

„Online generáció” versus pénzügyi kultúra

© KOVÁCSNÉ HENYE LÍVIA
Volksbank Magyarország, Sopron
700720hl@gmail.com

A gazdasági kultúrához nélkülözhetetlen az alapvető pénzügyi ismeretek és gondolkodásmód elsajátítása. A középiskolások körében végzett felmérés komoly hiányosságokat tárt fel a pénzügyi kultúra terén, a diákok ismeretei alacsonyak, használnak bizonyos pénzügyi termékeket, azonban nem tudatosak a „bankolási” szokásaik. A generációs jellemzőket is figyelembe véve az eredmények figyelemre méltóak.

Irodalmi áttekintés

A rendszerváltást követően az állampolgárok többsége nem rendelkezett a legelemibb ismeretekkel sem a piacgazdaságra vonatkozóan. Az esetleges gazdasági kudarcok forrása az ismerethiány, a tapasztalatlanság volt. A mai fiatalok is felkészületlenek, de más értelemben, mint az elődeik. Manapság, a környezetből a szocializációs tanulás révén rendelkeznek ismeretekkel a gazdaság működéséről. A probléma azonban az, hogy hamis képet alkotnak a piacgazdaságról. A fejlett piacgazdasággal rendelkező társadalmakban, a gazdaság világában való eligazodáshoz szükségesek a pénzügyi ismeretek. Hosszú idő óta szerves részét képezik a társadalmilag elfogadható műveltségnek, a minden polgár által elsajátítandó kultúrának. A polgári társadalmakban a gazdasággal kapcsolatos alapvető ismereteket nem valamiféle közgazdasági szakmai tudással párosítják, hanem annak tagjai szinte valamennyien a gazdaság szereplőjévé válnak, így nap, mint nap gazdasági jellegű döntéseket is kell hozniuk (Kérdések és válaszok, 1998).

A társadalmi jólétben az egyének és családok pénzügyi működésének minősége központi szerepet tölt be. A pénzügyi működés milyensége szociológiai kérdésekkel szorosan összefügg. A társadalmi jóléti politikának és programnak figyelnie kellene a szegények pénzügyi életére. Hatékony eszköz lenne a fiatal nemzedéket bevonni a pénzügyi kihívások előkészületébe (Johnson & Sherraden, 2007). A jelenleg tanköteles diákok gazdasági ismereteinek szélesítése és tudatosítása nemcsak az egyének életében döntő, hanem a családi és társadalmi életre is komoly hatással van. A középiskolából kikerülve akár a felsőoktatás, akár a munkaerőpiac szembesül ezeknek a diákoknak a pénzügyi kultúrájával (Gera, 2008). A gyerekek érdeklődése meglehetősen csekély a pénzügyek iránt, ennek javítására több oktatási programterv is született középiskolásoknak, de az általános iskolásokat is megszólították egy-egy videó pályázat útján. A kutatási eredmények szerint a fiatalok nem értik a pénzügyi hírek nyelvezetét, lényegében nem érdeklők a pénzügyek, és a megfelelő szülői minta is hiányzik (MNB, 2006). A pénzügyi ismeretekben való jártasság, a tudatos állampolgári lét, egyre inkább megfelelő pénzügyi kultúrát, pénzügyi tudatosságot kíván meg minden állampolgártól. Fejlesztésében, kialakulásában meghatározó szerepe van a családi minta mellett az iskolának, amely csak akkor lehet eredményes, ha fejlesztése egész életen át tart. Az új gazdasági környezet, a demográfiai változások, a pénzügyi közvetítő rendszerben bekövetkező változások, és a felgyorsult termék innováció miatt egyre nagyobb feladat hárul a háztartásokra a

mindennapos döntéshozatalok során. Egyre nagyobb felkészültséget, tájékozottságot kell biztosítani a lakosság számára, hogy megbízható tájékoztatást kapjanak a pénzügyek terén, a szükséges alapfogalmakat jobban megismerhessék, a tágabb háttérismeretek birtokában tudatos és helyes döntéseket hozhassanak (Balázsné, 2006).

Generációs jellemzők

Tari Annamária (2011) pszichológus, pszicho terapeuta, pszichoanalitikus kandidátus, számos kamasz-pszichológia témájú média-megjelenés szereplője, könyvek, tévé-elemző tanulmányok szerzője. A pszichológusnő könyveiben megismerhetjük a generációváltásokat, azok sajátosságait. Az internet illetve a modern információtechnológiai eszközökhöz való viszonyulást figyelembe véve vizsgáljuk meg a generációs besorolásokat. *Veteránok*; idős korban találtakoztak először az internettel. Számukra a számítógép használat önmagában is kihívás, így nehezen tudnak megbirkózni a digitális társadalom kihívásaival. *Bébi-bumm*; életük derekán találtakoztak az internettel. A munkavégzésükbe helyel-közzel beépült ugyan az internet használata, de nem hozott radikális változást. *X generáció*; ez a hírnöknemzedék, az átmeneti generáció. Kamasz- és ifjúkorukban találtakoztak az internettel, munkavégzésüket alapvetően határozza meg a web. Életvitelükben helyel-közzel van jelen az internet. Jelenleg ők dominálják a munkaerőpiacot. *Y generáció*; gyermekkorukban találtakoztak az internettel. Ők jelentik a digitális nemzedék első hullámát. Mostanra kezdenek megjelenni a munkaerőpiacon, komoly kihívást jelentve az X generáció számára. Minőségileg új szintet képvisel a hírnöknemzedékhez képest. *Z generáció*; ez a nemzedék soha nem élt olyan társadalomban, ahol nem volt internet. Tulajdonképpen kik is ezek a gyerekek? Ők a mai 12-25 évesek- egyszerűen a következő generáció, akik mostanság jelennek meg a munkaerőpiacon. Egyes szociológiai felmérések szerint a „Z” generáció gyermekei rendkívül okosak, nagyon gyakorlatiasak, szimultán több médium felhasználói, előfordul velük gyakran, hogy felületes és megosztott figyelem jellemzi őket. Amikor a legérdeklődőbb tanulási szakaszban voltak az életükben, akkor a világban robbanásszerűen gyorsult fel az információ technológiai eszközök fejlődése és elérhetősége egyaránt. Ezek a gyermekek nagyon korán rendelkeztek már mobiltelefonnal, a számítógépet nemcsak használni tudják, hanem az interneten is teljesen kiigazodnak. Olyan felhasználói tudással rendelkeznek - amellyel sem a szüleik, sem a tanáraik nem rendelkeznek. Valószínűsíthető, hogy életformájuk kialakításánál tudatosan törekednek majd a jobb világra. A kulturális tartalmak sokszínűsége, azok tartalmának a szabad hozzáférhetősége, az átjárhatósága, nagyon gyorsan formálja az ízlésüket. A rengeteg hatás, amely éri őket, nincs egyenesen arányban azzal, hogy fel is tudják őket dolgozni. Igenis nehéz a gyermekkoruk, rengeteg kihívás, megfelelni vágyás. Az akadályok legyőzéséhez nagyfokú rugalmasságot várunk el tőlük. A szocializációs tér vizsgálata is érdekes lehet az esetükben. Az első szocializációs tér a család, második az iskola. Nos, ez a generáció szocializációs térben is eltér, mert a közösségi oldalakon tölt el a legtöbb időt, így ők az itt megélt hatásokkal is szocializálódnak, amit néznek, amit hallgatnak, amit letöltenek, amit megosztanak. Sosem volt még arra példa, hogy ennyire radikálisan változzon meg a világ, a technológiai fejlődés ilyen mértékben szóljon bele az élet hétköznapi alakulásában a szokásokba és a személyiség alakulásába. Sosem láttuk a valódi és a virtuális világ egymás melletti kapcsolatát, és sosem volt

még kérdés, mi lesz a jövő gyermekeivel, akik az interneten szocializálódnak? (Tari, 2011)

Veszélyes dolog, hogy ha az identifikáció az internet segítségével történik. A személyiségfejlődés során a kiskamasz eljut abba az érettségi stádiumba, amikor az őt körülvevő felnőtt világban (a tanárok, családtagok, a szülők között) körvonalazódik a saját identitása. Körvonalazódik, hogy ki ő, mit szeretne. A hagyományos, verbális kommunikáció annyira lecsökkent az utóbbi 10-15 évben, hogy az identifikációnak a kialakulása nem annyira a családban történik meg, hanem inkább az interneten, virtuális módon. Kialakul erre egy grafikus nyelvezet, egy új kommunikációs nyelv, amit a felnőttek már nem is értenek. Az internetnek épp az a lényege, hogy nincs gát, nincs szabály, nincs korlát, nincs tilalom – nincs semmi. Ha nincs szabályozás, akkor bármi megtörténhet (Tari, 2010).

Kutatás és módszertana

A 2010 évben végzett kutatás (Kovácsné, 2010) két nyugat-magyarországi középiskolában készült, mely az akkor 17-18 éves diákok pénzügyi ismereteit, tapasztalatait vizsgálta az alábbi főbb témakörökben; a pénzügyi ismeretek és forrásaik; a banki szolgáltatások elérése; megtakarítás és kockázatkerülés; tömegkommunikáció és pénzügyi kultúra; a bizalom a mobiltelefonon és az interneten történt tranzakciókkal kapcsolatban; pénzügyi kultúra az országban és az iskolában. A kutatás eredménye és alkalmazott módszere a kaposvári egyetem V. Képzés és Gyakorlat tudományos konferenciáján 2011-ben bemutatásra került. A generációs jellemzőket figyelembe véve ezek az eredmények más megvilágításban kerülhetnek az érdeklődés középpontjába.

A pénzügyi ismeretek forrása

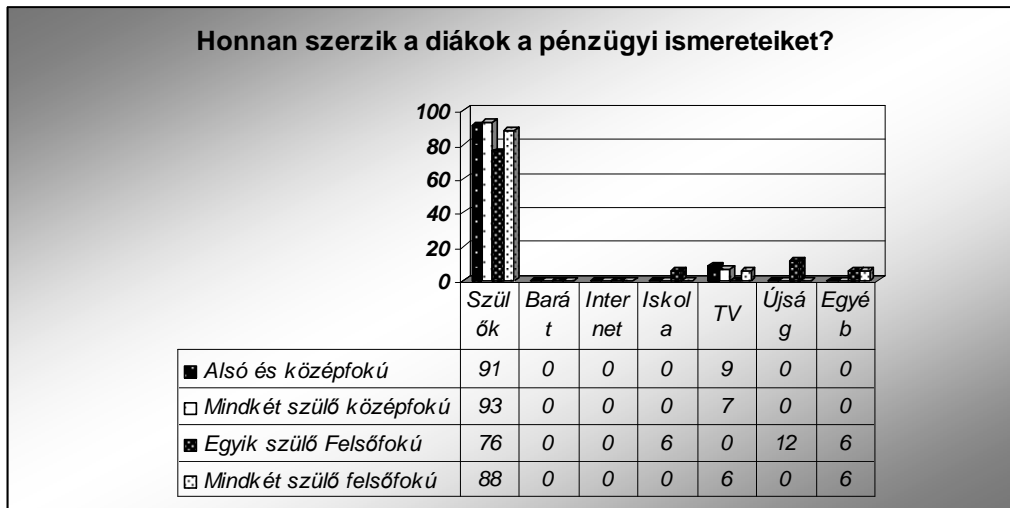
Mint ahogy korábban említettem, a vizsgált korosztály a modern információtechnológiai eszközök világában nőtt fel. Egy szabadidős kultúrát vizsgáló kutatásban (Kovácsné, 2012) bebizonyosodott, hogy a válaszadó fiatalok szabadidejük nagy részét az internet társaságában töltik. Különösen érdekes a pénzügyi eszközök használatáról kapott eredmény, ha azt ilyen ismeret birtokában vizsgáljuk meg. A középiskolások a szülők iskolázottságát figyelembe véve, illetve szellemi vagy fizikai munkát végző szülők gyerekei is egyértelműen szüleik tanácsában bíznak, tőlük kapnak információt e tekintetben. A válaszadók közül egyetlen gyermek sem jelölte be az interneten szerzett pénzügyi ismereteket. A rendszerváltás óta eltelt majdnégy évszázad a pénzügyi szolgáltatásokat is modernizálta Magyarországon. Az emberek felfogása pénzügyi kultúra tekintetében azonban nem követte a gyors változást. Az azt megelőző „berögzült” szegényes pénzügyi eszközök használatáról a modern pénzügyi eszközök felé nyitáshoz ez a negyed évszázad sem volt elég, a mai napig zajlik ez a folyamat.

Egy személyes tapasztalatot osztok meg az olvasóval. A múlt század végén (1996-1998) a bankkártya „kultúra” úgy került bevezetésre Magyarországon, hogy a munkabérek bankszámlára történő utalására kényszerítették a munkáltatókat, majd a dolgozókat kötelezték a számlanyitásra, és ahhoz a bankkártyahasználatra. A munkavállalók tapasztalatlansága, ismerethiánya a fizetéskor a bank automatáknál pánik-hangulatot eredményezett, kígyózó sorokban álltak ott,

hogy egy összegben felvegyék a nekik járó munkabért. Rengeteg „harc” volt az ügyfelek és a banki alkalmazottak között, nem érdekelte az embereket a rendszerváltás után szinte első modern pénzügyi eszköz, a bankkártya nyújtotta kedvezményes lehetőségek sora. A nyitottság a modern „bankolás” felé nem iskolai végzettség és beosztás függvénye, annál inkább volt jellemzője egységesen a teljes bizalmatlanság.

Amikor a diákokat arról kérdeztem, hogy honnan szerzik a pénzügyi ismereteiket szinte egységesen a szülőket említették.

1. sz. ábra



Forrás: Saját készítésű diagram

Az internet – amely mint említettem kézenfekvő lenne információ szerzésére, hiszen a megkérdezettek szabadidejük nagy részét a „virtuális világban” töltik – nem forrása a pénzügyi ismereteiknek. A válaszadók közül senki nem jelölte meg ezt az opciót. A fiatalok, akik az interneten ismerkednek, tanulnak, játszanak stb., nyomokban sem említik annak lehetőségét, hogy onnan informálódjanak ezen a téren. Érdekesnek tartom, hogy pont ebben a témában a szülő a legbiztosabb bázis. Az a szülő, akinek feltételezhetően senki nem tanította a pénzügyi kultúrát. Az a szülő, aki az új információ technológiai eszközök tekintetében valószínű korrepetálásra szorul, mely továbbképzést a gyermeke tarthatná. Nagyon nehéz helyzetben vannak a bankban az ügyfélszolgálaton, hiszen amennyiben tájékozott, tudatos pénzügyi eszközöket ismerő ügyfelek keresnék fel a bankokat, akkor sikeresebbek lennének az értékesítések. Hasznos volna ez a banknak és hasznos volna a háztartásoknak. Meggyőződésem, hogy jelentős megtakarításokat érhetnének el a számlatulajdonosok (akár felnőtt, akár fiatal), ha a számukra megfelelő pénzügyi eszközöket a megfelelő módon használnák. Tapasztalatom szerint, számlanyitáskor nagyon sok információt kell ismertetni az ügyfelekkel, melyet nem tudnak megjegyezni, illetve ki sem tudják szűrni, hogy melyek azok az információk, amelyek őket majd érinteni fogják.

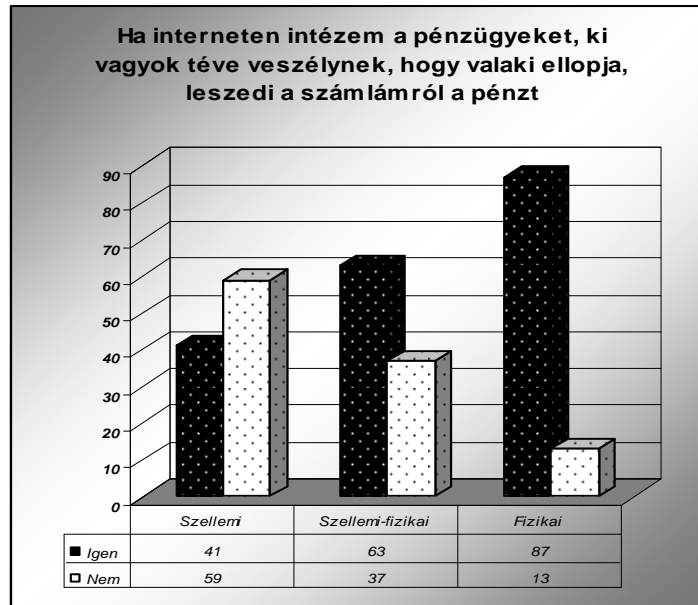
Az iskola, a tévé, mint esetleges információforrás említésre sem méltó százalékot kapott. A vizsgálati eredményből az is megállapítható, hogy a pénzügyi tájékoztató füzet – mint például „A pénz beszél! Te is érted?” (MNB, 2007) –, amelyet Magyarországon a 11. osztályos diákok kapnak meg, nem éri el a célját. Nem olvassák el a gyerekek, nem fogja meg őket a tájékoztatásnak ez a módja. Így

feltehető az a kérdés, hogy érdemes-e az ilyenfajta kiadványokba pénzt, energiát fektetni egyáltalán. Az iskola, mint a család után a gyerekek életében a második legerősebb szocializációs tér – a gyermekek válaszaiból mérve - semmilyen közvetítő szerepet nem tölt be e tekintetben. Azonban ezen a ponton kellene figyelembe venni a generációs jellemzőket, hogy milyen eszközökkel tudjuk a fiatalokat megnyerni, hogy az számukra is érdekes és figyelemre méltó legyen. Az „online” generáció által létrehozott virtuális világban kellene megközelíteni őket, hiszen ők itt szocializálódnak. A vizsgálat nem terjed ki a szülők pénzügyi kultúrájának vizsgálatára, de azt a feltételezést megengedhetjük magunknak, hogy a szülők nem mindegyike rendelkezik ezen a téren kellő információval. Őket sem tanította meg senki, kizárólag saját tapasztalataikra tudnak csak hagyatkozni, érthető őket már negatív és pozitív csalódás is, mely tapasztalatokat nem feltétlenül követ majd tudatos pénzügyi magatartás. A technológiai fejlődés, az új elektronikus közvetítő csatornák és a pénzügyi piac integrációja megnövelte a kínált szolgáltatások választékát és a hozzáférési lehetőségek számát. Egyes termékek, még a viszonylag egyszerűbbek is bonyolultnak tűnhetnek a pénzügyi képzésben nem, vagy csak alacsony szinten részesült fogyasztók számára. A képzett és tudatos fogyasztó képes arra, hogy jól informált, megalapozott döntéseket hozzon, és e tudás birtokában a megnövekedett választékon vagy minőségen keresztül a többi fogyasztó számára is közvetlen vagy közvetett gazdasági előnyököt teremtsen, és ezzel hozzájárul a gazdasági fejlődéshez, a versenyképesség növekedéséhez (Kovácsné, 2010).

Az elektronikus csatornákon végezhető tranzakciók biztonsága

Az alábbi kérdésre kapott válaszok véleményem szerint jól bemutatják - nem csak az egyértelmű választ, hanem azt is - hogy a pénzügyi kultúra hiánya milyen súlyos, a társadalomban bekövetkező deformitást okozhat. Az interneten való „bankoláshoz” fűzött teljes bizalmatlanság szintén arról árulkodik, hogy mennyire tájékozatlanok – ez esetben a válaszadó fiatalok – a pénzügyek terén. A diagram jól mutatja, hogy a társadalmi rétegek közötti különbségek a pénzügyek intézése terén alkotott vélemények alapján is jól kimutathatóak. A feltételezhetően alacsonyabb iskolázottságú fizikai dolgozók gyermekei a teljes tájékozatlanságról adnak képet. Mint ahogy kutatásomból kiderült, a szülői háttér a legbiztosabb forrás a vitatott témában azt gondolom, mindenképpen a fiatalokat megcélzó kommunikációval, tájékoztatással érhetjük el a felzárkóztatást.

2. sz. ábra



Forrás: Saját készítésű diagram

A pénzintézetek rengeteg pénzt és energiát fektetnek abba, hogy az elektronikus csatornákon biztonsággal intézhessék az ügyfelek a pénzügyi tranzakcióikat. A pénzügyi szolgáltatóknak az az érdeke, hogy az ügyfelek használják ki ezeket a lehetőségeket, és ne álljanak hosszú sorokban, egy-egy tranzakció miatt drága idejüket rabolva, ezért az internet és a mobiltelefonon történt tranzakcióknak rengeteg biztonsági lépcsője van, amely a bankvezetés és az ügyfelek számára is megnyugtató kell, hogy legyen. Nem kockáztatnak a pénzintézetek amatőr felületek működtetésével! Az informatikai világforradalmi fejlődését ezek a fiatalok bőrükön tapasztalhatják meg nap, mint nap és tudniuk kellene, hogy a világhálón való pénzügyek biztonsága, megbízhatósága, minden pénzintézet számára elengedhetetlen, magas prioritású feladat. Nem utolsó sorban óriási különbséget tesznek a bankok az elektronikus eszközök használatakor felszámolt és a hagyományos (papír alapú) megbízások, tranzakciók költségében.

3. sz. ábra

Kondícióslista Magánszemélyek bankszámláira vonatkozóan CIB Online Számlacsomag	
CIB Internet Bank, CIB Házibank, mobilCIB	0 Ft
CIB24	111 Ft + 0,328 % min. 326 Ft, max. 27 752 Ft
Bankfióknak adott megbízás	111 Ft + 0, 517%, min. 510 Ft, max. 27 752 Ft

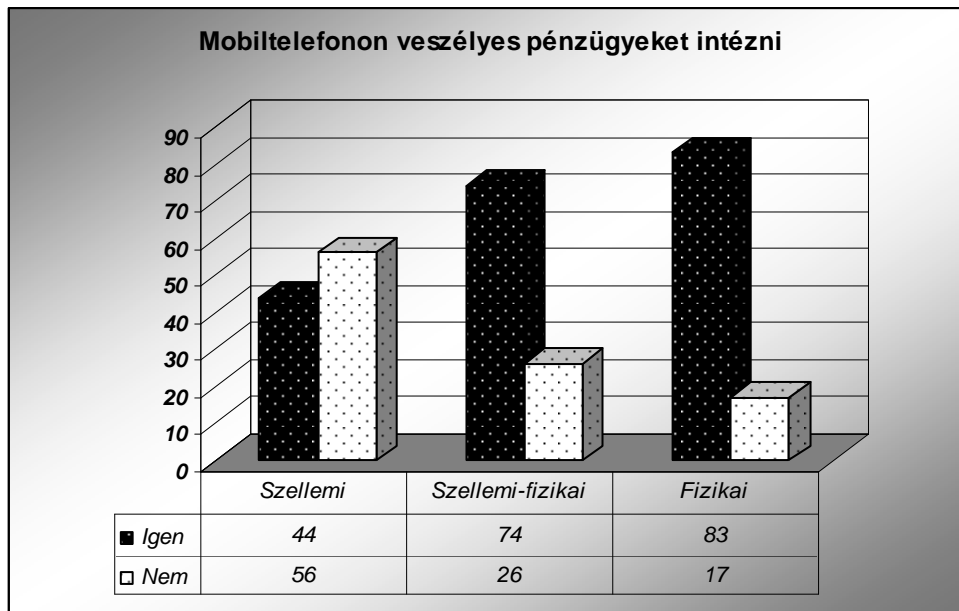
Forrás:

http://www.cib.hu/system/files/condlistak/01_lakossagi/msz_bankszamlak_130128.pdf&type=related [2013.03.24.]

Mindezek ismeretében a vizsgálat során nem tekinthető megnyugtatónak az az eredmény sem, miszerint a legmagasabb iskolai végzettségűek gyerekei sem ismerik válaszuk 59 százalékban a mobiltelefonos banki tranzakciók lehetőségét. Ha szülői háttér figyelmen kívül hagyásával nézzük a kapott eredményt, akkor is 59 százalék azok aránya, akik nem tartják biztonságosnak az interneten végzett tranzakciókat. Tapasztalatom szerint a mobilbank szolgáltatás az ügyfelek részére nem jelent többet, mint azt, hogy értesítőt kérnek a számlára érkező jóváírásokról és terhelésekről, illetve a kártyás tranzakciókról, ám ezek a szolgáltatások további plusz

költségeket jelentenek havonta, melyek éves szinten több ezer forintos tételt jelenthetnek a háztartásoknak. Amennyiben tudatos termékfogyasztásról beszélhetnénk, a szolgáltatást szinte teljesen ingyenesen használhatnák az ügyfelek, jelentős költségeket takaríthatnának meg. A számla egyenleg ellenőrzése ingyenes szolgáltatással napi szinten elérhető banktól függetlenül.

4. sz. ábra



Forrás: Saját készítésű diagram

A 20. század végén jelent meg két olyan technikai eszköz, amely nagyban hozzájárult az információs társadalommal kapcsolatos világméretű folyamatok kibontakozásához. A mobiltelefon elterjedése a rendszerváltással körülbelül egy időben zajlott. Az internet megváltoztatta az emberek felfogását, lehetőségeit, azonban az információs egyenlőtlenségeket nem egyenlítette ki (Kulcsár et al., 2009). A mobiltelefonon és az interneten végezhető pénzügyi tranzakciók nagy áttörést jelentenek a pénzügyek intézésében és más szolgáltatásokban is azonban - mint ahogy a kutatási eredmény is mutatja - az online bankolás gyakorlati alkalmazása, elérhetősége korlátozzák annak elterjedését, illetve a bizalom szinte teljes hiánya a legfőbb ok. A folyamatok átláthatatlanok, amely valószínű a kiszolgáltatottság érzését keltik az emberekben. Nagyon elszomorítónak tartom ezt az eredményt - annak ismeretében, hogy a diákok a szülők attitűdjeit követik – mely szerint megállapítható, hogy a kutatásban a válaszadó diákok nem ezt a példát látják otthon a szülőktől. Meggyőződésem, hogy a tranzakciós felületek alapos összehasonlításával és a költségkímélő megoldások választásával jelentős kiadásokat takaríthatnak meg a háztartások.

A fiatal generációra jellemző, hogy a tanuló a szabadidejében leginkább otthon internetezik egyedül. Kutatási eredmény (Kovácsné, 2012) bemutatásakor megállapítható, hogy a fiataljaink leginkább szabadidejüket egyedül töltik fizikailag, de virtuális társaságban. Virtuális világban nőnek fel, ahol minden sokkal egyszerűbb, a kapcsolatteremtés, a kritikák megfogalmazása, a lájkolás. A kapott eredmények vonatkozásában le kell vonnunk olyan következtetéseket, hogy melyek azok a területek, amelyeket feltétlenül erősíteniünk kell a fiatalokban. Nagyon fontos, hogy amikor elhagyják a számukra oly kedvelt „virtuális társadalmat” és kilépnek a „nagybetűs életbe”, valóban képessé váljanak érzelmeinek hiteles kifejezésére, a

mások helyzetébe történő beleélés képességének, az empátiának a fejlődésére, valamint a kölcsönös elfogadásra. Különösen elgondolkodtató, hogy szinte bármit, lájkolnak megnyitnak, letöltenek, csatlakoznak, regisztrálnak, a banki műveletek biztonságát pedig elutasítják.

Összefoglalás

A pénzügyi kultúra vizsgálati eredményét egy olyan szemszögből mutattam be a tanulmányomban, amellyel fel szeretném hívni a figyelmet arra, hogy véleményem és tapasztalatom szerint a generációs jellemzők figyelembe vételével nagy áttörést lehetne elérni a fiatalok – a jövő letéteményesei – körében a pénzügyi kultúra terén. A megfelelő eszköz, csatorna megtalálásával eljuthatunk az ő virtuális világukba, melyben ennek a társadalmi és gazdasági szempontból is nagyon fontos témának is helye lehet. Fontos ez az egyénnek, mint a társadalom szereplőjének, a gazdaság építőjének, résztvevőjének. A nemzetközi szakirodalom áttekintése is rávilágított arra, hogy a fiatalok pénzügyi kultúrájának hiányossága a fejlett gazdaságokban is problémát jelent, és ezek megfigyelhetőek Magyarországon is, igaz itt köszönhető elsősorban az ország történelmi múltjának. A szakirodalomban fellelhető, hogy a fiatalok új szocializációs térben szocializálódnak ugyan, azonban a pénzügyi kultúrájukban a szüleiket követik, amely a különbségek konzerválásával járhat. Az adataink szerint ezt a hátrányt közel negyed évszázaddal a rendszerváltás után sem sikerült ellensúlyozni, sem iskolának, sem tömegkommunikációnak sem pedig pénzintézeteknek.

A megfelelő pénzügyi kompetencia növeli egy személy „tőkéjét”. A pénzügyek területén meghozott hibás döntések az egyéni jólétre lehetnek hatással, ezáltal hat minden gazdasági résztvevőre (Huston, 2010).

Irodalomjegyzék

- BALÁZSNÉ LENDVAI Marietta (2006): *Pénzügyi kultúránk fejlesztéséhez felhasználható marketingeszköztár*. TDK-dolgozat. Sopron: Nyugat-magyarországi Egyetem.
- JOHNSON, Elizabeth, & SHERRADEN, Margaret S. (2007): From Financial Literacy to Financial Capability among Youth. *Journal of Sociology & Social Welfare*, 34 (3), 119-145.
- GERA Andrea (2008): *A pénzügyi ismeretek oktatás alap- és középszintű képzésben*. Budapest: Budapesti Értéktőzsde.
- HUSTON, Sandra J. (2010): Measuring Financial Literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44 (2), 296-316.
- Kérdések és válaszok a gazdaságról, gazdasági kultúrára nevelésről (1998). *Új Pedagógiai Szemle*, (7-8), 23-39.
- KOVÁCSNÉ HENYE Lívía (2010): *Pénzügyi kultúra vizsgálata középiskolások körében*. Diplomadolgozat. Sopron: NyME BPK.
- KOVÁCSNÉ HENYE Lívía (2012): *Hol VOLT, hol nem volt...* Diplomadolgozat. Sopron: NyME BPK.
- KULCSÁR László, HOHL Ferenc, & OBÁDOVICS Csilla (2009): Teleházak: Remények és eredmények a vidékfejlesztésben. *Gazdaság és Társadalom*, 1 (1), 97-111.
- MNB (2006): *A lakosság pénzügyi kultúrájának felmérése. Kvalitatív kutatás a 15-17, illetve a 18-30 évesek körében*. Tanulmány. Budapest: Magyar Nemzeti Bank.
- MNB (2007): *A pénz beszél! Te is érted?* Budapest: Magyar Nemzeti Bank.
- TARI Annamária (2011): *Z generáció*. Budapest: Tericum.
- TARI Annamária (2010): *Y generáció*. Budapest: Jaffa.