

# DIPLOMADOLGOZAT

Varga Kornél



**Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem**  
**Szent István Campus**  
**Pénzügy szak**

## **HÁZTARTÁSOK KÖLTSÉGVETÉSE AZ Y ÉS Z GENERÁCIÓ PERSPEKTÍVÁJÁBÓL**

**Belső konzulens:** Dr. Parádi – Dolgos Anett Katalin  
egyetemi docens

**Belső konzulens**

**intézete/tanszéke:** MATE Kaposvári Campus

**Készítette:** Varga Kornél

**Képzési hely**

**2024**

|                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------|----|
| BEVEZETÉS .....                                                | 2  |
| 1. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS .....                               | 5  |
| 1.1. Vizsgált generációk meghatározása .....                   | 5  |
| 1.1.1. Y és Z generáció sajátosságai.....                      | 5  |
| 1.2. Generációk a munkaerőpiacon .....                         | 7  |
| 1.2. A generációk gazdasági helyzete és kihívásai.....         | 12 |
| 1.3. Költségvetési szokások és prioritások.....                | 14 |
| 1.4. Pénzügyi oktatás és tudatosság .....                      | 15 |
| 1.5. Különbségek az Y és Z generáció között.....               | 17 |
| 1.6. Jövőbeli trendek és kilátások.....                        | 18 |
| 1.7. Szakirodalmi összefoglaló.....                            | 19 |
| 2. ANYAG ÉS MÓDSZER.....                                       | 21 |
| 2.1. A kutatási probléma meghatározása.....                    | 21 |
| 2.2. Kutatás célja, kérdései és hipotézisei, módszertana ..... | 21 |
| 2.3. Háttérváltozók ismertetése .....                          | 22 |
| 3. EREDMÉNYEK .....                                            | 24 |
| 3.1. Költségvetés vezetése és pénzügyi tervezés.....           | 24 |
| 3.2. Költségvetés és a kiadások vizsgálata .....               | 35 |
| 3.3. Digitális eszközök és pénzügyi tudatosság .....           | 51 |
| 4. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK.....                          | 60 |
| 5. ÖSSZEGZÉS.....                                              | 62 |
| FELHASZNÁLT IRODALOM .....                                     | 64 |
| ÁBRAJEGYZÉK .....                                              | 69 |
| TÁBLÁZATJEGYZÉK .....                                          | 71 |
| MELLÉKLET .....                                                | 72 |

# BEVEZETÉS

Szakedolgozatom témája, a háztartások költségvetése az Y és Z generáció perspektívájából. A témaválasztásom oka, hogy mindig is fontosnak tartottam azt, hogy a pénzügyeim rendben legyenek. Igaz csak 24 éves vagyok, de már általános iskolában is a pénzügyi tudatosság lebegett a szemem előtt és igyekeztem a zsebpénzem nagy részét félrerakni, szüleimen pedig nem élösködni. Úgy gondolkoztam, hogyha az ő pénzüket költöm, az olyan mintha az én zsemből fogyna. Ma is ezt a felfogást folytatom és próbálok minél inkább takarékoskodni, befektetni a későbbi könnyebb élet reményében. A mai fiatalok többsége viszont úgy érzem a mának él és enged meg maguknak olyan dolgokat, melyeket nem lenne szabad. Ezt szeretném vizsgálni, hogy a hozzám hasonló életkorú egyének miként osszák be pénzüket és mire költenek a mindennapokban, továbbá, hogy mi lehet ennek az oka.

Úgy vélem, hogy a háztartások költségvetése az Y és Z generációk körében egy rendkívül fontos és aktuális kutatási téma, amely számos társadalmi, gazdasági és politikai szempontból is releváns. Az alábbiakban részletezem, miért elengedhetetlen ennek a kérdéskörnek a vizsgálata.

## *1. Gazdasági hatások és makrogazdasági stabilitás*

Az Y és Z generációk költsékezési szokásai jelentős hatással vannak a gazdasági növekedésre. Ezek a generációk jelentős részét képezik a munkaképes korú népességnek, ezért vásárlási döntéseik befolyásolják a keresletet és kínálatot, ami viszont hat a gazdasági növekedésre és a makrogazdasági stabilitásra. Az Y és Z generációk munkaerő-piaci helyzete és jövedelmi viszonyai közvetlenül befolyásolják a háztartások költségvetését. A stabil foglalkoztatás és megfelelő jövedelem elengedhetetlen a gazdasági stabilitás és növekedés szempontjából.

## *2. Társadalmi hatások és életminőség*

A háztartások költségvetésének alakulása közvetlen hatással van a generációk életszínvonalára. A pénzügyi biztonság és a megfelelő életszínvonal fenntartása hozzájárul a társadalmi jóléthez, és csökkenti a szegénység és a társadalmi kirekesztés kockázatát. Az anyagi helyzet és a költségvetési tervezés hatással van a családalapításra és a gyermekvállalásra. Az Y és Z generációk esetében gyakran később kerül sor családalapításra a pénzügyi bizonytalanságok miatt, ami hosszú távon befolyásolhatja a népességnövekedést.

## *3. Pénzügyi tudatosság és oktatás*

Az Y és Z generációk pénzügyi műveltsége és tudatossága kulcsfontosságú a hosszú távú anyagi stabilitás szempontjából. Az oktatás és a pénzügyi tudatosság fejlesztése segíthet a

generációk számára, hogy jobban megértsék a pénzügyi döntések következményeit, és hatékonyabban kezeljék pénzügyeiket. A digitális pénzügyi eszközök és alkalmazások elterjedése lehetőséget nyújt a fiatal generációk számára a költségvetésük hatékonyabb kezelésére. A pénzügyi technológia fejlődése új lehetőségeket és kihívásokat is jelent, amelyekre fel kell készülniük.

#### *4. Politikai és Kormányzati hatások*

Az Y és Z generációk pénzügyi helyzete és költségvetési szokásai befolyásolják a kormányzati döntéseket és politikákat. A megfelelő szociális támogatások, adókedvezmények és szabályozások kidolgozása fontos ahhoz, hogy támogassák a fiatal generációkat a pénzügyi stabilitás elérésében. A fiatal generációk egyre inkább törekednek a fenntartható és környezettudatos pénzügyi döntésekre. A háztartások költségvetésének vizsgálata lehetőséget nyújt arra, hogy megértsük, hogyan integrálhatók a fenntarthatósági szempontok a pénzügyi tervezésbe.

#### *5 Jövőbeli kilátások és innovációk*

A munkaerőpiac folyamatos változása és a digitalizáció új kihívásokat és lehetőségeket teremt az Y és Z generációk számára. A gig gazdaság, a távmunka és az automatizáció hatással vannak a jövedelmi viszonyokra és a költségvetési tervezésre. A fintech cégek és az új pénzügyi szolgáltatások megjelenése új lehetőségeket kínál a költségvetés kezelésére és a megtakarításra. Az új pénzügyi eszközök és technológiák adaptálása és alkalmazása kulcsfontosságú lehet a fiatal generációk pénzügyi stabilitásának növelésében.

Összességében tehát a háztartások költségvetésének vizsgálata az Y és Z generációk körében elengedhetetlen ahhoz, hogy megértsük a jelenlegi gazdasági és társadalmi folyamatokat, és megfelelően felkészüljünk a jövő kihívásaira és lehetőségeire.

A szakdolgozat célja az Y és Z generációk gazdasági helyzetének, munkaerőpiaci pozíciójának és pénzügyi tudatosságának vizsgálata. A szakirodalmi áttekintés során először a vizsgált generációk meghatározása történik meg, ahol az Y és Z generációk definíciója és jellemzőik kerülnek kifejtésre. A következő szakasz a generációk munkaerőpiacon betöltött szerepével foglalkozik, bemutatva az egyes generációk helyzetét, kihívásait és lehetőségeit. Ezt követően a generációk gazdasági helyzetét és az őket érintő gazdasági kihívásokat elemzi a dolgozat, majd a költségvetési szokásaik és pénzügyi prioritásaik kerülnek górcső alá. A pénzügyi oktatás és tudatosság című fejezetben az egyes generációk pénzügyi ismereteit és tudatosságát vizsgálja a dolgozat, különös tekintettel az eltérő pénzügyi nevelésre és információforrásokra. Ezután az Y és Z generációk közötti különbségeket elemzi részletesen a dolgozat, majd a jövőbeli

trendeket és kilátásokat veszi szemügyre, előrevetítve a generációk várható gazdasági helyzetét és fejlődési irányait. Végezetül a szakirodalmi összefoglalóban az eddig bemutatott irodalom főbb pontjainak összegzése található, amely átfogó képet nyújt az Y és Z generációk társadalmi és gazdasági helyzetéről, valamint a jövőbeli kilátásaikról.

A szakirodalmi áttekintést követően, a kutatási problémákat, a kutatási kérdéseket, és célkitűzéseket, valamint a felállított hipotéziseket vizsgálom, majd a szakdolgozat záró és egyben nagyobb részében, a kutatási eredményeket fogom bemutatni és elemezni. A szakdolgozat végén pedig, a kutatási eredményekből levont következtetéseket, valamint néhány javaslatot teszek a témában, amellyel a szakdolgozatot zárom.

# 1. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

## 1.1. Vizsgált generációk meghatározása

A szakirodalomban több olyan kutatással és elemzéssel is találkozhatunk, mely a generációk társadalmi attitűdjei, munkahelyi hatékonysága és ösztönözhetősége kapcsán, azon a véleményen van, hogy a fiatalabb korosztály más eszközökkel, és más módon motiválható, min az idősebb generáció. A generációk közti különbségek létrejöttét többek között a globalizáció, a digitális technológia rohamos fejlődése, valamint az alapvető értékek és értékrendek változása is elősegítette. Természetesen fontos azt is megjegyezni, hogy a különböző generációkat egyének alkotják, akik a generációs csoporton belül a személyiségükből adódóan gondolkodhatnak és érezhetnek másként. Továbbá különbséget eredményezhet az adott generáció földrajzi és kulturális háttere is. A generációkról felállított sztereotípiák nem teljesen megfelelőek, hiszen az életciklus modellt egyáltalán nem veszik figyelembe. Az ember élete során végbemenő események, és szituációk jelentősen meg tudják változtatni az egyén gondolkodás és látásmódját, mely kihatással van a döntéseire is. Ennek ellenére fontos, hogy az adott generációk általános tulajdonságait megismerjük, és figyelembe vegyük (Nemes, 2018). Napjainkban hat generációt különböztetnek meg a születési évük alapján, bár a történelmi különbségek végett, az amerikai valamint az európai besorolásuk eltérő. Az általános rendszerezés alapján az említett hat generációt a Veteránok (1926 és 1945 között születettek), a Baby Boom (1946 és 1964 között születettek), az X generáció (1965 és 1979 között születettek), az Alfa (2011 után születettek), valamint az Y és Z generáció, amelyekről a szakdolgozat vizsgálata szól. Az Y és Z generáció releváns a témám kapcsán, így e két generációt vizsgálom részletesebben a továbbiakban.

### 1.1.1. Y és Z generáció sajátosságai

A különböző generációk közötti különbségek és hasonlóságok megértése kulcsfontosságú a társadalmi, gazdasági és kulturális változások vizsgálatához. Az Y és Z generációk meghatározása lehetővé teszi, hogy jobban megértsük azokat a trendeket és jelenségeket, amelyek befolyásolják életmódjukat, munkavállalási szokásaikat, pénzügyi döntéseiket és jövőbeli kilátásaikat.

Az *Y generáció*, más néven Millenniumi generáció, az 1981 és 1996 között születetteket foglalja magában. E generáció tagjai jelentős gazdasági és technológiai változások időszakában nőttek

fel, ami alapvetően befolyásolta életmódjukat és gondolkodásmódjukat. Az Y generáció szülöttei, az első olyan nemzedék, aki életében már jelen volt a számítógép és az internet. Mivel ebbe születtek, és nőttek fel, így a technológia használata nem okoz nekik problémát. Az Y generáció, nem az idősebb generációtól tanul, hanem a kortársaitól, vagy önszorgalommal sajátítja el. Az idősebb generáció számára mondhatni veszélyt jelenthetnek, hiszen az internetnek köszönhetően, a munkájukat bárhol el tudják végezni. Ez a generáció törekszik a munka és a magánélet egyensúlyának fenntartására (Kissné, 2014). Az Y generáció tagjai azok, akik elsőként nőttek fel az internet korában. Gyermekkorukban még használták az analóg technológiákat, de felnőttkorukra teljesen digitalizált világ vette őket körül. Számítógépek, mobiltelefonok és később okostelefonok használata mindennapi életük szerves részévé vált (Szilágyi, 2023). Az Y generáció karrierjének kezdetét jelentős gazdasági események, mint például a 2008-as pénzügyi válság, befolyásolták. Sokan közülük nehézségekkel szembesültek a munkaerőpiacon, ami hosszú távú hatással volt jövedelmükre és pénzügyi helyzetükre. Rugalmasabb munkavégzési formák, például a távmunka és a szabadúszás, egyre elterjedtebbé váltak ebben a generációban (Koltai & Bördös, 2024). Az Y generáció tagjai nagy hangsúlyt fektettek a felsőoktatásra, sokan közülük egyetemi diplomát szereztek. Az élethosszig tartó tanulás és a folyamatos szakmai fejlődés fontossága kiemelkedő ebben a generációban (Thuma, 2016). Az Y generáció tagjai gyakran szembesültek diákhitelekkel és pénzügyi kihívásokkal, amelyek befolyásolták megtakarítási és költekezési szokásaikat. Pénzügyi tudatosságuk növekedése és az öngondoskodás iránti igény erősödése jellemző rájuk (Zsótér et al., 2015).

*A Z generációt (1996 és 2010 között született generáció), digitális bennszülötteknek is nevezik.* Az internet és a világháló az életük jelentős részét képezi, a szociális kapcsolataikat is ezen keresztül élik meg. Ennek a generációnak a személyes kommunikációja elveszni látszik, a legtöbben az interneten keresztül kommunikálnak. Hozzá vannak szokva, hogy az internet mindenhol a rendelkezésükre áll, mondhatjuk úgy is, hogy a világ első globális nemzedéke (IT nemzedék). Az előző generációkkal összehasonlítva jelentős feszültség alakulhat ki, többek között a nyelvtudás, az informatikai tudás, valamint az értékrendek különbségei végett (Besenyei, 2016). A Z generáció tagjai már születésüktől fogva hozzáfértek az internethez és digitális eszközökhöz. Az okostelefonok, táblagépek és a közösségi média mindennapi életük szerves része. Nagymértékben függnek a digitális technológiától mind a kommunikáció, mind az információszerzés terén (Lénárd, 2015). A Z generáció gyermekkorát és fiatal felnőttkorát a 2008-as gazdasági válság utáni időszak, valamint a COVID-19 járvány határozta meg. Ezek az események mély hatással voltak gazdasági lehetőségeikre és jövőképükre. A gazdasági

bizonytalanság és a gyorsan változó munkaerőpiac kihívásokat és lehetőségeket is jelent számukra (Koltai & Bördös, 2024). A Z generáció számára az online tanulás és a digitális oktatási eszközök használata természetes. Az oktatásuk során nagy hangsúlyt kapott a technológiai készségek fejlesztése. A digitális írástudás és az információs technológiai ismeretek alapvető fontosságúak számukra (Sohl, 2021). A Z generáció tagjai már korán megismerkedtek a digitális pénzügyi eszközökkel, például az online bankolással és a mobilfizetésekkel. Közülük sokan előnyben részesítik a pénzügyi tervezés és a megtakarítás digitális eszközeit, és nagyobb hangsúlyt fektetnek a pénzügyi tudatosságra (Zsótér et al., 2015).

Az Y és Z generációk közötti különbségek és hasonlóságok megértése segít abban, hogy jobban megértsük a mai fiatalok gazdasági, társadalmi és technológiai környezetét. Mindkét generáció különböző kihívásokkal és lehetőségekkel szembesült, amelyek befolyásolják pénzügyi döntéseiket, életmódjukat és jövőbeli kilátásaikat. Ezeknek a generációknak a vizsgálata fontos a gazdasági politikák, oktatási programok és pénzügyi szolgáltatások fejlesztése szempontjából is.

## **1.2. Generációk a munkaerőpiacon**

Ha megvizsgáljuk a jelenlegi munkaerőpiacot, láthatjuk, hogy a legnagyobb létszámmal a Baby boom, és az X és Y generáció van jelen. A Z generáció, korukból adódóan még csak inkább diák munkásként van jelen a munka világában, hiszen legtöbben még egyetemen tanulnak. Az említett három generáció között egyértelműen a digitális világhoz való alkalmazkodásuk, ami a legnagyobb különbséget jelenti, azonban megfigyelhető még a munkához, valamint a munkahelyhez való viszonyukban is. A legkiugróbb különbség e kapcsán, a munkahely váltásról alkotott véleményük. A Baby Boom generációnak a legtöbb tagja tart a munkahely váltás következményeitől. Az X generáció tagjai fontosnak tartják, hogy rendelkezzenek egy versenyképes önéletrajzzal, hogy szükség esetén, akár több nagyobb vállalathoz is beadhassa azt, és „jó nevű” vállalatoknál dolgozhasson. Az Y generáció pedig hajlandó arra is, hogy egyszerre akár több helyen is dolgozzon, hogy ezzel is növelje az esélyeit a munkaerőpiacon. A szervezeti struktúrát megfigyelve, a Baby Boomer generáció tagjai a hierarchikus szervezeti struktúrát, míg az X generáció inkább a demokratikust részesíti előnyben. Az Y generáció tagjai pedig már igénylik az önállóságot, és a döntésekben való részvételt. Tovább vizsgálva a munkaerő piacon jelen lévő generációkat, szembetűnő különbségek figyelhetők meg a lojalitás területén is. Az idősebb generációra jellemző, hogy hűségesek a munkahelyükhöz, míg az X

generáció már inkább az egyénekhez, és csoportokhoz kötődnek inkább. Az Y generáció már saját magához, valamint a személyes kapcsolataihoz ragaszkodik. Ha tovább megyünk a képességek vizsgálatára, elmondhatjuk, hogy ez mind a három generáció számára kiemelten fontos, azonban különböző okokból kifolyólag. A Baby Boomer generáció tagjai azért fejlesztik képességeiket, és tanulnak, hogy a fiatalabb generáció ne vehesse el tőlük a munkájukat. A képességek fejlesztését az X generáció tagjai a siker érdekében tartja fontosnak, míg az Y generációnak ez alapvető felfogásként jelentkezik. Fontos számukra az új információk megszerzése, az új képzések, a tanulási lehetőség, így sok esetben így keresnek maguknak munkahelyet is. Végezetül a jutalmazás, bérezés kapcsán is jelentős eltéréseket láthatunk a három generáció megfigyelése közben. Mivel a Baby Boomer generáció tagjai az említett lojalitásnak köszönhetően hosszútávon dolgozik egy adott vállalatnál, így a fizetését tekintve is hosszú távon számol azzal. Az X generáció tagjai azonban szinte azonnal elismerést és megfelelő jutalmazást vár a munkájáért, éppen ezért igen sok esetben irreálisan magas bérigénnyel rendelkeznek. Az Y generáció tagjai a teljesítmény alapú bérezést tartják megfelelőnek (Bokor, 2007).

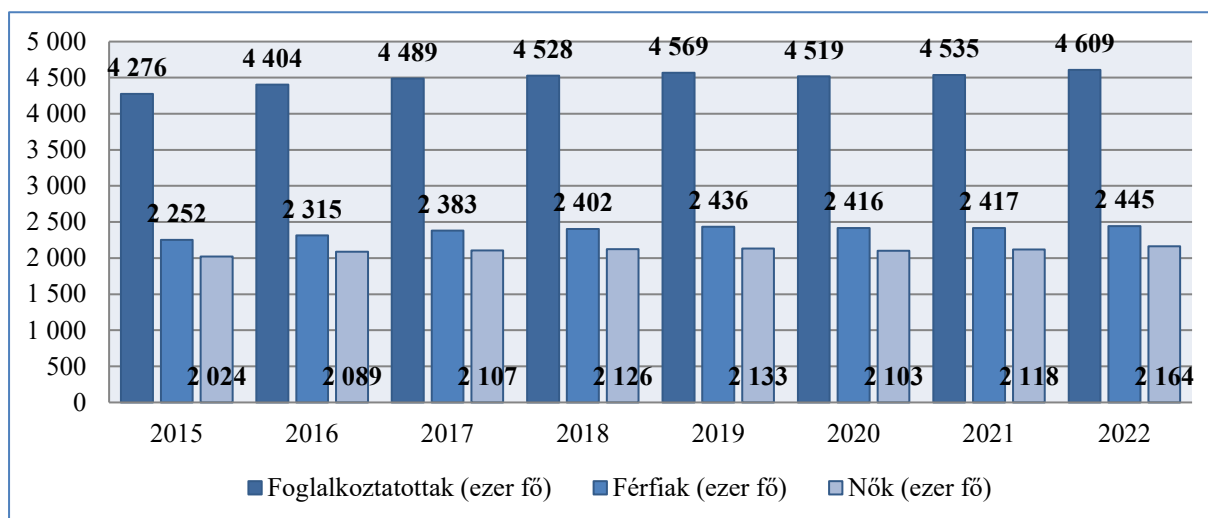
A generációk közti különbség a munkaerőpiacon további négy szempontból is vizsgálható. A négy szempont az (1) elégedettség a munkával, (2) a munkaetika, (3) a felelősségvállalás, (4) és a munka-magánélet egyensúlya.

*Munkaelégedettség:* Az Y generáció kapcsán található szakirodalom jelentős része úgy véli, hogy az Y generáció tagjai nehezen motiválhatóak (Woodward et al., 2015). Az Y generáció tagjainak jelentős része nem elégedett a munkájával. Ennek oka, hogy folyamatosan valami újra, és izgalmasabbra vágynak, amihez természetesen nagyobb felelősség is társul. Továbbá túlnyomó többségük nem értékeli a képzésükbe fektetett erőfeszítéseket, é inkább rögtön váltanak, ha a munkának valamely részével nem teljesen elégedettek (Schullery, 2013). Az empirikus kutatások ebben a témakörben igencsak ellentmondásosak. *Kowske és Wiley* (2010) nagy mintán végzett kutatása alapján, az Y generáció tagjai elégedettebbek munkájukkal, mint az idősebb generációk tagjai (*Kowske & Wiley*, 2010). *Cennamo és Gardner* (2008) keresztmetszeti vizsgálatot végzett, és arra az eredményre jutottak, hogy az Y generáció szignifikánsan könnyebben vált munkahelyet, mint a Baby Boomer vagy X generáció tagjai. A munkával való elégedettség valamint az elkötelezettség nem mutatott kutatásukban különbséget. A kutatásuk igazolta, hogy az X generáció tagjai a többi generációhoz képest a szakma irányába, amit képviselnek jóval elkötelezettebbek *Twenge és munkatársai* (2010) vizsgálata szerint a munkahelyváltás életkori sajátosságból adódik, vagyis nem generációs

kérdés (Twenge et al., 2010). *Felelősségvállalás*: A legtöbb vizsgálat, ami a felelősségvállalás kapcsán történt, arra kereste a választ, hogy az Y generáció tagjai számára mennyire fontos a felelősségteljes munkakör, kivétítve az idősebb generációra (Soulez & Soulez, 2011), továbbá, hogy ennek a generációnak a tagjai egyéni felelősségvállalása milyen magas, tehát hogy mennyire vállalják a felelősséget a körülöttük történt eseményekért (Twenge, 2010). Ebből a szempontból Twenge és Zhang (2004) meglátása az, hogy kétféle típus létezik. Az egyik, aki többnyire belső kontrollt érez, a másik pedig, aki többnyire külsőt. Kutatásuk szerint az Y generáció tagjainál, az egocentrizmus magasabb, mint a többi generációnál (Egyesült Államok) (Twenge & Zhang, 2004). Éppen ezért a kontroll egyre inkább külsővé válik, és a felelősségvállalás a saját tetteik súlyával kapcsolatban egyre csökken. Lester és munkatársai (2012) úgy vélik, hogy ez a viselkedési forma ez idáig is jelen volt valamilyen szinten az emberek életében, azonban az Y generációt sokkal jobban jellemzi (Lester et al., 2012). Soulez és Soulez (2011) vizsgálata szerint az Y generáció tagjainak 53,5%-a a felelősségteljes pozíciókat pályázza meg (Soulez & Soulez, 2011). *A munka és a magánélet egyensúlyának a vizsgálata*: A munka és a magánélet egyensúlyának vizsgálatára több kutatást is találhatunk a szakirodalomban. Soulez és Soulez (2011) szerint, az Y generáció tagjainak a számára a munka és a magánélet egyensúlyának a megteremtése sokkal fontosabb, mint az X generáció tagjainak. Az ebben a kutatásban résztvevő Y generáció 28,6%-a kifejezetten olyan munkahelyet keres, ahol a munka és a magánélet egyensúlya megteremthető (Soulez & Soulez, 2011). Egy korábbi 2008-as vizsgálatban, az Y generáció a munkában elérhető szabadsággal helyezi össze a munka-magánélet egyensúlyát. A vizsgálat eredménye azt is kimutatta, hogy az Y generáció tagjainak magas az igénye az egyensúlyra, mint az idősebb generációké (Soulez & Soulez, 2011). Bokor (2007) kutatása az Y generációra éleződött ki. Az eredményei azt mutatták, hogy a munkaerőpiacon pályakezdő generáció a munka és a magánélet egyensúlyára oly módon tekint, hogy az első tíz évben túlórával és nagy erőfeszítések árán megteremtik azt az anyagi biztonságot, ami a családalapítás után szükséges lesz (Bokor, 2007). *Eltérő generációk a hazai munkaerőpiacon*: Napjainkban a munkáltatók jellemzően legalább három generációhoz tartozó munkavállalókat foglalkoztathatnak. Ezeknek a munkavállalóknak a hatékony együttműködése szükséges a vállalati célok elérése érdekében. A téma azért is annyira fontos és aktuális, mert a foglalkoztató szervezetek személyi állománya az idő előrehaladtával szükségszerűen átalakul. Lényegében tehát, egy generációváltás megy végbe. Éppen ezért, a továbbiakban a Központi Statisztikai Hivatal által közölt adatok alapján fogom megvizsgálni a munkaerőpiacot 2015 és 2022 közötti időszakra.

**1. ábra:** Foglalkoztatottak száma és nemek szerinti eloszlása 2015 és 2022 között (adatok: ezer fő)

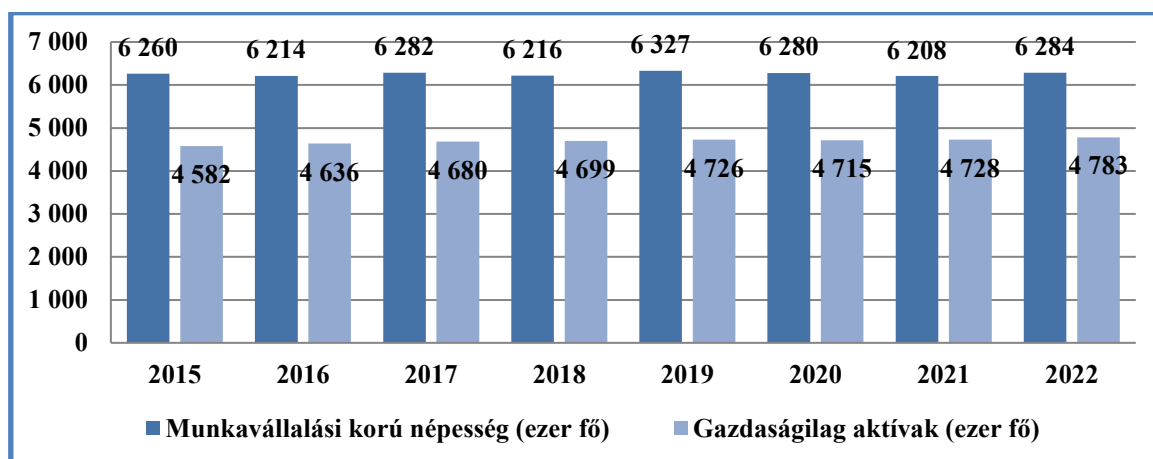
(Forrás: (Saját szerkesztés KSH (2022) adatok alapján)



Mint azt a fenti (1.) ábrán is láthatjuk, az elmúlt közel egy évtizedben a foglalkoztatottak száma folyamatos növekedést mutat. Kisebb visszaesés 2020-ban figyelhető meg, amely a hazánkban is megjelenő világjárványnak, a Covid-nak tudható be. A nemek szerinti eloszlást megvizsgálva láthatjuk, hogy a hazai munkaerőpiacon, az elmúlt közel 10 évben a férfiak voltak jobban foglalkoztatva, de mind a két nemnél emelkedés figyelhető meg az idő múlásával. A 2. ábrán a munkavállalási korú és a gazdaságilag aktív népességet vizsgálom, szintén a fenti időszakra visszamenőleg.

**2. ábra:** Munkavállalási korú népesség és a gazdaságilag aktívak eloszlása 2015 és 2022 között (adatok: ezer fő)

(Forrás: Saját szerkesztés KSH (2022) adatok alapján)

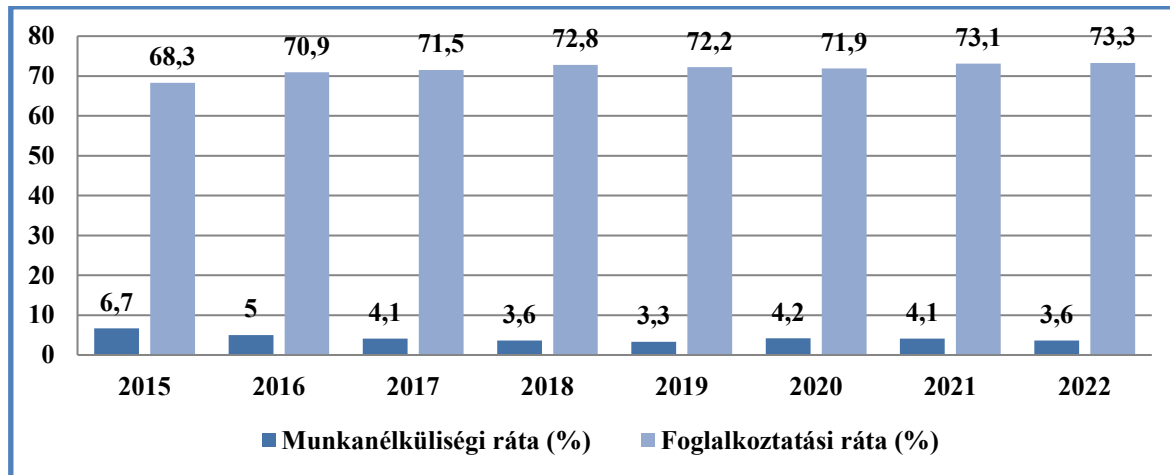


Láthatjuk, hogy a gazdaságilag aktív és a munkavállalási korú népesség tekintetében jelentős növekedés a vizsgált 8 évben nem figyelhető meg, amely a népesség előregedésének, és a születések számának stagnálásának, csökkenésének tudható be. Úgy vélem érdemes

megvizsgálni az elmúlt évek munkanélküliségi és foglalkoztatási rátáját is, melyet a 3. ábrán mutatok be.

**3. ábra:** A munkanélküliségi és a foglalkoztatási ráta vizsgálata 2015 és 2022 között (adatok: %)

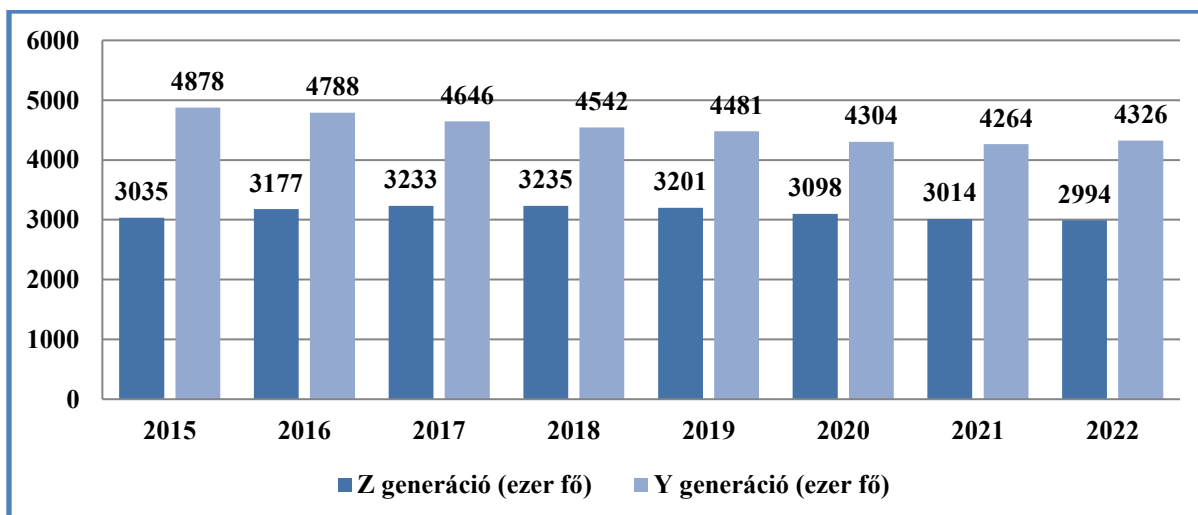
(Forrás: saját szerkesztés KSH (2022) adatok alapján)



A kormány által nyújtotta egyre több lakossági kedvezmény és a vállalkozási támogatások végett, foglalkoztatási ráta 2015-ről 2022-re jelentősen megemelkedett (5%), amely magával hozta a munkanélküliségi ráta, jelentős csökkenését is, hiszen 2015-ben még 6,7%-os volt ez a mutató, 2022-ben már csak 3,6%. Végezetül vizsgálom a szakdolgozat témáját adó két generáció jelenlétét a munkaerőpiacon a 2015 és 2022 év tekintetében, melynek bemutatására 4. ábrát készítettem.

**4. ábra:** A generációk jelenléte a munkaerőpiacon 2010 és 2022 között (adatok: ezer fő)

(Forrás: Saját szerkesztés KSH (2022) adatok alapján)



A fenti ábráról a következő megállapítások vonhatóak le, a generációk munkaerőpiacon való részvételéről. A Z generációba tartozó aktív dolgozók létszámában, egészen 2018-ig növekedés figyelhető meg, majd az ezt követő években, igaz nem jelentős, de csökkenés következett be.

Ugyancsak növekedés figyelhető meg 2014-ig az Y generáció létszámában is, azonban itt is az ezt az évet követő időszakban már csökkenés jelentkezik.

## **1.2. A generációk gazdasági helyzete és kihívásai**

Az Y és Z generációk gazdasági helyzete és kihívásai jelentős hatással vannak a társadalomra és a gazdaságra. A két generáció eltérő időszakokban nőtt fel és lépett be a munkaerőpiacra, amely különböző kihívásokat és lehetőségeket eredményezett számukra. Az Y generáció gazdasági helyzete összetett és több tényező befolyásolta. A 2008-as gazdasági válság egyik legnagyobb hatása ennek a generációnak a korai felnőttkorára esett, amikor sokan közülük léptek be a munkaerőpiacra. Ez a válság hosszú távú következményekkel járt a foglalkoztatási lehetőségekre, jövedelmekre és megtakarításokra nézve. Az Y generáció tagjai gyakran szembesültek a munkahelyek hiányával és a bizonytalan foglalkoztatással. A munkaerőpiacra való belépésük időzítése miatt sokan alacsonyabb kezdő fizetésekkel és korlátozott karrierlehetőségekkel találkoztak. Az Y generáció tagjai közül sokan vettek fel diákhitelt, amely jelentős adósságterhet rótt rájuk a felnőttkor elején. Ez az adósság befolyásolta a megtakarítási és költekezési szokásaikat, valamint késleltette a nagyobb pénzügyi döntéseket, mint például a lakásvásárlást vagy a családalapítást. Az Y generáció gyakran szembesül magas lakásárakkal és bérleti díjakkal, különösen a nagyvárosokban. Ez megnehezítette számukra a saját ingatlan megszerzését. Sok Y generációs nem rendelkezik elegendő nyugdíj megtakarítással, mivel a korai évek pénzügyi nehézségei miatt nem tudtak rendszeresen megtakarítani (Steigervald, 2024).

A Z generáció gazdasági helyzetét már a digitális korszak teljes kibontakozása jellemzi. Ők a technológia és a közösségi média világában nőtték fel, ami jelentős mértékben befolyásolja életmódjukat és gazdasági viselkedésüket. A Z generáció jobban alkalmazkodott a digitális munkaerőpiachoz, és jobban ki tudják használni a technológiai fejlődést. Sokuk számára a távmunka végzés és a rugalmas munkaidő természetes dolog. A Z generáció nagy hangsúlyt fektet a technológiai készségek fejlesztésére, és a digitális tanulási eszközöket is hatékonyan használják. Az online tanulás és a digitális oktatási platformok természetes részei az életüknek. A COVID-19 járvány komoly hatással volt a Z generáció munkaerő-piaci kilátásaira, mivel sokan közülük éppen ekkor léptek be a munkaerőpiacra. Ez gazdasági bizonytalanságot és munkahelyvesztést eredményezett számukra. Bár a Z generáció tagjai korán megismerkedtek a digitális pénzügyi eszközökkel, még mindig kihívást jelent számukra a hosszú távú pénzügyi tervezés és megtakarítás (Steigervald, 2024).

Az Y és Z generációk gazdasági helyzete és kihívásai különböznek, de mindkettőjük számára jelentős hatásokkal bírnak a gazdasági környezet, a munkaerő-piaci feltételek és a technológiai változások. Az Y generáció legnagyobb kihívásai közé tartozik az adósságkezelés és a lakhatás, míg a Z generáció számára a gazdasági bizonytalanság és a pénzügyi tudatosság jelenthet kihívást. Mindkét generáció esetében fontos a megfelelő pénzügyi oktatás és a gazdasági környezethez való alkalmazkodás képessége.

### **1.2.1. Gazdasági kontextus**

Az Y generáció (vagy millenniumi generáció) nagyrészt a 2008-as gazdasági válság idején kezdte meg szakmai pályafutását. A gazdasági összeomlás jelentős hatással volt a munkaerőpiacra, növelve a munkanélküliségi rátát és csökkentve a belépő szintű pozíciók számát. Sok fiatalnak nehézséget okozott megfelelő munkát találni, és azok, akik mégis találtak állást, gyakran alacsony fizetéssel és bizonytalan munkakörülményekkel szembesültek. Ez a helyzet hosszú távú hatással volt a karrierjükre és pénzügyi stabilitásukra, mivel sokan kénytelenek voltak alacsonyabb szintű állásokat elfogadni, ami később korlátozta előmeneteli lehetőségeiket is (PRC, 2010). A Z generáció tagjai a COVID-19 járvány idején léptek be a munkaerőpiacra, ami szintén jelentős kihívásokat hozott. A világjárvány miatt számos iparág leállt vagy csökkentett kapacitással működött, ami növelte a munkanélküliséget és csökkentette az új állások számát. A távmunka és a digitális technológiák térnyerése ugyanakkor új lehetőségeket is teremtett, különösen az informatikai és technológiai szektorban. A járvány idején a fiataloknak, rugalmasnak és alkalmazkodónak kellett lenniük, hogy sikeresen navigáljanak a munkaerőpiacon (Welthiem, 2023). Az Y és Z generáció tagjai is szembesültek az álláskeresés nehézségeivel, különösen gazdasági válságok idején. A pályakezdők gyakran találkozhatnak a problémával, hogy a munkáltatók tapasztalatot várnak el, amelyet éppen első állásuk során szerezhethetnének meg. A belépő szintű pozíciók gyakran alacsony fizetést kínálnak, ami megnehezíti a fiatalok számára, hogy elkezdjék független életüket és stabil pénzügyi helyzetet teremtsenek. Az Y generáció számára a 2008-as válság, a Z generáció számára pedig a COVID-19 járvány jelentett komoly akadályt ezen a téren (Sullivan, 2020). A munkabérek jelentős eltéréseket mutathatnak iparágak és földrajzi régiók szerint. Az Y és Z generációk tagjai egyre gyakrabban keresnek mellékállásokat vagy vállalkozási jövedelmet, hogy kiegészítsék alapjövedelmüket. Az online platformok és a gig economy lehetőségei megkönnyítették a mellékállások vállalását, ami különösen fontos a pénzügyi stabilitás eléréséhez. Sokan választanak vállalkozási formát is, hogy nagyobb kontrollt gyakorolhassanak munkaidejük és jövedelmük felett (Colby & Bell, 2016).

A gazdasági válságok idején a kormányzati támogatások és segélyek létfontosságúak lehetnek a fiatalok számára. A 2008-as válság és a COVID-19 járvány idején számos országban vezettek be olyan programokat, amelyek célja a munkanélküliség csökkentése és a fiatalok támogatása volt. Ezek közé tartoznak a munkanélküli segélyek, az álláskeresési támogatások, valamint a fiatal vállalkozók számára nyújtott támogatások és hitelprogramok. Ezek az intézkedések hozzájárulhatnak a gazdasági stabilitás eléréséhez és a munkaerő-piaci integrációhoz.

### **1.3. Költségvetési szokások és prioritások**

Az Y és a Z generáció költségvetési szokásai és prioritásai számos tényezőtől függenek, beleértve a technológiai fejlődést, a gazdasági környezetet és az életmódbeli változásokat. Az alábbiakban részletesen bemutatom a főbb területeket, kiegészítve releváns hivatkozásokkal. A költségvetési szokások tekintetében megkülönböztetünk rögzített és változó kiadásokat.

*Rögzített kiadások* a lakhatás, a közművek és a biztosítások. Mindkét generáció számára a lakhatás a legnagyobb rögzített kiadás. Az Y generáció (millenniumiak) esetében sokan választják a bérletet a saját ingatlan vásárlása helyett, főként a magas ingatlanárak és az életstílusbeli preferenciák miatt. Ezzel szemben a Z generáció egy része még mindig otthon él a szüleivel, de amikor önállósodnak, ők is gyakran választják a bérletet, bár egyre nagyobb az érdeklődés a saját ingatlan iránt is (HVG, 2019). A közművek és biztosítások kiadásai, szintén jelentős szerepet játszanak mindkét generáció életében. Az Y generáció többnyire már saját közmuviszámlákat és biztosításokat fizet, míg a Z generáció fiatalabb tagjai ezt még nem feltétlenül teszik meg (Tóth, 2024). *Változó kiadások* az élelmiszerek, a közlekedés és a szórakozás, de ide sorolhatjuk az egészségügyi kiadásokat is, és megemlíthetjük a megtakarításokat valamint a befektetéseket is. Az élelmiszerre fordított kiadások változóak lehetnek, de mindkét generáció egyre inkább előnyben részesíti az egészséges és fenntartható élelmiszereket, még ha ez magasabb költségekkel is jár (Kovács et al., 2016). A közlekedés szempontjából elmondható, hogy az Y generáció tagjai közül sokan autót vásárolnak, különösen azok, akik külvárosi vagy vidéki területeken élnek. Azonban a városi Y generáció tagjai körében egyre népszerűbb a tömegközlekedés és az autómegosztó szolgáltatások. A Z generáció számára a fenntarthatóság fontos szempont, ezért ők nagyobb arányban választják a tömegközlekedést vagy az elektromos autókat (Kolnhofer-Derecskei & Reicher, 2018). Mindkét generáció jelentős összegeket költ szórakozásra, de az Y generáció inkább az élményekre (utazás, koncertek), míg a Z generáció az online szórakozásra (játékok, streaming szolgáltatások) költ többet (Hönyi, 2023). Az Y generáció számára az egészségügyi kiadások

jelentős terhet jelenthetnek, különösen az Egyesült Államokban, ahol a magánbiztosítások drágák. A Z generáció, különösen a fiatalabb tagjai, még viszonylag kevésbé terheltek ezekkel a kiadásokkal, de az idősebb Z generáció tagjai számára már egyre fontosabbá válik az egészségügyi kiadások kezelése (MMB, 2023).

Megtakarítások és a befektetések esetében elmondható, hogy mindkét generáció számára fontos, de az Y generáció tagjai inkább a hosszú távú megtakarításokra (például nyugdíjalapok) koncentrálnak, míg a Z generáció számára a rövid távú megtakarítások is jelentősek, mivel ők még életük kezdeti szakaszában vannak. Különböző befektetési formák léteznek, mint a kriptovaluták, a részvények, vagy a nyugdíjalap. A két generáció tekintetében elmondható, hogy mindkét generáció érdeklődik a kriptovaluták iránt, de a Z generáció tagjai különösen nyitottak erre az új befektetési formára. Az Y generáció tagjai gyakrabban fektetnek részvényekbe, mivel már stabilabb pénzügyi helyzetben vannak. Az Y generáció számára fontos a nyugdíjalap is, míg a Z generáció tagjai még csak most kezdik felfedezni ezeket a befektetési lehetőségeket (Pintér, 2020). A költségvetési szokások tekintetében meg kell, hogy említsük, és vizsgáljuk a szabadidős tevékenységeket, valamint a szórakozást is. Az Y generáció inkább az élményeket és a társasági tevékenységeket részesíti előnyben, míg a Z generáció az online platformokat és a digitális szórakozási formákat kedveli. A Z generáció számára a digitális szolgáltatások előfizetése (például Netflix, Spotify, játék előfizetések) alapvető kiadási tétel. Az Y generáció is aktívan használja ezeket a szolgáltatásokat, de náluk nagyobb hangsúly van a hagyományosabb szórakozási formákon is (Nagy & Fazekas, 2016).

Összességében a fentebb leírtak tekintetében elmondható, hogy az Y és a Z generáció költségvetési szokásai és prioritásai számos területen különböznek, ugyanakkor sok közös vonásuk is van, különösen a technológia és az innováció iránti nyitottságban.

#### **1.4. Pénzügyi oktatás és tudatosság**

Az Y (millenniumi) és Z generációk pénzügyi tudatossága és oktatása egyre nagyobb hangsúlyt kap a mai társadalomban. Mindkét generáció esetében a pénzügyi ismeretek és az oktatás kiemelt fontosságú, mivel a gazdasági környezet folyamatosan változik, és az új technológiák jelentős hatást gyakorolnak a pénzügyi szokásokra és lehetőségekre.

Az iskolai rendszerben és otthon is egyre nagyobb figyelmet fordítanak a pénzügyi ismeretek oktatására. Az Y és Z generáció tagjai számára a pénzügyi tudatosság már fiatal korban elkezdődhet, például alapvető pénzügyi fogalmak, mint a megtakarítás, a befektetés és a

költségvetés tervezése. Az oktatási intézményekben bevezetett pénzügyi tantervek és programok célja, hogy a diákok már korán megértsék a pénz értékét és a felelős pénzkezelés fontosságát. A szakirodalom is alátámasztja, hogy a pénzügyi ismeretek oktatása jelentős hatással van a fiatalok pénzügyi viselkedésére. Lusardi és Mitchell (2014) kutatása szerint a pénzügyi tudatosság közvetlen kapcsolatban áll a jobb pénzügyi döntéshozatali képességekkel és a nagyobb pénzügyi stabilitással (Lusardi & Mitchell, 2014). Az OECD PISA 2018 felmérése pedig rámutatott, hogy azok a diákok, akik pénzügyi oktatásban részesültek, jobban értik és kezelik a mindennapi pénzügyi feladatokat (OECD, 2020). Az iskolákban egyre több helyen integrálják a pénzügyi ismereteket a tantervbe. Ez nem csak a középiskolákra vonatkozik, hanem már az általános iskolákban is elkezdődik a pénzügyi alapismeretek oktatása. Az Egyesült Államokban például több állam is kötelezővé tette a pénzügyi oktatást a középiskolai tantervekben. Ezzel párhuzamosan az otthoni pénzügyi nevelés is kulcsfontosságú, hiszen a szülők példamutatása és a pénzügyi kérdésekben való közös döntéshozatal jelentősen hozzájárul a fiatalok pénzügyi tudatosságához (Balogh, 2024).

A digitális eszközök elterjedése forradalmasította a pénzügyi szokásokat, különösen az Y és Z generációk körében. A pénzügyi alkalmazások és az online bankolás lehetőségei révén ezek a generációk gyorsan és kényelmesen kezelhetik pénzügyeiket. Az alkalmazások lehetővé teszik a költségvetés nyomon követését, a megtakarítások kezelését és a befektetések nyomon követését (Urban, 2024). Az online bankolás előnyei közé tartozik a 24/7 elérhetőség, a gyors és egyszerű tranzakciók, valamint a pénzügyi adatok könnyű hozzáférhetősége. A pénzügyi alkalmazások, mint a Revolut, a Monzo vagy a TransferWise, mindennapi eszközökké váltak, amelyekkel az Y és Z generáció tagjai hatékonyan kezelhetik pénzügyeiket, követhetik kiadásait, és akár nemzetközi pénzügyi tranzakciókat is végrehajthatnak alacsony költséggel (Huszák, 2019). A költségvetési tervező szoftverek, mint például a YNAB (You Need a Budget), a Mint vagy a PocketGuard, nagy népszerűségnek örvendenek, mivel segítségükkel a felhasználók könnyedén kezelhetik és tervezhetik kiadásait. Az ilyen eszközök különösen hasznosak lehetnek az Y és Z generáció számára, akik gyakran használnak mobil eszközöket és alkalmazásokat mindennapi életük részeként.

Ezek a szoftverek lehetővé teszik a felhasználók számára, hogy:

1. *Költségvetést készítsenek:* A felhasználók beállíthatják havi vagy éves költségvetési céljaikat, és nyomon követhetik kiadásait, hogy ne lépjenek túl a meghatározott kereteket.

2. *Megtakarítási célokat tűzzenek ki:* Az alkalmazások segíthetnek megtakarítási célok kitűzésében és elérésében, legyen szó vészhelyzeti alapokról, nyaralásról vagy nagyobb vásárlásokról.
3. *Elemzéseket készítsenek:* A szoftverek gyakran részletes jelentéseket és elemzéseket készítenek a felhasználók pénzügyi szokásairól, amelyek segíthetnek a jobb pénzügyi döntések meghozatalában.

## **1.5. Különbségek az Y és Z generáció között**

Az Y és Z generációk közötti különbségek sok területen megmutatkoznak, különösen a technológiai befolyás, a pénzügyi döntések, a fogyasztói magatartás, az értékrend és a prioritások terén. Az alábbiakban részletesebben is megvizsgáljuk ezeket a különbségeket.

Az Y generáció (1981-1996 között születettek), más néven milleniálok, voltak az első generáció, akik a digitális forradalom hatására nőttek fel. E generáció tagjai fokozatosan alkalmazkodtak az új technológiákhoz, mint az internet, a mobiltelefonok és a közösségi média. Ezzel szemben a Z generáció (1997-2012 között születettek) már beleszületett a digitális világba, számukra a technológia és az internet mindennapi életük természetes része. Az Y generáció tagjai gyakran használják az online banki szolgáltatásokat és pénzügyi alkalmazásokat, de még mindig hajlamosak a hagyományos pénzügyi intézményekben bízni. A Z generáció azonban nagyobb mértékben támaszkodik a fintech megoldásokra, mint például a mobilbankolás, kriptovaluták és digitális pénztárcák. Számukra a gyors, kényelmes és rugalmas pénzügyi szolgáltatások előnyben részesülnek a hagyományos módszerekkel szemben. A közösségi média mindkét generáció fogyasztói magatartására jelentős hatással van, de eltérő módon. Az Y generáció gyakran használja a közösségi médiát termékek és szolgáltatások értékelésére, ajánlások keresésére és vásárlási döntések meghozatalára. A Z generáció viszont nemcsak fogyasztói információkat keres a közösségi médián, hanem maga is aktívan részt vesz a tartalomkészítésben és megosztásban, amely befolyásolja saját és mások vásárlási szokásait is. Influenuszerek és vloggerek szerepe különösen jelentős a Z generáció körében, akik gyakran követik kedvenc tartalomkészítőik ajánlásait. Az Y generáció általában nagyobb hangsúlyt fektet a tapasztalatokra és élményekre, mint a tárgyi javakra. Gyakran költenek utazásra, éttermekre és különféle élményalapú tevékenységekre. Ezzel szemben a Z generáció tagjai már fiatal koruktól kezdve nagyobb hangsúlyt fektetnek a pénzügyi stabilitásra és a megtakarításokra. Ők tudatosabb vásárlók, akik hajlandóak időt szánni a legjobb ajánlatok és ár-érték arányok megtalálására (Bak & Pásztor, 2020).

Az Y generáció tagjai érzékenyek a fenntarthatóság és a környezetvédelem kérdéseire, de gyakran az ár és a kényelem is meghatározó szempont számukra a vásárlási döntésekben. Ezzel szemben a Z generáció, sokkal tudatosabb és elkötelezettebb a környezetvédelem iránt. Számukra az etikus vásárlás, a fenntartható termékek és a társadalmi felelősségvállalás kiemelt fontosságúak. Ők szívesen támogatják azokat a márkákat, amelyek hitelesen képviselik ezeket az értékeket (Törőcsik et al., 2014). Az Y és Z generációk közötti különbségek számos területen megmutatkoznak, különösen a technológiai befolyás, a pénzügyi döntések, a fogyasztói magatartás, az értékrend és a prioritások terén. Míg az Y generáció alkalmazkodott a technológiai változásokhoz, a Z generáció már beleszületett ebbe a világba, ami jelentős hatással van életmódjukra és döntéseikre. A környezettudatosság és az etikus vásárlás pedig mindkét generáció számára fontos, de a Z generáció, sokkal tudatosabb és elkötelezettebb e téren. Ezek a különbségek nemcsak a fogyasztói magatartásban, hanem a társadalmi és gazdasági trendekben is megmutatkoznak.

## **1.6. Jövőbeli trendek és kilátások**

Az Y és Z generáció tagjai jelentős változásokat tapasztalnak a munkaerőpiacon és a gazdasági környezetben, amelyek alapvetően formálják jövőbeli kilátásaikat és karrierlehetőségeiket. Az egyik legjelentősebb átalakulás a távmunka és a gig gazdaság térnyerése. A távmunka, amely korábban csak kevésbé volt elterjedt, a COVID-19 világjárvány következtében széles körben elfogadottá vált. Az Y generáció, amely már a munkaerőpiacon van, és a Z generáció, amely most lép be oda, egyre inkább értékeli a rugalmas munkakörülményeket és a munka-magánélet egyensúlyát. Ezzel párhuzamosan a gig gazdaság, amely rövid távú, projektalapú munkalehetőségeket kínál, szintén vonzó lehetőségeket biztosít ezen generációk számára. Az Y és Z generáció tagjai nagyobb szabadságot és autonómiát keresnek a munkájukban, és a gig gazdaság pontosan ezt kínálja számukra. A gig gazdaságban való részvétel lehetőséget nyújt arra, hogy különféle projekteken dolgozzanak, amely nem csak a szakmai tapasztalatuk szélesítését teszi lehetővé, hanem új készségek elsajátítását is segíti. Ezzel a rugalmas munkastruktúrával az Y és Z generációs munkavállalók képesek a hagyományos karrierutak helyett egyéni igényeikhez és életstílusukhoz jobban illeszkedő munkalehetőségeket találni (Balogh et al., 2021).

A pénzügyi technológiák fejlődése szintén meghatározó szerepet játszik az Y és Z generáció életében. A fintech cégek és az új pénzügyi szolgáltatások megjelenése alapvetően átalakítja a pénzügyi szektort, és új lehetőségeket kínál ezen generációk számára. A fintech cégek, mint

például a Revolut, a TransferWise, és a Robinhood, forradalmasították a pénzügyi szolgáltatásokat azáltal, hogy gyorsabb, olcsóbb és felhasználóbarátabb megoldásokat kínálnak. Az Y és Z generációk tagjai, akik digitálisan bennszülöttek, könnyen alkalmazkodnak ezekhez az új technológiákhoz, és előnyben részesítik azokat a hagyományos banki szolgáltatásokkal szemben. Az új pénzügyi szolgáltatások lehetővé teszik a fiatal generációk számára, hogy jobban kezeljék pénzügyeiket, befektessenek, és pénzt takarítsanak meg. A fintech alkalmazások segítségével az Y és Z generációs felhasználók könnyen nyomon követhetik kiadásait, befektetéseiket, és hozzáférhetnek olyan pénzügyi termékekhez, amelyek korábban csak a hagyományos banki ügyfelek számára voltak elérhetők. Ez a pénzügyi tudatosság és az innovatív szolgáltatásokhoz való hozzáférés hozzájárul ahhoz, hogy az Y és Z generáció tagjai pénzügyileg jobban felkészültek és tudatosabbak legyenek (Lemák, 2023).

Összességében az Y és Z generáció számára a változó munkaerőpiac és a gazdasági környezet új lehetőségeket és kihívásokat hoz. A távmunka és a gig gazdaság rugalmasabb munkalehetőségeket kínál, míg a fintech cégek és az új pénzügyi szolgáltatások a pénzügyi szektor átalakulását eredményezik. Ezek a trendek meghatározóak lesznek a jövőben, és alapvetően befolyásolják ezen generációk életét és karrierlehetőségeit.

## **1.7. Szakirodalmi összefoglaló**

Az Y (1981–1996) és Z (1997–2012) generációk pénzügyi szokásai és kihívásai jelentősen eltérnek az előző generációkétól, és közvetlen hatással vannak a háztartások költségvetésére. A technológiai fejlődés, az oktatás átalakulása, valamint a munkaerőpiac változásai alapvetően befolyásolják ezeknek a generációknak a pénzügyi döntéseit és stabilitását.

A háztartások költségvetésének alakulása több tényezőre vezethető vissza. Az Y generáció tagjai gyakran szembesülnek a diákhitelek terhével, a munkaerőpiacon való elhelyezkedés nehézségeivel, valamint a lakásárak emelkedésével, amelyek mind komoly pénzügyi kihívásokat jelentenek. Ezzel szemben a Z generáció már korán találkozik a pénzügyi tudatosság fontosságával, de számukra is kihívást jelentenek a magasabb oktatási költségek és a bizonytalan munkaerőpiaci kilátások. Az Y generáció egy jelentős része továbbra is a szüleivel él, hogy spóroljon, míg a Z generáció tagjai nagyobb érdeklődést mutatnak az alternatív befektetések, például a kriptovaluták és az online tőzsdei kereskedés iránt (Tóth, 2024). A pénzügyi oktatás fontossága hangsúlyozandó az iskolai és egyetemi tantervekben. Az alapvető pénzügyi ismeretek, mint a költségvetés-készítés, a megtakarítási stratégiák és a hitelkezelés, segíthetik az Y és Z generáció tagjait a megalapozott pénzügyi döntések

meghozatalában. Az okostelefonok és digitális eszközök széles körű elterjedése lehetővé teszi a pénzügyi menedzsment egyszerűsítését. Az alkalmazások, például a költségvetés-készítő és befektetési platformok, segíthetnek a fiataloknak pénzügyeik átláthatóbb kezelésében. Fontos, hogy az Y és Z generáció tagjai megismerkedjenek a különböző megtakarítási és befektetési lehetőségekkel. Az alacsony kockázatú befektetések, például a megtakarítási számlák és kötvények mellett megfontolandók a magasabb hozamú, de kockázatosabb lehetőségek is, mint a részvények vagy kriptovaluták. A pénzügyi tanácsadók személyre szabott stratégiákkal segíthetnek abban, hogy hosszú távon pénzügyileg stabilabbá váljanak.

Az Y és Z generációk számára elengedhetetlen, hogy tudatosan kezeljék kiadásait. A fenntartható fogyasztási szokások, mint a tudatos vásárlás és a felesleges kiadások elkerülése, hozzájárulhatnak a pénzügyi stabilitás növeléséhez. A következő táblázatban összefoglalva láthatóak, a legfontosabb megállapítások, amelyek a kutatás alapjául szolgáló irodalomban szerepelnek.

**1. táblázat:** Legfontosabb megállapítások a szakirodalomban

(Forrás: Saját szerkesztés)

| TÉNYEZŐK                                     | Y GENERÁCIÓ (1981-1996)                                                         | Z GENERÁCIÓ (1997-2012)                                                                         |
|----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>PÉNZÜGYI KIHÍVÁSOK</b>                    | Diákhitelek, munkaerőpiaci nehézségek, lakásárak emelkedése                     | Magasabb oktatási költségek, bizonytalan munkaerőpiaci kilátások                                |
| <b>PÉNZÜGYI SZOKÁSOK</b>                     | Spórolás, szülőkkel való együttélés                                             | Korai pénzügyi tudatosság, alternatív befektetési lehetőségek iránti érdeklődés (kriptovaluták) |
| <b>OKTATÁS ÉS TECHNOLOGIA SZEREPE</b>        | Pénzügyi oktatás, digitális eszközök, pénzügyi menedzsment alkalmazások         | Digitális pénzügyi platformok, befektetési platformok iránti nagyobb érdeklődés                 |
| <b>MEGTAKARÍTÁSI ÉS BEFEKTETÉSI SZOKÁSOK</b> | Alacsony kockázatú befektetések (megtakarítási számlák, kötvények)              | Magasabb hozamú, kockázatosabb befektetések (részvények, kriptovaluták)                         |
| <b>FENNTARTHATÓSÁG ÉS TUDATOS VÁSÁRLÁS</b>   | Felesleges kiadások elkerülése, hosszú távú pénzügyi stabilitás iránti törekvés | Tudatos fogyasztási szokások kialakítása, digitális eszközök szerepe a pénzügyek kezelésében    |

## **2. ANYAG ÉS MÓDSZER**

A szakdolgozat témájára irányuló kutatás problémáinak, célkitűzéseinek, kutatási kérdéseinek, valamint hipotéziseinek ismertetésével folytatom.

### **2.1. A kutatási probléma meghatározása**

A kutatás fókuszában az Y és Z generációk pénzügyi szokásainak és kihívásainak feltárása áll, különös tekintettel arra, hogy ezek miként különböznek az előző generációkétól. A fő problémák közé tartozik a diákhitel-terhek és a lakásárak emelkedésének hatása az Y generáció pénzügyi helyzetére, valamint a Z generáció bizonytalan munkaerőpiaci kilátásai és oktatási költségei. Továbbá, a kutatás célja megérteni, hogyan alakítják a technológiai fejlődések, például a digitális pénzügyi eszközök, ezeknek a generációknak a pénzügyi döntéseit, és hogyan lehet növelni a pénzügyi tudatosságukat.

### **2.2. Kutatás célja, kérdései és hipotézisei, módszertana**

A kutatás célja, hogy feltárja az Y és Z generáció pénzügyi szokásait és költési preferenciáit, különös tekintettel a háztartások költségvetésére. A kutatás jelentősége abban rejlik, hogy hozzájárulhat a pénzügyi szolgáltatók, vállalatok és kormányzati szervek számára az Y és Z generáció pénzügyi viselkedésének mélyebb megértéséhez, és segíthet a pénzügyi oktatás célzottabbá tételében, továbbá támogatást nyújthat a háztartások pénzügyi tervezéséhez és költségvetés-kezeléséhez, különösen az új generációk igényeinek megfelelő eszközök és alkalmazások fejlesztésével.

A kutatás alapvető kérdései a következők: Hogyan kezelik az Y és Z generáció tagjai a háztartási költségvetést, és milyen pénzügyi eszközöket használnak a megtakarítások növelésére? Milyen különbségek mutatkoznak a két generáció között a költési prioritások és pénzügyi tervezési stratégiák tekintetében? Milyen hatással van a digitális pénzügyi eszközök elterjedése az Y és Z generáció pénzügyi döntéseire és tudatosságára?

A fenti kérdésekhez kapcsolódóan a következő hipotéziseket állítottam fel:

H1: Azok az egyének, akik aktívan tervezik a költségvetésüket, nagyobb arányban tesznek félre jövedelmükből, mint azok, akik nem tudatosak pénzügyi szempontból.

H2: Az Y generáció hajlamosabb a költségvetés-ellenőrző alkalmazások és automatizált eszközök használatára, míg a Z generáció inkább az új, digitális megoldások, például a kriptovaluták és online befektetések iránt érdeklődik.

H3: A Z generáció tagjai nagyobb hangsúlyt fektetnek a fenntarthatóságra és tudatosabb költési szokásokra, míg az Y generáció gyakrabban költ élményekre és szórakozásra.

A kutatás során kérdőíves felmérést alkalmazok, mely az Y és Z generáció tagjainak pénzügyi szokásait vizsgálja. A résztvevők az Y (1981–1996) és Z (1997–2012) generációból kerülnek ki, a kérdőív pedig a háztartási költségvetésük kezelésére, pénzügyi döntéseikre és megtakarítási stratégiáikra vonatkozó kérdéseket tartalmaz. Az adatgyűjtés online zajlik, és körülbelül két hétig tart. Az összegyűjtött adatok elemzéséhez statisztikai módszereket alkalmazok a kutatási kérdések és hipotézisek vizsgálatára.

### 2.3. Háttérváltozók ismertetése

A háztartások költségvetésére vonatkozó kérdőíves kutatás demográfiai adatai alapján a következő eredmények születtek, amelyek az Y és Z generáció válaszadóinak véleményét mutatja be. A kérdőívet kitöltők közül 95 fő nő (64,2%) és 53 fő férfi (35,8%). Ez azt jelenti, hogy a válaszadók között jelentős női többség van. Az ilyen arányok befolyásolhatják a háztartási költségvetési szokásokra vonatkozó eredményeket, mivel a nemek között eltérő pénzügyi prioritások és költési szokások lehetnek. Az adatok alapján fontos figyelembe venni, hogy a válaszadók döntően nők voltak, ezért a kutatás nem reprezentatív. Az életkori eloszlás a mintában az Y és Z generációk szerinti bontásban a következőképpen alakult (2. táblázat).

**2. táblázat:** Életkor szerinti eloszlás az Y és a Z generációk szerinti bontásban

(Forrás: Saját szerkesztés)

| KOROSZTÁLY | GENERÁCIÓ   | FŐ | ARÁNY (%) |
|------------|-------------|----|-----------|
| 18-20 év   | Z generáció | 7  | 4,7%      |
| 21-24 év   | Z generáció | 79 | 53,4%     |
| 25-29 év   | Y generáció | 29 | 19,6%     |
| 30-35 év   | Y generáció | 24 | 16,2%     |
| 36-40 év   | Y generáció | 9  | 6,1%      |

A válaszadók legnagyobb csoportja a 21–24 évesekből áll, akik a Z generáció fiatal felnőtt tagjai, és a mintában több mint felét (53,4%) teszik ki. Ez a csoport azokból a fiatalokból áll, akik most kezdenek saját pénzügyi döntéseket hozni, munkát vállalnak, és önálló háztartást vezetnek. A második legnagyobb csoportot az Y generáció 25–29 éves korosztálya alkotja, akik

a válaszadók 19,6%-át képviselik. A 30–35 éves Y generáció tagjai 16,2%-kal vannak jelen, míg a legkisebb arányban a 18–20 éves és a 36–40 éves korosztályok szerepelnek, ami azt mutatja, hogy a válaszadók többsége a fiatal felnőttek közül került ki.

A lakóhely szerinti eloszlás a következőképpen alakult: főváros 36 fő (24,3%), megyei jogú város 26 fő (17,6%), egyéb város 30 fő (20,3%), község és falu 56 fő (37,8%). Az adatokból kiderül, hogy a válaszadók legnagyobb csoportja vidéki településeken, községekben és falvakban él (37,8%). A fővárosban élők aránya 24,3%, ami jelentős, de kisebb, mint a vidéki településeken élőké. A megyei jogú városokban élők aránya 17,6%, míg az egyéb városokban élők aránya 20,3%. Ez az eloszlás azt mutatja, hogy a válaszadók lakóhelye változatos, de a vidéki településeken élők vannak túlsúlyban.

Az iskolai végzettség szerinti megoszlás az alábbiak szerint alakult: középiskola és/vagy gimnázium 56 fő (37,8%), szakiskola 8 fő (5,4%), egyéb szakképzés 14 fő (9,5%), egyetem és/vagy főiskola 68 fő (45,9%), folyamatban lévő egyetemi tanulmány 1 fő (1,4%). Az adatok alapján a válaszadók jelentős része rendelkezik felsőfokú végzettséggel (45,9%), ami azt jelzi, hogy a válaszadók között magas az iskolázottsági szint. A középiskolai végzettséggel rendelkezők aránya 37,8%, ami szintén jelentős. Az egyéb szakképzésben részesültek aránya 9,5%, míg a szakiskolai végzettséggel rendelkezők aránya 5,4%. Csak egy válaszadó van, aki még folyamatban lévő egyetemi tanulmányokat folytat (1,4%). Ez az iskolázottsági eloszlás fontos tényező a háztartási költségvetési szokások elemzése során, mivel az iskolai végzettség befolyásolhatja a pénzügyi tudatosságot és a költségvetési döntéseket.

A válaszadók foglalkoztatottsági státusza a következő: dolgozik 127 fő (85,8%), nem dolgozik 21 fő (14,2%). Az adatok azt mutatják, hogy a válaszadók túlnyomó többsége jelenleg dolgozik (85,8%). Ez azt jelzi, hogy a válaszadók nagy része aktív kereső, ami befolyásolhatja a háztartási költségvetésre vonatkozó válaszaikat. A nem dolgozók aránya 14,2%, ami viszonylag alacsony, de fontos figyelembe venni ezt az arányt is, mivel a munkanélküliek pénzügyi helyzete és költési szokásai eltérőek lehetnek.

Összességében a kérdőíves kutatás demográfiai adatai alapján a válaszadók többsége tehát nő, a 21-24 éves korosztályból származik, vidéki településeken él és felsőfokú végzettséggel rendelkezik. A válaszadók nagy része jelenleg dolgozik. Ezek az adatok fontos kontextust nyújtanak a háztartások költségvetési szokásainak további elemzéséhez, mivel a demográfiai jellemzők befolyásolhatják a pénzügyi döntéseket és prioritásokat.

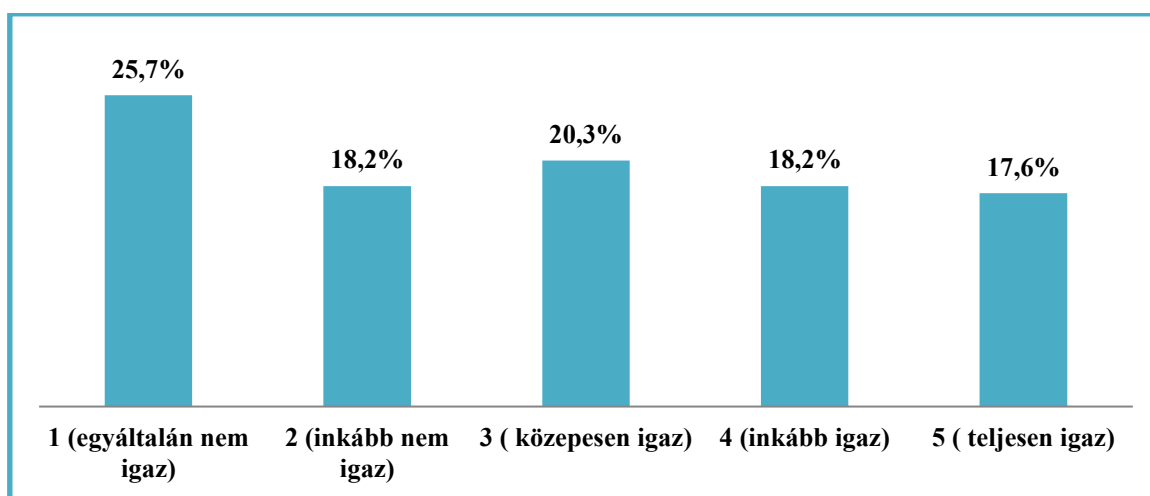
### 3. EREDMÉNYEK

#### 3.1. Költségvetés vezetése és pénzügyi tervezés

A következőkben a kérdőív arra irányuló kérdéseit vizsgálom, hogy az Y és a Z generáció tagjai hogyan kezelik a háztartási költségvetést, és milyen pénzügyi eszközöket használnak a megtakarítások növelésére?

**5. ábra:** A költségvetés vezetése, a válaszadók körében (adatok: %)

(Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján)



A költségvetés vezetése különböző szintű pénzügyi fegyelemre utal (5. ábra). A válaszadók 35,8%-a (4-es és 5-ös értékelések összege) rendszeresen költségvetést vezet, ami azt jelzi, hogy tudatosan kezelik a pénzügyeiket és igyekeznek betartani a kiadási kereteket (magas költségvetési fegyelem). A válaszadók 63,9%-a (1, 2 és 3-as értékelések összege) kevésbé vagy egyáltalán nem vezet költségvetést. Ez a csoport kevésbé fegyelmezett a pénzügyi tervezésben és irányításban.

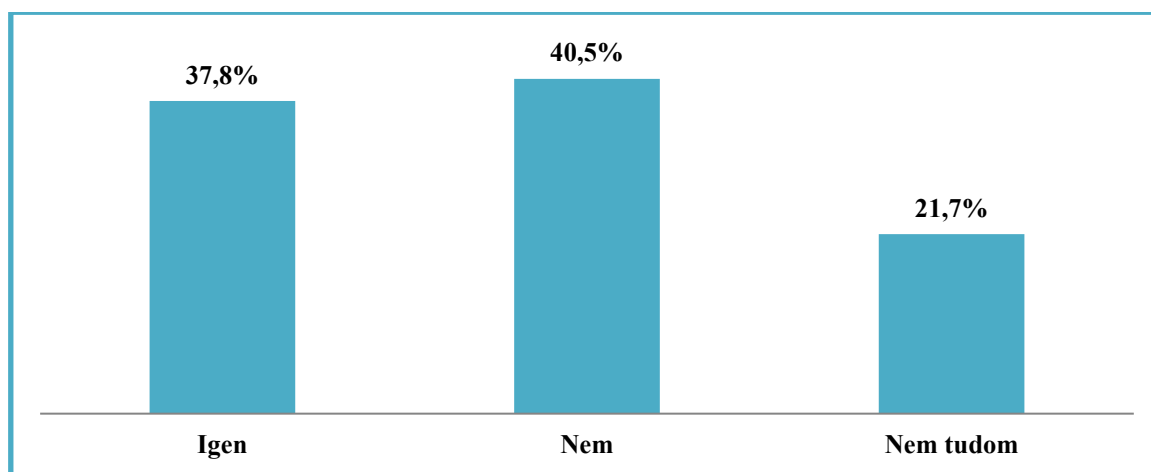
A p-értéke 0,3342, ami azt jelenti, hogy nincs szignifikáns különbség a megfigyelt és az elvárt értékek között a különböző csoportok esetében ( $p > 0,05$ ). Ez arra utal, hogy a Z és Y generációk közötti válaszok eloszlása nem különbözik jelentősen a költségvetés tekintetében.

Az előző adatokkal való összefüggéseket vizsgálva elmondható, hogy az idősebb és magasabb jövedelmű válaszadók vezetnek költségvetést, mivel stabilabb pénzügyi helyzetben vannak, és több tapasztalattal rendelkeznek a pénzügyi tervezés terén. A nagyvárosokban élők, ahol a költségek magasabbak, nagyobb szükségét érzik a költségvetés vezetésének a pénzügyi stabilitás fenntartása érdekében. Összegezve, látható, hogy a költségvetés vezetése és annak

szintje jelentős hatással van a válaszadók pénzügyi helyzetére és élményére. A költségvetést nem vezető vagy kevésbé szigorúan vezető válaszadók nagyobb valószínűséggel érzik frusztrálónak, ha többet költenek, mint amennyi a bevételük. Ez arra utal, hogy a pénzügyi fegyelem és tervezés segíthet csökkenteni a pénzügyi stresszt és frusztrációt. A költségvetés vezetése és a pénzügyi fegyelem nagyobb előnyökkel járhat a közép és hosszú távú pénzügyi stabilitás és célok elérésében. A korábbi adatokkal összevetve az is látszik, hogy a tudatos pénzügyi tervezés segíthet abban, hogy a válaszadók ne kerüljenek túlköltekezésbe és ne érezzék frusztrálónak a pénzügyi helyzetüket. A pénzügyi tudatosság és tervezés fejlesztése fontos lehet a pénzügyi jólét javításában és a pénzügyi stressz csökkentésében az Y és Z generáció tagjai között.

**6. ábra:** Költségvetés vezetése a válaszadók szüleinek a körében (adatok: %)

(Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján)



A 6. ábrán látható, hogy a válaszadók több mint egyharmada (37,8%) azt nyilatkozta, hogy szüleik vezettek vagy vezetnek költségvetést a háztartásuk kiadásairól (12. ábra). Ez a szokásosan strukturált pénzügyi tervezési módszer segíthetett abban, hogy ezek a válaszadók is megtanulják a pénzügyi fegyelem alapjait, és hogy hogyan kezeljék a kiadásait. Ugyanakkor 40,5%-uk azt mondta, hogy szüleik nem vezettek költségvetést. Ez a csoport kevésbé volt kiexponálva a pénzügyi tervezési módszerekkel kapcsolatos jó gyakorlatokra, ami befolyásolhatta a saját pénzügyi tudatosságukat és tervezési képességeiket. A válaszadók 21,7%-a nem tudta, hogy szüleik vezettek-e költségvetést. Ez arra utalhat, hogy a pénzügyi kommunikáció és a szülői példamutatás nem volt egyértelmű vagy szabályozott a háztartásokban.

A chi-négyzet próbát is alkalmaztam, annak eldöntésére, hogy van-e statisztikailag szignifikáns kapcsolat a két változó között: a személy költségvetés vezetése és a szülők költségvetés

vezetése. A  $p$ -érték 0,05-nél magasabb (0,3925) lett, tehát nincs szignifikáns statisztikai kapcsolat aközött, hogy a válaszadók vezettek-e költségvetést, és hogy a szüleik is vezettek-e. Mindezek alapján a chi-négyzet próba azt mutatja, hogy nincs jelentős kapcsolat a válaszadók pénzügyi szokásai és a szülői minta között, de bizonyos csoportokban mégis tapasztalhatók kisebb eltérések.

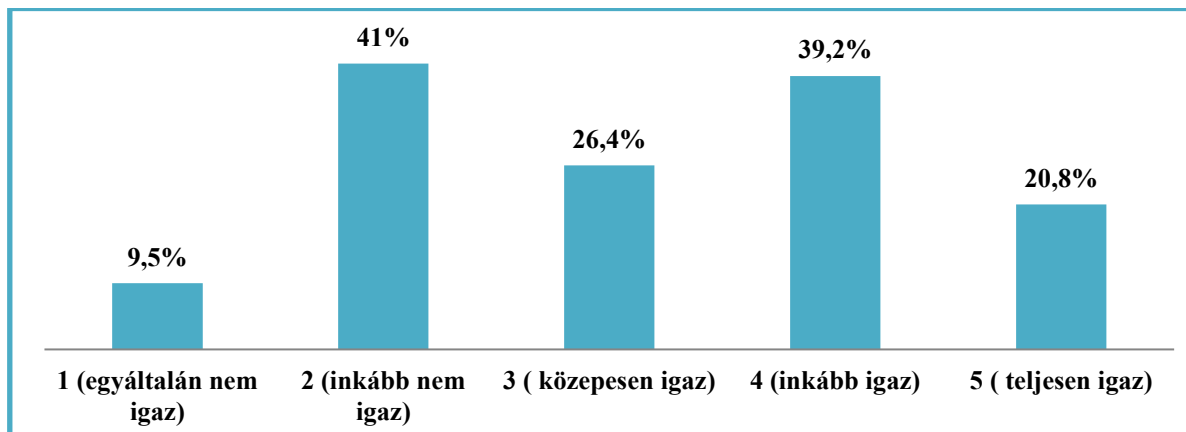
A szülők költségvetési szokásai jelentős hatást gyakorolhatnak a válaszadók pénzügyi viselkedésére és szokásaira. Azok, akiknek szülei vezettek költségvetést, a válaszokból is látszik, hogy jobban tudják kezelni a saját pénzügyeiket és kevésbé hajlamosak a túlköltekezésre vagy frusztrációra a pénzügyeik miatt. Azoknak, akiknek szülei nem vezettek költségvetést, több támogatásra és oktatásra van szükségük a pénzügyi tervezés és irányítás terén. A bizonytalanságot mutató csoportoknak érdemes lenne több információt kapniuk a pénzügyi tervezés és költségvetés fontosságáról annak érdekében, hogy javítsák pénzügyi helyzetüket és csökkentsék a pénzügyi stresszt. Összességében a szülők példamutatása és a szülői háttér jelentős befolyással van a fiatalok pénzügyi szokásaira és viselkedésére. A pénzügyi tudatosság fejlesztése és a költségvetési tervezés tanítása lehetőséget adhat a fiataloknak arra, hogy hatékonyan kezeljék pénzügyeiket és jobb pénzügyi döntéseket hozzanak a jövőben.

Arra a kérdésre, hogy a szülők költségvetés vezetése befolyásolta-e abban a válaszadót, hogy most ő is vezessen ilyen naplót 79,7%-át nem befolyásolta, és 20,3% válaszolt igennel. Az eredmények alapján látható, hogy a válaszadók túlnyomó többsége (79,7%) úgy érzi, hogy szüleik nem befolyásolták őket abban, hogy költségvetést vezessenek, annak ellenére, hogy szüleik ezt tették. A válaszadók nagy része önállóan döntött a költségvetés vezetéséről, és nem szüleik példamutatása alapján. Ez arra utal, hogy más forrásokból (pl. oktatás, személyes tapasztalatok) szerezték pénzügyi tudásukat. Ugyanakkor 20,3%-uk azt mondta, hogy szüleik befolyásolták őket a költségvetés vezetésében. Ez a csoport valószínűleg szoros kapcsolatot ápol szüleikkel, és követik a példát, a pénzügyi tervezési szokásaikban. Az eredményekből arra lehet következtetni, hogy a szülői példamutatás és hatás nem minden esetben döntő tényező a fiatalok pénzügyi szokásaiban. Sok fiatal más forrásokból (pl. iskolai oktatás, saját tapasztalatok) szerez pénzügyi tudást és tervezési képességeket, és ezek határozzák meg költségvetési szokásaikat. A pénzügyi döntések meghozatalában a személyes autonómia és önállóság is fontos szerepet játszik, függetlenül attól, hogy milyen szülői mintát követtek. Fontos, hogy a pénzügyi nevelés különböző forrásokból, és a szülői példamutatáson kívül is,

támogassa a fiatalokat abban, hogy hatékonyan kezeljék pénzügyeiket és alakítsanak ki fenntartható pénzügyi szokásokat.

**7. ábra:** Költségvetés és tudatos költekezés kapcsolata (adatok: %)

(Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján)



A 7. ábra adatai alapján megfigyelhető, hogy a költségvetés vezetése pozitívan befolyásolja a válaszadók tudatosságát költekezésükben. A válaszadók 60%-a (89 fő) magas értékelést adott (4-es és 5-ös értékelés), ami azt mutatja, hogy a költségvetés vezetése jelentős mértékben segít nekik abban, hogy tudatosabban költekezzenek. Ez a csoport nagy valószínűséggel hatékonyan tervez és felügyeli kiadásait, hogy jobban kezeljék pénzügyeiket. Viszont a válaszadók 40%-a (58 fő) alacsonyabb értékelést adott (1-es, 2-es és 3-as értékelés), ami lehet, hogy kevésbé vagy kevésbé hatékonyan vezet költségvetést, vagy talán más pénzügyi szokásaik vannak, ami nélkülözi a költségvetés előnyeit.

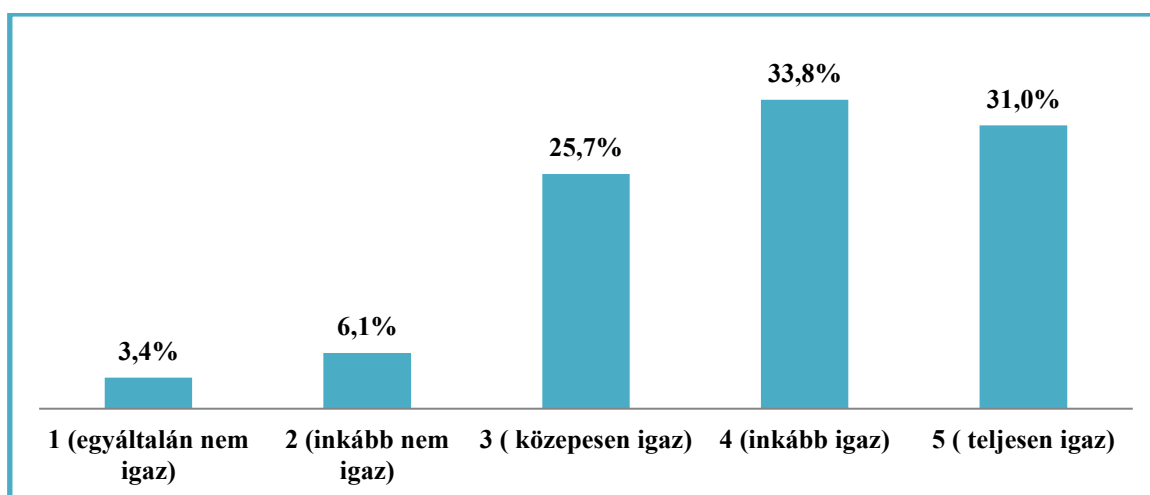
Vizsgáltam továbbá azt is, hogy a különböző életkori csoportok mennyire érzik, hogy a költségvetés vezetése pozitívan befolyásolja tudatosságukat a kiadásokkal kapcsolatban. A chi-négyzet próbát használtam annak megállapítására, hogy van-e szignifikáns különbség az egyes életkori csoportok között ebben a kérdésben. A chi-négyzet próba p-értéke 0,3139 lett, ami nagyobb, mint az általában szignifikánsnak tekintett 0,05 küszöbérték. Ez azt jelenti, hogy nincs szignifikáns statisztikai különbség az egyes életkori csoportok között abban, hogy mennyire érzik pozitívnak a költségvetés vezetésének hatását a tudatosságukra.

A költségvetés vezetése jelentős előnyöket nyújthat a pénzügyi tudatosság és hatékonyság szempontjából. Azok, akik magas értékelést adtak a költségvetés vezetésére, jobban megértik kiadásait és hatékonyabban kezelik pénzügyeiket. Ez hozzájárulhat pénzügyi stabilitásukhoz és stressz csökkentéséhez. Az alacsonyabb értékelést adóknak szükségük lehet további pénzügyi oktatásra vagy támogatásra annak érdekében, hogy jobban kihasználják a

költségvetési tervezés előnyeit és javítsák pénzügyi helyzetüket. Összességében a költségvetési tervezés és vezetés fontos eszköz a pénzügyi tudatosság fejlesztésében és a pénzügyi stabilitás elérésében, különösen egy olyan gazdasági környezetben, ahol az áremelkedések és más pénzügyi kihívások gyakran előfordulnak.

**8. ábra:** Tudatos pénzügyi tervezés értékelése (adatok: %)

(Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján)

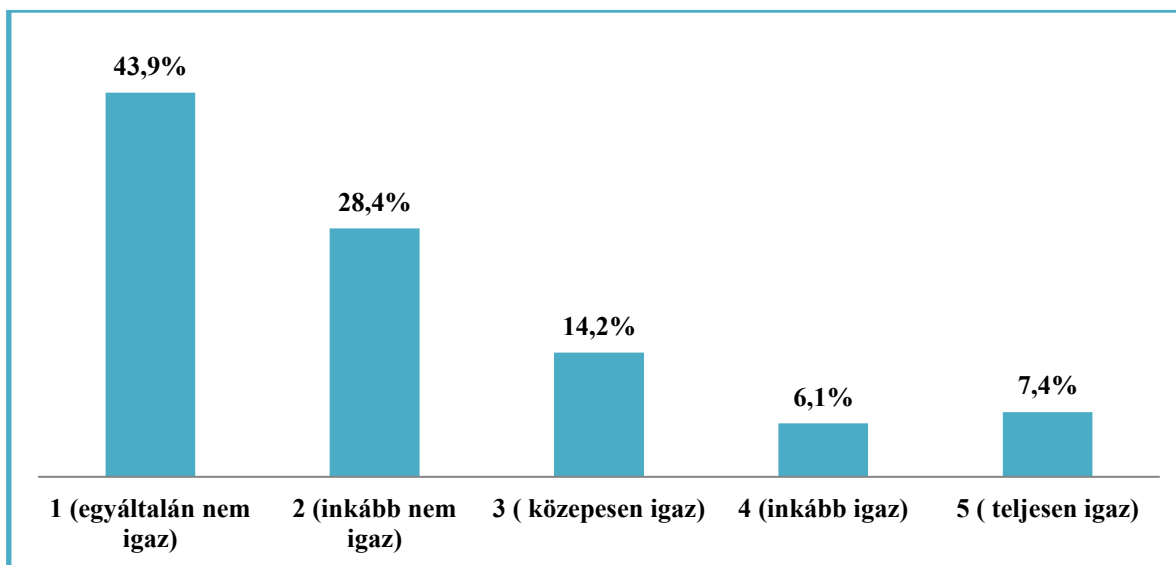


A 8. ábra foglalja össze, a tudatos pénzügyi tervezés eredményeit. Nagyon alacsony arányú azon válaszadó (3,4%) száma, akik szerint nem tervezik előre tudatosan a háztartás anyagi helyzetét. Szintén alacsony arányú válaszadó (6,1%), akik nem teljesen, de valamennyire terveznek pénzügyeikkel kapcsolatban. A közepes szinten tudatosan tervezők aránya 25,7%. Ők azok, akik figyelik költségeiket és tervezik pénzügyeiket, de nem minden részletet terveznek meg előre. Jelentős arányban (33,8%) vannak, akik nagymértékben tudatosan és előre tervezetten gondolkodnak a háztartás anyagi helyzetéről. Szintén magas arányban (31%) vannak, akik teljes mértékben tudatosan és előre tervezetten kezelik a pénzügyeiket.

A válaszadók többsége (64,8%) közepes vagy magas szinten értékeli magát tudatos pénzügyi tervezőként. Ez azt mutatja, hogy jelentős részük figyelmet fordít arra, hogyan kezelik pénzügyeiket és tervezik meg kiadásait. Itt ismét megállapítható, hogy a tudatos pénzügyi tervezés segíthet abban, hogy az emberek jobban kezeljék pénzügyeiket, kisebb legyen a pénzügyi stressz, és hatékonyabban gazdálkodjanak az elérhető forrásaikkal.

**9. ábra:** A válaszadó pénzügyi tudatossága a mindennapokban (adatok: %)

(Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján)

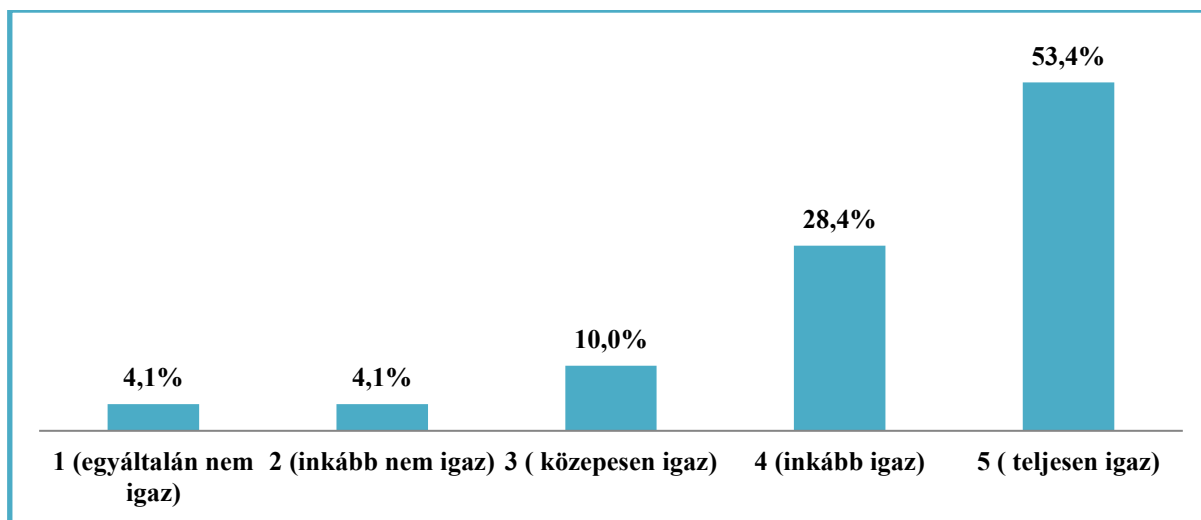


A 9. ábrán látható, hogy a válaszadók mennyire élnek a mának, aminek okán nem gondol a jövőre, nem tesz félre, tehát a tudatos pénzügyi gondolkodás, mennyire szorul hátrébe. Jelentős arányban vannak azok a válaszadók (43,9%), akik szerint nagyon igaz rájuk, hogy a jelenre koncentrálnak, és emiatt nem tudnak, vagy nem tesznek félre pénzt. Szintén magas arányban vannak, akik közepesen igaznak tartják ezt a kijelentést (28,4%). Ez tovább erősíti azt a trendet, hogy sokan a jelenre fókuszálnak pénzügyeik terén. Közepes arányban vannak olyanok, akik szerint van némi igazság abban, hogy a mának élnek, de próbálnak kicsit félretenni (14,2%). Alacsony arányban vannak, akik szerint nagyon kevésbé igaz rájuk ez a kijelentés (6,1%). Ők az a csoport, akik tudatosabban tervezik pénzügyeiket és képesek félretenni. Szintén alacsony arányban vannak, akik szerint egyáltalán nem igaz rájuk, hogy a mának élnének, és emiatt nem tudnak félretenni (7,4%).

A válaszadók jelentős többsége (72,3%) az 1 és 2 jelölés között értékelte magát, ami azt mutatja, hogy sokan nagy, vagy közepes mértékben koncentrálnak a jelenre és ez befolyásolja, hogy mennyit tudnak félretenni. Ez a tendencia arra utal, hogy a jelenbeli kiadások és életvitel dominálja a pénzügyi döntéseket, és kevesebb figyelem jut a hosszú távú pénzügyi tervezésre és megtakarításra. Az alacsonyabb pontszámokkal értékelők (4 és 5 jelölés) száma viszonylag alacsony, ami lehetőséget ad arra, hogy a pénzügyi tudatosságot és megtakarítási szokásokat erősítsék a megfelelő támogatás és oktatás révén. A 10. ábrán látható, hogy a mintában résztvevők, mennyire tudatosan tesznek félre havonta.

**10. ábra:** Tudatos havi megtakarítás a válaszadók körében (adatok: %)

(Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján)



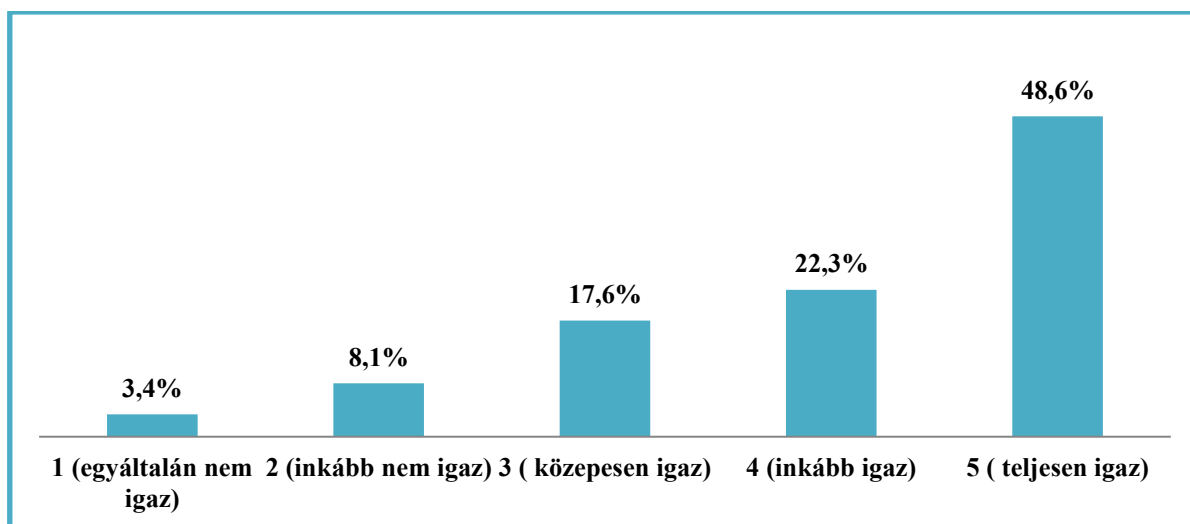
Nagyon alacsony arányban vannak azok a válaszadók, akik szerint egyáltalán nem igaz rájuk, hogy havonta félretennének (4,1%). Szintén alacsony arányban vannak, akik közepesen igaznak tartják, hogy havonta félretennének (4,1%). Közepes mértékben vannak olyan válaszadók, akik szerint van némi igazság abban, hogy havonta próbálnak félretenni (10,1%), és jelentős arányban vannak azok, akik szerint igaz rájuk, hogy havonta félretennének (28,4%). A legnagyobb arányban azok vannak, akik szerint nagyon igaz rájuk, hogy havonta törekszenek félretenni (53,4%). A válaszadók többsége (81,8%) a 4 és 5 pont között értékelte magát, ami azt jelzi, hogy jelentős részük aktívan törekszik arra, hogy havonta pénzt takarítson meg. Ez a pozitív eredmény arra utal, hogy a pénzügyi tudatosság és a megtakarítási szokások elterjedtek a megkérdezettek körében. Az alacsonyabb pontszámokkal értékelők (1 és 2 pont) aránya viszonylag alacsony, ami azt jelenti, hogy kevésbé jellemző, hogy egyáltalán nem, vagy csak kevés erőfeszítést tesznek a megtakarításra.

Az elvárt értékek a megfigyelt gyakoriságokból és az összes válaszadó alapján kerültek kiszámításra. Az eloszlások azt mutatják, hogy a különböző életkori csoportok eltérő mértékben törekednek a megtakarításra. Mivel a p-érték nagyobb (0,1957), mint 0,05, nem utasítjuk el a nullhipotézist. Ez azt jelenti, hogy nem találtam szignifikáns összefüggést az életkor és a havonta történő megtakarítási törekvések között. A kapott adatok alapján úgy tűnik, hogy az életkor nem befolyásolja jelentős mértékben azt, hogy valaki havonta rendszeresen megpróbálja félretenni pénzt. Az összes életkori csoportban viszonylag magas arányban vannak azok, akik rendszeresen törekednek a megtakarításra (4-es és 5-ös értékek). Bár a 21-24 éves korosztályban a legmagasabb a megtakarításra való hajlandóság, a többi csoport sem marad el

jelentősen. A fiatalabb generációk (különösen a 21-24 évesek) nagyobb arányban tesznek félre rendszeresen, de ez az idősebb korosztályoknál is erős tendencia. Az életkor és a megtakarítási szokások között nincs szignifikáns különbség, ami arra utal, hogy más tényezők (pl. jövedelem, pénzügyi tudatosság) lehetnek fontosabbak ezen viselkedés kialakulásában.

**11. ábra:** Váratlan kiadásra való tudatos takarékoskodás (adatok: %)

(Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján)



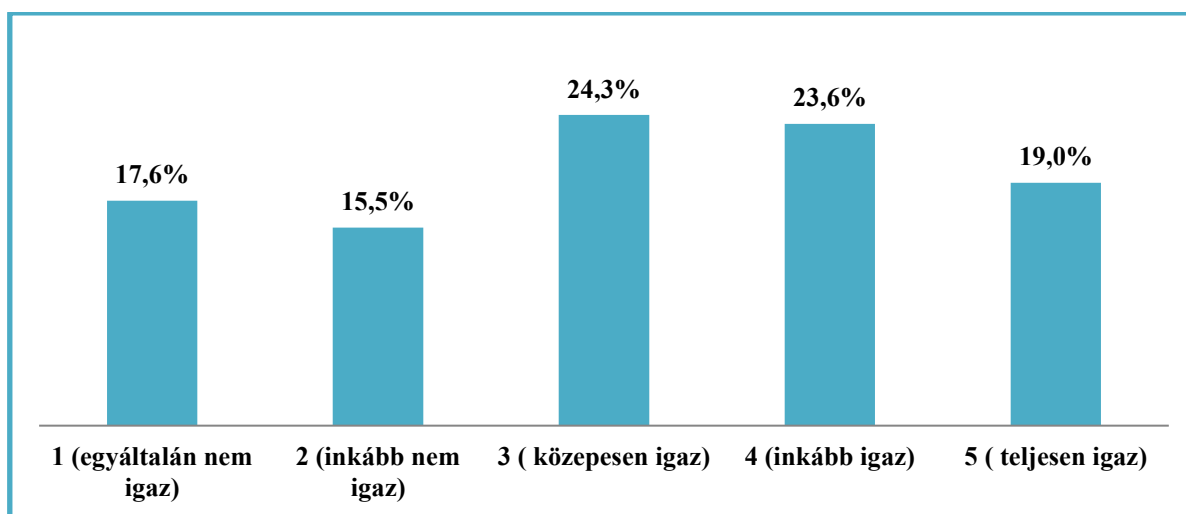
A 11. ábrán látható annak eredménye, hogy a mintában résztvevők mennyire tudatosan tesznek félre, a váratlan kiadásokra. Nagyon alacsony arányban vannak azok, akik szerint egyáltalán nem igaz rájuk, hogy tudatosan félretennének egy nem várt kiadásra (3,4%). Szintén alacsony arányban vannak, akik közepesen igaznak tartják, hogy tudatosan törekszenek félretenni egy nem várt kiadásra (8,1%). Közepes mértékben vannak olyan válaszadók, akik szerint van némi igazság abban, hogy tudatosan próbálnak félretenni egy nem várt kiadásra (17,6%), és jelentős arányban vannak, akik szerint igaz rájuk, hogy tudatosan törekszenek félretenni egy nem várt kiadásra (22,3%). A legnagyobb arányban pedig azon válaszadók vannak, akik szerint nagyon igaz rájuk, hogy tudatosan törekszenek félretenni egy nem várt kiadásra (48,6%).

A válaszadók túlnyomó többsége (71,0%) a 4 és 5 pont között értékelte magát, ami azt jelenti, hogy nagy részük aktívan és tudatosan próbál félretenni egy nem várt kiadásra. Ez a pozitív eredmény arra utal, hogy a pénzügyi tudatosság és a megtakarítási szokások erősek a megkérdezettek körében, különösen váratlan költségek esetén. Az alacsonyabb pontszámokkal értékelők (1 és 2 pont) aránya viszonylag alacsony, ami azt jelzi, hogy kevésbé jellemző, hogy egyáltalán nem, vagy csak kevés erőfeszítést tesznek a váratlan kiadásokra való felkészülésre.

A kapott adatok alapján elemeztem, az életkor és az előre nem várt kiadásokra való megtakarítási hajlandóság közötti kapcsolatot. A vizsgálat során, szintén chi-négyzet próbát végeztem, amely azt vizsgálta, hogy van-e szignifikáns összefüggés az életkor és a nem várt kiadásokra történő tudatos félretétel között. Az elvárt gyakoriságok az életkori csoportok válaszai és az összes válaszadó alapján lettek kiszámítva. Az elvárt eloszlás hasonlít a megfigyelt adatokra, de kisebb eltéréseket mutat a valós megfigyelésekhez képest. Mivel a p-érték nagyobb (0,1993), mint 0,05, nem utasítható el a nullhipotézist, ami azt jelenti, hogy nem találtunk szignifikáns összefüggést az életkor és a nem várt kiadásokra történő megtakarítás között. Az eredmények azt mutatják, hogy a válaszadók életkora és az előre nem várt kiadásokra való megtakarítási szokásaik között nincs jelentős összefüggés. Bár a fiatalabb korosztályokban (különösen a 21-29 évesek) magasabb a megtakarításra való hajlandóság, az életkor alapján nem állapítható meg szignifikáns különbség. A válaszadók többsége, függetlenül az életkorától, tudatosan törekszik félretenni nem várt kiadásokra, különösen a 4-es és 5-ös értékekben.

**12. ábra:** Időszakos takarékoskodás (adatok: %)

(Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján)



A 12. ábrán foglaltam össze, a kérdőív azon kérdését, hogy igaz-e a válaszadóra az, hogy csak abban az esetben tud félretenni, ha egyéb más nagyobb kiadásuk nincs az adott hónapban. Alacsony arányban vannak azok a válaszadók, akik szerint egyáltalán nem igaz rájuk, hogy csak akkor szoktak félretenni, ha nincs más kiadásuk (17,6%). Szintén alacsony arányban vannak a közepesen igaznak tartók (15,5%), akik jellemzően akkor szoktak félretenni, ha nincs más kiadásuk. Közepes arányban vannak azok, akik szerint van némi igazság abban, hogy akkor szoktak félretenni, ha nincs más kiadásuk (24,3%), és jelentős arányban vannak, akik szerint igaz rájuk, hogy akkor szoktak félretenni, ha nincs más kiadásuk (23,6%). Az egyik legnagyobb

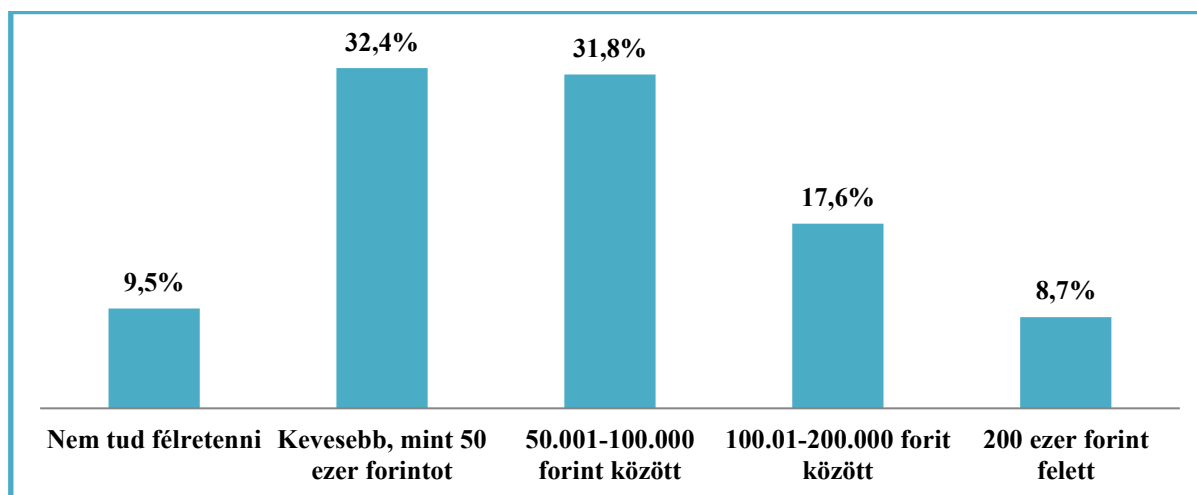
arányban vannak azok a válaszadók, akik szerint nagyon igaz rájuk, hogy akkor szoktak félretenni, ha nincs más kiadásuk (19%).

Az eredmények azt mutatják, hogy a válaszadók többsége (42,6%) a 4 és 5 pont között értékelte magát, ami azt jelenti, hogy sokan jellemzően akkor szoktak félretenni csak, ha épp nincs más kiadásuk. Az alacsonyabb pontszámokkal értékelők (1 és 2 pont) aránya szintén jelentős, de kevesebb, mint az előző kérdés esetében. Összességében a válaszok azt mutatják, hogy a pénzügyi tudatosság és a megtakarítási szokások erősek a megkérdezettek körében, bár vannak eltérések a különböző kérdések között.

A továbbiakban azt vizsgáltam, hogy mekkora, azaz összeg, amelyet a válaszadó havi szinten félre tud tenni, ennek eredményét a 13. ábrán foglaltam össze.

**13. ábra:** A bevételből való havi megtakarítás összege (adatok: %)

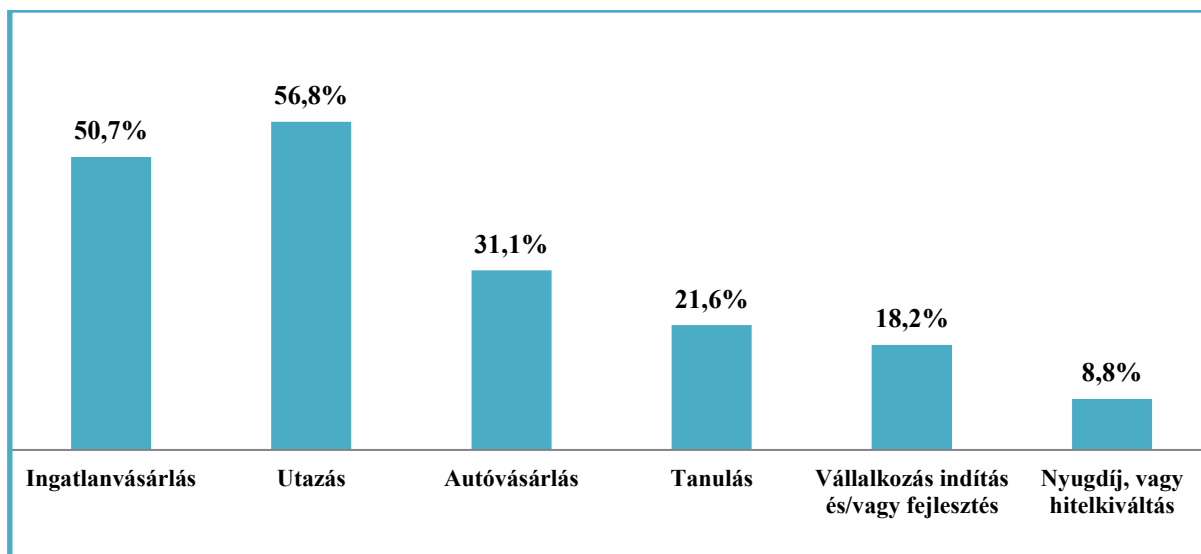
(Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján)



A válaszadók 9,5%-a (14 fő) nem tud félretenni 14 fő. Kevesebb, mint 50 ezer forintot tud félretenni 48 fő (32,4%). 50,001-100,000 forint között tud félretenni 47 fő (31,8%). 100,001-200,000 forint között 26 fő (17,6%), és 200,000 forint felett 13 fő (8,7%). A válaszadók jelentős része (42,9%) kevesebb, mint 50,000 forintot tud havonta félretenni, vagy egyáltalán nem tud félretenni. A közepes és magasabb összegekkel (50,001 forint felett) rendelkezők aránya összességében 57,1%, ami viszonylag egy nagyrészt jelent. Összehasonlítva az előző kérdés eredményeivel, ahol arról volt szó, hogy a válaszadók mennyire érzik úgy, hogy ma kevesebb pénzt tudnak félretenni, mint 2020 előtt, látható, hogy sokan kisebb összegeket tudnak csak félretenni, és ez előfordulhat, hogy részben a gazdasági helyzet változásának tudható be. A megtakarítás célját, a következő 14. ábrán láthatjuk.

**14. ábra:** A megtakarítás célja (adatok: %)

(Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján)

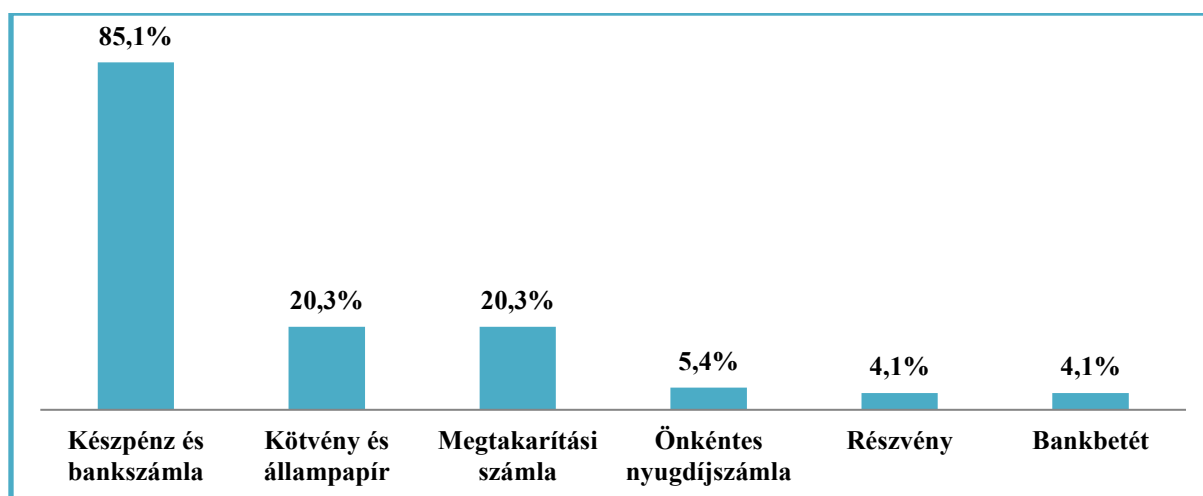


A válaszadók jelentős része ingatlanvásárlás céljából tesz félre pénzt (75 fő-50,7%), ami hosszú távú, nagyobb összegű befektetést jelent. Sokan tesznek félre utazás céljából (84 fő-56,8%), ami arra utal, hogy a válaszadók számára fontos a szabadidős tevékenységek finanszírozása. Szintén jelentős csoport tervezi autóvásárlásra félretenni a pénzt (46 fő-31,1%), ami gyakran középtávú cél lehet. Egy kisebb csoport tervezi tanulási célokra fordítani a megtakarított pénzt (32 fő-21,6%), ami lehet továbbképzés vagy tanulmányi célok finanszírozása. Szintén van egy csoport, amely vállalkozás indítására vagy fejlesztésére teszi félre a pénzét (27 fő-18,2%), ami lehetőséget biztosít a jövőbeli vállalkozói ambíciók megvalósítására. Kisebb csoportban vannak azok a személyek, akik gondolkodnak nyugdíjcélú megtakarításban vagy hitelkiváltásra (13 fő-8,8%).

Tehát a legtöbben hosszú távú célra, például ingatlanvásárlásra vagy utazásra tesznek félre, ami azt mutatja, hogy a válaszadók nagy része fontosnak tartja a jövőbeli terveik megvalósítását. Az autóvásárlás, tanulás és vállalkozásindítás is fontos célok közé tartozik. Az egyéb válaszok, amelyek nem tartoznak a fent említettek közé, kevésbé tűnnek jelentősnek, de még mindig szerepet játszanak a pénzügyi tervezésben és megtakarításokban. A félretett pénzét a válaszadó, a 15. ábrán látható megtakarítási formában tartja.

**15. ábra:** Megtakarítási forma (adatok: %)

(Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján)



A válaszadók többsége készpénzben otthon, vagy bankszámlán tartja megtakarításait (126 fő-85,1%), ami könnyen hozzáférhető és likvid. Egy kisebb csoport választotta a kötvényeket és/vagy állampapírokat, a megtakarítások céljára (30 fő-20,3%), ami hosszabb távú befektetést jelent. Szintén egy hasonlóan nagy csoport használ megtakarítási számlát (30 fő-20,3%), amely adókedvezményeket biztosít. Néhányan önkéntes nyugdíjszámlára teszik félre pénzüket (8 fő-5,4%), hogy hosszú távú biztonságot teremtsenek nyugdíjas éveikre. Kisebb csoport foglalkozik részvényekkel (6 fő-4,1%), ami nagyobb kockázatot, de potenciálisan nagyobb hozamot is jelenthet. Néhányan bankbetéteket (6 fő-4,1%) választanak, ami biztos és stabil hozamot kínál. 1-1 fő különböző eszközöket említett még, mint például a kriptovaluta, euró vagy dollár, valamint befektetéshez kötött biztosítás.

A legtöbben likvid eszközöket, mint készpénzt és bankszámlát preferálnak megtakarításaik tárolására. A hosszabb távú befektetéseket, mint kötvények, állampapírok és megtakarítási számlák is jelentős számban használják. Az önkéntes nyugdíjszámla és részvények kevésbé elterjedtek, de a válaszadók egy része ezeket is preferálja. Fontos megjegyezni, hogy a megtakarítási stratégiák változhatnak az egyéni pénzügyi helyzet és célkitűzések függvényében.

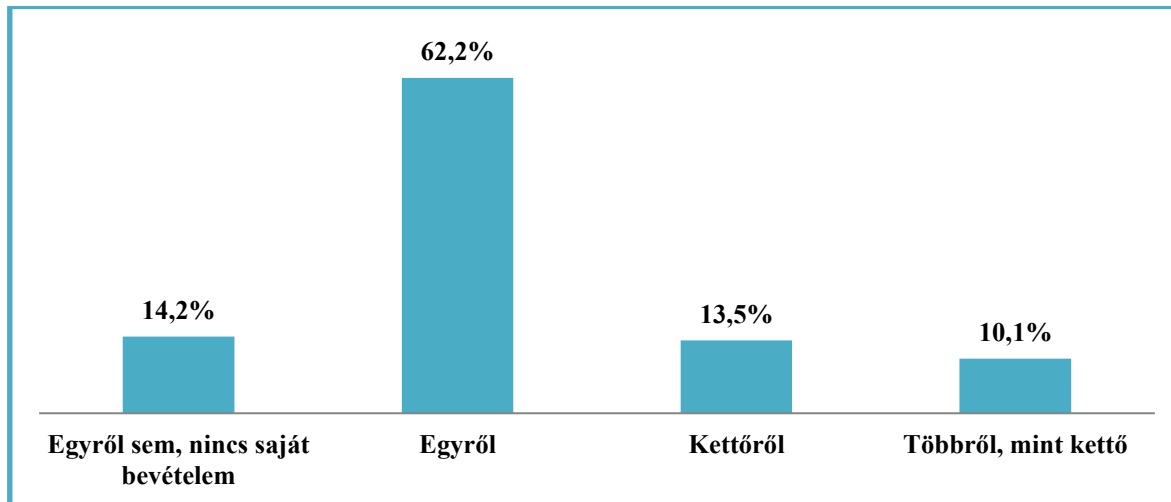
### 3.2. Költségvetés és a kiadások vizsgálata

Az elemzés további részében azt vizsgálom, hogy milyen különbségek mutatkoznak a két generáció között a költési prioritások és pénzügyi tervezési stratégiák tekintetében? Az Y és Z generáció háztartási költségvetésére vonatkozó kérdőíves kutatás további adatai alapján részletes értékelést készíthetek arról, hogy hány emberről gondoskodnak a válaszadók

háztartásaikban, valamint milyen havi átlagos bevételeik vannak. Ezeket az adatokat az eddig ismert demográfiai adatokkal összevetve az alábbiakban értékelem.

**16. ábra:** Háztartásban lévő személyek száma (adatok: %)

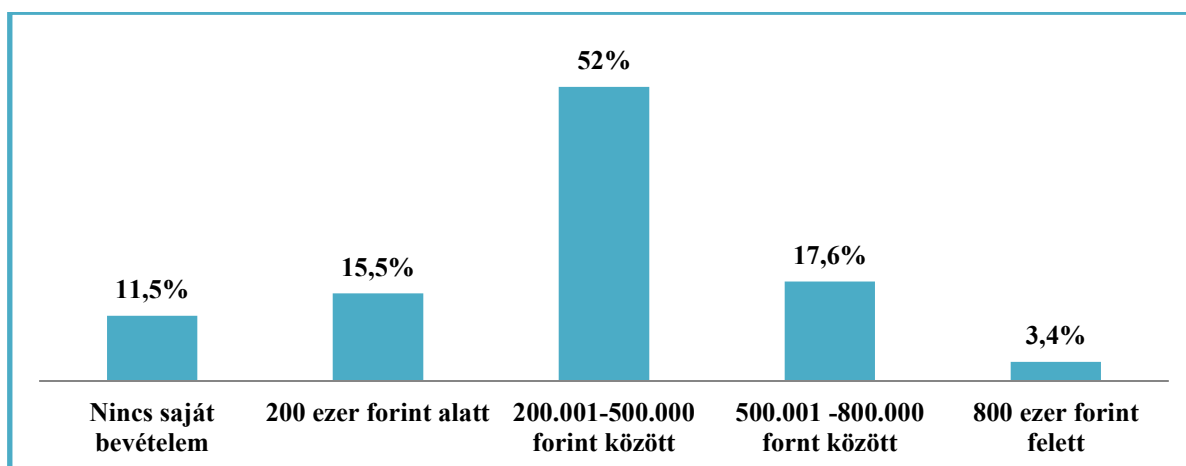
(Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján)



A 16. ábra adatai alapján elmondható, hogy a válaszadók többsége, 62,2%-a egy emberről gondoskodik a háztartásában. A válaszadók kisebb aránya, 13,5%-a két emberről gondoskodik, és 10,1%-a több mint két emberről. Azok, akik nem rendelkeznek saját bevétellel és senkiről sem gondoskodnak, 14,2%-ot tesznek ki, ami azonos, a nem dolgozó válaszadók arányához (14,2%).

**17. ábra:** Havi átlag bevétele a válaszadónak (adatok: %)

(Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján)



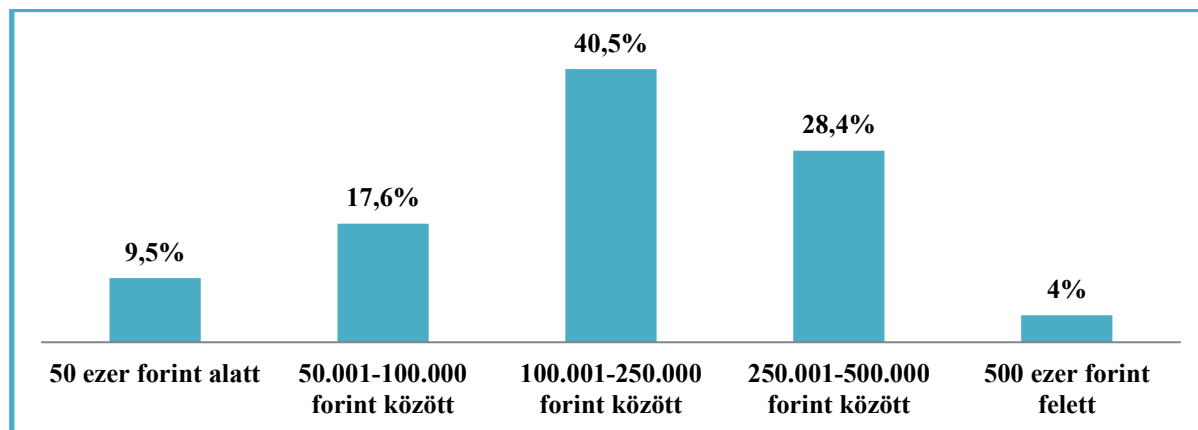
A 17. ábrán látható havi átlagos bevételek adatai azt mutatják, hogy a válaszadók jelentős része (52%) 200.001 és 500.000 forint közötti havi jövedelemmel rendelkezik. Ez a legnagyobb csoport, ami arra utal, hogy a válaszadók többsége stabil, közepes jövedelemmel rendelkezik.

A válaszadók kisebb része, 17,6%-a keres 500.001 és 800.000 forint között, míg 3,4%-uk 800 ezer forint feletti havi bevétellel rendelkezik, ami a magasabb jövedelemkategóriába tartozik. Azok, akik 200 ezer forint alatt keresnek, 15,5%-ot tesznek ki, és 11,5%-nak nincs saját bevétele. A válaszadók többsége nő (64,2%), és a legtöbben dolgoznak (85,8%). A jövedelmek eloszlása alapján a dolgozó válaszadók többsége közepes jövedelemmel rendelkezik (200.001 és 500.000 forint között). Az életkori megoszlás alapján a válaszadók legnagyobb csoportja a 21-24 éves korosztályból kerül ki, akik életük azon szakaszában vannak, amikor kezdik a karrierjüket építeni és stabilizálni a jövedelmüket. A jövedelmek eloszlása is tükrözi ezt, mivel sokan közülük közepes jövedelemmel rendelkeznek. A vidéki településeken élők között vannak azok, akik alacsonyabb jövedelemmel rendelkeznek, míg a nagyobb városokban élők magasabb jövedelemmel bírnak. A válaszadók jelentős része felsőfokú végzettséggel rendelkezik (45,9%), ami magyarázza a közepes és magasabb jövedelmek arányát is. Az iskolázottsági szint és a jövedelem közötti kapcsolat gyakran szoros, mivel a magasabb végzettségűek általában jobban fizetett munkákat végeznek. A háztartások költségvetésére vonatkozó adatok alapján az Y és Z generáció válaszadói többsége önállóan gondoskodik magáról, és stabil, közepes jövedelemmel rendelkezik. A demográfiai jellemzők, mint a nemek, életkor, lakóhely és iskolai végzettség, mind befolyásolják a háztartási költségvetési szokásokat és a jövedelmek eloszlását. Ezek az adatok lehetővé teszik a háztartások pénzügyi szokásainak mélyebb megértését és a különböző csoportok közötti különbségek elemzését.

Az Y és Z generáció háztartási költségvetésére vonatkozó kérdőíves kutatás további adatai alapján a továbbiakban azt vizsgálom, hogy a válaszadók havi kiadásai hogyan alakulnak. Az alábbiakban részletesen elemzem az adatokat és összevetem a korábbi demográfiai adatokkal.

**18. ábra:** A válaszadó havi kiadásainak az összege (adatok: %)

(Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján)



A 18. ábráról leolvasható, hogy a válaszadók közül 14 fő (9,5%) havi kiadása 50 ezer forint alatt van. Ez a csoport azokból áll, akik nagyon alacsony jövedelemmel rendelkeznek, vagy nincs saját bevételük. Azok, akiknek nincs saját bevételük (11,5%), egyértelműen ide tartoznak. Ők a fiatalabb válaszadók, esetleg még tanulók, akik nem rendelkeznek állandó jövedelemmel. A válaszadók közül, 26 főnek (17,6%) a havi kiadása 50.001 és 100.000 forint között van. Ez a csoport alacsony vagy közepes jövedelemmel rendelkezik, és takarékosan gazdálkodik. Vidéki településeken élők (37,8%) között többen vannak, akik alacsonyabb megélhetési költségekkel számolnak. Azok, akik 200 ezer forint alatt keresnek (15,5%), ebbe a csoportba tartoznak. A válaszadók közül 60 fő (40,5%) havi kiadása 100.001 és 250.000 forint között van, ami a legnagyobb csoport. Ez a közepes jövedelemmel rendelkező válaszadók tipikus kiadási kategóriája. A 21-24 éves korosztály, akik pályakezdők vagy karrierjük elején állnak, ebbe a csoportba tartoznak. Azok, akik 200.001 és 500.000 forint között keresnek (52%), szintén jellemzően ebben a kategóriában vannak. Az aktívan dolgozók (85,8%) nagy része ebbe a kiadási kategóriába esik. 42 fő (28,4%) havi kiadása 250.001 és 500.000 forint között van. Ez a csoport magasabb jövedelemmel rendelkezik, és nagyobb kiadásokkal számol. Azok, akik 500.001 és 800.000 forint között keresnek (17,6%), ide tartoznak. Nagyobb városokban, fővárosban élők (24,3%) jellemzően magasabb kiadásokkal rendelkeznek. A válaszadók közül 6 fő (4%) havi kiadása 500 ezer forint felett van. Ez a csoport a legmagasabb jövedelmű válaszadók közé tartozik. Azok, akik 800 ezer forint felett keresnek (3,4%), szinte biztosan ide tartoznak. Nagyobb városokban vagy a fővárosban élnek, ahol a megélhetési költségek magasabbak.

A 21-24 évesek dominanciája (53,4%) a közepes kiadási kategóriákban tükröződik (100.001 és 250.000 forint között). A 25-29 és 30-35 évesek aránya (19,6% és 16,2%) szintén befolyásolja a magasabb kiadási kategóriákat. A vidéki településeken élők (37,8%) az alacsonyabb kiadási kategóriákban vannak többségben. A nagyobb városokban és a fővárosban élők (24,3% és 20,3%) magasabb kiadási kategóriákban jelennek meg. Az egyetem és/vagy főiskolai végzettséggel rendelkezők (45,9%) közepes és magasabb kiadási kategóriákban vannak. Az aktívan dolgozók (85,8%) kiadásai széles skálán mozognak, de többségük a közepes kiadási kategóriákban található.

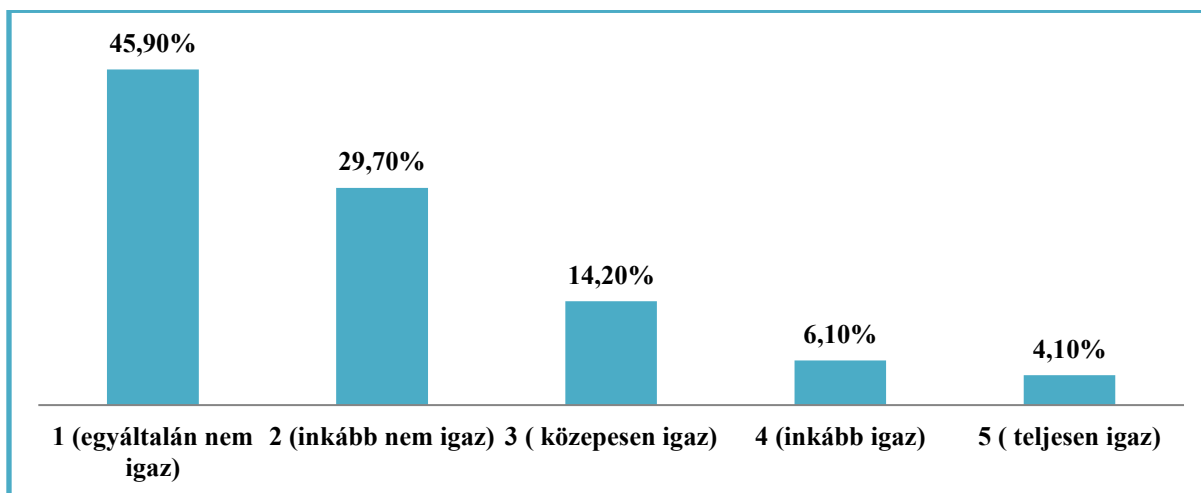
A válaszadók havi kiadásai változatosak, de a legnagyobb csoport közepes kiadásokkal rendelkezik (100.001 és 250.000 forint között). Az alacsonyabb és magasabb kiadási kategóriák is jelentős számban vannak jelen, ami a demográfiai változatosságot tükrözi. Az életkor, jövedelem, lakóhely és iskolai végzettség mind befolyásolják a kiadások alakulását.

Az Y és Z generáció háztartási költségvetésére vonatkozó kérdőíves kutatás további adatai alapján vizsgálom, hogy a válaszadók milyen jellegű dolgokra költenek leginkább. Az alábbiakban részletesen vizsgálom a kapott eredményeket, és összevetem a korábbi demográfiai adatokkal. Ezek alapján, a kiadási kategóriák rangsorolása a következőképpen alakult. Az *élelmiszer*, az 1. helyen 44 fő, míg a 2. második helyen 24 fő jelölte. Az élelmiszer költségek 1. helyen való dominanciája (44 fő) és 2. helyen való megjelenése (24 fő) azt mutatja, hogy az élelmiszer kiemelten fontos kiadási tétel a válaszadók számára. Ez a prioritás általában minden háztartásra jellemző, hiszen az élelmiszer alapvető szükséglet, így függetlenül a jövedelmi szinttől, mindenki számára kiemelt fontosságú. Minden korcsoport számára elsődleges kiadási tétel lehet, de különösen a fiatalabbak, akik éppen önállósodnak és saját háztartást vezetnek. A *szórakozás* 2 fő a 3. helyre, míg 20 fő a 8. helyre sorolta. A szórakozás kiadások rangsorolása vegyes képet mutat, hiszen egyaránt sokan helyezték a 3. és a 8. helyre is. Ez arra utal, hogy a szórakozás fontos, de nem mindenki számára prioritás. A fiatalabb válaszadók (21-24 évesek) számára a szórakozás fontosabb kiadási tétel. Azok, akik magasabb jövedelemmel rendelkeznek, többet költenek szórakozásra is. A *szépítkezést* (fodrász, körmös, szolárium stb.) 23 fő a 4. helyre, míg az 5. helyre 21 fő helyezte. A szépítkezési kiadások szintén fontosak, mivel sokan a 4. és 5. helyre sorolták. Ez arra utal, hogy a személyes ápolás és higiénia kiemelt fontosságú a válaszadók számára. Mivel a válaszadók többsége nő (64,2%), valószínűleg ezért került előkelő helyre ez a kategória. Közepes és magas jövedelemmel rendelkezők között nagyobb arányban jelenik meg ez a kiadási tétel. A *közlekedést* 3. és 4. helyre ugyanazon létszámmal 22 fő sorolta. A közlekedési kiadások rangsorolása a 3. és 4. helyre egyaránt (22-22 fő) azt jelzi, hogy a közlekedés szintén fontos kiadási tétel a válaszadók számára. A nagyobb városokban élők, különösen a fővárosiak (24,3%) többet költenek közlekedésre. Az aktívan dolgozó fiatal felnőttek (21-24 évesek) gyakran közlekednek, így magasabb közlekedési kiadásaik vannak. A *lakás és berendezési tárgyak* 21 főnél kerültek az 1. helyre, míg 20 fő a 8. helyre sorolta csak. A lakásra és berendezési tárgyakra való kiadások 1. helyre kerülése (21 fő) és 8. helyre sorolása (20 fő) vegyes képet mutat. Ez azt sugallja, hogy egyesek számára ez kiemelt fontosságú, míg mások számára kevésbé. Az idősebb korosztályok (25-35 évesek) számára fontosabbak a lakáskiadások, különösen, ha már saját lakással rendelkeznek. Megállapítható, hogy azok, akik magasabb jövedelemmel rendelkeznek, többet költenek lakásra és berendezési tárgyakra. Az *ajándékvásárlás* többnyire a 7. és 9. helyre került (19-19 fő), ami azt jelzi, hogy nem prioritás a válaszadók számára. Az alacsonyabb jövedelemmel rendelkezők kevésbé költenek ajándékokra. A fiatalabb válaszadók számára kevésbé fontos kiadási tétel az ajándékvásárlás. A *ruházkodás kiadások* rangsorolása a 4. és 6. helyre (22 és 20

fő) azt jelzi, hogy viszonylag fontos a válaszadók számára. A nők (64,2%) nagyobb arányban költenek ruházkodásra. A közepes és magas jövedelemmel rendelkezők pedig nagyobb figyelmet fordítanak a ruházkodásra. Az *előfizetések kiadások* 8. helyen való megjelenése (21 fő) és 4. helyre sorolása (20 fő) vegyes képet mutat. A fiatalabb válaszadók, akik több digitális szolgáltatást vesznek igénybe, magasabb helyre sorolták. A magasabb jövedelemmel rendelkezők több előfizetéssel rendelkeznek. A *számlák költségeinek* 1. (28 fő) és 2. helyen (19 fő) való megjelenése azt jelzi, hogy ezek alapvető és elengedhetetlen kiadások a válaszadók számára. A nagyobb városokban és a fővárosban élők, ahol a rezsiköltségek magasabbak, előbbre sorolják a számlákat. Az idősebb korosztályok (25-35 évesek), akik már önálló háztartást vezetnek, magasabb prioritásként kezelik a számlákat. A válaszadók kiadásainak rangsorolása jól tükrözi az alapvető szükségleteket és a preferenciákat. Az élelmiszer és számlák kiadásai kiemelt fontosságúak minden válaszadó számára, míg a szórakozás, szépítkezés, közlekedés és ruházkodás változó helyeken szerepelnek, tükrözve a válaszadók demográfiai és jövedelmi különbségeit. Az ajándékvásárlás és előfizetések kevésbé prioritásos kiadási tételek, ami a válaszadók többségének szigorúbb költségvetési szemléletét tükrözi.

**19. ábra:** A válaszadók pénzköltési szokásai a bevételek függvényében (adatok: %)

(Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján)



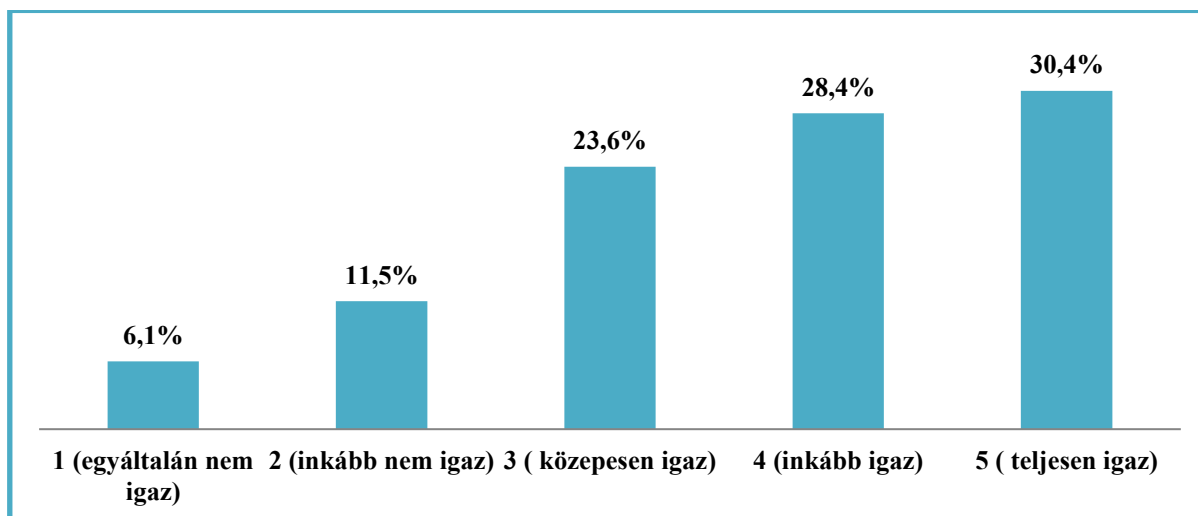
A 19. ábra adatai alapján a következő eredményeket láthatjuk. Az 1 és 2-es értékelések (45,9% és 29,7%) válaszadói úgy érzik, hogy nem költenek többet, mint amennyi a bevételük. Ez összhangban van azzal, hogy a legtöbben a közepes jövedelemsávban vannak, és prioritizálják az alapvető szükségleteiket, mint az élelmiszer és számlák. A *közepesen igaz* válaszadók (14,2%) néha túlköltekeznek, de általában próbálnak a jövedelmükön belül maradni. Ez lehet összefüggésben azzal, hogy kiadásaik változóak, különösen a szórakozás és előfizetések esetében. A 4 és 5-ös értékelések (6,1% és 4,1%) válaszadói gyakrabban túlköltekeznek. Nekik

magasabb kiadásai vannak, mint például a közlekedés vagy szépítkezés, és kevésbé képesek megtartani a költségvetési egyensúlyt.

A korábbi adatokkal való összefüggéseket vizsgálva elmondható, hogy az élelmiszer és számlák a leggyakrabban előkelő helyen szerepelnek a kiadási listákon, ami arra utal, hogy ezek az alapvető szükségletek kielégítése elsődleges a válaszadók számára. A szórakozás, és előfizetések kategóriák vegyes képet mutatnak, ami arra utal, hogy ezekre a kiadásokra csak a rendelkezésre álló jövedelemtől függően költenek. A válaszadók többsége (52%) havi jövedelme 200.001 és 500.000 forint között van. Ez a közepes jövedelemsáv tükröződik a kiadások prioritásaiban is. Az idősebb válaszadók (25-35 évesek) nagyobb költségvetési fegyelemmel rendelkeznek, míg a fiatalabb válaszadók (21-24 évesek) és esetleg több szórakozási kiadással és előfizetéssel rendelkeznek, ami növeli a túlköltekezés valószínűségét. A nagyobb városokban élők, ahol a megélhetési költségek magasabbak, nagyobb arányban érzik úgy, hogy többet költenek, mint a bevételük. Elmondható tehát, hogy válaszadók többsége (75,6%) úgy érzi, hogy nem költ többet, mint amennyi a havi bevétele, ami azt jelzi, hogy a háztartási költségvetésük általában kiegyensúlyozott. Az élelmiszer és számlák elsődleges prioritásként való kezelése arra utal, hogy az alapvető szükségletek kielégítése a legfontosabb számukra. Azonban a szórakozás, előfizetések és más nem alapvető kiadások rangsorolása mutatja, hogy ezek a tételek függhetnek a rendelkezésre álló jövedelemtől és a költségvetési fegyelemtől. Azok, akik túlköltekeznek (4-es és 5-ös értékelések), magasabb kiadásokkal is rendelkeznek a nem alapvető kategóriákban, és nehezebben tartják be a költségvetési keretet.

**20. ábra:** Az áremelkedések hatása a kiadások ártértékelésére (adatok: %)

(Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján)

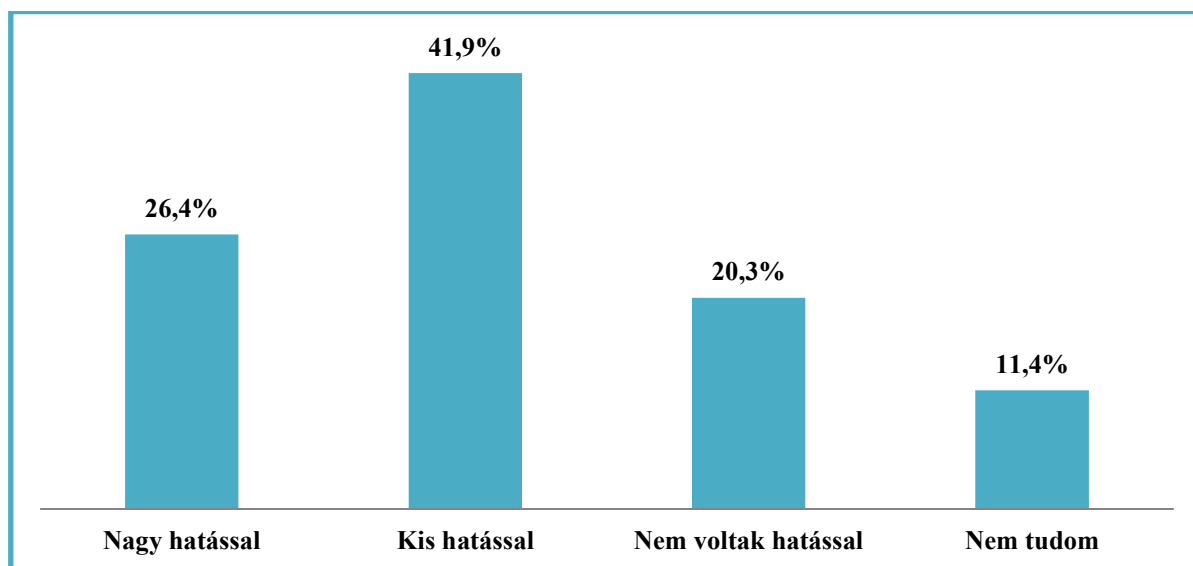


A 20. ábra adataiból látható, hogy az áremelkedés jelentős hatással van a válaszadók pénzügyi helyzetére és költségvetésére. A válaszadók 58,8%-a (87 fő) magas értékelést adott arra, hogy az áremelkedés miatt át kellett értékelniük kiadásait (4-es és 5-ös értékelés). Ez jelzi, hogy az áremelkedések jelentős pénzügyi kihívást jelentenek számukra, és komolyan befolyásolják pénzügyi tervezésüket. Viszont 41,2%-uk (61 fő) alacsonyabb értékelést adott (1-es, 2-es és 3-as értékelés), ami azt jelzi, hogy mások számára az áremelkedések kevésbé okoztak jelentős változást vagy kihívást a pénzügyi tervezésben.

Az áremelkedésekkel kapcsolatos érzékenység széles skálán mozog, és szorosan összefügg a válaszadók pénzügyi helyzetével és életstílusával. Azok, akik magas értékelést adtak, nagyobb pénzügyi nyomás alatt állnak az áremelkedések miatt, és komolyabban kell figyelniük költségvetésükre. Az alacsonyabb értékelést adók pedig, kevésbé érzékenyek az áremelkedésekre, esetleg van pénzügyi tartalékuk vagy más forrásaik, amelyek lehetővé teszik számukra, hogy könnyebben alkalmazkodjanak az árváltozásokhoz. Az áremelkedések figyelembevételével a pénzügyi tervezési és költségvetési gyakorlatok fokozott fontossággal bírnak, hogy a háztartások fenntartható módon kezeljék pénzügyeiket és minimalizálják a pénzügyi stresszt.

**21. ábra:** Az áremelkedés hatása a háztartási költségekre (adatok: %)

(Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján)



A 21. ábra adatai alapján látható, hogy a válaszadók többsége érzi az áremelkedések hatását a háztartási költségeik összetételére, bár a hatás mértéke változó. 26,4% (39 fő) nyilatkozott úgy, hogy az áremelkedések nagy hatással voltak a költségeikre. Ez azt jelzi, hogy jelentős részük számára komoly anyagi változások történtek, amelyek befolyásolták pénzügyi helyzetüket.

41,9% (62 fő) szerint az áremelkedések kis hatással voltak a költségeik összetételére. Ez a csoport tapasztalt némi változást, de nem érzékelt drasztikus különbséget. 20,3% (30 fő) nem érezte az áremelkedések hatását. Ez a csoport vagy stabil anyagi helyzetben van, vagy kevésbé érintett a piaci változások által. 11,4% (17 fő) bizonytalan a hatásokkal kapcsolatban. Ez a csoport előfordulhat, hogy nem figyelte részletesen a költségek változását, vagy nem tudja pontosan felmérni az áremelkedések hatását.

Korábban megállapítottam, hogy a válaszadók jelentős része átértékelte kiadásait az áremelkedés miatt. 30,4% (45 fő) maximális értéket adott arra, hogy át kellett értékelnie kiadásait. Ez összhangban van azzal, hogy 26,4% (39 fő) szerint nagy hatással voltak az áremelkedések a háztartási költségeikre.

Korábbi adatok szerint a válaszadók 69,6%-a (103 fő) úgy véli, hogy az applikációk javítanák a pénzügyi tudatosságot. Ez azt mutatja, hogy az applikációk használata segíthet a válaszadóknak jobban kezelni az áremelkedések hatását, mivel pontosabban nyomon követhetik kiadásait. Az adatok szerint a válaszadók 25,7%-a (38 fő) nem vezet költségvetést, míg 18,2% (27 fő) csak ritkán teszi ezt. Az applikációk használatának előnyei ebben az esetben is jelentősek lehetnek, hiszen segíthetik a háztartási költségek pontosabb kezelését és a pénzügyi tudatosság növelését. A korábbi adatok alapján látható volt, hogy sok válaszadó szülei nem vezettek költségvetést. Az áremelkedések hatása és a költségvetési applikációk iránti érdeklődés összhangban van azzal a megfigyeléssel, hogy a válaszadók egy része saját magának kell, hogy kialakítsa pénzügyi tudatosságát.

Megállapítható tehát, hogy az áremelkedések jelentős hatással voltak a válaszadók költségeire, ami arra utal, hogy a pénzügyi tudatosság és a költségvetés vezetése egyre fontosabbá válik. Az applikációk használata pozitívan befolyásolhatja a pénzügyi tudatosságot és segíthet a háztartási költségek jobb kezelésében, különösen az áremelkedések időszakában. Az applikációk és a pénzügyi tervezés fontosságának hangsúlyozása kulcsfontosságú lehet a fiatalabb generációk pénzügyi stabilitásának növelésében. Az áremelkedések hatása jól mutatja, hogy a pénzügyi tudatosság növelése és a költségvetési eszközök használata egyre inkább előtérbe kerül a fiatal generációk körében.

A fentiek tükrében, a kérdőív következő kérdése arra irányult, hogy amennyiben hatással voltak, miként változtatta meg a már berögzült szokásait, a költsége csökkentése végett? Az áremelkedések hatására a válaszadók gyakrabban figyelik az akciókat és többször főznek otthon. Ez arra utal, hogy próbálják csökkenteni az élelmiszerre fordított költségeket, és jobban

odafigyelnek arra, hogy hogyan lehet költséghatékonyabban étkezni. Az otthoni főzés és az akciók figyelése csökkentheti az élelmiszerre fordított kiadásokat, és segít elkerülni a drága éttermeket vagy előre csomagolt ételeket.

A válaszadók az áremelkedések miatt inkább akciós ruhákat keresnek, és nagyobb hangsúlyt fektetnek arra, hogy meglévő ruhatárukat jobban kihasználják. Az akciók figyelése és a ruhatár újraértékelése segíthet csökkenteni a ruházkodásra fordított költségeket, miközben fenntartja a szükséges öltözködési igényeket.

Az áremelkedések arra ösztönözték a válaszadókat, hogy jobban odafigyeljenek az élelmiszer vásárlásra, különösen az akciós termékekre, és kerüljék a pazarlást az élelmiszerek lejáratának figyelemmel kísérésével. Az akciós termékek vadászata és a pazarlás csökkentése hozzájárulhat a háztartási költségek optimalizálásához és a pénzügyi stabilitás növeléséhez. Az áremelkedések miatt sokan elhalasztották vagy teljesen átértékelték előre tervezett kiadásait, ez lehetővé tette számukra, hogy a pénzügyi terheket jobban kezeljék és a fontosabb kiadásokra koncentráljanak. A kiadások átpriorizálása segít a válaszadóknak abban, hogy a fontosabb dolgokra koncentráljanak és elkerüljék a nem létfontosságú kiadásokra fordított pénzek felesleges elköltését.

A válaszadók jobban odafigyelnek az energiafogyasztásra is, például éjszaka kikapcsolják a számítógépeket és elosztókat használnak. Az energiatakarékossági intézkedések segíthetnek csökkenteni a háztartási költségeket, különösen a rezsiköltségeket, ami fontos lehet az áremelkedések időszakában. A válaszadók tudatosabbak lettek a vásárlási helyek kiválasztásában, és jobban figyelik, hol kaphatók az olcsóbb termékek. A vásárlási szokások átgondolása és a megfelelő boltok kiválasztása segíthet a kiadások optimalizálásában. A válaszadók inkább saját márkás termékeket vásárolnak, hogy csökkentsék a kiadásait. A saját márkás termékek gyakran olcsóbbak, így ezek vásárlása segíthet a költségek csökkentésében anélkül, hogy a termékek minősége jelentősen romlana. A válaszadók jobban odafigyelnek arra is, hogy csak a szükséges mennyiséget vásárolják meg, ezáltal csökkentve a pazarlást. Az ésszerű vásárlás és a pazarlás csökkentése hosszútávon jelentős megtakarításokat eredményezhet, és hozzájárulhat a háztartási költségek optimalizálásához.

Az applikációk és a költségvetés vezetésére vonatkozó korábbi adatokkal összevetve látható, hogy az áremelkedések hatása tovább növeli a pénzügyi tudatosságot és a takarékosági intézkedések fontosságát. A válaszadók nagy része már alkalmaz különböző stratégiákat költségei csökkentésére. Az applikációk használatának előnyei ebben az esetben is

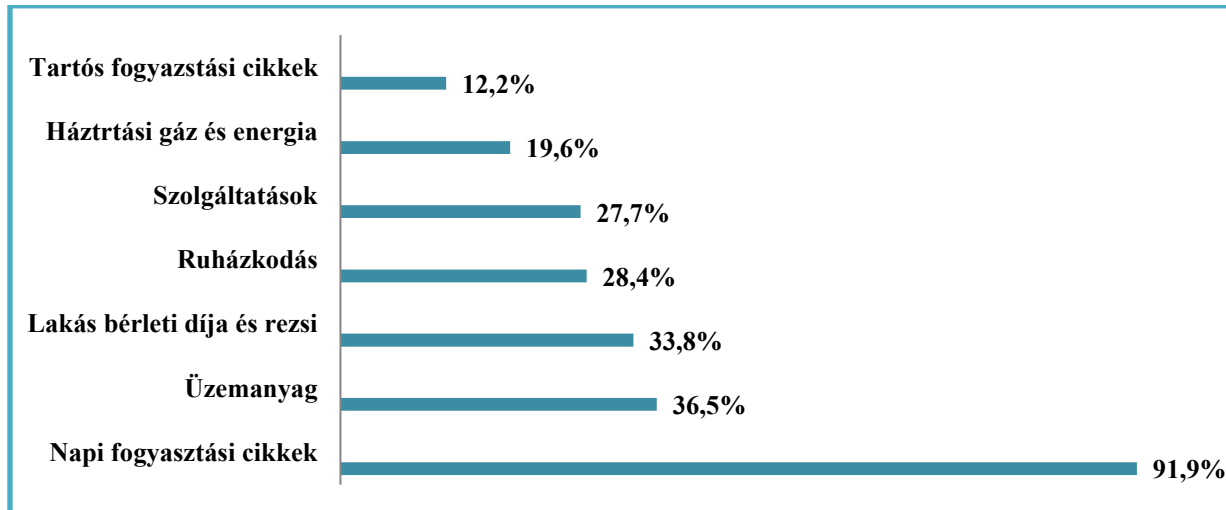
kiemelhetők, mivel segíthetnek a kiadások pontos nyomon követésében és az akciók, valamint a pazarlás csökkentésének hatékonyabb megtervezésében. Az adatok azt mutatják, hogy a válaszadók egyre inkább költségvetési szokásokat alakítanak ki, amelyek segítségével jobban kezelhetik a háztartási költségeiket az áremelkedések idején.

Az áremelkedések tehát, jelentős hatással voltak a válaszadók háztartási költségeire, aminek hatására sokan különböző stratégiákat alkalmaznak a költségek csökkentésére és a pazarlás minimalizálására. A tudatos vásárlás, az akciók figyelése, az energiatakarékosság és a saját márkás termékek vásárlása mind hozzájárulnak ahhoz, hogy a válaszadók jobban kezeljék pénzügyeiket. Az applikációk használata és a költségvetés vezetése tovább segítheti a válaszadókat abban, hogy hatékonyan kezeljék kiadásaikat és növeljék pénzügyi tudatosságukat.

A továbbiakban azt vizsgálom (22. ábra), hogy melyek azok a termékek és szolgáltatások, amelyek árának emelkedése, a legnagyobb hatással voltak a válaszadó háztartásának a költségvetésére.

**22. ábra:** Termékek és szolgáltatások áremelkedésének a hatása a háztartás költségvetésére (adatok: %)

(Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján)



Az, hogy a válaszadók túlnyomó többsége (91,9%) a *napi fogyasztási cikkek* árváltozását emelte ki, azt mutatja, hogy ezek az árak jelentős hatással vannak a háztartási költségvetésre. Ez nem meglepő, mivel az élelmiszer és alapvető háztartási cikkek vásárlása mindennapos szükséglet. A napi fogyasztási cikkek árváltozása közvetlenül érinti a mindennapi életet és költségvetést, ezért ezek figyelése és az akciók kihasználása kulcsfontosságú lehet a költségek kontrollálásában. Az *üzemanyag árának* változása a válaszadók 36,5%-ára volt jelentős hatással. Az üzemanyagárak emelkedése közvetlenül növeli az autóval való közlekedés és a

szállítás költségeit. Az üzemanyag árának növekedése különösen azok számára jelentős, akik mindennapi autós közlekedésre vagy munkába járásra használják a járművet. Ennek megfelelően az üzemanyag-fogyasztás csökkentése vagy az alternatív közlekedési módok keresése (pl. tömegközlekedés) fontos lehet a költségvetés szempontjából. A *lakásbérleti díja* és a rezsiköltségek változása a válaszadók egyharmadára volt hatással. A lakhatási költségek jelentős részt képviselnek a havi kiadásokban, így ezek áremelkedése komoly pénzügyi terhet jelenthet. Az emelkedő lakhatási költségek esetén fontos lehet az energiatakarékossági intézkedések bevezetése, valamint az alternatív lakhatási lehetőségek keresése (pl. olcsóbb bérlemények).

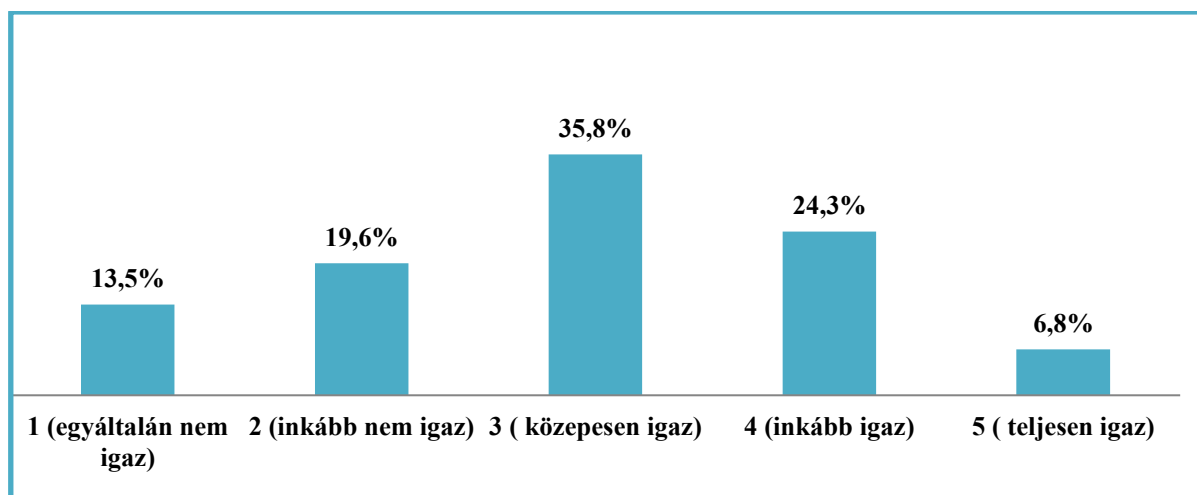
A válaszadók 28,4%-a szerint a *ruházkodási cikkek* árváltozása is jelentős hatással volt költségvetésükre. Az akciók figyelése és a ruhatár újraértékelése ebben az esetben is fontos lehet. A ruházkodási költségek csökkentése érdekében az akciós termékek vásárlása és a meglévő ruhák jobb kihasználása lehet hasznos. A *szolgáltatások árának* változása is jelentős hatással volt a válaszadók költségvetésére. Ez magában foglalhatja a különböző háztartási szolgáltatásokat, javításokat és karbantartásokat. A szolgáltatások költségeinek figyelése és a szükségtelen szolgáltatások elkerülése segíthet a háztartási költségek csökkentésében. Az *energiaköltségek* emelkedése közel 20%-ra volt hatással, ami azt mutatja, hogy az energiaárak változása is jelentős pénzügyi terhet jelenthet. Az energiatakarékossági intézkedések, mint például a fogyasztás optimalizálása és a hatékonyabb eszközök használata, kulcsfontosságúak lehetnek az energiaköltségek csökkentésében. A *tartós fogyasztási cikkek* árváltozása kevesebb válaszadóra volt hatással, de még mindig fontos szempont lehet, különösen nagyobb értékű vásárlások esetén. A tartós fogyasztási cikkek vásárlásának alapos megfontolása és az akciók figyelése csökkentheti a nagyobb kiadások terhét.

A korábbi adatokkal összhangban az áremelkedések hatására a válaszadók még tudatosabbak lettek a kiadásaik tervezésében és nyomon követésében. Az áremelkedések okozta pénzügyi nyomás további motivációt adhat a költségvetés vezetésére. Az applikációk használata továbbra is fontos szerepet játszhat a költségek nyomon követésében és optimalizálásában. Az árak változása miatt még inkább indokoltá válik a költségvetési applikációk alkalmazása, hogy a válaszadók hatékonyabban kezelhessék pénzügyeiket. Az áremelkedések növelhetik a pénzügyi stresszt, de egyben növelhetik a pénzügyi tudatosságot is. Az előző adatok szerint a válaszadók jelentős része már most is tudatosabban költekezik, ami a jövőben is folytatódhat, különösen, ha az áremelkedések továbbra is fennmaradnak. Az áremelkedések jelentős hatással vannak a háztartási költségvetésre, különösen a napi fogyasztási cikkek, az üzemanyag, a lakásbérlet és

rezi terén. A válaszadók többsége különböző stratégiákat alkalmaz a költségek csökkentésére, beleértve az akciók figyelését, az energiafogyasztás csökkentését és a szükségtelen kiadások elkerülését. Az applikációk használata és a költségvetés vezetése továbbra is fontos eszköz lehet a pénzügyi tudatosság növelésében és a kiadások hatékony kezelésében.

**23. ábra:** Megnövekedett árak, és a válaszadó szorongásának kapcsolata (adatok: %)

(Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján)



A 23. ábrán látható a megnövekedett árak, és a válaszadók szorongása közötti kapcsolat. Azok, akik nem érznek szorongást a megnövekedett árak miatt, kisebbséget alkotnak (13,5%). Úgy vélem, hogy ez a csoport vagy jól alkalmazkodott a változó gazdasági körülményekhez, vagy stabil pénzügyi helyzetben van. A válaszadók közel ötöde csak kis mértékben érzi a szorongást az áremelkedések miatt. Ez azt jelezi, hogy bár érzékelik az áremelkedést, mégis képesek kezelni a helyzetet anélkül, hogy az komoly stresszt okozna. A válaszadók legnagyobb része (35,8%) közepesen érzi a szorongást. Ez a csoport az, aki érzi a megélhetési költségek emelkedését, de nem extrém módon aggódik emiatt. Meglátásom szerint, ők lehetnek azok, akik próbálnak alkalmazkodni, de még mindig érzik a pénzügyi nyomást. A válaszadók negyede erősen érzi a szorongást. Ez azt sugallja, hogy ez a csoport már jelentős pénzügyi nyomás alatt van, és komolyan aggódik a költségek növekedése miatt. Bár a legkisebb csoportot alkotják, ők azok, akik nagyon erős szorongást érznek a megnövekedett árak miatt. Ez a csoport úgy vélem meglehetősen sérülékeny pénzügyileg, és nehezen tud megbirkózni az áremelkedéssel.

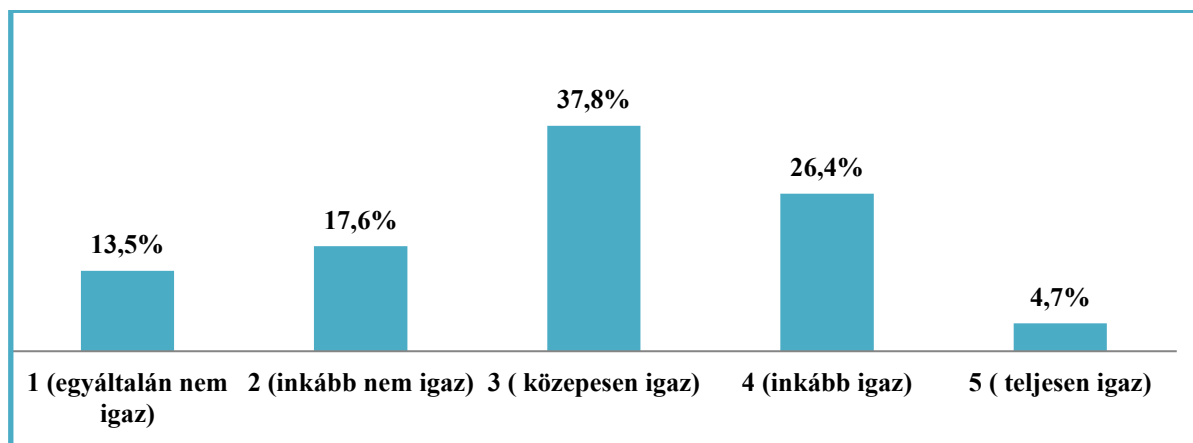
Az előzőekből látható, hogy a válaszadók egy jelentős része vezet költségvetést, és azok, akik ezt teszik, általában tudatosabban kezelik a kiadásaikat. Azok, akik költségvetést vezetnek, kevesebb szorongást érznek, mivel jobban átlátják és kontrollálják pénzügyeiket. Az

áremelkedések jelentős hatása a napi fogyasztási cikkek, üzemanyag és lakhatási költségek terén különösen növelheti a szorongást. Azok, akik erős szorongást éreznek, úgy vélem ezeken a területeken tapasztalják a legnagyobb pénzügyi nyomást. Meglátásom szerint, azok, akik költségvetési applikációkat használnak, jobban tudják kezelni a pénzügyi stresszt, mivel ezek az eszközök segíthetnek a kiadások nyomon követésében és optimalizálásában.

A válaszadók többsége (közel 70%) valamilyen mértékben szorong a megnövekedett árak miatt, ami a gazdasági bizonytalanság és a megélhetési költségek növekedésének egyenes következménye. A pénzügyi nyomás különösen erősen érinti a közepes és alacsony jövedelmű csoportokat. A költségvetés vezetése és a pénzügyi applikációk használata segíthet csökkenteni a szorongást, mivel ezek az eszközök lehetővé teszik a kiadások jobb nyomon követését és a pénzügyi tervezést. Meglátásom szerint, az áremelkedések folytatódása esetén fontos, hogy a válaszadók még inkább tudatosan kezeljék pénzügyeiket, és alkalmazzanak olyan stratégiákat, mint az akciók figyelése és a felesleges kiadások csökkentése. Összességében a megnövekedett árak jelentős szorongást okoznak a válaszadók körében, azonban úgy vélem, hogy a megfelelő pénzügyi tudatosság és eszközök használata enyhítheti ezt a nyomást.

**24. ábra:** Anyagi helyzet és a biztonságérzet kapcsolata (adatok: %)

(Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján)



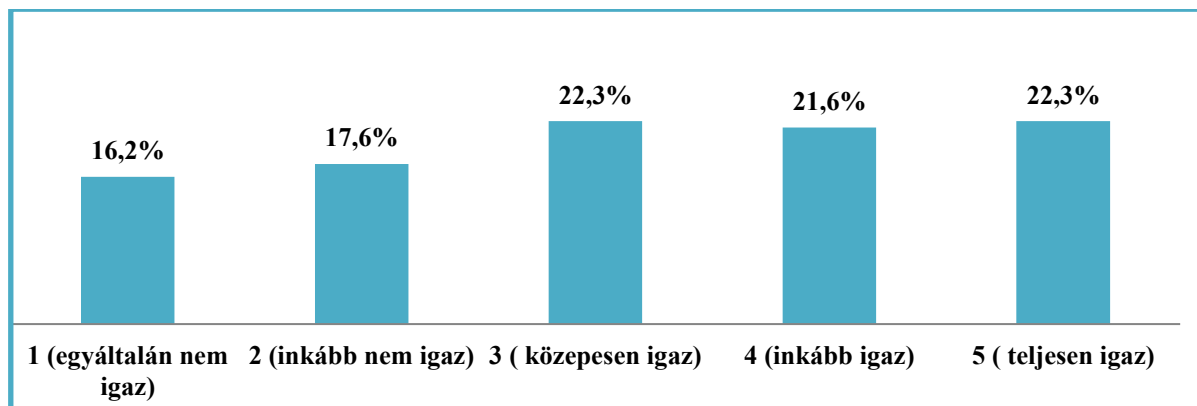
A 24. ábrán foglaltam össze az arra irányuló kérdésre érkezett válaszokat, hogy az anyagi helyzet és a biztonságérzet milyen kapcsolatban állhat. Azok, akik egyáltalán nem gondolják biztosnak az anyagi helyzetüket, jelentős kisebbséget alkotnak (13,5%). Ezek az emberek valószínűsíthető, hogy komoly pénzügyi kihívásokkal néznek szembe, és nagy valószínűséggel magas szorongást is éreznek emiatt. Az anyagi helyzetüket kicsit bizonytalannak érzők aránya 17,6%. Ők instabil pénzügyi helyzetben vannak, és gyakran tapasztalhatnak anyagi nehézségeket. A válaszadók legnagyobb része (37,8%) közepesen biztosnak érzi az anyagi

helyzetét. Ez a csoport az, aki stabilabb pénzügyi helyzetben van, de még mindig érzékeny az áremelkedésekre és egyéb gazdasági változásokra. A válaszadók közel negyede viszonylag biztosnak érzi anyagi helyzetét. Ők jól kezelik pénzügyeiket, és kevésbé érinti őket a gazdasági bizonytalanság. A válaszadók legkisebb csoportja (4,7%) teljes mértékben biztosnak érzi anyagi helyzetét. Úgy vélem ez a csoport az, aki stabil és jól tervezett pénzügyi háttérrel rendelkezik.

Az előző adatokból kiderült, hogy sokan vezetnek kiadásait és használják a költségvetési applikációkat, ami segíthet a pénzügyi helyzet stabilizálásában. Azok, akik biztosabbnak érzik anyagi helyzetüket, több, mint valószínű, hogy ezek közé az emberek közé tartoznak. Az áremelkedések jelentős hatással vannak a napi fogyasztási cikkekre és a rezsiköltségekre, ami növeli a pénzügyi bizonytalanságot. Azok, akik bizonytalanabbnak érzik anyagi helyzetüket, valószínűleg jobban megérik ezeket az áremelkedéseket is. A költségvetési applikációk használata javíthatja a pénzügyi tudatosságot és biztonságérzetet. Azok, akik ezeket az eszközöket használják, valószínűleg biztosabbnak érzik anyagi helyzetüket is, mivel jobban átlátják és kontrollálják kiadásait. A válaszadók többsége közepesen biztosnak érzi anyagi helyzetét, ami azt jelenti, hogy bár nem érznek teljes bizonytalanságot, még mindig vannak pénzügyi kihívásaik. A tudatos pénzügyi tervezés és költségvetés vezetése segíthet növelni a biztonságérzetet. Az áremelkedések és gazdasági bizonytalanságok jelentős hatással vannak a válaszadók biztonságérzetére. Azok, akik erősebben érzik a gazdasági nyomást, nagyobb valószínűséggel érzik bizonytalannak is, az anyagi helyzetüket. Összességében a pénzügyi tudatosság és a megfelelő eszközök használata kulcsfontosságú lehet a pénzügyi biztonságérzet növelésében.

**25. ábra:** Anyagi biztonság értékelése 2023/2024 évre (adatok: %)

(Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján)

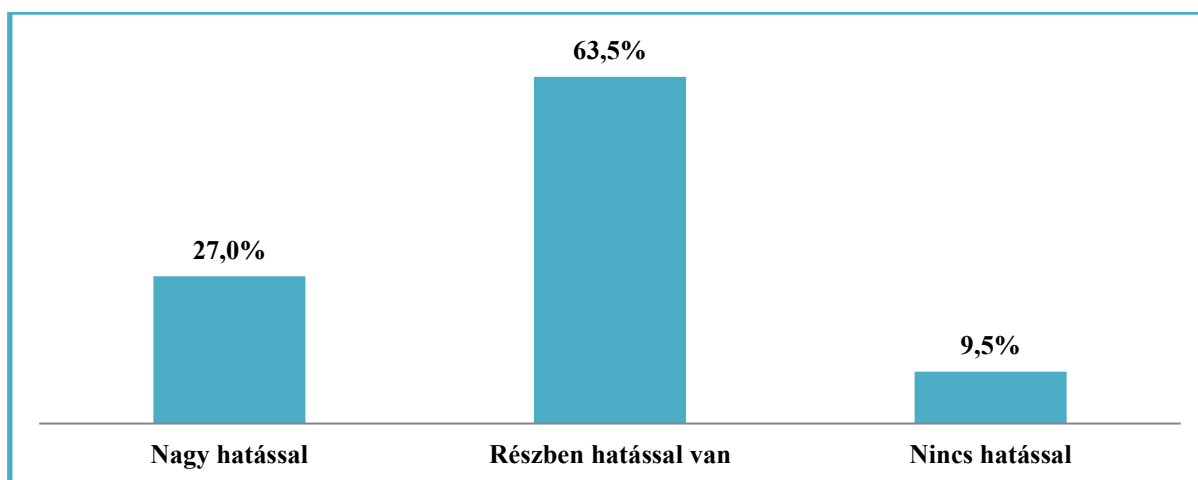


A 25. ábrán, azoknak az aránya, akik szerint kevésbé érzik biztosnak anyagi helyzetüket 2023/24-ben, 16,2%. Ez azt jelzi, hogy egy kisebbség érzi ezt így, de azért még mindig jelentős számú embert érint. 17,6% szerint kicsit kevésbé biztosak anyagi helyzetükben az előző időszakhoz képest. Ez is mutat egyfajta pénzügyi bizonytalanságot ebben a csoportban. A közepes szinten biztosnak érzők aránya 22,3%. Ők valószínűleg úgy érzik, hogy stabilabb a pénzügyi helyzetük, de vannak bizonyos kihívásaik. A válaszadók 21,6%-a úgy érzi, hogy továbbra is biztosan kezelik anyagi helyzetüket, bár lehetnek bizonyos változások. Szintén 22,3% szerint továbbra is nagyon biztosnak érzik anyagi helyzetüket. Ez a csoport meglátásom szerint az, akik jól tervezett pénzügyekkel rendelkeznek.

Az adatok azt mutatják, hogy a válaszadók többsége (63,9%) közepes vagy magas szinten érzi biztosnak anyagi helyzetüket 2023/24-ben. Bár van egy kisebb rész, aki kevésbé biztosnak érzi magát, még mindig jelentős azoknak a száma, akik stabilnak érzik pénzügyi helyzetüket. A pénzügyi bizonytalanság és stabilitás érzete szorosan összefügg a gazdasági környezettel és a személyes pénzügyi tervezéssel.

**26. ábra:** Gazdasági válság hatása a költségvetésre (adatok: %)

(Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján)



A 26. ábrán látható annak eredménye, hogy a mintában résztvevő személyek költségvetésére, a gazdasági válság milyen hatást gyakorolt. Azoknak az aránya, akik szerint nagy hatással van rájuk a gazdasági válság, 27%. Ez egy jelentős részét képezi a válaszadóknak, akik komolyabb pénzügyi kihívásokkal szembesülnek a válság következtében. A többség, 63,5% szerint részben érinti őket a gazdasági válság. Ez azt jelzi, hogy bár van hatása, mégis kezelhető módon élik meg a pénzügyi változásokat. Egy kisebb csoport, 9,5% úgy érzi, hogy nincs hatással a gazdasági válság a költségvetésükre. Ők azok, akik valószínűleg stabil pénzügyi helyzetben vannak, vagy kevésbé érinti őket a válság. A nagy hatással lévők aránya (27%) hasonló a

szorongás mértékéhez (13,5% - 24,3% között), ami azt mutatja, hogy a gazdasági bizonytalanság jelentős szerepet játszik az emberek stressz érzetében. A részben hatással lévők (63,5%) aránya jelentősen magasabb, mint azoké, akik kevésbé biztosak anyagi helyzetükben érzik magukat (16,2% - 39,7% között). Azok, akiknek kevésbé biztos anyagi helyzete van (16,2% - 39,7%), gyakran nagyobb mértékben érzik a gazdasági válság hatásait.

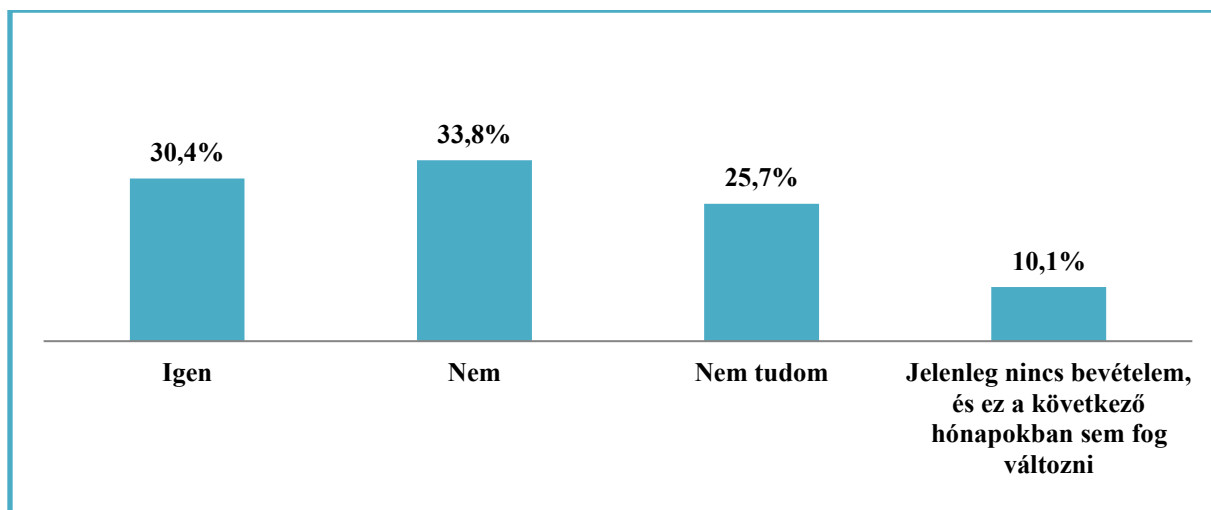
A gazdasági válság jelentős hatással van a válaszadók költségvetésére, és ez befolyásolja pénzügyi döntéseiket és életminőségüket. Fontos lehetőség lehet a pénzügyi tudatosság és a költségvetési tervezés erősítése azok számára, akik nagyobb mértékben érzik a gazdasági nehézségek hatásait.

### 3.3. Digitális eszközök és pénzügyi tudatosság

Az Y és Z generáció háztartási költségvetésére vonatkozó kérdőíves kutatás további adatai alapján most azt értékelem, hogy milyen hatással van a digitális pénzügyi eszközök elterjedése az Y és Z generáció pénzügyi döntéseire és tudatosságára?

**27. ábra:** A jövőbeni bevétel változására vonatkozó adatok (adatok: %)

(Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján)



A 27. ábrán látható, hogy a válaszadók közül 45 fő (30,4%) optimista a jövőbeni bevételük emelkedésével kapcsolatban. Ez a csoport azokból áll, akik stabil munkahellyel rendelkeznek és esetleg előléptetést vagy fizetésemelést várnak a jövőben. A válaszadók többsége nő (64,2%), így a pozitív várakozások is inkább a női válaszadók között vannak többségben. A 21-24 éves korosztály dominanciája miatt, akik gyakran pályakezdők vagy karrierjük elején állnak, az optimista válaszok is főleg ebből a csoportból származnak. Az egyetem és/vagy főiskolai

végzettséggel rendelkezők aránya (45,9%) szintén magas, és ez a csoport gyakran remélhet jobb fizetést és karrierlehetőségeket.

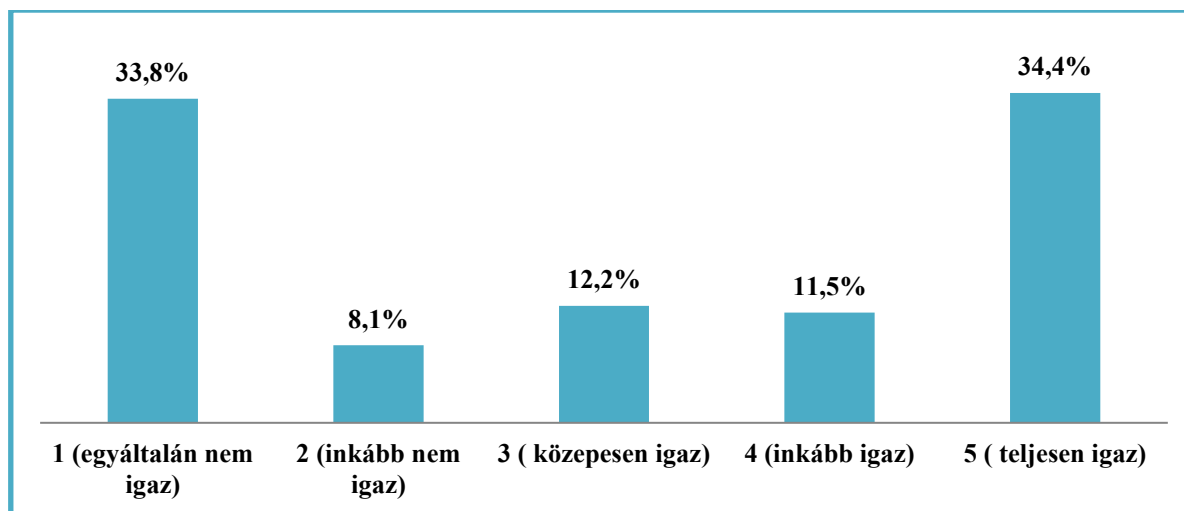
A válaszadók közül 50 fő (33,8%) nem várja, hogy a következő hónapokban emelkedni fog a bevétele. Ez a csoport stabil, de nem változó jövedelmi helyzetben van, azonban úgy érzik, hogy munkahelyükön nincs lehetőség a fizetésemelésre. A vidéki településeken élők (37,8%) közül sokan vannak ebben a csoportban, mivel a kisebb településeken gyakran kevesebb lehetőség van a jövedelem növekedésére. Azok, akik középiskolai vagy szakiskolai végzettséggel rendelkeznek, a jövedelmük stagnálását tapasztalják.

A válaszadók közül 38 fő (25,7%) bizonytalan abban, hogy a következő hónapokban emelkedni fog a bevétele. Ez a csoport változó munkahelyi környezetben dolgozik, és bizonytalan a gazdasági helyzet miatt. A fiatalabb korosztályok, különösen a 21-24 évesek, akik még nem stabilizálták karrierjüket, is ebben a csoportban vannak. Azok, akik jelenleg dolgoznak, de bizonytalan munkahelyi helyzetben vannak, szintén ide tartozhatnak. A válaszadók közül 15 fő (10,1%) jelenleg nem rendelkezik bevétellel és nem is vár változást a következő hónapokban. Ez a csoport munkanélküliekből vagy olyan személyekből áll, akik tanulmányokat folytatnak, és nem keresnek pénzt. A nem dolgozók aránya (14,2%) azonos ezzel a csoporttal, és fiatalabbak, vagy még tanulók. Az egyetemi tanulmányokat folytatók vagy azok, akik alacsonyabb végzettséggel rendelkeznek és még nem találtak munkát ebbe a csoportba tartoznak.

A válaszadók jövőbeni bevételre vonatkozó várakozásai vegyesek, és jelentős részük bizonytalan vagy pesszimista a jövőbeni jövedelem növekedésével kapcsolatban. Az optimisták közül sokan fiatalabbak és magasabb végzettséggel rendelkeznek, ami jobb munkahelyi kilátásokat eredményezhet. A pesszimisták és a bizonytalanok között vannak azok, akik vidéki településeken élnek vagy alacsonyabb végzettséggel rendelkeznek, míg a jövedelem nélküliek csoportja főleg tanulókból vagy munkanélküliekből áll. Ezek az adatok hasznosak lehetnek a háztartási költségvetési szokások és a pénzügyi kilátások elemzésekor, mivel a jövőbeni bevételi várakozások befolyásolhatják a pénzügyi tervezést és a kiadási döntéseket.

**28. ábra:** Túlköltekezés miatti frusztráció (adatok: %)

(Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján)



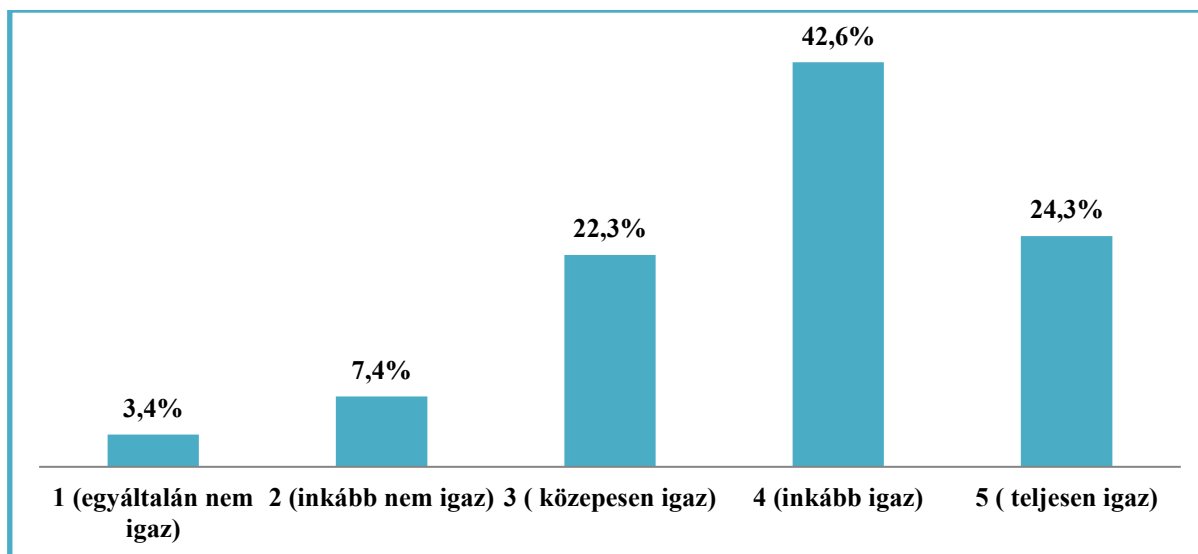
A válaszadók véleménye alapján a túlköltekezés okozta frusztráció vegyes képet mutat (28. ábra). A válaszadók 45,9%-a (4-es és 5-ös értékelések összege) érzi, hogy túlköltekezése miatt frusztrálódik. Ez azt jelzi, hogy jelentős részük számára problémát jelent, ha a költségeik meghaladják a bevételüket. A válaszadók 54,1%-a (1, 2 és 3-as értékelések összege) viszont kevésbé vagy egyáltalán nem frusztrálódik túlköltekezés miatt. Ezek a válaszok azt mutatják, hogy egy jelentős részük tudja kezelni a költségvetésüket és nem érzi frusztrálónak, ha a kiadásaik időnként meghaladják a bevételüket.

Az előző adatokkal való összevetés alapján elmondható, hogy az idősebb válaszadók, akik már stabilabb pénzügyi helyzetben vannak (25-35 évesek), kevésbé frusztrálódnak túlköltekezés miatt, míg a fiatalabbak, akik még tanulják a pénzügyek kezelését (21-24 évesek), nagyobb eséllyel érzik ezt a frusztrációt. A nagyobb városokban élők, ahol a költségek magasabbak, nagyobb frusztrációt élnek át, ha túlköltekeznek.

A fentiek tükrében tehát, a túlköltekezés miatti frusztráció jelentős mértékben befolyásolja a válaszadók pénzügyi élményét. A válaszadók több mint egyharmada (34,4%) teljesen igaznak érzi, hogy frusztrálja őket, ha többet költenek, mint amennyi a havi bevételeik. Ez arra utal, hogy a pénzügyi fegyelem és a költségvetési tervezés kulcsfontosságú lehet a frusztráció csökkentésében és a pénzügyi stressz kezelésében. Az alapvető szükségletek (élelmiszer, számlák stb.) prioritásának kezelése, valamint a nem alapvető kiadások (szórakozás, előfizetések stb.) ellenőrzése segíthet abban, hogy a válaszadók ne kerüljenek túlköltekezésbe és ne érezzék frusztrálónak a pénzügyi helyzetüket.

**29. ábra:** Tudatos pénzügyi gondolkodás, a megnövekedett árak végett a 2024-es évben (adatok: %)

(Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján)

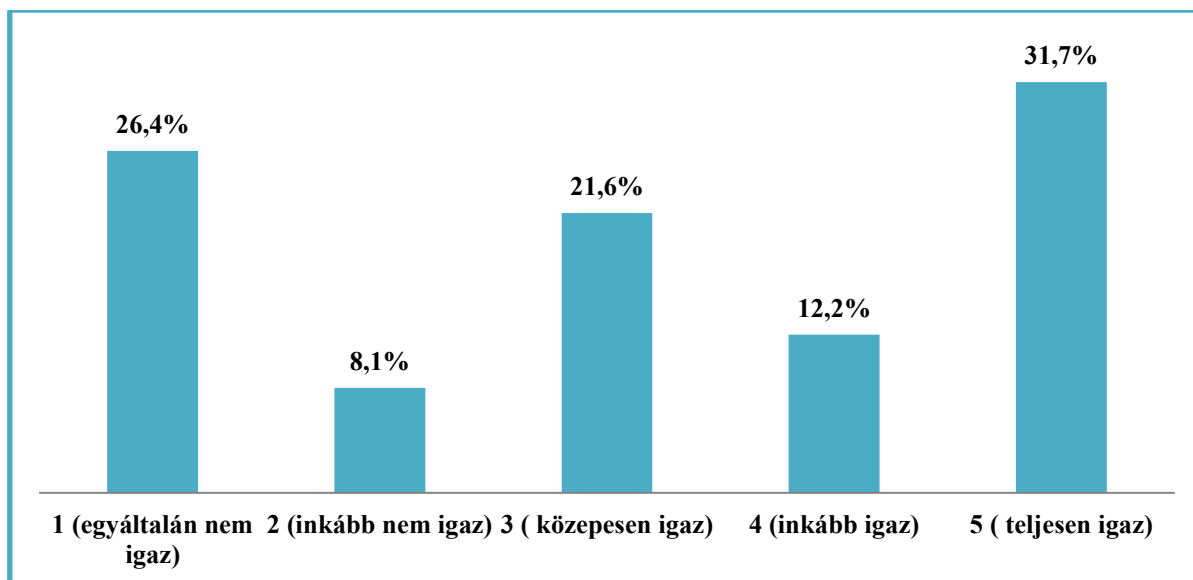


A 29. ábrán foglaltam össze annak eredményeit, hogy a válaszadók a megnövekedett árak végett, mennyire gondolkodnak pénzügyileg tudatosabban. Nagyon alacsony arányú válaszadó (3,4%) véli úgy, hogy nem változott a tudatos gondolkodásuk az áremelkedések miatt. Szintén alacsony arányú válaszadó (7,4%) gondolkodott úgy, hogy csak kis mértékben érzik, hogy változott a pénzügyi gondolkodásuk az árak emelkedése miatt. Közepes arányban vannak azok, akik tudatosabban gondolkodnak a pénzügyeikről az áremelkedések miatt (22,3%). Ez mutatja azt, hogy van érzékelhető változás a pénzügyi tervezésben. Jelentős arányban vannak, akik nagyobb figyelmet fordítanak pénzügyeikre az árak növekedése miatt (42,6%). Ez azt sugallja, hogy sokan igyekeznek felkészülni az áremelkedésekkel járó költségnövekedésekre. Szintén jelentős arányban vannak, akik teljes mértékben tudatosan gondolkodnak a pénzügyeikről az árak emelkedése miatt (24,3%). Ez azt mutatja, hogy sokan komolyan veszik az árak változásának hatásait.

Összességében a válaszadók többsége (66,9%) közepes (3 jelölés) vagy magas (4 és 5 jelölés) szinten értékelte magát abban, hogy tudatosabban gondolkodik a háztartás anyagi helyzetéről az áremelkedések miatt. Ez azt jelzi, hogy az áremelkedések valóban befolyásolják a pénzügyi tervezést és gondolkodást, és sokan próbálnak felkészülni ezekre a változásokra. Fontos megjegyezni, hogy ennek megoldására lehetőség lehet a pénzügyi tudatosság további erősítése és a költségvetési tervezés fejlesztése azok számára, akik még nem érzik eléggé felkészültnek magukat az áremelkedésekkel szemben.

**30. ábra:** 2020 előtti és utáni időszak takarékoskodásának összevetése (adatok: %)

(Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján)

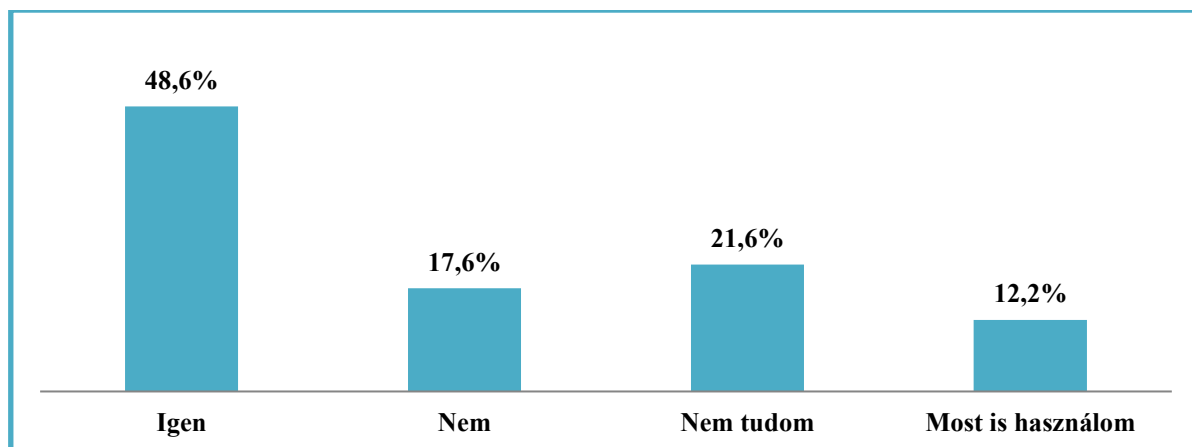


A 30. ábrán vizsgáltam, hogy a válaszadók a 2020 előtti időszakhoz képest, mennyivel tudnak kevesebbet, avagy többet takarékoskodni. A válaszadók 26,4%-a szerint nagyon igaz rájuk, hogy ma kevesebbet tudnak félretenni a fizetésükből, mint a 2020 előtti években. Alacsony arányban vannak azok a válaszadók, akik szerint közepesen igaz rájuk, hogy kevesebbet tudnak félretenni (8,1%). Közepes arányban vannak azok a személyek a mintában, akik szerint van némi igazság abban, hogy kevesebbet tudnak félretenni (21,6%). 12,2% válaszadó szerint igaz rájuk, hogy kevesebbet tudnak félretenni, de nem olyan markánsan, mint az előző csoportok esetében. Az egyik legnagyobb arányban vannak azok a válaszadók, akik szerint nagyon igaz rájuk, hogy ma kevesebbet tudnak félretenni, mint 2020 előtt (31,7%).

Az eredmények azt mutatják, hogy a válaszadók többsége (63,1%) a 4 és 5 pont között értékelte magát, ami azt jelenti, hogy sokan úgy érzik, ma kevesebbet tudnak félretenni a fizetésükből, mint korábban. A közepes és alacsony pontszámokkal értékelők (1-3 pont) aránya is jelentős, de kevesebb, mint a magasabb pontszámokkal értékelőké. Összességében erre a kérdésre adott válaszok is azt mutatják, hogy a pénzügyi helyzet változása (kevesebb megtakarítás) sokak számára érzékelhető és jelentőségét is elismerik.

**31. ábra:** Költségvetés applikáció használata a válaszadók körében (adatok: %)

(Forrás: Saját szerkesztés kérdőív alapján)



A 31. ábrán a már említett költségvetési applikációra tértem ki, hogy a mintában résztvevő személyek mennyire tartják azt fontosnak, és mennyire használják azt, a mindennapokban. Az adatok alapján megfigyelhető, hogy a válaszadók jelentős része úgy véli, hogy egy megfelelő applikáció használata segíthet a költségvetés elkészítésében: A válaszadók több mint fele (60,8%, összesen 90 fő) úgy gondolja, hogy egy applikáció segítené nekik a költségvetés elkészítésében, vagy már jelenleg is használ ilyen alkalmazást. Ez azt jelenti, hogy az ilyen technológiai megoldások nagy potenciált jelenthetnek a pénzügyi tudatosság növelésében. A válaszadók 21,6%-a bizonytalan azzal kapcsolatban, hogy egy applikáció segíthetne-e nekik. Úgy vélem ennek egyik oka lehet, hogy ez a csoport nem ismeri eléggé az elérhető alkalmazásokat, vagy nem bízik azok hatékonyságában. 17,6% (26 fő) szerint egy applikáció nem segítené a költségvetés elkészítésében, amelynek okát abban látom, hogy ez a csoport valószínűleg más módszereket részesít előnyben, vagy úgy érzi, hogy az applikációk nem felelnek meg igényeiknek.

A válaszadók jelentős része magas értékelést adott arra a kérdésre, hogy a költségvetés vezetése mennyire segíti őket tudatosabban költekezni (60% értékelte 4-es vagy 5-ös szinten). Ez összhangban van azzal, hogy sokan úgy vélik, egy applikáció segíthetne ebben a folyamatban. Mint azt fentebb bemutattam, az áremelkedés miatt sok válaszadónak át kellett értékelnie kiadásait. Egy megfelelő applikáció használata segíthetne ezeknek az embereknek abban, hogy jobban nyomon kövessék és kezeljék kiadásait. A korábbi adatok szerint a válaszadók többsége úgy érezte, hogy szüleik nem befolyásolták őket a költségvetési szokások kialakításában, de mégis sokan vezetnek költségvetést. Ez is arra utal, hogy sokan önállóan keresnek hatékony módszereket a pénzügyi tervezésre, és egy applikáció ebben nagy segítséget nyújthat.

Az adatokból látható, hogy a technológiai eszközök, különösen a költségvetés-készítő applikációk, jelentős mértékben segíthetik a fiatalokat abban, hogy tudatosabban és hatékonyabban kezeljék pénzügyeiket. Fontos, hogy a fiatalok széles körben megismerjék az elérhető applikációkat és azok előnyeit, hogy jobban kihasználhassák ezeket a technológiai megoldásokat. Az applikációk használata elősegítheti a pénzügyi tudatosság növelését, különösen egy olyan gazdasági környezetben, ahol az áremelkedések és egyéb pénzügyi kihívások gyakoriak. Összességében egy megfelelő applikáció használata hasznos eszköz lehet a költségvetés készítésében, és segíthet a fiataloknak abban, hogy jobban kezeljék pénzügyeiket és felkészüljenek a pénzügyi kihívásokra.

A rendelkezésre álló adatok alapján elemeztem, az életkor és a pénzügyi tudatosság javításának lehetőségét a költségvetés tervező/követő applikációk használatával kapcsolatos vélemények alapján. Az elvárt gyakoriságok a minta nagysága és az összesített válaszok alapján lettek számítva. Ezek azt mutatják, hogy a válaszok eloszlásának hogyan kellett volna kinéznie, ha az életkor nem lenne tényező a válaszadók véleményeinek befolyásolásában.

A p-érték (0,2059), ebben az esetben is meghaladja az általánosan elfogadott 0,05-ös küszöbértéket, tehát nem utasítható el a nullhipotézis, ami azt jelenti, hogy nincs szignifikáns összefüggés az életkor és az applikációk pénzügyi tudatosságra gyakorolt hatásáról alkotott vélemények között. Az eredmények alapján kijelenthető, hogy az életkor nem döntő tényező abban, hogy valaki úgy gondolja-e, hogy a költségvetés tervező/követő applikációk javítanák a pénzügyi tudatosságát. A válaszadók többsége pozitívan vélekedik ezekről az eszközökről, különösen a 21-24 éves korosztályban, de a statisztikai elemzés alapján ezek az eltérések nem jelentősek.

A válaszadók véleményét a tekintetben is kértem, hogy elgondolásuk szerint általában motiváló lehetne-e másokra nézve, ha költségvetés szemléltetését szolgáló appokat használnának? A válaszadók 68,2%-a (101 fő) úgy véli, hogy az applikációk használata motiváló lehetne másokra nézve. Mindez arra utal, hogy sokan hisznek az applikációk előnyeiben, és úgy gondolják, hogy másokat is ösztönözhetne a költségvetés vezetésére. Csak 8,8% (13 fő) gondolja úgy, hogy az applikációk nem lennének motiváló hatásúak. Úgy vélem, hogy ez a csoport valószínűleg más módszereket részesít előnyben, vagy nem látja az applikációk előnyeit. 23% (34 fő) bizonytalan abban, hogy az applikációk motiváló hatásúak lennének. Úgy vélem, hogy ez a csoport talán még nem tapasztalta meg az applikációk előnyeit, vagy nincs elegendő információja erről a témáról.

Korábban a válaszadók jelentős része (60%) magas értékelést adott arra a kérdésre, hogy a költségvetés vezetése segíti-e őket tudatosabban költekezni. Ez összhangban van azzal, hogy sokan (68,2%) úgy vélik, az applikációk használata motiváló lehetne mások számára is. Az applikációk tehát nemcsak segítik a felhasználókat, hanem inspirációt is jelenthetnek mások számára. Az áremelkedés miatt sok válaszadónak át kellett értékelnie kiadásait. Éppen ezért úgy gondolom, hogy az applikációk használata ebben a kontextusban különösen hasznos lehet, mivel segíthetnek a kiadások pontosabb nyomon követésében és a pénzügyi stressz csökkentésében. A válaszadók többsége szerint szüleik nem vezettek költségvetést, mégis sokan használják ezt a módszert. Az applikációk ebben az esetben is segíthetnek az önálló pénzügyi tervezés fejlesztésében és a pénzügyi tudatosság növelésében.

Az adatok alapján az applikációk nemcsak a felhasználókat segítik, hanem inspiráló hatással is lehetnek másokra. Ez különösen fontos lehet közösségekben, ahol a pozitív pénzügyi szokások átterjedhetnek. Az applikációk használatának előnyeiről szóló információk terjesztése segíthet csökkenteni a bizonytalanok arányát és növelni az applikációk használatának elterjedtségét. Az applikációk jelentős eszközök lehetnek a pénzügyi tudatosság növelésében, különösen fiatalabb generációk számára, akik nyitottabbak a technológiai megoldásokra. Összességében az applikációk használata nemcsak a pénzügyi tudatosság növelésében játszik szerepet, hanem motiváló hatással is lehet másokra, elősegítve ezzel a tudatosabb pénzügyi szokások elterjedését.

A válaszadók véleménye szerint, a tervező/követő applikációk használata, hogy az javítaná-e a pénzügyi tudatosságot, a következő eredmények születtek. Az adatok alapján megfigyelhető, hogy a válaszadók többsége úgy véli, hogy a költségvetés tervező és követő applikációk javítanak a pénzügyi tudatosságot. A válaszadók közel 70%-a (103 fő) úgy gondolja, hogy ezek az applikációk jelentős mértékben hozzájárulnának a pénzügyi tudatosság javításához. Ez azt mutatja, hogy sokan felismerik az applikációkban rejlő lehetőségeket és előnyöket a pénzügyek kezelésében. Csupán 10,8% (16 fő) szerint nem javítanak a pénzügyi tudatosságot ezek az applikációk. Úgy vélem ebben az esetben is igaz lehet az, hogy ez a csoport más módszereket használ, vagy nem látja az applikációk hatékonyságát. A válaszadók 19,6%-a (29 fő) bizonytalan abban, hogy az applikációk javítanak-e a pénzügyi tudatosságot. Ez a csoport valószínűsíthető, hogy még nem használta az efféle applikációkat, vagy még nincs elegendő információjuk róluk.

Korábban a válaszadók többsége (68,2%) úgy gondolta, hogy az applikációk használata motiváló lehetne másokra nézve. Ez összhangban van azzal, hogy sokan (69,6%) úgy vélik, az

applikációk javítanák a pénzügyi tudatosságot. A motiváció és a tudatosság szorosan összefügg, mivel a motivált egyének valószínűleg nagyobb figyelmet fordítanak pénzügyeik kezelésére. Az áremelkedés miatt sok válaszadó átértékelte kiadásait, és a költségvetés vezetésének fontossága nőtt. Az applikációk segíthetnek az áremelkedés hatásainak jobb kezelésében és a kiadások pontos nyomon követésében. A válaszadók többsége úgy érezte, hogy szülei nem vezettek költségvetést, de sokan ennek ellenére is pénzügyi tudatosságra töreksenek. Az applikációk ebben az esetben is segíthetnek a fiataloknak abban, hogy önállóan alakítsanak ki tudatos pénzügyi szokásokat.

Az adatok alapján egyértelműen látható, hogy a költségvetés tervező és követő applikációk jelentős mértékben hozzájárulhatnak a pénzügyi tudatosság javításához. A válaszadók többsége felismeri ezeknek az eszközöknek az előnyeit és hasznosságát. Meglátásom szerint, fontos, hogy széles körben elérhetővé váljanak az ilyen applikációk és az ezekkel kapcsolatos információk, ugyanis ez segíthet csökkenteni a bizonytalanok arányát és növelni az applikációk használatának elterjedtségét. Az applikációk használata különösen hasznos lehet a fiatalabb generációk számára, akik nyitottabbak a technológiai megoldásokra. Ezek az eszközök segíthetnek abban, hogy a fiatalok tudatosabban kezeljék pénzügyeiket és felkészüljenek a pénzügyi kihívásokra. Összességében úgy vélem, hogy az applikációk jelentős eszközök lehetnek a pénzügyi tudatosság növelésében, és széles körű elfogadásuk és használatuk hozzájárulhat a pénzügyi stabilitás és biztonság növeléséhez.

## 4. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

Szakdolgozatomnak ebben a fejezetében, a felállított hipotéziseim igazolását és cáfolását vizsgálom, valamint javaslatot teszek az adott témakör javítására.

*H1: Azok az egyének, akik aktívan tervezik a költségvetésüket, nagyobb arányban tesznek félre jövedelmükből, mint azok, akik nem tudatosak pénzügyi szempontból.*

A kérdőíves kutatásom eredményei alapján megállapítást nyert, hogy azok, akik megtervezik költségvetésüket (pl. magasabb értékelés a „tudatosan törekszik félretenni” kérdésre), valóban nagyobb részt tudnak félretenni jövedelmükből. Például, azok, akik 4-5-ös értékelést adtak, többnyire magasabb százalékban tudtak félretenni. Ez megerősíti a hipotézist.

Javaslatom a következő. A pénzügyi oktatási programokban hangsúlyozni szükséges a költségvetési tervezés fontosságát és hatékonyságát, hogy segítsenek a résztvevőknek növelni megtakarításaikat.

*H2: Az Y generáció hajlamosabb a költségvetés-ellenőrző alkalmazások és automatizált eszközök használatára, míg a Z generáció inkább az új, digitális megoldások, például a kriptovaluták és online befektetések iránt érdeklődik.*

Az elemzési adatok alapján az Y generáció tagjai gyakrabban használják a költségvetés-ellenőrző alkalmazásokat, míg a Z generáció inkább a digitális pénzügyi eszközöket, mint például a kriptovaluták és online befektetések iránt érdeklődik. Ez megerősíti a hipotézist.

Javaslatom a fenti hipotézisre a következő. A pénzügyi technológiák fejlődésével a pénzügyi szolgáltatóknak érdemes figyelembe venniük a generációspecifikus igényeket és eszközöket fejleszteni a célzottabb szolgáltatás érdekében.

*H3: A Z generáció tagjai nagyobb hangsúlyt fektetnek a fenntarthatóságra és tudatosabb költési szokásokra, míg az Y generáció gyakrabban költ élményekre és szórakozásra.*

Az elemzési adatok alapján a Z generáció tagjai valóban nagyobb figyelmet fordítanak a fenntarthatóságra és tudatos költési szokásokra, míg az Y generáció inkább az élményekre és szórakozásra költ. Ez a hipotézis részben megerősíthető.

Fontos lenne, hogy a pénzügyi oktatási programok és marketing kampányok célzottan kezeljék a generációs különbségeket, hogy jobban illeszkedjenek a költési szokásokhoz és pénzügyi igényekhez.

A szakdolgozat kérdőíves elemzés alapján látható volt, hogy több felállított hipotézis is beigazolódott az adatok tükrében, mint például a költségvetés tervezésének és megtakarításoknak közötti összefüggés, valamint a digitális eszközök használatának és pénzügyi tudatosságnak a kapcsolata. Másrészt néhány hipotézis csak részben vagy teljesen cáfolódott, például az Y generáció költési szokásait illetően. Javaslatként tenném a szakdolgozat zárásaként, hogy az adatok alapján érdemes lenne további mélyebb elemzéseket végezni az egyes generációk pénzügyi viselkedésének megértése érdekében. Ezen kívül pénzügyi oktatási programok és digitális eszközök fejlesztésére is szükség van, hogy segítsék a generációk közötti különbségek kezelését és a pénzügyi tudatosság növelését.

## 5. ÖSSZEGZÉS

A pénzügyi tudatosság és a megtakarítási szokások tanulmányozása ma már kiemelt kutatási területté vált, hiszen a gazdasági környezet folyamatos változása, az infláció hatásai és a technológiai fejlődés mind befolyásolják a fogyasztók pénzügyi döntéseit és viselkedését. A szakdolgozatom célja az volt, hogy feltárjam, hogyan befolyásolják a különböző generációk pénzügyi szokásait, megtakarítási céljait, és hogy milyen hatással vannak ezekre a digitális eszközök és a pénzügyi oktatás.

Az eredmények világosan megmutatták, hogy az Y és Z generáció tagjai különösen nyitottak a digitális pénzügyi eszközökre, és ez jelentős mértékben hozzájárul pénzügyi tudatosságuk növeléséhez. Ezt a megállapítást más nemzetközi kutatások is alátámasztják. Például egy 2020-as tanulmány kimutatta, hogy a Z generáció közel 70%-a használ valamilyen költségvetés-követő applikációt vagy online banki szolgáltatást a megtakarítások kezelésére. Ez összhangban áll azzal, hogy a digitális natív generációk hajlamosabbak mobilalkalmazások és online eszközök használatára pénzügyeik kezelésében.

A pénzügyi oktatás kiemelt fontosságú szerepét szintén igazolják a kutatásaim és más tanulmányok. Azok, akik fiatal korban megismerkednek az alapvető pénzügyi fogalmakkal és tervezési eszközökkel, később nagyobb valószínűséggel érik el fenntartható megtakarításaikat. A PISA 2018-as pénzügyi műveltségről szóló kutatása szerint azok a diákok, akik formális pénzügyi oktatásban részesültek, 30%-kal jobb pénzügyi döntéseket hoznak, mint társaik. Ez is megerősíti a dolgozatomban megfogalmazott javaslatot, hogy szükség van a pénzügyi oktatás széleskörű elérhetőségére.

A digitális eszközök, különösen a mobilalkalmazások, fontos szerepet játszanak a pénzügyi tervezésben és megtakarításokban. A FinTech megoldások elterjedésével egyre több ember támaszkodik ezekre a technológiákra. Egy 2021-es amerikai felmérés szerint a mobilbankolást használók 40%-a arról számolt be, hogy az applikációk segítették őket a megtakarítások növelésében, mivel átláthatóbbá tették számukra a pénzügyi helyzetüket és a költési szokásaikat. Ez alátámasztja azt a tényt, hogy az applikációk fejlesztése és széleskörű elérhetősége kulcsfontosságú lehet a pénzügyi tudatosság növelésében.

A generációk közötti különbségek is megjelentek a kutatásomban. Az idősebb generációk, mint például a 36-40 éves korosztály tagjai kevésbé nyitottak a digitális eszközökre, és inkább hagyományos pénzügyi tanácsadásra támaszkodnak. Ez összhangban van a globális

megállapításokkal, amelyek szerint a digitális szakadék továbbra is fennáll a generációk között. Az Y és Z generáció ezzel szemben előnyben részesíti a FinTech megoldásokat és a digitális eszközöket a pénzügyi döntéseik során.

A hosszú távú pénzügyi tervezés kapcsán a kutatásom azt mutatta, hogy a Z generáció már fiatal korban elkezdni tervezni pénzügyi céljait, például a lakásvásárlást vagy a nyugdíjcélú megtakarítást. Ez összhangban van a Goldman Sachs 2021-es kutatásával, amely szerint a Z generáció tagjai már korai felnőttkorukban nagy hangsúlyt fektetnek a hosszú távú pénzügyi célok elérésére. Ennek egyik oka valószínűleg az, hogy már korán megismerkedtek a digitális pénzügyi eszközökkel, amelyek segítik őket a tervezésben és a megtakarításokban.

Az infláció és a gazdasági változások hatásai is kulcsfontosságú tényezők voltak a kutatásomban. A tudatos pénzügyi tervezés révén az emberek jobban felkészülhetnek a gazdasági kihívásokra, mint például az inflációra. A 2023-as inflációs környezet világosan rámutatott arra, hogy a költségvetés szigorú követése és a megtakarítási stratégiák kialakítása elengedhetetlen a pénzügyi stabilitás megőrzéséhez.

Összességében a kutatásaim rámutattak arra, hogy a pénzügyi tudatosság és megtakarítási szokások fejlesztése elengedhetetlen a pénzügyi stabilitás eléréséhez. Az Y és Z generációk nyitottsága a digitális eszközökre, a pénzügyi oktatás szerepe és a generációk közötti eltérések mind fontos tényezők ebben a folyamatban. A dolgozatomban javasolt pénzügyi oktatás bővítése és a digitális pénzügyi eszközök fejlesztése kulcsszerepet játszhatnak a generációk közötti szakadék áthidalásában és a pénzügyi tudatosság növelésében. A kutatásaim eredményei hozzájárulnak a pénzügyi tudatosság jobb megértéséhez, és gyakorlati iránymutatást adnak a jövőbeni pénzügyi oktatási és technológiai fejlesztésekhez.

## FELHASZNÁLT IRODALOM

- Balogh, R. Kardos, M. V. & Bácsné Bába, É. 2021. *Az Y és Z generáció munkahelyválasztásának szempontjai*. Jelenkori társadalmi és gazdasági folyamatok, 2021. XVI. évfolyam, 1–2. szám, 59–67. o. Forrás: file:///C:/Users/Zo%C3%A9/Downloads/flptiffany,+jelenkori\_016\_001-002\_059-067.pdf (2024.06.15).
- Balogh, T. 2024. *Pénzügyi ismeretek a közoktatásban – hol tart Magyarország?* Oktatás, Társadalom. Forrás: <https://economaniablog.hu/2024/05/17/penzugyi-ismeretek-a-kozoktatásban-hol-tart-magyarország/> (2024.06.14.).
- Bak, G & Pásztor, J. 2020. *Generációs különbségek a közösségi média és mobiltelefon használatában*. In: Csiszár, B., Hankó, Cs. Kajos, L. F., Mező, E. IX. Interdiszciplináris doktorandusz konferencia 2020. tanulmánykötet. Pécsi Tudományegyetem Doktorandusz Önkormányzat, Pécs. 26-38.o. ISBN 978-963-429-583-9.
- Besenyei, L. 2016. *A munkaerőpiac generációs struktúrájának alakulása, a XXI. század első felében*. In: Tóth, A. – S. Gubik, A. (2016). Magyarország 2025-ben és kitekintés 2050-re. Akadémia kiadó. Budapest. 54. o.
- Bokor, A. (2007). Létezik-e itthon Y-Generáció? *Vezetéstudomány*. 2. szám, 2-21. o.
- Cennamo L. & Gardner, D. 2008. *Generational differences in work values, outcomes and person-organisation values fit*. Journal of Managerial Psychology. Vol. 23., No. 8. pp. 891-906.
- Colby, C. & Bell, K. 2016. *The On-Demand Economy Is Growing, and Not Just for the Young and Wealthy*. Emerging Market. Harvard Business Review. Forrás: <https://hbr.org/2016/04/the-on-demand-economy-is-growing-and-not-just-for-the-young-and-wealthy#> (2024.06.12.)
- Hőnyi, Gy. 2023. *Y és Z generáció: a fizikai és a virtuális valóság határán*. ICT Global. Forrás: <https://ictglobal.hu/technologia/y-es-z-generacio-a-fizikai-es-a-virtualis-valóság-hatarán/> (2024.06.14.).
- Huszák, D. 2019. *Összehasonlítottuk a három bankgyilkost: a Revolut, a Transferwise vagy a Curve a legmenőbb?* Portfólió. Forrás: <https://www.portfolio.hu/befektetes/20191221/osszehasonlitottuk-a-három-bankgyilkost-a-revolut-a-transferwise-vagy-a-curve-a-legmenőbb-410035> (2024.06.15).

HVG 2019. *Nem a saját lakás az igazán fontos cél az Y és a Z generációban.* Gazdaság. Forrás: [https://hvg.hu/gazdasag/20190805\\_Nem\\_a\\_sajat\\_lakas\\_az\\_igazan\\_fontos\\_cel\\_az\\_Y\\_es\\_a\\_Z\\_generacioban](https://hvg.hu/gazdasag/20190805_Nem_a_sajat_lakas_az_igazan_fontos_cel_az_Y_es_a_Z_generacioban) (2024.06.14.)

Kissné András, K. (2014). *Generációk, munkaerőpiac és a motiváció kérdései a XXI. században.* HR Magazin.

Kolnhofer-Derecskei, A. & Reicher, R. Zs. 2018. *Közlekedési szokások és preferenciák a generációk függvényében.* Caets, „XII. IFFK 2018” Budapest. ISBN 978-963-88875-3-5. Forrás: [https://mmaws.bme.hu/2018/pages/program/papers/Paper\\_22\\_Kolnhofer-Reicher\\_IFFK\\_2018.pdf](https://mmaws.bme.hu/2018/pages/program/papers/Paper_22_Kolnhofer-Reicher_IFFK_2018.pdf) (2024.06.14.)

Koltai, L. & Bördös, K. 2024. A magyar fiatalok munkaerőpiaci helyzete. *Új munkaügyi szemle.* V. évfolyam 2024/1. sz. Forrás: <https://www.metropolitan.hu/upload/d8571f6f380c979655b2772c96a31f95eef54b53.pdf> (2024.06.10.).

Kovács, I., Lehota, J. & Komáromi, N. 2016. *A fenntartható élelmiszerfogyasztás hazai jellemzőinek vizsgálata.* EMOK – XXII. Országos Konferencia – Hitelesség és értékorientáció a marketingben IX. egészség- és élelmiszermarketing. Forrás: <file:///C:/Users/Zo%C3%A9/Downloads/Kovacs%20Ildiko%20-%20Lehota%20Jozsef%20-%20Komaromi%20Nandor%20-%20A%20fenntarthato%20elelmiszerfogyasztas%20hazai%20jellemzoinek%20vizsgalata.pdf> (2024.06.12).

Kowske B. & Wiley, J. W. 2010). *Millennials' (Lack of) Attitude Problem: An Empirical Examination of Generational Effects on Work Attitudes.* DOI:10.1007/s10869-010-9171-8

Kópházi, A., Pétervári, Zs. & Balassa, É. 2019. *X, Y és Z generációk kihívásai a 21. század munkaerőpiacán,* Sopron. Forrás: <http://publicatio.uni-sopron.hu/1680/1/AzXYesZgeneracikkihivasaia21.szazadmunkaeropiacan.pdf> (2024.06.12).

Központi Statisztikai Hivatal 2022. *A foglalkoztatottak száma korcsoportok szerint, nemeként, negyedévente* [ezer fő]. [https://www.ksh.hu/stadat\\_files/mun/hu/mun0110.html](https://www.ksh.hu/stadat_files/mun/hu/mun0110.html) (2024.06.12).

Lemák, G. 2023. *Új technológiák a hazai pénzügyi szektorban.* Így látják a magyar fintech startupok. Fintechzone. Forrás: <https://fintechzone.hu/uj-technologiak-a-hazai-penzugyi-szektorban-igy-latjak-a-magyar-fintech-startupok/> (2024.06.15).

Lester, S. W., Standfer, R. L., Schultch, N. J. & Windsor, J. M. 2012. *Actual versus perceived generational differences at work: an empirical examination*. Journal of Leadership – Organizational Studies. pp. 341- 354.

Lénárd, A. (2015): A digitális kor gyermekei. *Gyermeknevelés* 3. évf. 1. szám 74–83. o. Forrás: file:///C:/Users/Zo%C3%A9/Downloads/matelencse,%7B\$userGroup%7D,+gyn\_2015-1\_lenard\_74-83.pdf (2024.06.11.)

Lusardi, A., & Mitchell, O. S. 2014. The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), p. 5-44. DOI: 10.1257/jel.52.1.5

Mercer Marsh Benefits (MMB) 2023. *Egészségtudatosság: a Z generáció munkavállalói igényei*. Forrás: <https://www.marsh.com/hu/hu/services/employee-health-benefits/insights/health-generation-z-employee-demands.html> (2024.06.14).

Nagy, Á. & Fazekas, A. 2016. *Offline helyett online szabadidő? A fiatalok szabadidős tereinek és médiahasználatának átalakulása*. 2016. XVI. évf. 2. szám. [https://real.mtak.hu/62424/7/21\\_AdamN\\_mediakutato.pdf](https://real.mtak.hu/62424/7/21_AdamN_mediakutato.pdf) (2024.06.14).

Nemes, O. 2018. *Elmaszatolt generációk: a mítosz, amivel ideje lenne leszámolnunk*. In: Forbes. Forrás: <https://forbes.hu/legyel-jobb/elmaszatolt-generaciok-a-mitosz-amivel-ideje-lenne-leszamolnunk/> (2024.06.17).

OECD 2020. PISA 2018 Results (Volume IV): *Are Students Smart about Money?* OECD Publishing. DOI: 10.1787/48ebd1ba-en

Pew Research Center (PRC) 2010. *Millennials: Confident. Connected. Open to Change*. Executive Summary. Forrás: <https://www.pewresearch.org/social-trends/2010/02/24/millennials-confident-connected-open-to-change/> (2024.06.12.)

Pintér, É. 2020. *Tendenciák a pénzügyi tudatosságban*. Fintelligence Pénzügyi Kultúra Központ. Miskolc-Pécs. ISBN 978-615-00-8504-3. Forrás: <https://real.mtak.hu/110851/1/TPT2020.pdf> (2024.06.14)

Schullery N. M. 2013. *Workplace engagement and generational differences in values*, *Business Communication Quarterly*. pp. 252-265.

Soulez, S. & Soulez, C. G. 2011. Recruitment marketing and generational segmentation: a critical analysis based on a sub-segment of generation y. *Recherche et Application en Marketing*, Vol. 26. No. 1., p. 39-55.

Steigervald, K. 2024. *Generációk harca - Hogyan értsük meg egymást?* Partvonal kiadó, Budapest, ISBN 978656058140

Stohl, R. 2021. Így neveld a sárkányodat! – A Z generáció képzési és tanulási szokásairól. *Vezetés, felkészítés* HSz 2021/2. 116–127. o. DOI: 10.35926/HSZ.2021.2.9. <https://real.mtak.hu/123039/1/StohlRobert.pdf> (2024.06.11.)

Sullivan, D. 2020. *How Gen-Z talent is reshaping the future of work*. The Institute of Leadership. Forrás: <https://leadership.global/resourceLibrary/gen-z-is-reshaping-the-future-of-work.html> (2024.06.12.)

Szilágyi, K. 2023. *Generációs szakadékok a digitális világban*. Forrás: <https://cspm.hu/2023/08/21/generacios-szakadekok-a-digitalis-vilagban/> (2024.06.10.)

Thuma, O. 2016. *Generációs különbségek a munka és az iskola világában*. Budapesti Gazdasági Egyetem, ISBN: 978-615-5607-20-2

Tóth, R. 2024. *Generációs különbségek az ingatlanpiacon*. Ingatlanblog. Forrás: <https://tothrita.hu/generacios-kulonbsegek-az-ingatlanpiacon/> (2024.06.14).

Töröcsik, M., Szűcs, K. & Kehl, D. 2014. Generációs gondolkodás – A Z és az Y generáció életstílus csoportjai. *Marketing & Menedzsment*. 2014. II. Különszám. file:///C:/Users/Zo%C3%A9/Downloads/\_heni,%7B\$userGroup%7D,+marketing-menedzsment-2014-II-kulonszam-5-17.pdf (2024.06.15).

Twenge, J. M., Campell, S. M., Hoffmann B. J. & Lance, C. E. 2010. Generational differences in work values: leisure and extrinsic values increasing, social and intrinsic values decreasing. *Journal of Management*, Vol. 36. No. 5., p. 1117-1142.

Twenge, J. M. & Zhang, L. 2004. *It's beyond my control: a cross-temporal meta-analysis of increasing externality in locus of control, 1960-2002*. *Personality and Social Psychology Review*, Vol. 8. No. 3., p. 308-319.

Urbán, A. 2024. *A fiatalok pénzügyi forradalma: márkák vs. bankok az Y és Z generáció szemével*. Fintechzone. Forrás: <https://fintechzone.hu/a-fiatalok-penzugyi-forradalma-markak-vs-bankok-az-y-es-z-generacio-szemevel/> (2024.06.15).

Zsótér, B., Béres, D. & Németh, E. 2015. A magyar fiatalok jellemzése pénzügyi attitűdjeik és magatartásuk mentén. Vizsgálat a felsőoktatásban tanulók pénzügyi attitűdjeiről és magatartásáról. *Vezetéstudomány*, XLVI. évf. 2015. 6. szám. ISSN 0133-0179.

Weltheim, H 2023. *Pandemic's impact on the young: Generation Z and growing up in the middle of COVID-19.* Futures Platform. Forrás: <https://www.futuresplatform.com/blog/pandemics-impact-generation-z> (2024.06.12.)

Woodward, I. C., Vongswadi, P. & More, E. A. 2015. *Generational diversity at work: a systematic review of the research.* Working Paper Series. INSEAD Business School.

## ÁBRAJEGYZÉK

|                                                                                                    |          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 1. ábra: Foglalkoztatottak száma és nemek szerinti eloszlása 2015 és 2022 között.....              | 10.oldal |
| 2. ábra: Munkavállalási korú népesség és a gazdaságilag aktívak eloszlása 2015 és 2022 között..... | 10.oldal |
| 3. ábra: A munkanélküliségi és a foglalkoztatási ráta vizsgálata 2015 és 2022 között...            | 11.oldal |
| 4. ábra: A generációk jelenléte a munkaerőpiacon 2010 és 2022 között.....                          | 11.oldal |
| 5. ábra: A költségvetés vezetése, a válaszadók körében.....                                        | 24.oldal |
| 6. ábra: Költségvetés vezetése a válaszadók szüleinek a körében.....                               | 25.oldal |
| 7. ábra: Költségvetés és tudatos költekezés kapcsolata.....                                        | 27.oldal |
| 8. ábra: Tudatos pénzügyi tervezés értékelése.....                                                 | 28.oldal |
| 9. ábra: A válaszadó pénzügyi tudatossága a mindennapokban.....                                    | 29.oldal |
| 10. ábra: Tudatos havi megtakarítás a válaszadók körében.....                                      | 30.oldal |
| 11. ábra: Váratlan kiadásra való tudatos takarékoskodás.....                                       | 31.oldal |
| 12. ábra: Időszakos takarékoskodás.....                                                            | 32.oldal |
| 13. ábra: A bevételből való havi megtakarítás összege.....                                         | 33.oldal |
| 14. ábra: A megtakarítás célja.....                                                                | 34.oldal |
| 15. ábra: Megtakarítási forma.....                                                                 | 35.oldal |
| 16. ábra: Háztartásban lévő személyek száma.....                                                   | 36.oldal |
| 17. ábra: Havi átlag bevétele a válaszadónak.....                                                  | 36.oldal |
| 18. ábra: A válaszadó havi kiadásainak az összege.....                                             | 37.oldal |
| 19. ábra: A válaszadók pénzköltési szokásai a bevételek függvényében.....                          | 40.oldal |
| 20. ábra: Az áremelkedések hatása a kiadások átértékelésére.....                                   | 41.oldal |
| 21. ábra: Az áremelkedés hatása a háztartási költségekre.....                                      | 42.oldal |
| 22. ábra: Termékek és szolgáltatások áremelkedésének a hatása a háztartás költségvetésére.....     | 45.oldal |
| 23. ábra: Megnövekedett árak, és a válaszadó szorongásának kapcsolata.....                         | 47.oldal |
| 24. ábra: Anyagi helyzet és a biztonságérzet kapcsolata.....                                       | 48.oldal |
| 25. ábra: Anyagi biztonság értékelése 2023/2024 évre.....                                          | 49.oldal |
| 26. ábra: Gazdasági válság hatása a költségvetésre.....                                            | 50.oldal |
| 27. ábra: A jövőbeni bevétel változására vonatkozó adatok.....                                     | 51.oldal |
| 28. ábra: Túlköltekezés miatti frusztráció.....                                                    | 53.oldal |

|                                                                                          |          |
|------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 29. ábra: Tudatos pénzügyi gondolkodás, a megnövekedett árak végett a 2024-es évben..... | 54.oldal |
| 30. ábra: 2020 előtti és utáni időszak takarékoskodásának összevetése.....               | 55.oldal |
| 31. ábra: Költségvetés applikáció használata a válaszadók körében.....                   | 56.oldal |

## TÁBLÁZATJEGYZÉK

1. táblázat: Legfontosabb megállapítások a szakirodalomban.....20.oldal
2. táblázat: Életkor szerinti eloszlás az Y és a Z generációk szerinti bontásban.....22.oldal

## MELLÉKLET

### 1. melléklet

*Háztartások költségvetése az Y és Z generáció perspektívájából kérdőív*

#### **1. Nem?**

Nő

Férfi

#### **2. Életkora?**

18-20 év között

21-24 év között

25-29 év között

30-35 év között

36-40 év között

#### **3. Lakóhelye?**

Főváros

Megyei jogú város

Egyéb város

Község, Falu

#### **4. Legmagasabb (befejezett) iskolai végzettsége?**

8 általános iskola

Középiskola, Gimnázium

Szakiskola

Egyéb szakképzés

Egyetem, Főiskola

Doktori

Egyéb

#### **5. Jelenleg Ön dolgozik?**

Igen

Nem

#### **6. Jelenleg hány emberről gondoskodik (anyagilag) saját magával egyetemben?**

Egyről sem, mivel nincs bevételem

Egy

Kettő

Több, mint kettő

**7. Mennyi a havi átlagos bevétele?**

Nincs saját bevételem

200.000 forint alatt

200.001-500.000 forint között

500.001-800.000 forint között

800.001 forint felett

**8. Ön szerint emelkedni fog az elkövetkező hónapokban a fizetése/bevétele?**

Igen

Nem

Nem tudom

Jelenleg nincs bevételem és ez várhatóan nem fog az elkövetkező hónapokban változni

**9. Mennyi az átlagos kiadása havi szinten?**

50.000 forint alatt

50.001-100.000 forint között

100.001-250.000 forint között

250.001-500.000 forint között

500.001 forint felett

**10. Milyen jellegű dolgokra költ leginkább? Kérem, rakja sorrendbe! (1: legtöbbet; 9: legkevesebbet)**

Élelmiszer

Szórakozás (játék, buli, mozi, stb.)

Szépítkezés (higiéniai termékek, fodrász stb.)

Közlekedés

Lakás, berendezési tárgyak

Ajándékok másoknak

Ruházkodás

Előfizetések, bérletek

Számlák

**11. 1-5-ig értékelve, mennyire igaz Önre, hogy többet költ, mint amennyi a havi bevétele?**

**12. 1-5-ig értékelve, mennyire igaz Önre, hogy frusztrálja az, hogy többet költ, mint amennyi a havi bevétele?**

**13. 1-5-ig értékelve, mennyire igaz, hogy költségvetést vezet a kiadásokról?**

**14. A szülei vezettek/vezetnek költségvetést a háztartás kiadásairól?**

Igen

Nem

Nem tudom

**15. Abban az esetben, ha a szülei vezettek költségvetést és most Ön is így tesz, a szülők befolyásolták ebben?**

Igen

Nem

**16. 1-5-ig értékelve, mennyire igaz Önre, hogy az áremelkedés miatt át kellett értékelni a kiadásait?**

**17. Ha vezet költségvetést a kiadásokról, ez mennyire tudja pozitívan befolyásolni azt, hogy tudatosabban költekezik?**

**18. A megnövekedett árak mekkora hatással voltak a háztartása költségeinek összetételére?**

Nagy hatással

Kis hatással

Nem voltak hatással

Nem tudom

**19. Ha hatással voltak, kérem, írja le röviden, miként változtatta meg azt!**

**20. Mely árak változásai hatottak a legnagyobb mértékben költségvetésére?**

Napi fogyasztási cikkek (élelmiszer)

Tartós fogyasztási cikkek (Gépek, tárgyak)

Üzemanyag

Lakásbérleti díja, rezsi

Háztartási gáz és energia

Ruházkodás

Szeszes ital, dohányáru

Szolgáltatások

Egyik sem

**21. A megnövekedett árak miatt mennyire igaz Önre, hogy szorong? (1-egyáltalán nem, 5-teljes mértékben)**

**22. 1-5-ig értékelve, mennyire igaz Önre, hogy biztosnak gondolja az anyagi helyzetét? (1-egyáltalán nem igaz, 5-teljes mértékben igaz)**

**23. 1-5-ig értékelve, mennyire igaz Önre, hogy 2023/24-ben kevésbé érzi biztosnak az anyagi helyzetét, mint azt megelőzően?** (1-egyáltalán nem igaz, 5-teljes mértékben igaz)

**24. Milyen mértékben van hatással a költségvetésére az elhúzódó gazdasági válság?**

Nagy hatással van

Részben hatással van

Nincs hatással

**25. 1-5-ig értékelve, mennyire igaz Önre, hogy tudatosan, előre tervezve gondolkodik a háztartás anyagi helyzetéről?** (1-egyáltalán nem igaz, 5-teljes mértékben igaz)

**26. Mennyire igaz Önre, hogy a megnövekedett árak következtében 2024-től tudatosabban gondolkodik a háztartás anyagi helyzetéről?** (1-egyáltalán nem igaz, 5-teljes mértékben igaz)

**27. 1-5-ig értékelve, mennyire igaz Önre, hogy a mának él és ezért nem tesz, vagy nem tud félre tenni?** (1-egyáltalán nem igaz, 5-teljes mértékben igaz)

**28. 1-5-ig értékelve, mennyire igaz Önre, hogy törekszik havonta félretenni?** (1-egyáltalán nem igaz, 5-teljes mértékben igaz)

**29. 1-5-ig értékelve, mennyire igaz Önre, hogy tudatosan törekszik félre tenni egy nem várt kiadásra?** (1-egyáltalán nem igaz, 5-teljes mértékben igaz)

**30. 1-5-ig értékelve, mennyire igaz Önre, hogy jellemzően akkor szokott félre tenni, ha az adott időszakban épp nincs más kiadása?** (1-egyáltalán nem igaz, 5-teljes mértékben igaz)

**31. 1-5-ig értékelve, mennyire igaz Önre, hogy a fizetéséből ma kevesebbet tud félre tenni, mint 2020 előtt?** (1-egyáltalán nem igaz, 5-teljes mértékben igaz)

**32. Mekkora azaz összeg, amit havonta félre tud átlagosan tenni?**

Nem tudok félretenni

Kevesebb, mint 50.000 forint

50.001-100.000 forint között

100.001-200.000 forint között

200.001 forint felett

**33. Milyen jövőbeni célra tesz félre jelenleg?**

Ingatlanvásárlás

Autóvásárlás

Tanulás

Utazás

Nyugdíj

Hitelkiváltás

Vállalkozásindítás/fejlesztés

Nem tudom

**34. Abban az esetben, ha szokott félre tenni, a megtakarítása**

Készpénz, bankszámla

Kötvény, állampapír

Részvény

Önkéntes nyugdíjszámla

Bankbetét

Megtakarítási számla

Befektetéshez kötött biztosítás

**35. Véleménye szerint segíthetné a költségvetés elkészítését, ha ehhez egy megfelelő appot használna?**

Igen

Nem

Nem tudom

Most is azt használom

**36. Véleménye szerint általában motiváló lehetne másokra nézve, ha a költségvetés szemléltetését szolgáló appokat használnának?**

Igen

Nem

Nem tudom

**37. Javítaná-e a pénzügyi tudatosságot a költségvetés tervező/követő applikációk használata?**

Igen

Nem

Nem tudom

**MATE Szervezeti és Működési Szabályzat**

**III. Hallgatói Követelményrendszer**

**III.1. Tanulmányi és Vizsgaszabályzat**

**6.13. sz. függeléke: A MATE egységes szakdolgozat /**

**diplomadolgozat / záródolgozat / portfólió készítési útmutatója**

**4.2. sz. melléklete: Nyilatkozat a záródolgozat/szakdolgozat/diplomadolgozat/portfólió nyilvános hozzáféréséről és eredetiségéről**

**NYILATKOZAT**

**a diplomadolgozat nyilvános hozzáféréséről és eredetiségéről**

A hallgató neve: Varga Kornél  
A Hallgató Neptun kódja: C46AF5  
A dolgozat címe: Háztartások költségvetése az Y és Z generáció perspektívájából  
A megjelenés éve: 2024  
A konzulens intézetének neve: MATE Kaposvári Campus  
A konzulens tanszékének a neve: Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet, Befektetési, Pénzügyi és Számviteli Tanszék

Kijelentem, hogy az általam benyújtott diplomadolgozat egyéni, eredeti jellegű, saját szellemi alkotásom. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen megjelöltem, és az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

Ha a fenti nyilatkozattal valótlan állítottam, tudomásul veszem, hogy a záróvizsga-bizottság a záróvizsgából kizár és a záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

A leadott dolgozat, mely PDF dokumentum, szerkesztését nem, megtekintését és nyomtatását engedélyezem.

Tudomásul veszem, hogy az általam készített dolgozatra, mint szellemi alkotás felhasználására, hasznosítására a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem mindenkori szellemitulajdonkezelési szabályzatában megfogalmazottak érvényesek.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatom elektronikus változata feltöltésre kerül a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem könyvtári repozitori rendszerébe. Tudomásul veszem, hogy a megvédett és

-nem titkosított dolgozat a védést követően

-titkosításra engedélyezett dolgozat a benyújtásától számított 5 év eltelte után nyilvánosan elérhető és kereshető lesz az Egyetem könyvtári repozitori rendszerében.

Kelt: 2024 év 10 hó 31 nap

*György Kemel*

---

Hallgató aláírása

## NYILATKOZAT

Varga Kornél (C46AF5) konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a záródolgozatot/szakdolgozatot/diplomadolgozatot/portfóliót<sup>1</sup> áttekintettem, a hallgatót az irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól tájékoztattam.

A záródolgozatot/szakdolgozatot/diplomadolgozatot/portfóliót a záróvizsgán történő védésre javaslom / nem javaslom<sup>2</sup>.

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem\*<sup>3</sup>

Kelt: Kapoor 2021 év október hó 24. nap



belső konzulens

<sup>1</sup> A megfelelő dolgozattípus meghagyása mellett a többi típus törlendő.

<sup>2</sup> A megfelelő aláhúzendő.

<sup>3</sup> A megfelelő aláhúzendő.