeretnék kitekintést tenni arra, hogy a pénzügyi műveltség milyen módon kapcsolódik a pénzügyi tudatossághoz, milyen forrásokból tudjuk ezen tudásunkat növelni, és ez a fajta műveltség hogyan befolyásolja rövid és hosszú távú pénzügyi döntéseinket.

2.1. Pénzügyi kultúra fogalma

A pénzügyi kultúrával foglalkozó kutatások a XX. században kezdtek figyelmet kapni, főleg az angolszász társadalmakat célozva, az egyik legelső Herbert Mahlon Jelly doktori disszertációja, mely 1958-ban látott napvilágot (Szóka, 2021). Ehhez kapcsolódóan az ismeret bővítését célzó igények is megjelentek, bár még csak kizárólag a pénzügyi termékek a fogyasztókhoz való eljutásának módjára fókuszáltak, azonban a piacok változásával a kutatások is bővültek, így maga a pénzügyi kultúra fogalma is bővült (Szóka, 2021). A kiemelkedő ugrás a kutatásokban, valamint a pénzügyi kultúra fogalmára irányuló meghatározások megjelenésében az 1980-as évektől figyelhető meg, mivel valószínűleg ekkor a pénzügyi piacnak egyfajta megújuláson kellett átesnie, mely új, addig még nem látott pénzügyi termékek megjelenését is magában foglalta. Ez a kutatókat is arra sarkallta, hogy megpróbáljanak az egyre komplexebb döntések elé néző fogyasztók segítségére lenni (Béres, 2013).

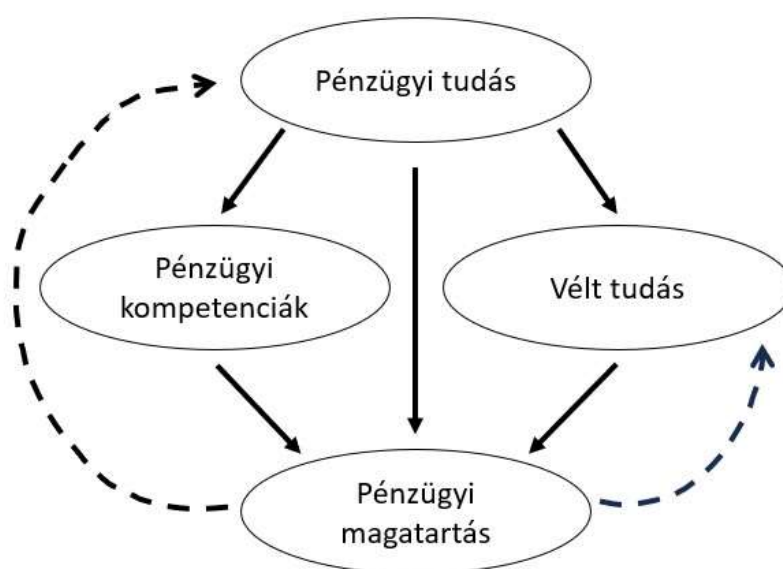
A pénzügyi kultúra részének/ megközelítési módjának tekinthetjük az alábbi kilenc elemet, melyet Hung szerzőtársai segítségével állapított meg, és azóta a szakirodalom egyik biztos támpillérét képezi:

- a pénzügyi tudás
- a pénzügyi folyamatok megértése
- a pénzügyi tudás és a megszerzett tapasztalatok alkalmazási képessége
- a pénzügyi összefüggések és a definícióik ismerete
- a megalapozott pénzügyi döntések meghozatalának képessége,
- a legalapvetőbb pénzügyi fogalmak ismerete,

- az egyszerű (alapvető) pénzügyi döntések meghozatalának képessége,
- a megalapozott és tudatos döntések meghozatalának képessége,
- az egyszerű pénzügyi fogalmak ismerete. (Hung, et al. 2009)

A fenti felsorolás alapján azt lehet mondani, hogy pénzügyi kultúra röviden az a pénzügyi tudás, mely segítségével képesek vagyunk tudatos pénzügyi döntéseket hozni.

Ennek kapcsán megalkotásra került egy modell a pénzügyi kultúra kapcsán, mely bemutatja, hogy az ezt alkotó elemek hogyan hatnak egymásra folyamatosan.



1. Ábra A pénzügyi kultúra alkotóelemeinek egymásra hatása

Forrás: Saját szerkesztés Hung.et.al., 2009 p. 12. alapján.

Amint a fentiekben is jól látható, a pénzügyi tudásunk aktívan kihat a pénzügyi kompetenciáinkra, vélt (pénzügyi) tudásunkra, valamint nem utolsó sorban pénzügyi magatartásunkra. Azonban a folyamat nem egyirányú, a pénzügyi magatartásunk visszahatással van a vélt és valós pénzügyi tudásunkra. Ez egy egyfajta öngeneráló folyamat, mely a folyamatos mozgásával segíti elő az egyre magasabb szintű pénzügyi kultúránkat.

Magyarországon elsőként a Magyar Nemzeti Bank (MNB) volt az, aki fontosnak tartotta a pénzügyi kultúra fogalmát megalkotni, és a köztudatba ültetni. Az általuk megfogalmazott definíció is alátámasztja a fentebb leírtakat. Kiemelték, hogy nem csak a döntések meghozatalában van jelentős szerepe a megfelelő tudásnak, hanem a jövőbeni esetleges következmények felmérésében is. (MNB, 2008)

Egy valamit nagyon fontos kiemelni, hogy az angolszász szakirodalomban a financial literacy, financial education, financial knowledge szavak és fogalmak nagyon sokszor szinonimaként vannak használva, valamint együttesen a pénzügyi kultúra definiálására is használják őket.

Ebből is jól látszik, hogy a pénzügyi kultúra egy sokrétű fogalom, melynek a definiálásával a mai napig foglalkoznak, hiszen a döntések egyre komplexebbé válásával maga a definíció is egyre komplexebbé válik. Bárczi Judit és Zéman Zoltán publikációjában is említésre kerül, hogy a pénzügyi kultúra vizsgálata egy kifejezetten nehéz és összetett feladat, és hogy sem egységes meghatározás, sem egységes vizsgálati módszer nem létezik még. (Bárczi, Zéman, 2015).

2.2. Pénzügyi kultúra fejlesztése

A pénzügyi kultúra minél magasabb fejlettsége mind az egyének, mind az állam kiemelt célja. A magasabb pénzügyi tudás által meghozott hosszútávú döntések képesek biztosítani azt a biztos pénzügyi rendszert, mely egy ország egészséges működéséhez elengedhetetlen. (Kovács, 2015)

Kovács Levente és Pásztor Szabolcs közösen kiadott publikációjából betekintést nyerhetünk az európai országok pénzügyi kultúra javítása érdekében tett erőfeszítéseibe. Legtöbbször az állam és más piaci szereplők együttes erővel próbálnak offline szóróanyagokat, applikációkat és egyéb információs csatornákat biztosítani a lakosság számára. Azt is megállapították, hogy a pénzügyi oktatás elengedhetetlen része a pénzügyi kultúra javításának, azonban sokat nem szabad ettől sem várni, mivel a pénzügyi ismereteket nem külön, hanem még mindig valamely tárgy részeként oktatják. (Kovács, Pásztor, 2022)

A Gazdasági Együttműködési és Fejlesztési szervezet (OECD) időről időre 26 ország bevonásával elkészíti az adott országok pénzügyi kultúrájának fejlettségi szintjét. Ezen adatok alapján később az ország vezetése képes megfelelő tervet készíteni a tudás további növelésére. A legfrissebb kutatásban, mely 2020-ban készült, 12.3-as összesített pontszámot ért el Magyarország, mely az átlag alatti eredmény, így kijelenthető, hogy továbbra sem túl magas a pénzügyi kultúra szintje hazánkban. (OECD, 2020)

Magyarország Kormánya a 2016-os OECD kutatás alapján egy 2017-ben megalkotott 7 éves stratégiai tervvel kívánja fejleszteni a lakosság pénzügyi tudását. A stratégia célkitűzései az alábbiak:

- Valós pénzügyi oktatás a köznevelésben
- Tudatos pénzügyi magatartás és a stressztűrő képesség erősítése
- Tudatos fogyasztói magatartást támogató intézmények létrehozása
- Öngondoskodási szemlélet terjesztése
- Pénzügyi beilleszkedés segítése
- Készpénzkímélő fizetési eszközök használatának ösztönzése
- Körültekintő hitelfelvétel támogatása (Magyarország Kormánya, 2017)

A dokumentumban is kitérnek arra, hogy biztos pénzügyi alapok nélkül elképzelhetetlen a tudatos és ésszerű pénzügyi döntések meghozatala. Magyarország Kormánya kiemelt figyelmet szentel a pénzügyi műveltség bővítésére, hiszen mindenki érzékeli, hogy az egyre bonyolultabb pénzügyi termékek növelik az ezekkel járó kockázatokat. (Magyarország Kormánya, 2017)

Ez a stratégiai terv idén jár le, valamint a következő OECD felmérés 2024-ben várható így személy szerint kíváncsi vagyok, hogy milyen új iránnyal fog a Kormány az új eredmények alapján előállni, lesz e változás a jelenlegi tervhez képest.

2.3. Pénzügyi műveltség Magyarországon

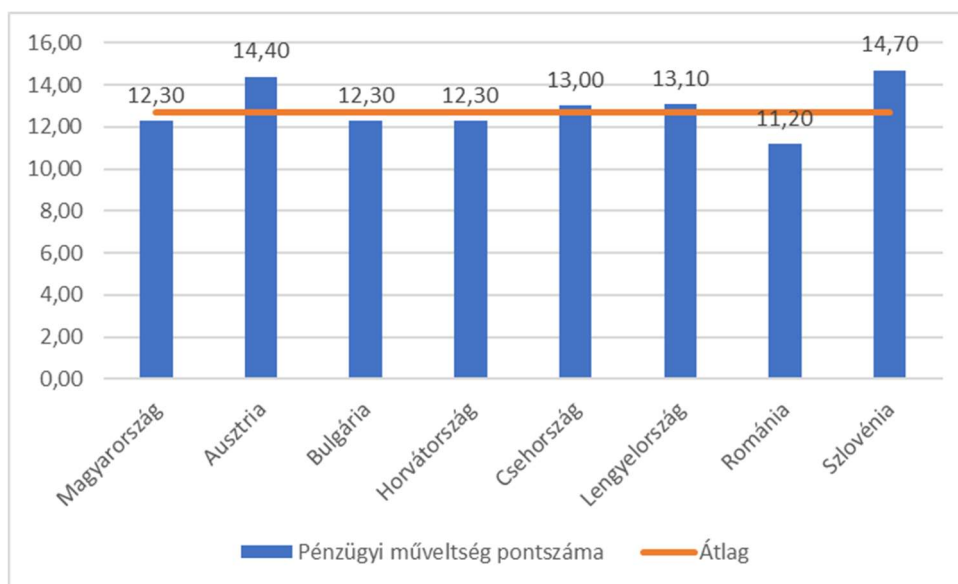
Ebben a részben szeretném egy kicsit jobban kifejtetni a legutolsó OECD felmérés eredményeit, hogy jelenleg Magyarországon milyen szintű a pénzügyi műveltség, és a kutatásban szintén szereplő országokhoz képest hazánk hogyan is teljesít.

A pénzügyi műveltség fogalma elsőként 1997-ben jelent meg a szakirodalomban, mégpedig a Jump\$tart Coalition for Personal Financial Literacy szervezet közlésében. Az általuk létrehozott meghatározás alapján a pénzügyi műveltség egy olyan pénzügyi tudás, mely az ember egész életére kihatással van, és biztosítja, hogy pénzügyileg mindig biztos alapokon álljon. (Csorba, 2020)

A Gazdasági Együttműködési és Fejlesztési Szervezet (OECD) elemzéseiben 3 csoportba osztja, és ezek szerint értékeli a pénzügyi műveltséget a világ országaiban, ezek pedig az alábbiak:

- pénzügyi tudás pontszáma (0-tól 7-ig tartó skála)
- pénzügyi magatartás pontszáma (0-tól 9-ig tartó skála)
- pénzügyi attitűd pontszáma (1-től 5-ig tartó skála) (OECD, 2020)

Ez összesen 21 megszerezhető pontot eredményez, ebből azonban az országok körében megszerzett pontszám átlagosan 12.7 pont. Magyarország 12.3 pontot ért el, mellyel a régióban elhelyezkedő országokkal részben azonos mértékben teljesített, de még mindig messze van például Németországtól, aki 13.9 pontot ért el. Az alábbi táblázatban láthatjuk, hogy a minket körülvevő országok hogyan teljesítettek. (OECD, 2020)



2. Ábra Pénzügyi műveltség pontszámai egyes országok tekintetében

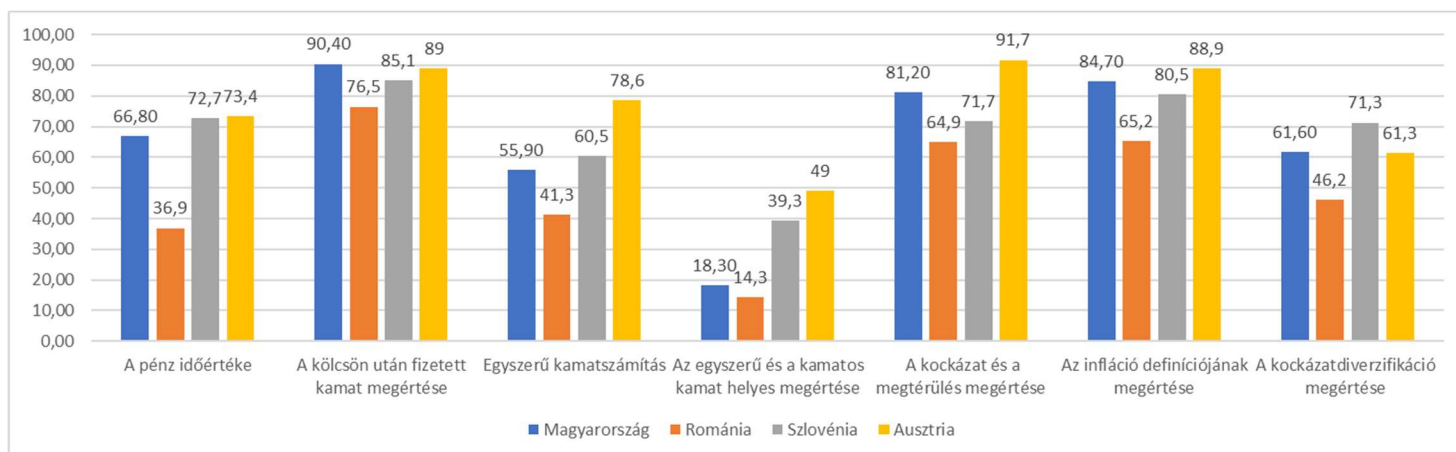
Forrás: Saját szerkesztés OECD, 2020 alapján.

Bulgária és Horvátország hazánkkal egyenlő pontszámot ért el, viszont a skálából Ausztria erősen kilóg a maga 14.4 pontjával. Csehország és Lengyelország egy kicsivel az átlag felett teljesített, Szlovénia a régió legmagasabb pontszámát érte el, Románia pedig a több mint 1 ponttal Magyarország mögött, az egyik legrosszabb pontszámmal zárt.

2.3.1. Pénzügyi tudás mértéke

A pénzügyi tudást különböző kérdések megválaszolásával mérik az egyének között, majd a kijött eredményeket összesítve értékelik az adott országot. A kérdések az alábbi témaköröket érintik:

- A pénz időértéke
- A kölcsön után fizetett kamat megértése
- Egyszerű kamatszámítás
- Az egyszerű és a kamatos kamat helyes megértése
- A kockázat és a megtérülés megértése
- Az infláció definíciójának megértése
- A kockázatdiverzifikáció megértése (OECD, 2020)



3.Ábra Pénzügyi tudás témaköreinek pontszámai egyes országok tekintetében

Forrás: Saját szerkesztés OECD, 2020 alapján

Amint a fenti táblázatban is jól látható, hogy adott esetben a magyar lakosság jobb tudással rendelkezik egy-egy bizonyos témában, mint egy átlagban magasabb pontszámot elért ország. A magyaroknak kölcsön után fizetett kamat, a kockázat és a megtérülés, valamint az infláció definíciójának megértése is jobban megy, mint a régióban átlagban legtöbb pontszámot elért szlovénoknak. Sajnos, ha már az egyszerű, vagy kamatos kamatra terelődik a szó, jelentős hátrányban vagyunk osztrák és szlovén barátainkhoz képest is. (OECD, 2020)

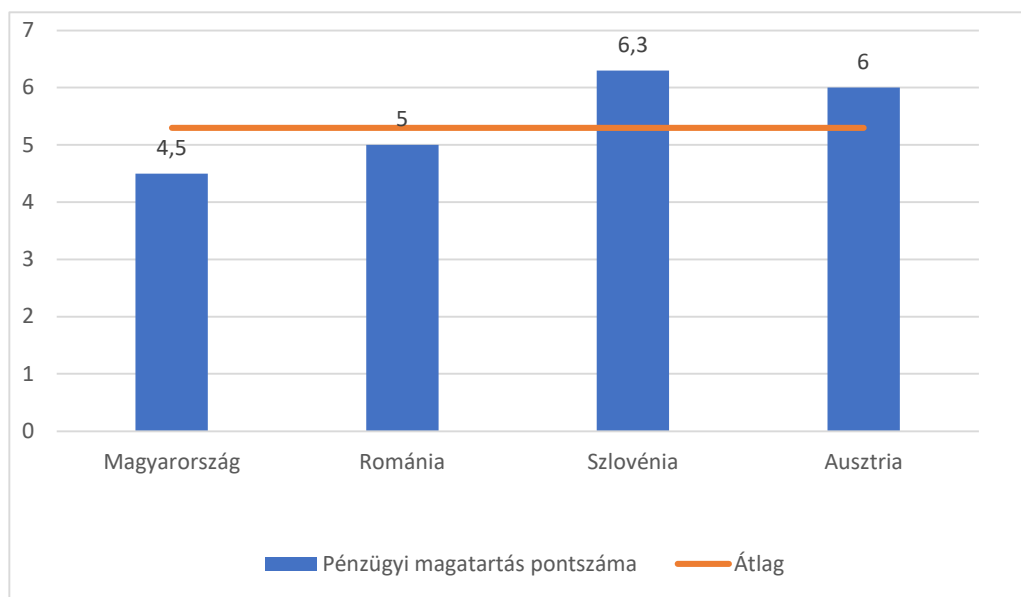
2.3.2. *Pénzügyi magatartás mértéke*

Hasonlóan a pénzügyi tudáshoz, a pénzügyi magatartást is különböző kérdések megválaszolásával méri az egyének között, majd a kijött eredményeket összesítve értékelik az adott országot. A kérdések az alábbi témaköröket érintik:

- **Megtakarítás és hosszú távú tervezés:** a kérdések sora annak megértésére irányul, hogy az egyének aktívan takarékoskodnak-e, felvesznek-e hitelt, vagy rövid távú pénzügyi hiány esetén elkerülik a hitelfelvételt, valamint azt, hogy hosszú távra vannak-e kitűzött pénzügyi céljaik
- **Megfontolt vásárlás:** a kérdések azt vizsgálják, hogy az egyének igénybe vesznek-e külső információt vagy tanácsot kérnek-e, amikor pénzügyi termékek és szolgáltatások vásárlását fontolgatják;
- **A készpénzforgalom nyomon követése:** a kérdések azt kívánják megérteni, hogy az egyének figyelemmel kísérik-e a pénzügyeket, időben fizetik-e a számláikat, és elkerülik-e a késedelmes fizetést. (OECD, 2020)

Az alábbi ábrán világosan látszik, hogy itt sajnos az utolsó előtti helyen végeztünk, közvetlenül Olaszország után, aki 4.2 pontot ért el. Az átlagtól majdnem 1 egész ponttal vagyunk elmaradva, és még az összesített pénzügyi műveltségben mögöttünk záró Románia is 5.0 pontot ért el ebben a szekcióban. Ez azt mutatja, hogy nagyon sok feladat van még a magyar emberek megtakarításról, pénz rövid és hosszú távú kezeléséről alkotott kép fejlesztésével kapcsolatban. (OECD, 2020) Ennek kapcsán sajnos saját ismeretségi körömben tapasztalom, hogy az emberek nem fekteti be pénzüket, szívesen vesznek hitelt/ havi törlesztőrészletre olyan tartós fogyasztási cikkeket, melyeket

alapvető esetben nem engedhetnék meg maguknak. A karácsony kapcsán is sokszor felmerül ez a kérdés, és akkor is elmondható, hogy van egy olyan rétege a magyar társadalomnak, aki inkább hitelt vesz fel, csak legyem miből ajándékot vásárolni.



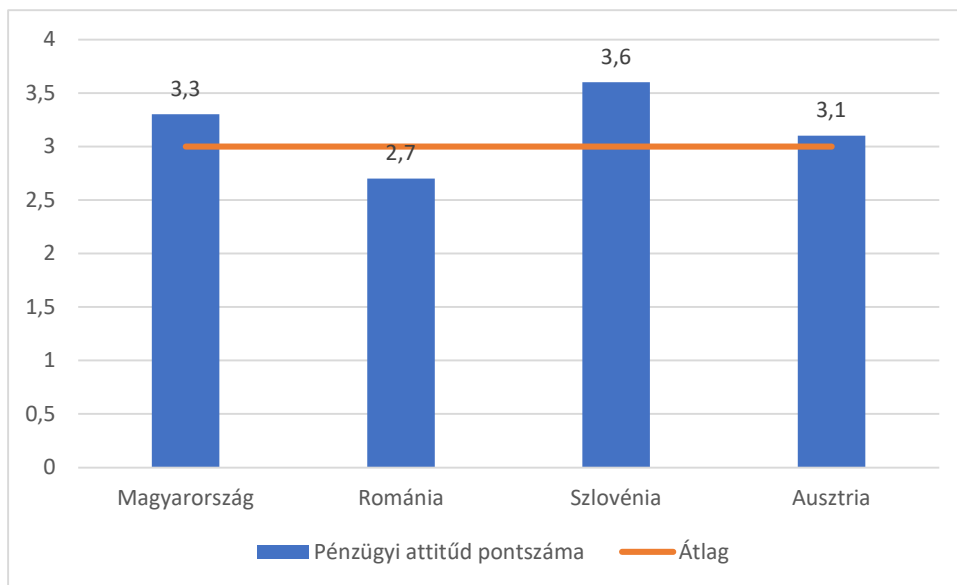
4. Ábra Pénzügyi magatartás pontszámai egyes országok tekintetében

Forrás: Saját szerkesztés OECD, 2020 alapján

2.3.3. Pénzügyi attitűd mértéke

A pénzügyi attitűdöt egy kicsit másfajta módszerrel mérik, 3 kérdésre kérnek skálás értékelést az egyénektől. A három kérdés az alábbi:

- Kizárólag a mának élek, és hagyom, hogy a holnap gondoskodjon magáról.
- Szerintem sokkal jobb érzés a pénzt azonnal költeni, mint hosszú távra megtakarítani
- A pénz azért van, hogy elköltsük (OECD, 2020)



5. Ábra Pénzügyi attitűd pontszámai egyes országok tekintetében

Forrás: Saját szerkesztés OECD, 2020 alapján

Ebben a szekcióban meglepően kiemelkedő helyet értünk el, az átlagot, és ezzel együtt Ausztriát is megelőzve 3,3 pontot. Számomra meglepő, hogy az előző részben taglalt átlagtól elmaradó teljesítményünk után ebben a komponensben ilyen magas pontszámot érhattünk el. (2020, OECD) Ez azt mutatja, hogy azért a magyar emberek is valamelyest tudatosan, a jövőre gondolva élnek, és próbálják nem felélni az összes bevételüket egy hónapon belül. Ebben a szekcióban érdemes lenne egy kutatást készíteni arról, hogy a magyar emberek hogyan gondolkozhatnak az átlagnál tudatosabban, azonban amikor az aktív döntésekre kerülne a sor, szinte mindent elfelejtene.

2.4. Pénzügyi műveltség a fiatalok körében

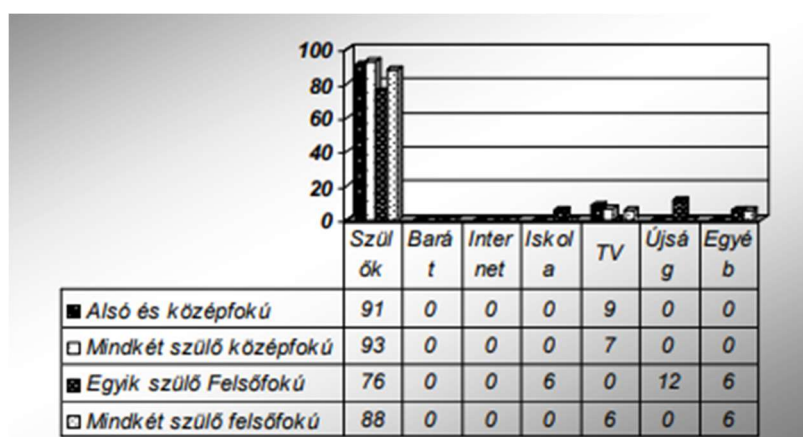
Mivel kutatásomban a 18-35 év közötti fiatal korosztály fogyasztási szokásait és pénzügyi döntéseit vizsgálom, így szeretném egy szakirodalmi kitekintést adni arról is, hogy jelenleg az eddigi kutatások alapján hogyan látják a társadalom ezen részét a kutatók.

A saját pénzügyi döntések meghozatalához szükséges tudás elengedhetetlen manapság, valamint az is bizonyított, hogy a jelenlegi fiatal generáció jobban ki van téve a pénzügyi döntések meghozatalának, mint szüleik. Az is kimutatásra került, hogy a családi

környezetben megszerzett pénzügyi tudás nagyon kiemelkedő mértékben határozza meg a felnövekvő generáció későbbi pénzügyi helyzetét. (Pahlevan-Sharif, Naghavi, 2020)

Első körben fontosnak tartom, hogy megvizsgáljuk, milyen forrásból szerzik a fiatalok a pénzügyi ismereteiket.

Egy 2013-ban 17-18 éves magyar diákok körében elvégzett kutatás alapján a legmeghatározóbb forrás a szülők, 90% feletti arányban. Ez a kutatás kitér már arra a kérdésre is, hogy az interneten elérhető tartalmak vajon segítik-e a diákokat, de ezen lehetőséget egyetlen tanuló se jelölte be. (Kovácsné, 2013)



6. Ábra magyar diákok pénzügyi ismereteinek forrása

Forrás: Kovácsné, 2013 p. 64. alapján

A fenti állítást támasztja alá egy szintén 2013-ban elvégzett kutatás, mely azt mutatja, hogy az amerikai felső tagozatos tanulók 71%-a megtakarítási szokásait a szüleitől tanulta. (EVERFI,2013)

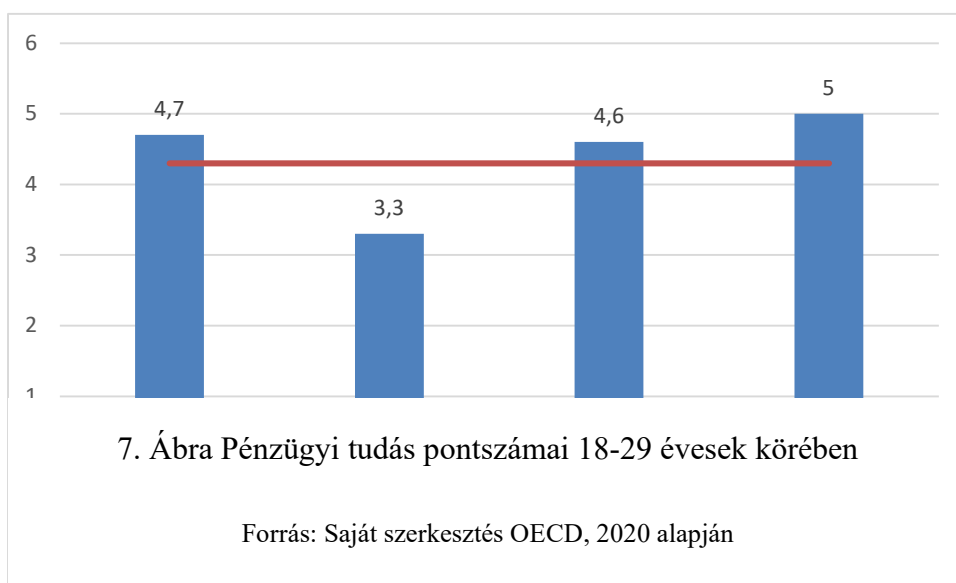
Fontosnak tartom kiemelni ezen részben, hogy a szakirodalom feldolgozásából kiderül, milyen jelentős mértékben határozzák meg a szülők pénzügyi viselkedési formái a gyerekek pénzről és azzal való bánásról alkotott képét. Ennek tudatában nem csak a gyermekek fokozatos pénzügyi kultúrájának, hanem az őket nevelő idősebb generáció tudásának növelésére is nagy hangsúlyt kell fektetni.

Egy későbbi, szintén az EVERFI által elvégzett kutatásból kiderül, hogy 86%-a az amerikai szülőknek állítja, hogy beszélnek otthon a pénzről és a személyes pénzügyeikről. Ehhez képest a gyermekek mindösszesen 79%-a állítja, hogy a szüleitől tanult a pénzről, és ami még meglepőbb, hogy csak 55% ért egyet azzal, hogy megvitatják a saját pénzügyi döntéseiket a szüleikkel. Ennek oka onnan is eredhet, hogy a szülők kevesebb mint fele érzi magát felkészülve egy pénzügyi témájú beszélgetésre. (EVERFI, 2016)

Az MNB által 2006-ban elvégzett kutatás alapján a 18-30 éves korosztály leginkább a tapasztalataiból próbál pénzügyi ismereteket, tudást kovácsolni. Tájékozódni banki alkalmazottaktól, reklámokból, valamint az ismerőseiktől próbálnak, viszont kizárólag az utóbbit tartják hiteles forrásnak. (MNB, 2006)

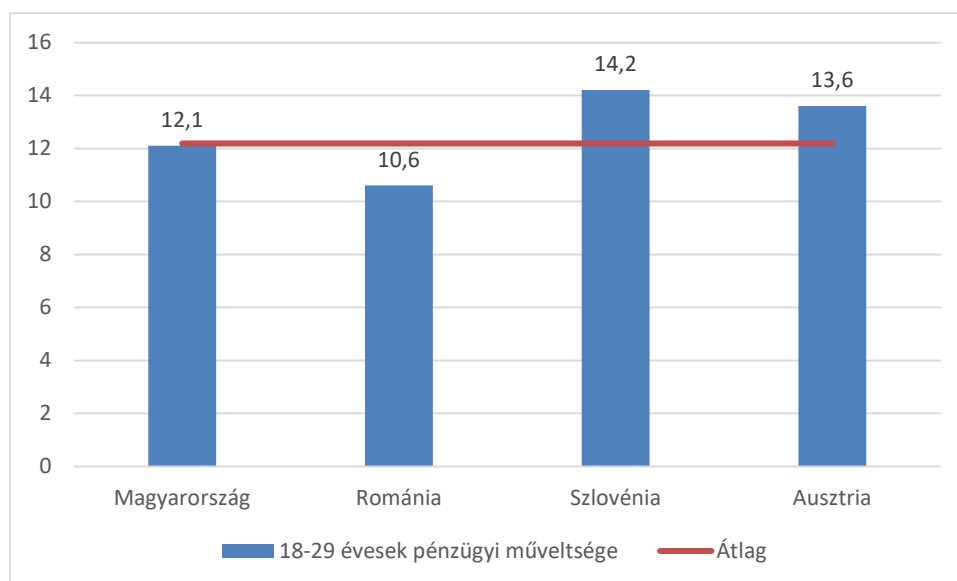
A Debreceni Egyetem hallgatói körében végzett kutatás rámutatott arra, hogy a diákok 74%-a az új banki számlanyitását megelőzően a család, ismerősök, barátok tanácsaira hagyatkozott. (Pintye, Kiss, 2017). Ez is jól mutatja, hogy hiába elérhető az interneten megannyi információs anyag, valamint a diákok az egyetem előtt már jó eséllyel rendelkeztek a számlanyitáshoz szükséges tudással, mégis a hozzájuk közel álló emberektől származó tanácsokra hagyatkoznak.

Ha általános pénzügyi műveltségről beszélünk, az OECD kutatásából kiderül, hogy a fiatalok a minta többi részéhez képest következetesen és jelentősen alacsonyabb pénzügyi műveltséggel és rosszabb (vagy az OECD meghatározása szerint rövidebb távú) pénzügyi



attitűddel rendelkeznek. Emellett általában hiányosabb pénzügyi ismeretekkel és kevésbé körültekintő pénzügyi magatartással rendelkeznek. Ez nagyon kevés kivételtől eltekintve az országok nagy részében így van. Kivételt képeznek a thaiföldi, orosz és koreai fiatalok mivel ők szignifikánsan jobb pénzügyi ismeretekkel rendelkeznek. (OECD, 2020)

Az OECD kutatásából az is kiderül, hogy alapvetően a magyar fiatalok átlag feletti, még a régióban kiválóan teljesítő szlovénoknál is jobb pénzügyi tudással rendelkeznek, mely egy jó alapnak bizonyul, ha a való életben bármiféle pénzügyi döntésre kényszerülnek. Azonban azt is fontos megjegyezni, hogy a vélt és valós tudás között nagy az eltérés, sokszor a fiatalok nem tudják magukról, hogy milyen tudás birtokosai, és az ebből fakadó önbizalomhiány miatt komolyabb döntésekre se hajlandóak.



8. Ábra Pénzügyi műveltség pontszámai 18-29 évesek körében

Forrás: Saját szerkesztés OECD, 2020 alapján

A 7. ábrán is látszik az a probléma, amelyet az előző szekcióban is taglaltam, hogy a magyar fiatalok, bár kimagasló pénzről alkotott tudással rendelkeznek, ha az általános pénzügyi műveltséget nézzük, sajnos még az átlagos szinttől is elmaradnak egy tized ponttal. Ez arra enged következtetni, hogy általános pénzügyi gondolkodásban még van hova fejlesztenünk a fiatalságot, valamint az elméleti anyagok számonkérése mellett fontos a gyakorlati, való életben is hasznosítható tudás átadása.

Huzdik és szerzőtársai által végzett felmérésben 18-25 év közötti magyar egyetemista hallgatók valós és vélt pénzügyi tudását és kockázatvállaló hajlandóságát. Kiderült, hogy szignifikáns különbség van a vélt és való tudás között, azonban hiába magasabb egy adott hallgató pénzügyi ismerete, nem nő a kockázatvállaló hajlandósága. (Huzdik, et al.2014) Ez kifejezetten szomorú, hiszen ez arra utal, hogy a fiatalok, még ha tudással is rendelkeznek, hogy kellene pénzügyeiket rendezni, és hosszú távú befektetéseket kezelni, a kockázatoktól való félelem miatt inkább nem tesznek semmit.

Csiszárík-Kocsir Ágnes és Garai-Fodor Mónika a Z generációval végzett kutatása alapján kiderül, hogy egyébként maguk a magyar fiatalok is kiemelten fontosnak tartják a pénzügyi műveltség megszerzését, mivel ezzel látják biztosítottnak jövőjüket. Kihívásként fogalmazzák meg, hogy megtalálják a jövő generációja számára azon módját

a pénzügyi oktatásnak, mely biztosítja a tudás megragadását, és való életben való felhasználását. (Csiszárík-Kocsir, Garai-Fodor, 2018)

Egy 2021-ben végzős magyar középiskolai hallgatók körében elvégzett tanulmány alapján a magyar diákok pénzügyi termékismeretei és az ezekhez kapcsolódó állami támogatások ismerte meglehetősen hiányos, fejlesztésre szorul. Ezen tudás hiánya plusz nehézséget okoz az élet elkezdésében, valamint a tudatos jövőtervezésben. (Kovács, Törőné, 2022)

Ezen eredmények egy része a későbbiekben összehasonlítható lesz az általam végzett kutatással is, mivel a kérdőívemben kitértem hasonló szegmensekre is.

3. AZ INFLÁCIÓ ÉS ANNAK HATÁSAI A GAZDASÁGBAN

Az alábbi fejezetben szeretném bemutatni az infláció fogalmát, hogy milyen hatásai, és szerepe van a gazdaságok életében, és hogy mikor tekintünk pozitív tényezőként az inflációra. Bemutatom az infláció történelmi hátterét Magyarországon, és elemzem az elmúlt másfél év kimagasló inflációjának okait és gazdasági kihatásait. Kitérek arra is, hogy milyen pénzügyi helyzetben vannak, voltak az elmúlt 10 évben a magyar háztartások, és hogy a most tapasztalt áremelkedések mennyire viselik meg őket.

3.1. Infláció fogalma és befolyásoló hatása

Az infláció nem egy mostanában felbukkant fogalom a gazdaságban, már egy 1886-os német lexikonban is szerepelt, bár ott még árforradalom-ként hivatkoztak rá. Ez nem meglepő, hiszen a pénz romlása, mint jelenség már előtte is ismert volt, viszont először magát a szót az amerikai polgárháború idejében kezdték elhasználni. Eredete a latin inflatio (felfújás) szóból származtatható. Az amerikai Munkaügyi Statisztikai Hivatal külön felméréseket kezdett el készíteni hajógyári munkások között, vizsgálva, hogy a fizetésük mire elég, mire költenek, és hogy ezeknek az árucikkeknek hogyan változik az árszínvonala. Európában ez a folyamat csak az első világháború után kezdett elindulni. (Sugár, 2022)

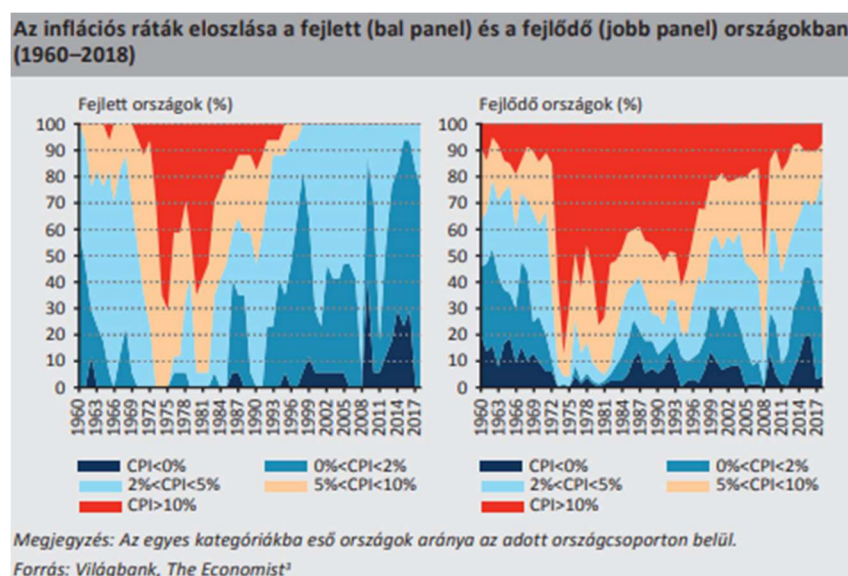
Egyetértés tapasztalható az infláció definícióját illetően a közgazdaságot kutatók körében, infláció alatt nagyrészt mindenki az árszínvonal tartós emelkedését érti. (Hajnal, Várhegyi, 2016) (Meyer, Solt, N. A.) (Bánfi, 1977) Az inflációhoz kapcsolódik még három fogalom, melyekről fontosnak tartok említést tenni. Az első a defláció, mely az árszínvonal tartós csökkenését jelenti, a második pedig az árstabilitás, mely az alacsony (2-3%) inflációt jelenti. (Hajnal, Várhegyi, 2016) A harmadik pedig az fogyasztói árindex, mely lényegében a piacon elérhető termékek, árucikkek, szolgáltatások havi átlagos változását fejezi ki. Ezzel a mutatószámmal mérik az infláció mértékét hónapról hónapra. (lexikon.uni-nke.hu, N.A.)

Az infláció kialakulását okozhatja túlkereslet, amikor a termelői szektor nem képes teljesíteni a vásárlói igényeket, ezért kénytelen árat emelni, valamint a gazdasági szereplők inflációs várakozásai is generálhatnak inflációt. Az is infláció generáló hatású,

ha a munkavállalók, reáljövedelmük megőrzése érdekében magasabb munkabért kérnek, mely a vállalatoknak többletköltséget jelent, mely megint az árak növekedésében fog megjelenni. (Kiss, 2022)

Azt gondolnánk, hogy kizárólag a kiemelkedően magas infláció van rossz hatással egy ország gazdaságára, azonban a nullához közelítő, vagy akár mínuszba is forduló infláció is ugyan olyan káros hatású lehet. Az elmúlt időszak kimagasló inflációjára előtt sokkal inkább a gondot a globális szinten alacsony infláció okozta az országok számára. 2012 és 2020 között az világban 80%-kal nőtt azon országok aránya, ahol az infláció a 0 és 2 százalék között mozgott. (Matolcsy, et.al. 2020)

Amint az alábbi ábrán is jól látszik, a fejlődő országok körében még mindig gondot okoz az inkább magas infláció, azonban az elmúlt évtizedekben itt is megfigyelhető egy fejlődési tendencia az árstabilitás irányába.



9. Ábra Inflációs ráták alakulása a világban 1960-2018 között

Forrás: Matolcsy, et.al. 2020 p.10.

Most pedig térjünk át arra, hogy milyen fő trendek befolyásolják a 21. században az inflációt.

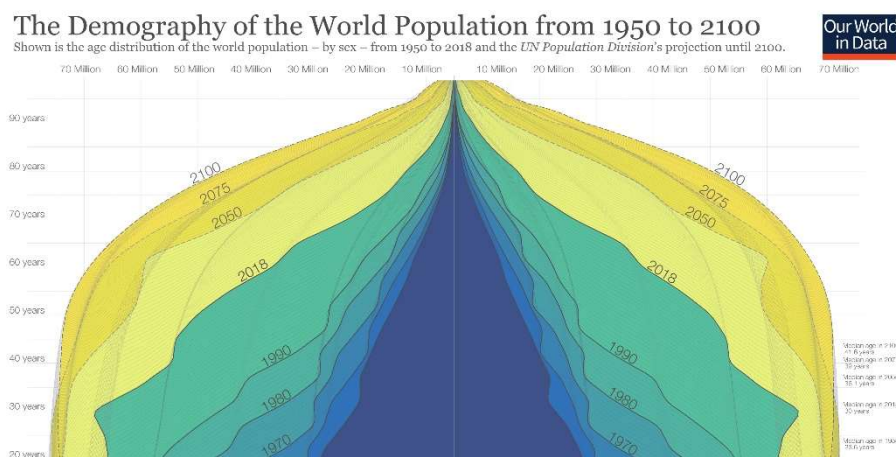
3.1.1. Demográfiai hatások

A fejlett országok többségében a várható élettartam növekedésével párhuzamosan a népesség korösszetétele is érdemben átalakul. A fiatalok és az idősök aránya nő, a munkaképes korúak száma pedig csökken. Ennek nemcsak reálgazdasági, hanem inflációs következményei is lehetnek.

A demográfiai folyamatok inflációs hatása két fő mechanizmuson keresztül érvényesülhet:

- A munkaerőpiaci kereslet és kínálat változása. A munkaképes korúak számának csökkenése a munkaerőpiaci kereslet csökkenéséhez vezethet, ami a bérek emelkedését szoríthatja vissza. Ez a bérek emelkedésének mérséklődése révén deflációs hatást gyakorolhat.
- A fogyasztási szokások változása. Az idősök fogyasztási szokásai eltérnek a fiatalokétól. Az idősök hajlamosabbak a megtakarításokra, és fogyasztásuk is konzervatívabb lehet. Ez a fogyasztás csökkenését okozhatja, ami szintén deflációs hatást gyakorolhat. (Matolcsy et.al., 2020)

Amint a 9. ábrán is megfigyelhetjük, az elkövetkező évtizedekben egyre előregedő népesség fogja jellemezni a földet, mely a fent említett okok miatt gazdaságunkra, és az árak változásaira is kihatással lesz.



10. Ábra A világ népességének demográfiai alakulása 1950-2100 között

Forrás: ourworldindata.org/age-structure

A demográfiai folyamatok inflációs hatásának megítélése során számos tényezőt figyelembe kell venni, többek között:

- A demográfiai átalakulás üteme befolyásolja, hogy milyen gyorsan érvényesülnek a demográfiai folyamatok inflációs hatásai.
- A gazdaság szerkezete befolyásolja, hogy a demográfiai folyamatok milyen mértékben hatnak a munkaerőpiacra és a fogyasztásra.
- A jegybanki politika befolyásolhatja, hogy a demográfiai folyamatok milyen mértékben hatnak az inflációra. (Matolcsy et.al., 2020)

Összességében elmondható, hogy a demográfiai folyamatok inflációs hatása egy komplex kérdés, amelyre a szakirodalomban nincs egyértelmű válasz. A demográfiai folyamatok jelentős deflációs hatást gyakorolhatnak, de ez a hatás nem minden esetben világos.

3.1.2. Globalizációs hatások

A globalizáció az inflációt többféleképpen is befolyásolhatja. Egyrészt a globalizáció hozzájárul a verseny fokozódásához, ami a fogyasztói árszint csökkenéséhez vezethet. Másrészt a globalizáció révén a termékek és szolgáltatások világszerte egyre jobban hozzáférhetővé válnak, ami szintén nyomást gyakorolhat az árakra.

Matolcsy és szerzőtársai szerint a globalizáció jelenleg változó időszakban van, úgy tűnik, mintha a növekedés, és a világ piacai felé való nyitás megállt, és az országok inkább a régiójuk piacára koncentrálnak.

Az alábbiakban hozok néhány konkrét példa arra, hogy a globalizáció hogyan befolyásolhatja az inflációt:

- Verseny fokozódása: A globalizáció révén a vállalatok számára egyre könnyebbé válik termékeiket és szolgáltatásaikat világszerte értékesíteni. Ez a verseny fokozódásához vezethet, ami a fogyasztói árszint csökkenéséhez vezethet.
- Termékek és szolgáltatások hozzáférhetőbbé válása: A globalizáció révén a termékek és szolgáltatások világszerte egyre jobban hozzáférhetővé válnak. Ez szintén nyomást gyakorolhat az árakra, mivel a fogyasztók több választási

lehetőséggel rendelkeznek, és könnyebben megtalálhatják a legjobb ár-érték arányt.

- Termelés költségeinek csökkenése: A globalizáció révén a vállalatok számára lehetőségük van olyan országokban gyártani, ahol a munkaerő és az anyagok olcsóbbak. Ez a termelési költségek csökkenéséhez vezethet, ami szintén nyomást gyakorolhat az árakra. (World Bank, 2018)

3.1.3. *A digitalizáció hatása*

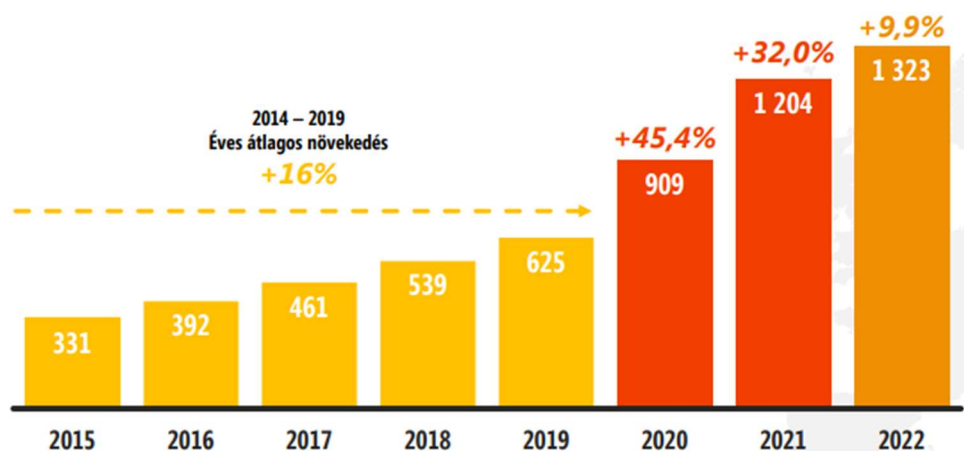
A digitalizáció a 21. század egyik meghatározó folyamata, mely az életünk minden részét átszövi. A digitalizáció, és az internet az összes gazdasági folyamatot felgyorsította, és ezáltal eddig szinte monopol helyzetben levő vállalatok lettek egyik napról a másikra az adott szektor utolsó helyezettjei.

A digitalizáció megjelenésével egyre nagyobb teret nyert az online vásárlás, mely a fogyasztóknak kedvez, hiszen pár kattintással képesek összehasonlítani egy termék árát különböző cégek kínálatában, és ezáltal a legjobb árat tudják választani. Ez a verseny az árak visszafogott növekedését és az alacsony inflációt eredményezi, hiszen minden cégnek az a célja, hogy az Ő termékét vásárolja meg a fogyasztó. (Matolcsy, et. al. 2020)

Amint az alábbi ábrán is jól látszik, a Covid-19 vírus kifejezetten nagy hatással volt a magyar online kiskereskedelem berobbanására is, hiszen az emberek csak otthonaikból voltak képesek vásárolni. Ez a növekedés azóta mérsékeltebb, viszont még mindig kiemelkedő, és elmondhatjuk, hogy évről évre egyre nagyobb teret nyer az online kereskedelem a hagyományossal szemben.

Az online kiskereskedelmi forgalom alakulása

2014 – 2022 (Milliárd Ft)



11. Ábra A magyarországi online kiskereskedelmi forgalom alakulása 2014-2022 között

Forrás: gkid.hu

3.1.4. Hatás az energiaárakra

A klímaváltozás gazdasági hatásai az élelmiszerek relatív árainak emelkedésén keresztül érvényesülnek. A klímaváltozás miatt gyakoribbá válnak az extrém időjárási körülmények, például az aszályok, árvizek és tűzvészek. Ezek az események csökkentik a terméshozamot, ami az élelmiszerek árának emelkedéséhez vezet. (Matolcsy, et. al. 2020)

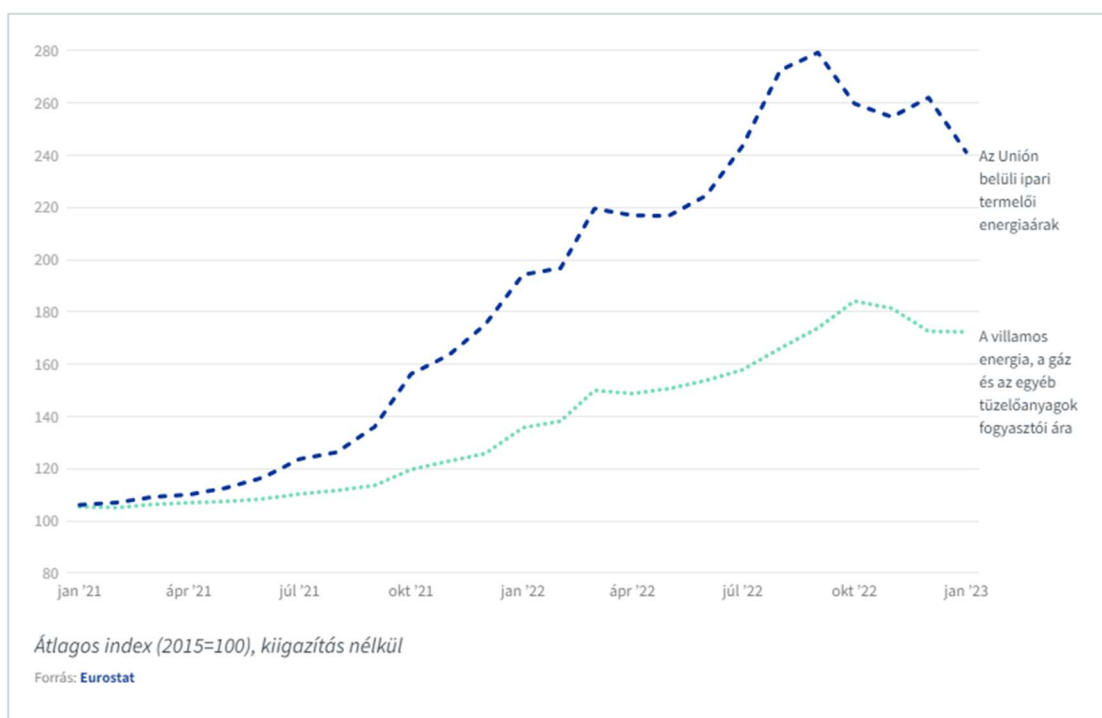
A fejlett országok nagyvállalatai a termelési folyamat jelentős részét kiszervezték a fejlődő országokba, hogy olcsóbb munkaerőhöz jussanak. Ez a gyakorlat a klímaváltozás korábbi inflációs hatásait tompította, hiszen a fejlett országokban csökkenő környezetszennyezés és az olcsóbb munkaerő együttesen csökkentette az élelmiszerek árát. (Matolcsy, et. al. 2020)

Napjainkban változás figyelhető meg, hiszen a klímaváltozás jelensége most már leginkább a fejlődő országokat érinti. A fejlődő országok egyre inkább felismerik a

klímaváltozás veszélyeit, és intézkedéseket hoznak a fenntarthatóság érdekében. Ezek az intézkedések, például az újrahasznosítható hulladékok importkorlátozása, növelik az élelmiszerek árát. (Matolcsy, et. al. 2020)

A klímaváltozás inflációs hatásainak orvoslására az alábbi pontokat javasolja az IMF egy kutatása:

- A zöld beruházások csökkentik a környezetszennyezést, és hozzájárulhatnak a klímaváltozás hatásainak enyhítéséhez.
- Az energetikai hatékonyság növelése csökkenti az energiaigényt, és az energiaárak emelkedésének mérséklését segítheti elő.
- A költségvetési politikák, például a rászorulóknak nyújtott támogatások, segíthetik az alacsony jövedelmű háztartásokat a klímaváltozás inflációs hatásainak ellensúlyozásában. (Serhan, João, 2023)



12. Ábra Termelői és fogyasztói energiaárak az EU-ban 2021-2023 között

Forrás: consilium.europa.eu

Az energiaárak emelkedése is kiemelt mértékben hozzájárul az inflációhoz, melyre az elmúlt két évben sajnos példa is volt. A nagykereskedelmi energiaárak a Covid-19

járvány alatt kezdtek el, majd a kirobbant orosz-ukrán háború is lendített az árakon, és az elmúlt időszakra jellemző forró nyarak is csak emelték a keresletet. Az Európai Unió energiájának nagy részét import forrásokból szerzi be, ezek az árak pedig reagáltak a piacon kialakult helyzetre, így soha nem látott kétszeres áremelés ment végbe. Ez a drágulási folyamat csak enyhén mérséklődött 2022 végén, de a jelenlegi árak még mindig majdnem háromszorosai a 2021 januárjában rögzítetteknek. (consilium.europa.hu, 2023)

Az orosz-ukrán háború és annak következményei drasztikus módon megmutatták, hogy az európai országok mennyire függenek az orosz energiahordozóktól. A szűkös és drága energiaforrások miatt Európa energiaszegénységgel, magas inflációval és recesszióval néz szembe.

A háború következtében az energiatudatosság a háztartások számára is egyre fontosabbá vált. A múltban a háztartások a drasztikus áremelkedésekre csökkentett fogyasztással reagáltak, azonban ez a fajta árrugalmasság egy bizonyos határon túl nem jelentkezett.

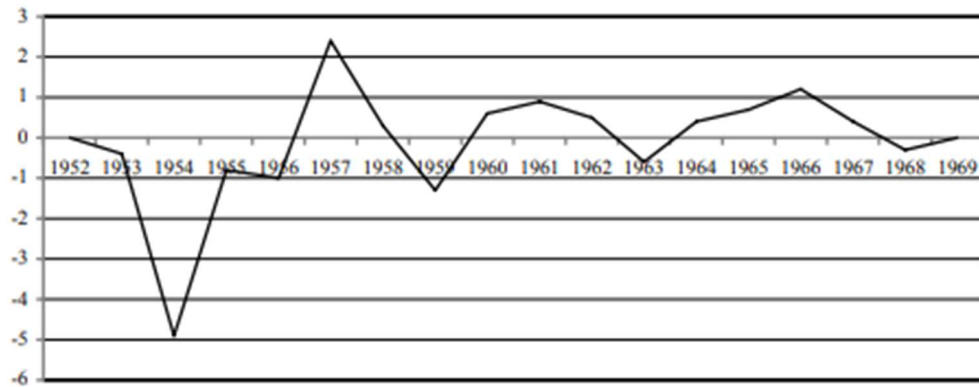
A magyarországi adatok azt mutatják, hogy ez a megállapítás a jelenlegi helyzetre is igaz. A magyar háztartások már 2022 őszén mérsékeltek az energiahasználatukat, azonban ezt csak a kedvező időjárási körülmények miatt tudták egy küszöbszint alá vinni.

A következő tél azonban nem biztos, hogy ilyen kedvező lesz. Ha az időjárási viszonyok kedvezőtlenebbek lesznek, és az energiaárak tovább emelkednek, akkor az európai háztartások előtt komoly kihívás lesz, hogy hogyan csökkentsék tovább az energiafogyasztásukat. (Tóth, et.al. 2023)

3.2. Az infláció Magyarországon

Hazánkban az infláció az 1900-as évek óta van dokumentálva. Az első nagyobb pénzromlással a magyaroknak az első világháborút követő időszakban kellett szembenézniük, ekkor az árak tizenhatszorosára nőttek, és ez a drágulási folyamat csak 1924-ben ért véget. Ekkor kezdte meg a Magyar Nemzeti Bank működését, és első feladatai között szerepelt az új pénz, a pengő behozatala. Az új pénznem egészen a második világháború kezdetéig viszonylag értékállónak számított. Természetesen az 1929 és 1933 közötti nagy gazdasági világválság nálunk is negatív hatással volt az árakra. (Marton, 2012/1)

A második világháború alatt újabb háborús infláció sújtotta országunkat, az árak közel megkétszereződtek ez alatt a 4 év alatt. 1946-ban a világtörténelem legnagyobb inflációját kellett elszenvednünk, a pengő teljesen értékét veszítette, így szükséges volt egy új pénz, a forint bevezetése. A hiperinfláció következtében nem voltak mérhető árak, így az 1938-as árszínvonalból kalkuláltak új, mesterséges árszínvonalt. Az ezt követő 10 évben a



13. Ábra Fogyasztói árindexek 1952-1969 között

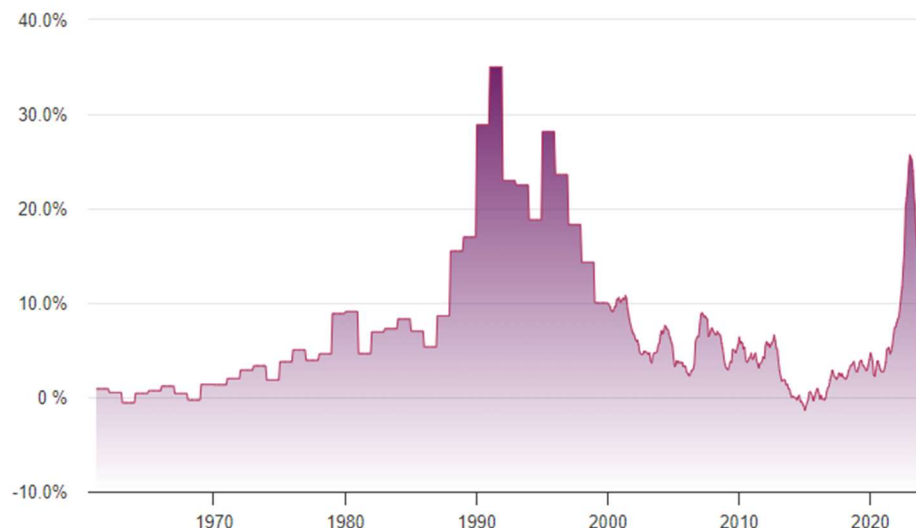
Forrás: Marton, 2012, p.

gazdaság és az árak normalizálása érdekében folyamatosan hatóságilag szabták meg az egyes termékek, szolgáltatások árát, ezzel próbálva kordában tartani a túlkereslet okozta inflációt. 1957-től viszont normalizálódott a mezőgazdasági és ipari termelés, ezáltal a kínálat is nőtt, és a következő éveket a 0-2 százalék közötti alacsony infláció jellemezte. (Marton, 2012/1)

1970-es éveket fokozatos, éves szinten 3,5-4 százalékos drágulás jellemezte, majd ezek után az egyre változó gazdasági körülmények miatt 1980-ban megint elindult egy jelentős pénzromlás, 7-8 százalék körül alakult az éves infláció. A rendszerváltással együtt pedig egy újabb kimagasló infláció érte el hazánkat, 1991-ben már éves szinten 35% volt az áremelkedés szintje. A 2000-es évek után fokozatosan mérséklődött az infláció mértéke, egészen 2022-ig, amikor újabb, masszív áremelkedés volt tapasztalható. (Marton, 2012/2)

A Magyar Nemzeti Bank 2001. júniusában bevezetett egy úgynevezett inflációs célt követő rendszert, melynek célja az árstabilitás hosszútávú fenntartása. Ez a kezdeti időszakban csak előirányozni tudta az elérendő áremelkedés mértékét, azonban csak 2016 környékén sikerült elérni az MNB által előirányzott 3+-1 százalékpontos éves áremelkedést. (Bareith, Varga, 2022)

A jelenleg elérhető legfrissebb 2023 szeptember havi MNB jelentés alapján az infláció



gyorsabb ütemben csökken a megelőző hónapokhoz képest. Éves összevetésben 12.2%-

14. Ábra A magyarországi infláció alakulása 1961-2023 között

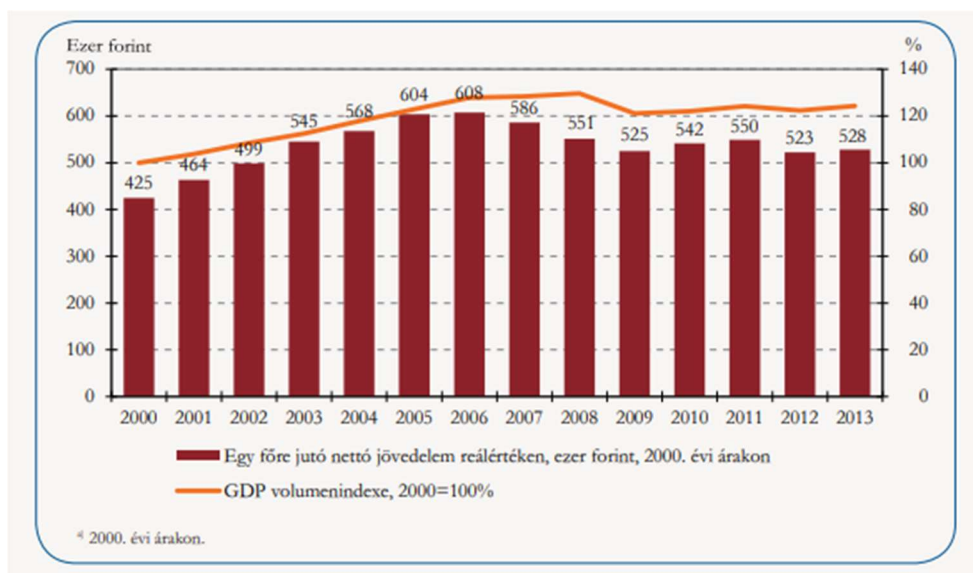
Forrás: bankmonitor.hu

kal nőttek az árak, viszont az elmondható, hogy az üzemanyagokon kívül minden termék és szolgáltatáscsoportban mérséklődött áremelkedés volt tapasztalható. Ezek közül legkiemelkedőbb az élelmiszerek csoportja, itt még mindig 15,2%-os emelkedés volt. (Rippel, 2023)

3.3. Magyar háztartások pénzügyi helyzete a 2010-től napjainkig

Amint a bevezetésben is kitértem rá, a 2008-as gazdasági válság az egész világra kiemelkedően negatív hatással volt. Az egyének, és a háztartások összes megtakarításukat elvesztették, és fokozatosan elindult egy eladósodási folyamat. Ehhez hasonló gazdasági visszaesést csak most, a 2020-as Covid-19 járvány kapcsán tapasztalhattunk, mely a globális láncok befagyasztásával volt képest ezt elérni. (Oblath, Palócz, 2020)

A KSH által készített alábbi ábrán is jól látható, hogy a 2000-es évektől egy határozottan növekvő gazdasági fejlődés figyelhető meg, mely a 2008-as válság hatására a 2003-as GDP szintjére esett vissza. 2009-ben egy 6,8%-os GDP visszaesést figyelhetünk meg, majd ebből a helyzetből kezdett a magyar gazdaság újra fejlődésnek indulni.



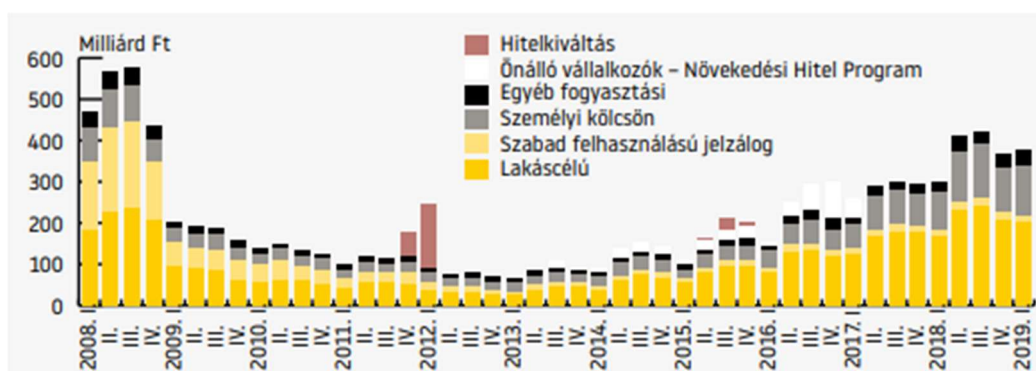
15. Ábra A GDP alakulása 2000-2013 között

Forrás: ksh.hu

A magyar háztartások reáljövedelem szintje csak 2014-re tudta elérni a 2008-as szintet. A válság előtti szintet azonban csak 2016-ra sikerült újra elérni. Elmondható, hogy 2008 és 2015 között a háztartások bruttó megtakarításainak aránya 9 és 12 százalék között változott a teljes jövedelem tekintetében, valamint ebben az időszakban a háztartások próbáltak az egekbe szökött törlesztőrészes hiteleiktől is megválni. Az újabb fellendülést 2016-tól lehet megfigyelni, ekkor indult el az újabb lakásberuházási/

építkezési fázis, mely az állam által biztosított CSOK programnak is köszönhető. 2019-re már 21000 fölötti számra nőtt az újonnan átadott otthonok száma.

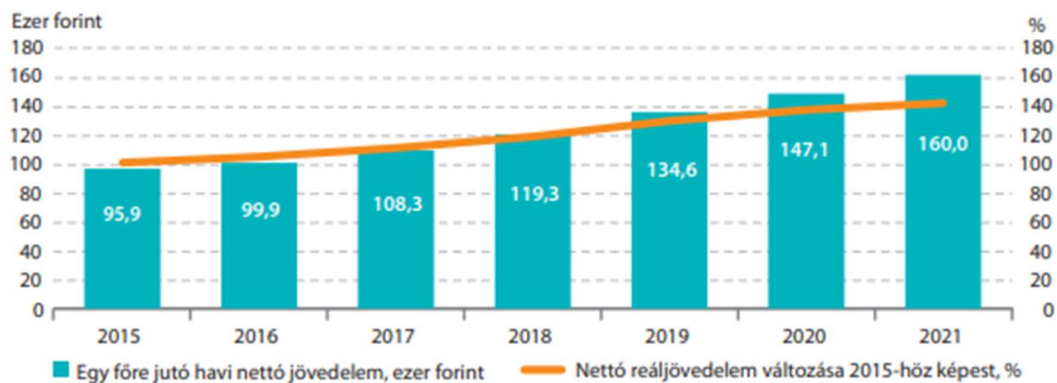
Az MNB által készített alábbi ábrán is jól látszik, hogy a gazdasági válság után a magánszemélyek inkább tartózkodtak a hitelek felvételétől, a 2008-2009-ben tapasztalt kamatláb emelkedések határozottan leretentő példával szolgáltak. Az is jól kivehető, hogy az állam által kínált fixált árfolyamú hitelkiváltással is sokan éltek 2012-ben, így egy része a háztartásoknak képes volt nagy részét hiteleinek rendezni. Az ábrán is látható, hogy az új otthonteremtési program a 2019-es évre csúcsosodott ki, a nagy részét a hiteleknek a lakáscélú hitelek adták, viszont ezek túlnyomó többsége a CSOK program részében került felvételre. (Bródy, Pósfai, N.A.)



16. Ábra Új lakáshitel kihelyezések 2008-2019 között

Forrás: mnb.hu

Elmondható az is, hogy 2015 és 2021 közötti időszakban fokozatosan javult a magyar háztartások anyagi és jövedelmi helyzete. Ez a munkanélküliségi ráta csökkenésének, valamint a foglalkoztatottság bővülésének is köszönhető. 2021-ben az egy főre jutó havi bruttó jövedelem már 202,4 ezer forint volt, mely 69 százalékkal magasabb, mint a 2015-ös érték. Természetesen a járvány hatására a háztartások költési sémái megváltoztak, a lezárások következtében a vendéglátásra, valamint szórakozásra kevesebbet költöttek, azonban az alapvető szükségletekre és élelmiszerekre költött összeg jelentősen megnövekedett. (KSH, 2023)



17. Ábra A magyar háztartások egy főre jutó havi nettó jövedelem változása 2015-2021 között

Forrás: ksh.hu

A magyar háztartások az elmúlt években növelték a fogyasztásukat, de a jövedelmüknek kisebb részét költötték többletfogyasztásra, mint korábban. A háztartások megtakarítási rátája 2013 óta 12% körül alakult. (KSH, 2023)

A háztartások vagyonának nagy része ingatlanban található, ezt erősíti a 2020-ban mért eredmény, mely alapján a háztartások vagyonának 68%-át az ingatlanvagyon tette ki, 20% volt a vállalkozások értéke, 8,9% pedig a pénzügyi eszközöké. A magyar háztartások 86%-a saját tulajdonú ingatlanban élt, amelynek átlagos mérete 84 m², átlagértéke pedig 24 millió forint. (KSH, 2023)

A háztartások pénzügyi eszközei közül a befektetési jegyek és a hazai állampapírok nőttek a legjobban. 2022 utolsó negyedévében a háztartások nettó pénzügyi vagyona a GDP 104%-át tette ki. A forintbetétek és az egyéb követelések nagymértékben csökkentek. (KSH, 2023)

A Covid19-járvány miatti korlátozó intézkedések többféle hatást gyakoroltak a háztartások megtakarításaira. Egyes háztartásoknál a munkanélküliség miatt csökkentek a megtakarítások, másoknál viszont a járvány a fogyasztást is visszafogta, ami kényszermegtakarításokat eredményezett. A járvány alatt nem alakult ki nagyarányú munkanélküliség, így feltételezhetően ez nem csökkentette jelentősen a magyar háztartások megtakarításainak mértékét. (KSH, 2023)

Összességében elmondható, hogy a magyar háztartások megtakarítási hajlandósága az elmúlt években stabil maradt. A háztartások vagyona jelentősen nőtt, ami a megtakarítások növekedésének köszönhető.

4. ANYAG ÉS MÓDSZER

A kutatásom alapjául szolgáló adatokat egy 2023 őszén végzett online kérdőíves felmérés eredményeként kaptam. A felmérésre összesen 252 kitöltés érkezett be, ezek mindegyike értékelhető minőségű volt, így a kutatás mintaelemszáma 252 darab. Az adatgyűjtés online történt, a válaszadók teljes anonimitásának megőrzése mellett. A kérdőívben szereplő kérdések a közelmúltban megugró infláció előtti és a jelenlegi vásárlási szokásokra, az elmúlt időszakban tett pénzügyi döntések, vásárlási szokások megváltoztatására, valamint az esetleges pénzügyi tudás megszerzésének forrására kérdeztek rá. Tanulmányomban a válaszadókat nemük, életkoruk, iskolai végzettségük, havi nettó bevételük és vásárlási gyakoriságuk szerint szegmentáltam. Jelen kutatással azt próbálom megvizsgálni, hogy milyen mértékben változtatott a 18-35 éves korosztály a vásárlási szokásain, valamint a fogyasztói attitűdöket milyen mértékben befolyásolják az előbb felsorolt csoportok.

Az egyes kérdések egy négy fokozatú skálán voltak értékelhetőek, az 1-es érték a „rám/számomra nem jellemző”, a 4-es érték pedig a „rám/számomra jellemző” -t jelentette. A vizsgálatokat SPSS szoftver segítségével végeztem, a tanulmányban ANOVA táblák segítségével mutatom be a kapott eredményeket.

Az alábbi hipotéziseket fogalmazom meg:

- Az felnőttkor küszöbét épphogy csak átlépett korosztály kevésbé figyel a hosszútávú megtakarításokra
- Akik gyakrabban vásárolnak, azok kevésbé figyelnek a megtakarításaikra
- A nettó havi bevétel növekedésével nő a hosszú távú befektetésére fordított figyelem is

1. Táblázat: A minta összetétele az egyes csoportosítási jellemzők alapján

Forrás: saját kutatás, 2023, N = 252

Jellemző		Darab	Százalék
Életkor	18-21	63	25,0
	22-25	134	53,2
	26-30	42	16,7
	31-35	13	5,2
Iskolai végzettség	Alapfok	4	1,6
	Középfok	117	46,4
	Felsőfok (BSc)	104	41,3
	Felsőfok (MSc)	27	10,7
Havi nettó bevétel	0-100.000	84	33,3
	100.001-200.000	46	18,3
	200.001-300.000	41	16,3
	300.001-400.000	31	12,3
	400.001-500.000	19	7,5
	500.001-	31	12,3
Vásárlási gyakoriság	Napi rendszerességgel	34	13,5
	Hetente többször	155	61,5
	Hetente egyszer	59	23,4
	Havonta egyszer	4	1,6

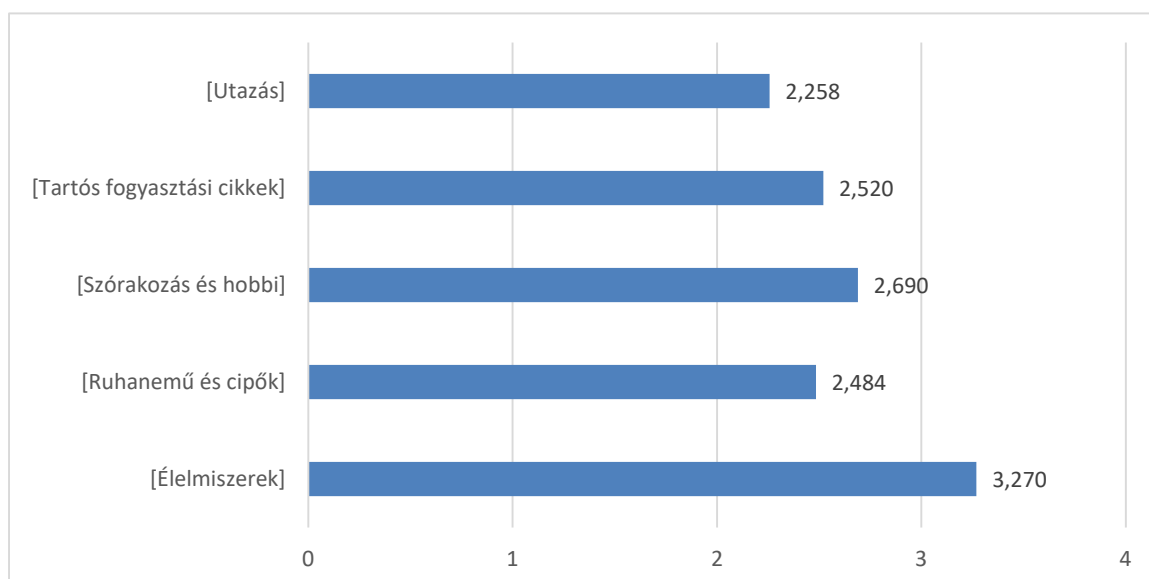
5. EREDMÉNYEK

Az alábbi részben szeretném részletesen kifejtetni a kérdőív által kapott eredményeket, valamint megvizsgálni az általam választott befolyásoló tényezők hatásait a fiatal korosztály költési szokásaira.

5.1. A kérdőív válaszainak kiértékelése

5.1.1. Pénzügyi szokások, a közelmúltban megugrott infláció előtt és után

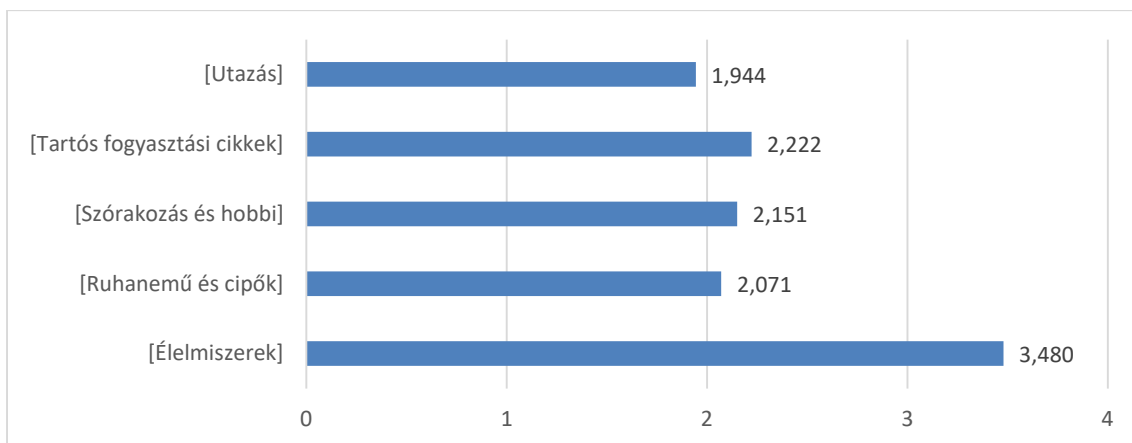
A kérdőívet kitöltők inflációt megelőző költésének legtöbb része élelmiszerre történt, majd ezt követte a szórakozás és hobbi kategória. A tartós fogyasztási cikkek, ruhaneműk és cipő csak ezek után következtek, és az utazás került az utolsó helyre.



18. Ábra A költési kategóriák átlagos eloszlása az inflációt megelőzően

Forrás: saját kutatás, 2023, N = 252

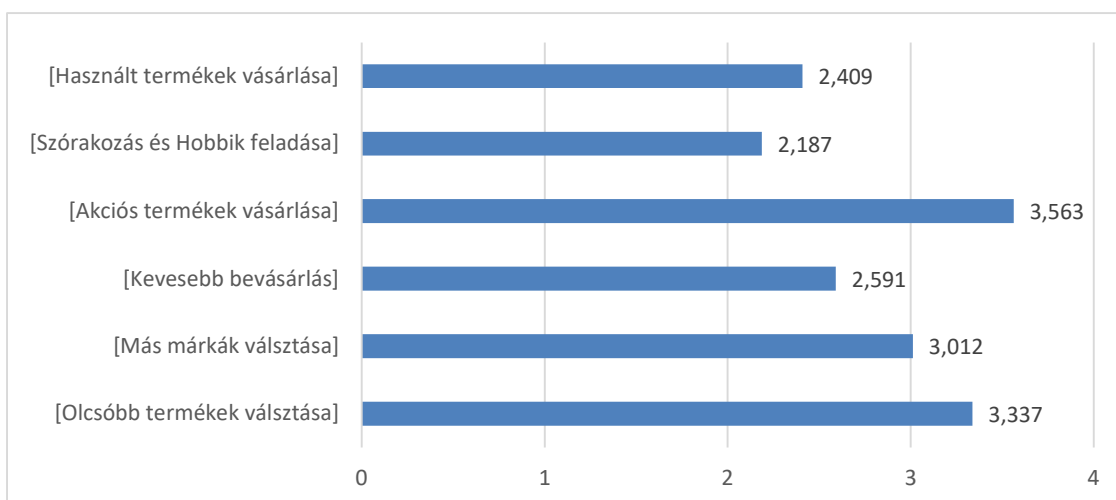
Az infláció hatására ez a megoszlás érezhetően változott, a válaszadók nagy része kiemelkedő mértékben költ élelmiszerre, ezeket követik majdnem megoszló arányban a tartós fogyasztási cikkek, szórakozás és hobbi, valamint a ruhaneműk és cipők. Itt még érdemesnek tartom felhívni a figyelmet arra, hogy a tartós fogyasztási cikkekre való költések megelőzték a szórakozásra és hobbikra való költéseket, valamint arra, hogy az utazás még jobban az utolsó helyre került, mint költési preferencia.



19. Ábra A költési kategóriák átlagos eloszlása az infláció hatására

Forrás: saját kutatás, 2023, N = 252

Arra is kíváncsi voltam, hogy a megugró infláció hatására milyen alternatív megoldásokat választanak a fiatalok költségeik csökkentése érdekében. A kapott válaszok alapján kijelenthetjük, hogy elsősorban az akciós termékeket, és az olcsóbb termékeket kezdték el preferálni, de kiemelkedő értéket kapott a más márkák választása is, tehát az esetleges helyettesítő termékeket is figyelembe veszik vásárláskor.

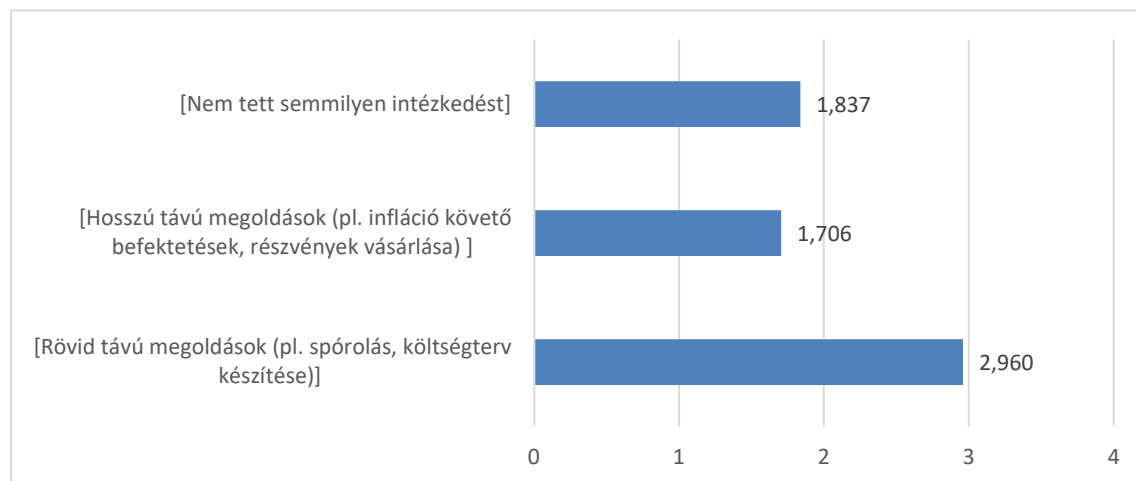


20. Ábra A költési kategóriák átlagos eloszlása az infláció hatására

Forrás: saját kutatás, 2023, N = 252

A kérdőívből az is kiderült, hogy inkább a rövid távú intézkedések meghozatalát preferálja a fiatal generáció, ezen opciót követte az válasz, hogy nem tett semmilyen

intézkedést, majd csak ez után következik a hosszú távú befektetések. Ezen sorrend okára a minta elemszámában is találhatunk választ, hiszen, ha jobban rátekintünk a havi nettó bevételi eloszlására, tisztán látszik, hogy a megkérdezettek több mint 50%-a kevesebb mint havi nettó 200.000Ft-ból gazdálkodik, mely összegnél inkább a pénz megfelelő havi elosztása, és nem a hosszú távú befektetések játszanak nagy szerepet.

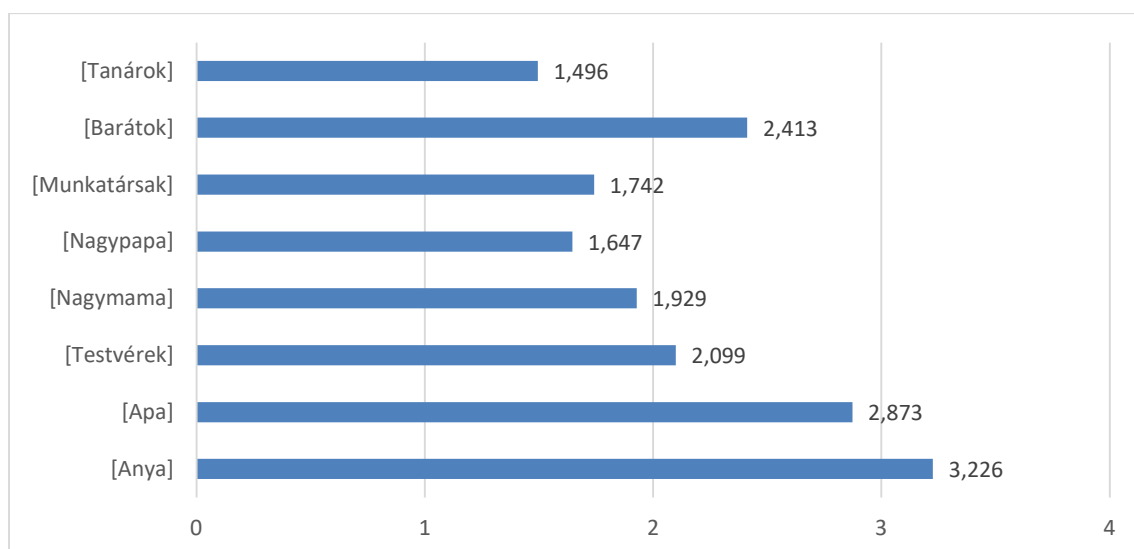


21. Ábra Pénzügyi intézkedések átlagos eloszlása az infláció hatására

Forrás: saját kutatás, 2023, N = 252

5.1.2. Pénzügyi műveltség forrása, saját megítélése

Kutatásomban arra a kérdéskörre is kitértem, hogy milyen személy/ személyek csoportja hatott legjobban a pénzügyi szokásokra, a pénz kezeléséhez való hozzáállására a legjobban az adott egyénnél. Itt meglepő eredményt kaptam, ugyanis a kitöltők legtöbbször anyját jelölte meg, mint legjobban befolyásoló tényező, csak ezután következik a sorban az apa. Ennek oka két dologra is visszavezethető, az egyik, hogy általában az édesanyák a háztartás logisztikájáért felelősek, ők végzik az élelmiszer bevásárlást, és az egyéb jellegű vásárlások nagy százalékát is, így ők jobban tisztában vannak az aktuális árakkal, akciókkal, termékek minőségével, és azzal, hogy az adott összeg mire elegendő. A másik ok, hogyha a szülők elválnak, nagyobb valószínűséggel az anya neveli tovább a gyermeket egyedül, így a gyermek egyetlen példája az anya lesz. Ez a két ok azonban csak általam felvázolt okok, a kutatás részletesen nem tért ki a választások mértékére, viszont ezt egy későbbi kutatás keretein belül érdemes lenne megvizsgálni.



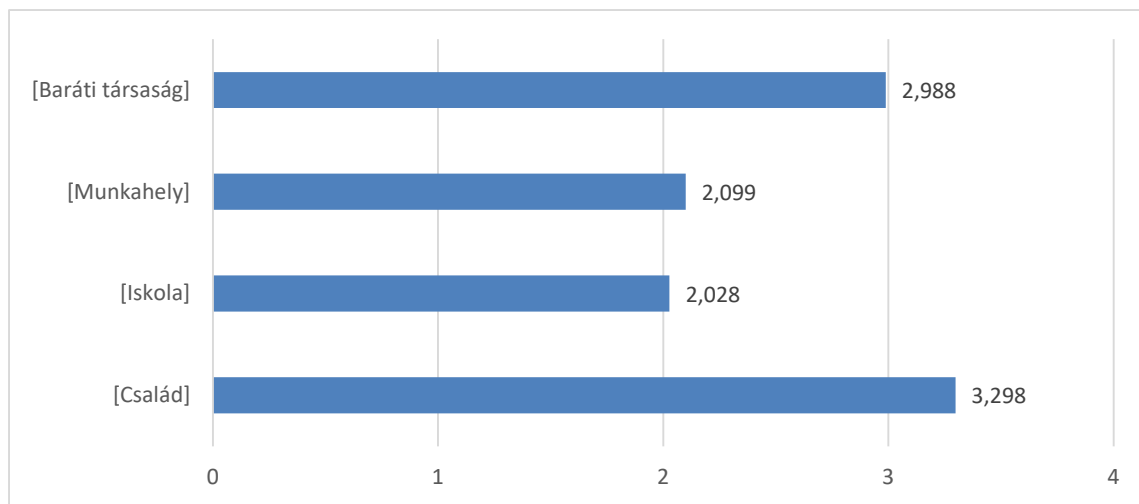
22. Ábra Személyek/csoportok befolyása a pénzügyi szokásokra

Forrás: saját kutatás, 2023, N = 252

A szülőket közvetlenül követő csoport a barátok, nyilvánvalóan ebben a körben érzik a fiatalok azt, hogy bizalmasan megoszthatják pénzügyi dolgaikat, valamint a velük egyidős társaik hasonló helyzetéből is tudnak információt és tudást meríteni, esetleg hamarabb elfogadják a kapott tanácsokat. A lista utolsó helyére a tanárok csoportja került, mely kissé elszomorító, mivel ez azt mutatja, hogy hiába biztosítanak az oktatási intézmények pénzügyi ismereteket, a fiatalok azokat nem igazán fogadják meg, vagy döntéseikben nem igazán befolyásolják őket. Ez egyezik a szakirodalmi részben kifejtett korábbi kutatási eredményekkel, mely szerint az elméleti oktatás egyáltalán nem segíti a fiatalok pénzügyi tudásának és műveltségének növelését. Tisztán látszik, hogy ezen a részen fejlesztésre és új irányzatok behozatalára van szükség, hogy a fiatalabb generáció az iskolapadban szerzett tudásból is profitálhasson.

Közösségek terén is feltettem a kérdést, hogy milyen rendszerességgel esik szó a pénzről, megtakarításokról, befektetésekről. Elsőként (szinte mondhatni természetesen) a család szerepel, ezt követi a baráti társaság, majd ezt a munkahely. Ez a szakirodalmi kitekintésben ismertetett kutatási eredményekkel is összhangba hozható, a fiatalok nagy része főként a szűk családi körből, szüleitől meríti a pénzzel kapcsolatos tudását, még ha az feltétlenül nem is a legtokéletesebb, vagy legmegfelelőbb tudás. Az utolsó helyre került az iskola, mely szintén erősíti azt az állítást, hogy a fiatalok nem mernek, és talán

nem is nagyon akarnak az iskolában, tanórai keretek között a pénzről beszélni, mivel nem érzik, hogy hasznos tudást kapnának, valamint azt is kivehetjük ebből, hogy növelni kell az olyan órák számát, mely a pénzügyi tudás fejlesztésére és átadására irányul.



23. Pénzügyekkel kapcsolatos témák rendszeressége a közösségekben

Forrás: saját kutatás, 2023, N = 252

5.2. Befolyásoló tényezők

A következő részben kifejtem, hogy az egyes csoportosítási tényezők és az egyes vásárlási szokások és pénzügyi döntések vagy pénzügyi tudás forrásai között milyen összefüggések tapasztalhatóak. E célból szórás analízist végeztem ANOVA-tábla segítségével.

5.2.1. *Életkor, mint befolyásoló tényező*

Életkor kapcsán 4 darab kérdéskörben kaptam olyan eredményt, mely kimutatja, hogy biztos kapcsolat van az egyes csoportosítási ismérv és a kérdések között.

Az első ilyen a közelmúltban megugró infláció előtti árak változásaira való érzékenység. Kijelenthető, hogy a szignifikancia értéke alapján kapcsolat van az árérzékenység és az életkor vonatkozásában. Ha a válaszok átlagait megvizsgáljuk, láthatjuk, hogy a legjobban a 18-21 éves korosztály volt érzékeny az árakra, de a 22-25 éves korosztály is majdnem hasonló pontszámot ért el. Ez annak a jele, hogy felnőttkorunk korai éveiben

még elég alacsonyak bevételei forrásaink, ezáltal az árakra is inkább érzékenyek vagyunk, azonban ahogy nővünk felfelé, és bővülnek pénzügyi lehetőségeink, úgy válunk egyre rugalmasabbá az árak változásaink kapcsán.

2. Táblázat: Az életkor és az árérzékenység összefüggése

Forrás: saját kutatás, 2023, N=252

Jellemző		Átlag	Szórás	F	Sig.
A közelmúltban megugró infláció előtt mennyire volt érzékeny az árak változásaira?	18-21	2,581	0,915	3,231	0,023
	22-25	2,579	0,898		
	26-30	2,452	1,017		
	31-35	1,769	0,832		
	Total	2,516	0,932		

A következő két kategória, ahol kapcsolat mutatható ki az életkor és a kérdéskör között, az a zsebpénz kezelésével kapcsolatos. A szignifikancia szintek alapján itt is biztosan kijelenthető, hogy összefüggés van a zsebpénz elköltése kapcsán. Az átlagos pontszámok alapján elmondható, hogy a húszan évei elején járó korosztály inkább nagyobb dologra gyűjtött, ha kapott zsebpénzt, melyet a másik kérdésre adott válaszok is megerősítenek. A fentiekből is világosan kiderül, hogy a fiatalabb generáció már egy fokkal tudatosabban gondolkodik, már ha a zsebpénzről van szó, akkor is. Ez egy alapvetően jó tendencia, remélem, hogy a jövőbeni pénzügyeikkel is hasonlóan fognak bánni. Azt még érdemes lenne egy későbbi kutatás keretében megvizsgálni, hogy mi okozza a zsebpénz gyűjtögetését a fiatalabbak körében, vajon a szülők által adott összeg csökkent, vagy az árak emelkedése okozza a pénz megtartását.

3. Táblázat: Az életkor és a zsebpénz kezelésének összefüggése

Forrás: saját kutatás, 2023, N = 252

Jellemző		Átlag	Szórás	F	Sig.
Hogyan kezelte a zsebpénzét, ha kapott ilyet gyermekként? [Nagyobb dologra gyűjtött]	18-21	3,175	0,925	4,049	0,008
	22-25	2,970	1,083		
	26-30	2,524	1,087		
	31-35	2,462	1,391		
	Total	2,921	1,083		
Hogyan kezelte a zsebpénzét, ha kapott ilyet gyermekként? [Egyből elköltötte]	18-21	1,587	0,754	3,258	0,022
	22-25	1,724	0,913		
	26-30	2,119	1,194		
	31-35	2,077	1,188		
	Total	1,774	0,957		

Az utolsó összefüggést az életkor és a család vonatkozásában találtam. Az átlagok alapján kapott sorrend azt mutatja, hogy a 18-21 éves korosztály beszél otthon, családi körben legtöbbet pénzügyeiről, vagy részese egy ilyen témájú beszélgetésnek, és ahogy telnek az évek, ez az idő egyre jobban csökken. Ez betudható annak, hogy a húszas éveik felé a fiatalok nagy része elköltözik otthonról, ezáltal ritkább lesz a közvetlen kapcsolat a családdal, valamint már kialakul a saját elgondolásuk az alapvető pénzügyek kezeléséről, és csak a nagyon szükséges esetekben osztják meg gondolataikat vagy kérnek tanácsot családtagjaiktól.

4. Táblázat: Az életkor és a pénzügyi témák a családon belül összefüggése

Forrás: saját kutatás, 2023, N = 252

Jellemző		Átlag	Szórás	F	Sig.
Az alábbi helyeken beszéltek-e a pénzről, a megtakarításról vagy a befektetésekről? [Család]	18-21	3,444	0,799	3,816	0,011
	22-25	3,373	0,898		
	26-30	3,000	1,036		
	31-35	2,769	1,092		
	Total	3,298	0,925		

5.2.2. *Végzettség, mint befolyásoló tényező*

Iskolai végzettség kapcsán három témakörben találtam szignifikancia szint alapján összefüggést.

Ezek közül az elsőként kijelenthető, hogy a végzettség szintje és a között, hogy a munkahelyen mennyire esik szó a pénzről és a megtakarításokról, kimutatható kapcsolat van. Az átlagos pontszámok alapján elmondható, hogy legtöbbet a felsőfokú végzettséggel rendelkezők munkahelyén esik szó a pénzügyekről, ezt követi a sorban az alapfokú végzettséggel rendelkezők munkahelye. A legalacsonyabb pontszámot a középfokú végzettséggel rendelkezők adták, ennek oka az lehet, hogy ez a csoport még valószínűleg egyetemi tanulmányait folytatja, mely közben minimálisan van lehetőségük dolgozni, ezáltal a munkahelyi beszélgetések száma is korlátozott.

5. Táblázat: Az iskolai végzettség és a pénzügyi témák a munkahelyen összefüggése

Forrás: saját kutatás, 2023, N = 252

Jellemző		Átlag	Szórás	F	Sig.
Az alábbi helyeken beszéltek-e a pénzről, a megtakarításról vagy a befektetésekről? [Munkahely]	Alapfok	2,250	1,258	2,604	0,052
	Középfok	1,906	1,106		
	Felsőfok (BSc)	2,317	1,117		
	Felsőfok (MSc)	2,074	0,958		
	Total	2,099	1,109		

A következő kategória a pénzügyi szokásokra való hatás kapcsán mutatott szignifikáns összefüggést az iskolai végzettséggel. Itt speciálisan az anya által mutatott szokások és a pénzhez való hozzáállása mutatott egyezőséget. A leginkább meghatározónak a középfokú végzettséggel rendelkezők jelölték az édesanyjuktól látott attitűdöket, őket követik majdnem egyenlő átlag pontszámmal az egyetemi alap és mesterdiplomával rendelkezők. Ezen kapcsolta esetében is felmerül a kérdés, hogy vajon miért az édesanyák vannak meghatározóbb szerepben, ha a pénzügyekre kerül a sor. A pénzügyek mindennapi kezelése vagy pedig az egyedül nevelés miatt alakul ez így? Erre mindenképp kíváncsi lennék egy későbbi kutatás keretében.

6. Táblázat: Az iskolai végzettség és „anya” befolyása a pénzügyi szokásokra
összefüggése

Forrás: saját kutatás, 2023, N = 252

Jellemző		Átlag	Szórás	F	Sig.
Hogyan hatottak az alábbi személyek a pénzügyi szokásaira és a pénz kezeléséhez való hozzáállására? [Anya]	Alapfok	2,750	0,957	2,770	0,042
	Középfok	3,419	0,931		
	Felsőfok (BSc)	3,067	1,100		
	Felsőfok (MSc)	3,074	0,997		
	Total	3,226	1,022		

A végzettség kapcsán az utolsó szignifikancia szint alapján kijelenthető összefüggést az akciós termékek kapcsán találtam. Az átlagokból kiderül, hogy iskolázottsági szinttől függetlenül minden csoport fontosnak tartja, hogy a megugró infláció hatására alternatív megoldásként akciós termékeket vásároljon. A legmagasabb átlagértéket a középfokú végzettséggel rendelkezők adták, ők szeretnek a legjobban akciós termékeket vásárolni költségeik csökkentése érdekében, majd ezt követi az alapidiplomával rendelkezők csoportja, akik majdnem megegyező mértékben preferálják az akciós termékek vásárlását. Az opciót legkevésbé preferálók a mesterdiplomával rendelkező csoport, ez valószínűleg annak is köszönhető, mivel ők már végzettségüknek köszönhetően magasabb fizetésben részesülnek, ezáltal kevésbé kell odafigyelniük az árak változásaira, akkor is megengedhetik maguknak az adott terméket, ha az éppen nem akciós.

7. Táblázat: Az iskolai végzettség és az akciós termékek vásárlásának összefüggése

Forrás: saját kutatás, 2023, N = 252

Jellemző		Átlag	Szórás	F	Sig.
A közelmúltban megugró infláció hatására elkezdett-e alternatív megoldásokat keresni a költségek csökkentése érdekében? [Akciós termékek vásárlása]	Alapfok	3,500	1,000	2,592	0,053
	Középfok	3,615	0,600		
	Felsőfok (BSc)	3,596	0,661		
	Felsőfok (MSc)	3,222	0,974		
	Total	3,563	0,686		

5.2.3. *Nettó bevétel, mint befolyásoló tényező*

Az alábbi csoportosításban már jóval több egyértelmű összefüggést találtam szignifikancia szint vizsgálat alapján.

Az első kategóriában kimutatható volt, hogy a havi nettó bevétel és az utazásra költött összeg között összefüggés van, nyilván nem túl meglepő módon. Azonban érdemes megvizsgálni az elmúlt időszakban megugrott infláció előtti, valamint utáni állapotot és válaszokat. Mindkettő esetében egyébként biztos kapcsolat mutatható ki a kereset és az utazás között. A kapott átlagpontszámok összehasonlítása alapján az 500.000Ft-nál többől gazdálkodók költötték, és jelenleg is ők költik a legtöbbet az utazásra. Az őket követő réteg meglepően nem az eggyel lejjebb levő pénzsáv, hanem a 300.000 – 400.000Ft, közötti összegből gazdálkodók. Ez a csoport egyébként a jelenlegi válaszai alapján majdnem ugyan annyit költ arányaiban utazásra, mint a legfelső kategória válaszadói. Kiemelendő még, hogy a 100.000-200.000 Ft közötti összegből élők is arányaiban többet költenek utazásra, mint amire számítanánk. Ennek okait nem tudjuk most kimutatni, de érdemesnek tartottam kihangsúlyozni.

8. Táblázat: A havi nettó bevétel és az utazási kiadások összefüggése

Forrás: saját kutatás, 2023, N = 252

Jellemző		Átlag	Szórás	F	Sig.
Melyik kategóriába tartozó termékekre költött a közelmúltban megugró infláció előtt? [Utazás]	0-100.000	2,095	0,801	2,831	0,017
	100.001-200.000	2,239	0,766		
	200.001-300.000	2,098	0,735		
	300.001-400.000	2,548	0,961		
	400.001-500.000	2,368	0,831		
	500.001-	2,581	0,848		
	Total	2,258	0,828		
Melyik kategóriába tartozó termékekre költ többet a közelmúltban megugró infláció hatására? [Utazás]	0-100.000	1,798	0,803	2,492	0,032
	100.001-200.000	2,000	0,989		
	200.001-300.000	1,732	0,807		
	300.001-400.000	2,161	1,003		
	400.001-500.000	1,947	0,848		
	500.001-	2,323	0,909		
	Total	1,944	0,895		

Hasonlóan a fentebb említett kategóriához, egy másik csoportra is elfogadhatónak bizonyult a szignifikancia szint alapján az összefüggés, ez pedig nem más, mint a ruhaneműkre és cipőre költött összeg.

A közelmúltban megugró infláció előtti költségekre adott válaszok mutattak kapcsolatot, azonban az átlagpontszámok itt sem teljesen úgy alakultak, ahogy azt alapvetően gondolnánk. Arányaiban legtöbbször a 300.000 - 400.000Ft közötti havi bevételből gazdálkodók költik ruhára, őket pedig a sorban az egyel magasabb kategóriában levők követik. Ezek után azonban nem a még magasabb kategóriában levők következnek, hanem a 100.000 – 200.000Ft-ból gazdálkodók, mely számomra határozott meglepetés. Itt talán arra tudok gondolni, hogy ezen csoport tagjainak nem feltétlenül szükséges önmaguk eltartása, még otthon élnek, így lehetőségük nyílik arra, hogy bevételeik nagy részét ruhaneműre és cipőre költsék. Ezen gondolatmenetet talán részben megerősíti az előző részben tárgyalt kimagasló utazásra való költés.

9. Táblázat: A havi nettó bevétel és a ruházkodási kiadások összefüggése

Forrás: saját kutatás, 2023, N = 252

Jellemző		Átlag	Szórás	F	Sig.
Melyik kategóriába tartozó termékekre költött a közelmúltban megugró infláció előtt? [Ruhanemű és cipők]	0-100.000	2,310	0,711	3,460	0,005
	100.001-200.000	2,609	0,714		
	200.001-300.000	2,415	0,670		
	300.001-400.000	2,871	0,670		
	400.001-500.000	2,684	0,820		
	500.001-	2,355	0,915		
	Total	2,484	0,755		

A következő részben egy igazán érdekes kérdéskör mutatott összefüggést a nettó bevételekkel. Ez a kérdés az infláció hatására hozott vásárlási szokások változtatásaira kérdezett rá. A kapott válaszok alapján a legnagyobb váltakoztatásokra a korábbi két bekezdésben bővebben is taglalt 100.000- 200.000Ft közötti összegből gazdálkodók kényszerültek. A négyes skálán ők 3,1-es átlagértéket produkáltak, mely kimagasló így ebből arra következtethetünk, hogy valóban drasztikus lépésekre szánták el magukat az elszabaduló árak miatt. A 0-100.000Ft-os kategória szereplőinél egy fokkal több változtatást eszközöltek a 200.000-300.000Ft havi összegből gazdálkodók. Itt is természetesen elmondható, hogy valamennyire megfigyelhető egyfajta tendencia azt

illetően, hogy az alacsonyabb havi bevétellel rendelkezők inkább kényesek az árak mozgásaira, a valamelyes jobb anyagi helyzetben levőknek kevesebb változtatást kell eszközölni akár egy ilyen kiemelkedő inflációs helyzetben.

10. Táblázat: A havi nettó bevétel és a vásárlási szokások változásának összefüggése

Forrás: saját kutatás, 2023, N = 252

Jellemző		Átlag	Szórás	F	Sig.
A közelmúltban megugró infláció hatására mennyire változtatta meg vásárlási szokásait?	0-100.000	2,905	0,688	3,258	0,007
	100.001-200.000	3,109	0,640		
	200.001-300.000	3,024	0,790		
	300.001-400.000	2,806	0,703		
	400.001-500.000	2,842	0,688		
	500.001-	2,484	0,811		
	Total	2,893	0,731		

A következő két kategória, ahol kapcsolat mutatható ki egy olyan, amelyet már az életkor kapcsán is vizsgáltunk, a zsebpénz kezelésével kapcsolatos. A szignifikancia szintek alapján itt is biztosan kijelenthető, hogy összefüggés van a zsebpénz elköltése kapcsán. Az átlagos pontszámok alapján elmondható, hogy a csoport közepén elhelyezkedők, a 200.000-300.000Ft és a 300.000-400.000Ft közötti havi nettó bevételből gazdálkodók szinte megegyező mértékben gyűjtögették kapott zsebpénzüket. Az őket takarékoságban a sorban a 0-100.000Ft-os kategória tagjai követik. A másik kérdésre adott válaszok, mely arra vonatkozott, hogy egyből elköltötte-e zsebpénzét, ha kapott nem teljesen mutatnak átfedést az előzővel, az azonban tisztán látszik, hogy a jelenleg 500.000Ft-nál többet keresők abszolút nem voltak gyűjtögető, takarékoskodó típusok. A leginkább pénzére vigyázónak itt az átlagpontszámok alapján a 400.000-500.000Ft havi bevételből gazdálkodók bizonyultak.

11. Táblázat: A havi nettó bevétel és a zsebpénz kezelésének összefüggése

Forrás: saját kutatás, 2023, N = 252

Jellemző		Átlag	Szórás	F	Sig.
Hogyan kezelte a zsebpénzét, ha kapott ilyet gyermekként? [Nagyobb dologra gyűjtött]	0-100.000	3,012	1,024	2,861	0,016
	100.001-200.000	2,891	1,016		
	200.001-300.000	3,122	1,166		
	300.001-400.000	3,129	1,024		
	400.001-500.000	2,842	1,167		
	500.001-	2,290	1,071		
	Total	2,921	1,083		
Hogyan kezelte a zsebpénzét, ha kapott ilyet gyermekként? [Egyből elköltötte]	0-100.000	1,667	0,797	3,731	0,003
	100.001-200.000	1,739	0,801		
	200.001-300.000	1,537	0,745		
	300.001-400.000	2,129	1,258		
	400.001-500.000	1,474	0,772		
	500.001-	2,258	1,316		
	Total	1,774	0,957		

Az általános kérdőív kiértékelésben már kitértünk arra, hogy mely csoportban esik szó legtöbbször a pénzügyekről, és mely személy vagy személyek azok, akik a legnagyobb hatással voltak a megkérdezett személyek pénzügyi szokásaira. Ott az édesanyák és a család került kiemelésre, most a munkahely és a kollégák kerülnek fókuszba. Szignifikancia szint alapján kimondható, hogy a havi nettó bevétel és a munkahelyi pénzügyi befolyás között kapcsolat van. A legtöbbet a több mint 500.000Ft fizetéssel rendelkezők munkahelyén esik szó a pénzről és a pénzügyi helyzetről, míg a legkevésbé a skála másik végén elhelyezkedő, a 0-100.000Ft bevételű kategória tagjaira jellemző, hogy ilyesfajta beszélgetésekbe bonyolódniuk. Ez annak is betudható, hogy valószínűleg ezen csoport tagjai közül kevesen dolgoznak, inkább szülők által vagy ösztöndíjakkal szerzik meg ezt az összeget.

A munkatársak befolyása a pénzügyekre szintén a legfelső bevételi kategória tagjaira igaz, valószínűleg itt már befektetési tanácsokat is megosztanak egymással a kollégák, nem alapvető pénzgazdálkodással kapcsolatos kérdések megválaszolása a cél. A többi kategóriáról elmondható, hogy szinte nagyjából megegyező mértékben befolyásolják őket a munkatársak által megosztott pénzügyi tanácsok, információk, a legkevésbé befolyásolt csoport itt is a legkisebb bevételű, 0-100.000Ft-ból gazdálkodó fiatalok, és itt

is valószínűnek tartom, hogy a fent említett indokok, a munkahely hiánya miatt ilyen alacsony náluk az átlagszám.

12. Táblázat: A havi bevétel és a pénzügyi témák a munkahelyen összefüggése

Forrás: saját kutatás, 2023, N = 252

Jellemző		Átlag	Szórás	F	Sig.
Az alábbi helyeken beszéltek-e a pénzről, a megtakarításról vagy a befektetésekről? [Munkahely]	0-100.000	1,643	0,990	5,751	0,000
	100.001-200.000	2,065	1,104		
	200.001-300.000	2,463	1,227		
	300.001-400.000	2,452	1,121		
	400.001-500.000	2,158	0,898		
	500.001-	2,516	0,962		
	Total	2,099	1,109		
Hogyan hatottak az alábbi személyek a pénzügyi szokásaira és a pénz kezeléséhez való hozzáállására? [Munkatársak]	0-100.000	1,548	0,842	2,329	0,043
	100.001-200.000	1,783	0,964		
	200.001-300.000	1,805	1,054		
	300.001-400.000	1,677	0,945		
	400.001-500.000	1,737	0,872		
	500.001-	2,194	0,873		
	Total	1,742	0,932		

A munkatársak befolyása a pénzügyekre szintén a legfelső bevételi kategória tagjaira igaz, valószínűleg itt már befektetési tanácsokat is megosztanak egymással a kollégák, nem alapvető pénzgazdálkodással kapcsolatos kérdések megválaszolása a cél. A többi kategóriáról elmondható, hogy szinte nagyjából megegyező mértékben befolyásolják őket a munkatársak által megosztott pénzügyi tanácsok, információk, a legkevésbé befolyásolt csoport itt is a legkisebb bevételű, 0-100.000Ft-ból gazdálkodó fiatalok, és itt is valószínűnek tartom, hogy a fent említett indokok, a munkahely hiánya miatt ilyen alacsony náluk az átlagszám.

Az egyik hipotézisem az volt, hogy a nettó havi bevétel növekedésével nő a hosszú távú befektetésére fordított figyelem is. Nos ezt meg is vizsgálhatjuk a következő szekcióban, mivel a szignifikancia szint alapján biztos kapcsolat van a hosszú távú pénzügyi döntések és a növekvő fizetés között. Az átlagpontszámokat megvizsgálva pedig kijelenthetjük, hogy egy kisebb eltéréstől eltekintve növekvő tendenciát mutat a befektetések keresésére és nyitására való hajlam. Az eltérést a két legalsó, legkevesebb havi bevételből

gazdálkodó csoport között figyelhetjük meg, itt talán szintén az lehet az indok, hogy a 0-100.000Ft-ból költők esetében nem munkából származik az összeg, és nem alapvető dolgokra fordítják ezt az összeget, így képesek félre is tenni, míg a következő csoport már nagyobb eséllyel munkából keresi meg az összeget, viszont azt az adott hónapban el is költi, nincs esélye megtakarításokba fektetni.

13. Táblázat: A havi nettó bevétel és a hosszútávú befektetések összefüggése

Forrás: saját kutatás, 2023, N = 252

Jellemző		Átlag	Szórás	F	Sig.
Milyen intézkedéseket tett az infláció hatása ellen? [Hosszú távú megoldások (pl. infláció követő befektetések, részvények vásárlása)]	0-100.000	1,536	0,950	3,975	0,002
	100.001-200.000	1,478	0,809		
	200.001-300.000	1,634	0,888		
	300.001-400.000	1,839	1,068		
	400.001-500.000	1,895	1,150		
	500.001-	2,355	1,226		
	Total	1,706	1,014		

Az viszont mindenképpen kiemelendő, és jó látni, ahogyan a fiataloknak esélyük nyílik a havi kiadásaik mellett félre is tenni a fizetésükből, egyre tudatosabban kezdenek el gondolkodni hosszú távon is, és egy ilyen kiemelt pénzromló esetben nem a folyószámlájukon vagy készpénzben tárolják megtakarításaikat, hanem infláció követő, vagy legalább részben jobban kamatozó befektetések után néznek.

A havi nettó bevétel kapcsán az utolsó szignifikancia szint alapján kijelenthető összefüggést az alternatív megoldások kapcsán találtam. Itt két alcsoportban is kapcsolat volt kimutatható, egyik a használt termékek vásárlásánál, másik pedig a vásárlások mennyiségének csökkentésénél. A 100.000-200.000Ft közötti fizetésből gazdálkodóknál volt a legmagasabb az átlagpontszám, ők valószínűleg már a fent említett okok miatt előzik meg a legkevesebb bevételből élőket, számukra fontos az önfenntartás, erre fordítanak, így kipróbálnak másfajta lehetőségeket is a költségek csökkentése érdekében. Ez alapján a táblázat alapján is elmondható, hogy a nagyobb bevételű egyének kevésbé kényszerülnek ilyenfajta költségfaragó módszerek bevetésére.

A bevásárlások mennyiségének csökkentése a kapott válaszok alapján szinte minden csoportban egyfajta gyakorlattá vált. Ezt a megoldást legkevésbé alkalmazók a 400.000-

500.000Ft közötti összegből gazdálkodók. Természetesen a két legkimagaslóbb értéket továbbra is a skála alján lehelyezkedő, alacsony bevételű személyek adták, feltehetően nekik kényszerből is alkalmazniuk kell néha ezt a módszert. Számomra meglepő, hogy az 500.000Ft-nál több fizetésből gazdálkodók is kimagasló értéket produkáltak, mely arra enged következtetni, hogy azért, ha bár a többi táblázat alapján ők kevésbé érzékenyek az árak változásaira, ettől függetlenül érzékelik a kimagasló infláció hatásait, és maguk is próbálnak valahogy igazodni ehhez.

14. Táblázat: A havi nettó bevétel és a költségcsökkentő megoldások összefüggése

Forrás: saját kutatás, 2023, N = 252

Jellemző		Átlag	Szórás	F	Sig.
A közelmúltban megugró infláció hatására elkezdett-e alternatív megoldásokat keresni a költségek csökkentése érdekében? [Használt termékek vásárlása]	0-100.000	2,417	1,044	2,629	0,025
	100.001-200.000	2,674	1,034		
	200.001-300.000	2,585	1,224		
	300.001-400.000	2,516	1,235		
	400.001-500.000	2,000	1,000		
	500.001-	1,903	1,106		
	Total	2,409	1,120		
A közelmúltban megugró infláció hatására elkezdett-e alternatív megoldásokat keresni a költségek csökkentése érdekében? [Kevesebb bevásárlás]	0-100.000	2,702	1,015	2,449	0,034
	100.001-200.000	2,848	0,918		
	200.001-300.000	2,561	1,097		
	300.001-400.000	2,484	1,061		
	400.001-500.000	1,947	1,026		
	500.001-	2,452	1,091		
	Total	2,591	1,043		

5.2.4. Vásárlás gyakorisága, mint befolyásoló tényező

Az alábbi részben azokat a kérdésköröket mutatom be, melyek kapcsolatot mutatnak azzal, hogy a válaszadó személyek milyen gyakran járnak bevásárolni.

Az első csoportosításban a közelmúltban megugró inflációt megelőzően, és jelenlegi élelmiszerköltségek esetében mutatott kapcsolatot a szignifikancia szint elemzés. A kapott adatok alapján kijelenthető, hogy azok, akik napi rendszerességgel járnak bevásárolni, nagy részét pénzüiknek élelmiszerekre költötték az inflációs időszakot megelőzően, és jelenleg is az egyik élelmiszerre legtöbbet költők közé tartoznak. Az is megfigyelhető, hogy egyfajta tudatosság is van abban, hogy valaki csak heti egyszer jár bevásárolni, valószínűleg ők már egy előre megalkotott listával mennek, míg a napi szinten vásárlók inkább csak az emlékezetükre hagyatkoznak.

15. Táblázat: A vásárlás gyakorisága és az élelmiszerre költés összefüggése

Forrás: saját kutatás, 2023, N = 252

Jellemző		Átlag	Szórás	F	Sig.
Melyik kategóriába tartozó termékekre költött a közelmúltban megugró infláció előtt? [Élelmiszerek]	Napi rendszerességgel	3,471	0,563	4,000	0,008
	Hetente többször	3,303	0,574		
	Hetente egyszer	3,068	0,553		
	Havonta egyszer	3,250	0,957		
	Total	3,270	0,584		
Melyik kategóriába tartozó termékekre költött a közelmúltban megugró infláció hatására? [Élelmiszerek]	Napi rendszerességgel	3,559	0,561	7,497	0,000
	Hetente többször	3,581	0,521		
	Hetente egyszer	3,220	0,721		
	Havonta egyszer	2,750	1,258		
	Total	3,480	0,615		

A következő kérdés, ahol összefüggést mutathatunk ki, a zsebpénz kezelésével kapcsolatos. Az átlagpontszámok alapján kijelenthetjük, hogy aki napi rendszerességgel jár bevásárolni, az gyermekkorában inkább a gyűjtögetős csoportba tartozott, míg aki havonta csak egyszer jár bevásárolni, az gyermekkorában inkább elköltötte a kapott összeget, nem vágyott valami nagyobb dologra. Ez számomra meglepetés, én azt vártam

volna, hogy a bevásárlások ritkulásával egyenes arányosságban nő a megfontolt költekezés, de ezek szerint ez pont, hogy fordított arányban van.

16. Táblázat: A vásárlás gyakorisága és a zsebpénz kezelésének összefüggése

Forrás: saját kutatás, 2023, N = 252

Jellemző		Átlag	Szórás	F	Sig.
Hogyan kezelte a zsebpénzét, ha kapott ilyet gyermekként? [Nagyobb dologra gyűjtött]	Napi rendszerességgel	3,118	1,094	3,706	0,012
	Hetente többször	3,013	1,044		
	Hetente egyszer	2,644	1,110		
	Havonta egyszer	1,750	0,957		
	Total	2,921	1,083		

A vásárlás gyakorisága egy, már az általános értékelésben is kifejtett kérdéskör kapcsán is részletesen felmerül. Az alábbi részben a munkahely, az iskola és a család körében megosztott pénzügyi információk, beszélgetések mutattak kapcsolatot a vásárlások intenzitásával. Egy kivételtől eltekintve kijelenthető, hogy mindhárom helyen jellemző, hogy azok beszélnek többet pénzügyeikről, akik napi szinten látogatják a boltokat, és az ilyesfajta témák felbukkanásának esélye egyenes arányosságban csökken a vásárlások ritkulásával. Ennek oka egy részről lehet az is, hogy az adott személyek, akik napi szinten vásárolnak, hajlandóbbak megosztani effajta tapasztalataikat, számukra nem tabu ez a dolog, vagy igényt is éreznek ezen dolgok megvitatására. Azok, akik inkább kevesebbszer járnak boltba, valószínűleg egyrészt kevesebbszer találkoznak az említett csoportok más tagjaival, vagy már egy kialakult képük van a pénzügyek kezeléséről, és nem tartják fontosnak ezeket a gondolatokat másokkal megosztani.

17. Táblázat: A vásárlás gyakorisága és a pénzügyek megvitatási helyének összefüggése

Forrás: saját kutatás, 2023, N = 252

Jellemző		Átlag	Szórás	F	Sig.
Az alábbi helyeken beszéltek-e a pénzről, a megtakarításról vagy a befektetésekről? [Munkahely]	Napi rendszerességgel	2,618	1,181	3,522	0,016
	Hetente többször	2,071	1,111		
	Hetente egyszer	1,864	0,973		
	Havonta egyszer	2,250	1,258		
	Total	2,099	1,109		
Az alábbi helyeken beszéltek-e a pénzről, a megtakarításról vagy a befektetésekről? [Iskola]	Napi rendszerességgel	2,441	1,260	3,404	0,018
	Hetente többször	2,045	1,034		
	Hetente egyszer	1,746	0,801		
	Havonta egyszer	2,000	0,816		
	Total	2,028	1,031		
Az alábbi helyeken beszéltek-e a pénzről, a megtakarításról vagy a befektetésekről? [Család]	Napi rendszerességgel	3,647	0,734	5,903	0,001
	Hetente többször	3,342	0,871		
	Hetente egyszer	3,068	1,032		
	Havonta egyszer	2,000	1,155		
	Total	3,298	0,925		

Hasonlóan a fentebb említett kategóriához, egy másik csoportra is elfogadhatónak bizonyult a szignifikancia szint alapján az összefüggés, ez pedig nem más, mint a rövidtávú megoldások választása a megugró infláció hatására.

Az alábbi táblázatban jól látható, hogy akik naponta járnak bevásárolni, inkább az ilyesfajta megoldásokat választották, valószínűsíthetőnek tartom, hogy ezen csoport tagjai inkább kisebb havi bevételből gazdálkodnak. A bevásárlások ritkulásával a spórolás, és az egyéb rövidtávú megoldások is kevésbé tűnnek jó gyakorlatnak.

18. Táblázat: A vásárlás gyakorisága és a rövidtávú megoldások összefüggése

Forrás: saját kutatás, 2023, N = 252

Jellemző		Átlag	Szórás	F	Sig.
Milyen intézkedéseket tett az infláció hatása ellen? [Rövid távú megoldások (pl. spórolás, költségterv készítése)]	Napi rendszerességgel	3,206	0,914	3,979	0,009
	Hetente többször	2,981	1,010		
	Hetente egyszer	2,864	0,899		
	Havonta egyszer	1,500	0,577		
	Total	2,960	0,985		

A szórakozás és hobbik feladása mindenkinek egy nehéz döntés, ha választani kell, hogy életünk melyik szegmensére költünk kevesebbet. Szignifikancia szint alapján kapcsolat van a bevásárlások intenzitása és a hobbik feladása között, azonban az átlagszámok alapján nem olyan arányban, ahogy azt elsőre gondolnánk. A legtöbben hobbijukat a havonta egyszer bevásárlók adták fel, őket követték azok, akik heti szinten többször látogatják az üzletközpontokat. A másik két csoport is részben kényszerült szabadidős tevékenységei pénzügyi forrásainak beszűkítésére, de közel nem akkora mértékben, mint a többiek. Ezek alapján azt mondanám, hogy akik csak havi egyszer járnak bevásárolni, inkább pontosan összeszedik, mire van szükségük, és az alapján be is osztják a hónapban a vásároltakat, és ha arra van szükség, a kiadások csökkentésének más formáitól se riadnak vissza.

19. Táblázat: A vásárlási gyakoriság és a hobbik feladásának összefüggése

Forrás: saját kutatás, 2023, N = 252

Jellemző		Átlag	Szórás	F	Sig.
A közelmúltban megugró infláció hatására elkezdett-e alternatív megoldásokat keresni a költségek csökkentése érdekében? [Szórakozás és Hobbik feladása]	Napi rendszerességgel	1,941	0,952	2,849	0,038
	Hetente többször	2,303	0,989		
	Hetente egyszer	1,983	0,861		
	Havonta egyszer	2,750	1,258		
	Total	2,187	0,970		

Az utolsó rész, ahol kapcsolatot találtam a vásárlási gyakoriság és a kérdések között, az az alternatív költségcsökkentő módszerek terén volt, az akciós termékek vásárlásánál és az olcsóbb termékek választásánál. Itt nagyon szépen megfigyelhető, hogy a napi rendszerességgel vásárlók odafigyelnek az akciós termékekre, valamint előszeretettel választják az olcsóbb termékeket. Kiemelném azt is, hogy ők azok a csoport, akik inkább értesülhetnek, és könnyedén kihasználhatják az akciókat, mivel minden nap vásárolnak. A heti többször vagy heti egyszer boltba járók már kevésbé figyelik ezeket a termékeket, nekik kevesebb esélyük is van ezeket az akciókat kihasználni, valamint ők inkább magasabb összegből gazdálkodhatnak.

Számomra az meglepő, hogy a havi egyszer bevásárlók inkább feladják szórakozási formáikat és hobbijukat, minthogy az akciós termékeket vagy az olcsóbbakat válasszák boltok polcairól.

20. Táblázat: A vásárlási gyakoriság és költségcsökkentő megoldások összefüggése

Forrás: saját kutatás, 2023, N = 252

Jellemző		Átlag	Szórás	F	Sig.
A közelmúltban megugró infláció hatására elkezdett-e alternatív megoldásokat keresni a költségek csökkentése érdekében? [Akciós termékek vásárlása]	Napi rendszerességgel	3,706	0,579	8,169	0,000
	Hetente többször	3,639	0,623		
	Hetente egyszer	3,373	0,740		
	Havonta egyszer	2,250	1,258		
	Total	3,563	0,686		
A közelmúltban megugró infláció hatására elkezdett-e alternatív megoldásokat keresni a költségek csökkentése érdekében? [Olcsóbb termékek választása]	Napi rendszerességgel	3,441	0,860	5,882	0,001
	Hetente többször	3,406	0,803		
	Hetente egyszer	3,203	0,846		
	Havonta egyszer	1,750	1,500		
	Total	3,337	0,857		

6. ÖSSZEFOGLALÁS

Az elmúlt időszak kiemelkedő inflációja mindenkire nagy nyomást helyezett. Az élelmiszerárak az égbe szöktek, de a többi termék és szolgáltatás is jelentősen drágult. Ebben a gazdasági helyzetben az éppen csak felnőttkorba lépett korosztálynak, igazán kihívást jelentő, hogy az esetenként nagyon minimális havi bevételből minden kiadásukat fedezzék.

A szakirodalmi részben kitekintést tettem arra, hogy jelenleg Magyarországon milyen a pénzügyi műveltség, és jelenleg a magyar fiatalok milyen szinten állnak pénzügyi műveltség, tudás terén. Sajnos kijelenthető, hogy továbbra is az oktatásban nagyobb hangsúlyt kellene helyezni a gyermekek és kamaszok pénzügyi edukációjára, hogy a saját, önálló életük megkezdésénél felmerülő pénzgazdálkodási problémák könnyebben kiküszöbölhetőek legyenek.

A szakirodalomban kifejtett pénzügyi befolyásoló tényezőket megerősítve én is hasonló eredményeket kaptam. A család, mint csoport az egyik legmeghatározóbb a fiatalok pénzről alkotott képében, itt tudják megbeszélni a leginkább az ebben a témakörben felmerülő problémáikat, és feltenni kérdéseiket. A befolyásoló személynél, számomra meglepő eredmény született, a válaszadók kiemelkedő többsége az édesanyját jelölte meg, mint pénzügyi gondolkodására leginkább befolyással levő egyént. Valószínűleg ez annak tudható be, hogy az anyukák sokszor a családi kassza fő kezelői, ők intézik a bevásárlásokat és az egyéb jellegű vásárlásokat, így ők vannak tisztában azzal, hogy mire elég az adott összeg, és hogyan kell azt jól beosztani egy hónapra.

Kérdőívem általános kiértékeléséből kiderült, hogy arányaiban nem igazán változott a fiatalok költési szokásai, talán annyi érzékelhető, hogy a megnövekedett élelmiszerárak miatt többet költenek élelmiszerre. Az tisztán kimutatható volt, hogy a válaszadók nagyobb része elkezdte az akciós és olcsóbb termékeket preferálni, mely saját tapasztalataimmal is egybe esik, jómagam is sokszor tapasztalom, hogy inkább ezen termékeket preferálok.

Azt is megtudhattuk, hogy a 18-35 év közötti generáció inkább a rövidtávú megoldásokat részíti előnyben, erre természetesen behatással van az, hogy nagy részük alacsony havi bevétellel rendelkezik, melyből kevés esetben képesek megtakarításokat képezni.

A vásárlási szokásokat befolyásoló attitűdök érdekes dolgokra világítottak rá. Ennek kapcsán három hipotézist fogalmaztam meg.

Az első, mely azt állította, hogy a felnőttkor küszöbét épphogy csak átlépett (18-21 év) korosztály kevésbé figyel a hosszú távú megtakarításokra, nem tudom sem elfogadni, sem elvetni, mivel erre pontosan mutató információ nem érkezett. Azt illetően kaptam információt, hogy a fiatalok hogyan kezelték gyermekkorukban a zsebpénzüket, de ebből sajnos következtetést erre a hipotézisre nem lehet levonni.

A következő hipotézisem az alábbi volt: Akik gyakrabban vásárolnak, azok kevésbé figyelnek a megtakarításaikra. Ezt a hipotézist sajnos el kell, hogy utasítsam, mivel a kiértékelt válaszok azt mutatják, hogy ez pont fordítottn igaz. A napi rendszerességgel vásárlók nagyobb mértékben választottak rövidtávú spórolási/költségcsökkentő megoldásokat, mint azok, akik ritkábban látogatják a boltokat. Számomra ez meglepetést okozott, egyáltalán nem számítottam erre az eredményre.

A harmadik hipotézisem pedig az volt, hogy a havi nettó bevétel növekedésével nő a hosszú távú befektetésre fordított figyelem is. Ezt a hipotézist teljes mértékben el tudom fogadni, a szignifikancia szint alapján is kapcsolat mutatható ki a havi bevétel és a hosszú távú pénzügyi döntések között, és az átlagpontoszámok alapján is megerősíthető, hogy a bevételek növekedésével egyre inkább keresik az inflációkövető, vagy valamilyen mértékben kompenzáló befektetéseket a fiatalok.

Hipotéziseimet általános vélekedések, és saját tapasztalataim mentén tűztem ki, így határozottan meglepetést okozott számomra, hogy két hipotézisem kapcsán is más eredményt kaptam, mint amire számítottam. Az mindenképpen megfigyelhető, hogy a fiatal generációnak már van egy alap pénzügyi tudása, melyre alapozni is tud, és nem feltétlenül csak és kizárólag az adott pillanat adta lehetőségekkel él. Ezt a tényt megerősíti az is, hogy a zsebpénz kapcsán a többség inkább nagyobb dolgokra gyűjtött, mintsem, hogy azonnal elköltse.

A vásárlás gyakorisága kapcsán érdekes, hogy azon csoport tagjai, akik napi szinten látogatják a boltokat, inkább figyelnek költségeikre. Egy későbbi kutatás keretében érdemes lenne megvizsgálni, hogy amennyiben a vásárlások intenzitását csökkentjük, képes-e a fogyasztó ugyan olyan mértékben odafigyelni az akciós termékek változásaira, valamint a kiadásainak minimalizálására.

A jövőre vonatkozóan azt is megvizsgálnám, hogy az anyák szerepe a pénzügyi viselkedésben miért ilyen magas. Amennyiben ez általánosan egy meghatározó tényező az felnövő generációk életében, úgy kiemelt figyelmet kellene fordítani az anyák, valamint általánosságban a szülők pénzügyi edukációjára is. Nagyon sok múlik a családi háttéren, és amennyiben ez az elsődleges minta nem megfelelő, vagy előzetes edukáció hiányában nem kielégítő, úgy az az adott fiatal egész életére hatással lehet.

A szakirodalmi részben kitekintést tettem az online kereskedelem inflációra való hatásaira is. Ennek kapcsán is felmerült bennem egy következő kutatásban kifejthető téma, mely az online kereskedelem veszélyeit, és a fogyasztók tudatosságát vizsgálhatná a virtuális piacokon. Egyre nagyobb és nagyobb teret nyer az online vásárlás, lassan bármilyen cikket beszerezhetünk az internet segítségével, így a fogyasztói oldalról is érdemes felkészültnek lenni az esetleges veszélyek tekintetében. Ez a fajta tudás hasonlóan fontos, mint az eddigiekben taglalt pénzügyi magatartás és kultúra.

A szakirodalomból az is kiderült, hogy sajnos napjainkban is a pénzügyi alapismereteket valamely tárgy keretében oktatják, nem különálló tárgyként. Ez, valamint az, hogy adott esetben nem a való élethez kapcsolódó információkat kapnak a diákok, nehezíti az általános tudás bővítését. Úgy gondolom, hogy az alábbi ötletek segíthetnének a fiatalok pénzügyi kultúrájának fejlesztésében:

- A kormánynak és a civil szervezeteknek ösztönöznie kell a pénzügyi tanácsadás elérhetőségét a fiatalok számára. A pénzügyi tanácsadók segíthetnek a fiataloknak abban, hogy megértsék a pénzügyi lehetőségeiket és meghozzák a legjobb döntéseket.
- A pénzügyi játékok és versenyek szórakoztató és interaktív módot kínálnak a fiatalok számára, hogy tanuljanak a pénzügyekről.

- A pénzügyi rendezvények és kampányok segíthetnek a fiataloknak abban, hogy felhívják a figyelmet a pénzügyek fontosságára.

Úgy gondolom, hogy bár Magyarország a pénzügyi műveltség terén csak átlag alatti eredményeket ért el, a magyar fiatalok felkészültebbek, és nagyobb tudással rendelkeznek már, mint az őket megelőző generációk. Ez a fajta tudás pedig már egy jó talaj ahhoz, hogy a jövővel kapcsolatos döntések meghozatalánál a legmegfelelőbbet válasszák, és ezzel biztosítsák gyermekeik, unokáik jövőjét. Bízom benne, hogy az általános pénzügyi kultúra az állam és a közoktatás, valamint a szülők hathatós segítségével egyre nőni fog, és mindannyian egy pénzügyileg stabilabb országban élhetünk.

IRODALOMJEGYZÉK

1. Bareith T.–Varga J. (2022) Az inflációs célt követő rendszer hozzájárulása az infláció mérsékléséhez Magyarországon. Közgazdasági Szemle, LXIX. Évf., 2022. szeptember (989–1008. O.)
2. <https://bankmonitor.hu/inflacio/> (Utolsó letöltés 2023.10.17)
3. Bárczi J. – Zéman Z. (2015) A pénzügyi kultúra és annak anomáliái. Polgári Szemle · 11. évfolyam 1–3. szám
4. Bánfi T. (1977) „Az infláció eredetéről.” Pénzügyi Szemle 1977/3
5. Béres, A. (2013) A pénzügyi kultúra – mi is ez valójában? Pénzügyi Szemle online, június 20.
http://real.mtak.hu/154859/1/A%20p%C3%A9nz%C3%BCgyi%20kult%C3%BAra%20-%20mi%20is%20ez%20val%C3%B3j%C3%A1ban_%20-%20P%C3%A9nz%C3%BCgyi%20Szemle%20foly%C3%B3irat.pdf (Utolsó letöltés 2023.10.17)
6. Bródy L. – Pósfai Zs. (N.A.) A háztartások eladósodása Magyarországon. Periféria Tanulmányok / Periféria Working Papers 2. kötet
7. Csiszárík-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.,
8. Csorba L. (2020) Pénzügyi kultúra és pénzügyi műveltség, a pénzügyi magatartás meghatározó tényezői. Pénzügyi Szemle 2020/1 pp. 67-82.
9. EVERFI. (2013) The Role of Parents in Shaping Teens' Financial Literacy. US: EVERFI
10. EVERFI (2016) Understanding Family Financial Capability, A Financial Education Survey of Parents and Kids.
https://info.everfi.com/rs/410-YCZ-984/images/FamilyFinancialCapability_Whitepaper10_14.pdf (letöltve: 2023.10.30)
11. https://gkid.hu/wp-content/uploads/GKID-MC_DKK-publikus-riport-2023-I.pdf (Utolsó letöltés 2023.10.17)
12. Hajnal M. – Várhegyi J. (2016) Infláció, Magyar Nemzeti Bank Oktatási Füzetek 1. szám,

13. <http://www.mnb.hu/letoltes/mnb-oktatasi-fuzetek-inflacio-2016majus.pdf>
(Utolsó letöltés 2023.10.17)
14. Hung, A. A. - Parker, A. M. - Yoong, J. K., (2009) Defining and Measuring Financial Literacy, hely nélk.: RAND.
15. Huzdik K. - Béres D. - Németh E. (2014) Pénzügyi kultúra versus kockázatvállalás empirikus vizsgálata a felsőoktatásban tanulóknál, Pénzügyi Szemle 2014/4 pp 476-488
16. Kiss T. (2022) Az infláció hatása a magánjogi jogviszonyokra. Debreceni Jogi Műhely, 2022. évi (XIX. évfolyam) 3-4. szám (2023. március 31.)
17. Kovács Z. – Törőné A. (2022) Pénzügyi és öngondoskodási ismeretek a magyar középiskolák végzős osztályaiban 2021-ben. Nemzetközi tudományos konferencia a Magyar Tudomány Ünnepe alkalmából, Konferenciakötet, Sopron.
18. http://publicatio.uni-sopron.hu/2658/1/MTU_2022_Conf_Proceedings_SOE_LKK_s4b_Kovacs_Dunay.pdf (Utolsó letöltés 2023.10.17)
19. Kovács, L. (2015) A pénzügyi kultúra kutatása és aktuális feladataink=Financial literacy and the tasks at hand in Hungary. GAZDASÁG ÉS PÉNZÜGY, 18(2), 79–88.
20. Kovács L. – Pásztor Sz. (2022) A pénzügyi kultúra az Európai oktatásban. Gazdaság és Pénzügy • 9. évf. 1. sz. • 2022. márc.
21. Kovácsné Henye, L. (2013) " Online generáció" versus pénzügyi kultúra. (Online Generation vs Financial Literacy.)
22. KSH, (2023) Magyarország 2022 (Utolsó Letöltés: 2023.10.17)
https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/mo/mo_2022.pdf
23. <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/hazteletszinv/hazteletszinv.pdf>
(Utolsó letöltés: 2023.10.17)
24. <https://lexikon.uni-nke.hu/szocikk/fogyasztoi-arindex/>
25. Magyar Nemzeti Bank (2008) Együttműködési megállapodása pénzügyi kultúra fejlesztés területén a PSZÁF és az MNB között.
www.mnb.hu/letoltes/0415mnbpszfamegallpodas-penzugyi-kultura-fejleszte.pdf
(Utolsó letöltés 2023.10.17)

26. Magyarország Kormánya (2017) A pénzügyi tudatosság fejlesztésének stratégiája.
<https://20152019.kormany.hu/download/5/39/21000/P%C3%A9nz%C3%BCgyi%20tudatoss%C3%A1g%20fejleszt%C3%A9s%C3%A9nek%20strat%C3%A9gi%C3%A1ja.pdf> (Utolsó letöltés: 2023.10.30).
27. Magyar Nemzeti Bank (MNB). (2006) A lakosság pénzügyi kultúrájának felmérése. (Survey of the Financial Literacy of the Population.) Budapest: National Bank of Hungary
28. Marton Á. (2012/1) Infláció, fogyasztói árak Magyarországon a második világháború után I. (1945—1968) Statisztikai Szemle, 90/5.
29. Marton Á. (2012/2) Infláció, fogyasztói árak Magyarországon a második világháború után II. (1968—2011) Statisztikai Szemle, 90/6.
30. Matolcsy G.– Nagy M. – Palotai D. – Virág B. (2020) Infláció a digitális korban – Az infláció mérése és torzításai a 21. században. Hitelintézeti Szemle, 19. évf. 1. szám, 2020. március, 5–36. o.
31. Meyer, D. – Solt K. (N.A.) Makroökonómia. Jegyzet a Mikro- és makroökonómia tárgyhoz
32. OECD (2020) OECD/INFE 2020 International Survey of Adult Financial Literacy www.oecd.org/financial/education/launchoftheoecdinfeglobalfinancialliteracysurveyreport.htm (Utolsó letöltés 2023.10.17)
33. Oblath G. – Palócz É. (2020) Gazdasági növekedés, fogyasztás és megtakarítás Magyarországon az elmúlt évtizedben. Társadalmi Riport, Budapest.
34. Pahlevan Sharif, S., - Naghavi, N. (2020) Family financial socialization, financial information seeking behavior and financial literacy among youth. Asia-Pacific Journal of Business Administration, 12(2), 163–181.
35. Pintye A, - Kiss M, (2017) A gazdasági felsőoktatás hatása a fiatalok pénzügyi kultúrájára. Jelenkori társadalmi és gazdasági folyamatok, (2017) XII. évfolyam, 4. szám, pp. 175-136.
36. Rippel G. (2023) Gyorselemzés az infláció alakulásáról. Magyar Nemzeti Bank
37. <https://www.mnb.hu/letoltes/inflacios-alapmutato-aktualis-havi-ertekeles.pdf> (Utolsó letöltés 2023.10.30.)

38. Serhan C. - João T. J. (2023) Eye of the Storm: The Impact of Climate Shocks on Inflation and Growth
39. <https://www.consilium.europa.eu/hu/infographics/energy-prices-2021/> (Utolsó letöltés 2023.10.30.)
40. Sugár A. (2022) Az infláció számításának történetéről. Világpolitika és a Közgazdaságtan, 1 (1). pp. 49-54.
41. http://kgt.bme.hu/files//BMEGT30A400/Makrookonomia_jegyzet.pdf (Utolsó letöltés 2023.10.17)
42. Szóka, K. (2021) A pénzügyi kultúra és tudatosság meghatározása és magyarországi helyzete, *Economica* XII. évf., 3-4. sz.
43. Tóth G. – Jáger V. – Kovalszky Zs. – Bóday P.- Ádám D.- Kincses Á. (2023) A magyarországi háztartások energiafogyasztásának jellemzői az orosz–ukrán háború árnyékában. *STATISZTIKAI SZEMLE*, 101. ÉVFOLYAM 2. SZÁM 118–144. OLDAL
44. World Bank (2018) The Impact of Globalization on Inflation (2018) <https://pubdocs.worldbank.org/en/403561541081211671/Inflation-Chapter-3.pdf> (Utolsó letöltés 2023.10.17)

MELLÉKLETEK

Fiatal korosztály fogyasztási szokásainak vizsgálata az infláció tükrében – kérdőív

Gerencsér Donát vagyok, vállalkozásfejlesztés mester szakos hallgató. Diplomamunkám elkészítéséhez szeretnék segítséget kérni ennek a kérdőívnek a kitöltésével. A kérdőív kitöltése körülbelül 5 percet vesz igénybe. Kérdőívemben a 18-35 év közötti korosztály fogyasztási szokásait vizsgálom az infláció tükrében.

A kérdőív teljes mértékben anonim, ezért kérem, hogy törekedjen arra, hogy válasza a valóságot tükrözze.

Amennyiben kérdése van, vagy kíváncsi a kutatás eredményére, vegye fel velem a kapcsolatot: gerencser.donat@gmail.com

Kérdések:

Kérem adja meg nemét:

férfi
nő

Kérem, adja meg életkorát

18-21
22-25
26-30
31-35

Kérem, adja meg legmagasabb iskolai végzettségét

Alapfok
Középfok
Felsőfok (BSc)
Felsőfok (MSc)

Kérem, adja meg havi nettó bevételét

0-100.000
100.001-200.000
200.001-300.000
300.001-400.000

400.001-500.000

500.001-

Kérem, adja meg lakhelyét

Főváros

Város

Község

Falu

Milyen gyakran vásárol élelmiszereket, és egyéb alapvető szükségleteket?

Napi rendszerességgel

Hetente többször

Hetente egyszer

Havonta egyszer

A közelmúltban megugró infláció előtt mennyire volt érzékeny az árak változásaira?

Egyáltalán nem 1 2 3 4 Nagyon

A közelmúltban megugró infláció hatására mennyire változtatta meg vásárlási szokásait?

Egyáltalán nem 1 2 3 4 Teljes mértékben

Melyik kategóriába tartozó termékekre költött a közelmúltban megugró infláció előtt?
(1 - Egyáltalán nem költött 4 - Csak erre költött)

Élelmiszerek

Ruhanemű és cipők

Szórakozás és hobbi

Tartós fogyasztási cikkek

Utazás

Melyik kategóriába tartozó termékekre költött többet a közelmúltban megugró infláció hatására? (1 - Egyáltalán nem költött 4 - Csak erre költött)

Élelmiszerek

Ruhanemű és cipők

Szórakozás és hobbi

Tartós fogyasztási cikkek

Utazás

A közelmúltban megugró infláció hatására elkezdett-e alternatív megoldásokat keresni a költségek csökkentése érdekében? (1- Nem igaz rám 4 - Nagyon igaz rám)

Olcsóbb termékek választása

Más márkák választása

Kevesebb bevásárlás
Akciós termékek vásárlása
Szórakozás és Hobbik feladása
Használt termékek vásárlása

Milyen intézkedéseket tett az infláció hatása ellen? (1- Nem igaz rám 4 - Nagyon igaz rám)

Rövid távú megoldások (pl. spórolás, költségterv készítése)
Hosszú távú megoldások (pl. infláció követő befektetések, részvények vásárlása)
Nem tett semmilyen intézkedést

Hogyan hatottak az alábbi személyek a pénzügyi szokásaira és a pénz kezeléséhez való hozzáállására? (1- Egyáltalán nem 4 - Teljes mértékben)

Anya
Apa
Testvérek
Nagymama
Nagypapa
Munkatársak
Barátok
Tanárok

Az alábbi helyeken beszéltek-e a pénzről, a megtakarításról vagy a befektetésekről? (1- Egyáltalán nem 4 - Rendszeresen)

Család
Iskola
Munkahely
Baráti társaság

Hogyan kezelte a zsebpénzét, ha kapott ilyet gyermekként? (1- Egyáltalán nem igaz 4- Teljes mértékben igaz)

Egyből elköltötte
Nagyobb dologra gyűjtött
Befektette valamibe

Mennyire érzi, hogy a pénzügyi szocializáció/ tudás befolyásolja jelenlegi pénzügyi szokásait és döntéseit?

Egyáltalán nem befolyásolja 1 2 3 4 Teljes mértékben befolyásolja

TARTALMI KIVONAT

Az alábbi dolgozatban megismerhetjük a pénzügyi tudatosság fogalmát, és tartalmi elemeit, megtudhatjuk, miként vizsgálják ennek szintjét az országok szintjén, valamint, hogy hazánk milyen eredményeket ért el a legutóbbi felmérés alkalmával. Kifejtésre kerül, hogy a fiatalok milyen forrásokból, és milyen szinten szerzik meg pénzügyi tudásukat. Bemutatásra kerül az infláció, annak kiváltó okai és magyarországi infláció történelme. Kitekintést teszünk a magyar háztartások elmúlt 10 éves pénzügyi helyzetére is. Egy kérdőíves kutatás keretében elemzésre kerül, hogy a 18-35 éves generáció milyen mértékben változtatta meg vásárlási szokásait az infláció hatására, valamint milyen rövid vagy hosszú távú lépéseket tett az elharapózott árszínvonal kivédése érdekében. Megvizsgálásra kerül, hogy mely információforrások jelentik a legmegbízhatóbbat a fiatal generáció számára, ha a pénzügyi döntésekre kerül a sor. A kutatásból leszűrűt információk mentén pedig a szerző megpróbál az elmúlt időszak kiemelkedő inflációjának a fiatalok életére mért hatásáról részletesebb képet adni.

SUMMARY

In the following essay, we will learn about the concept and content of financial awareness, how it is measured at country level and how our country performed in the latest survey. The sources and levels of financial literacy among young people will be explained. Inflation, its causes and the history of inflation in Hungary will be presented. We will also look at the financial situation of Hungarian households over the last 10 years. A questionnaire survey will be used to analyse the extent to which the 18-35 generation has changed its purchasing habits in response to inflation, and what short- or long-term remedies have been taken to counteract the runaway price level. The sources of information that are the most reliable for the young generation when it comes to financial decisions will be examined. And, based on the information gathered from the research, the author will try to provide a more detailed picture of the impact of the recent period of high inflation on young people's lives.