

Csorba László

Pénzügyi kultúra és pénzügyi műveltség, a pénzügyi magatartás meghatározó tényezői

ÖSSZEFOGLALÓ: A nem anyagi kultúra meghatározó fontosságú a gazdasági életben, így a pénzügyi piacok működése során is. A pénzügyi piacok termékei jellemzően kölcsönösen előnyösek minden fél számára, így mindenképpen negatívan hat a gazdasági fejlődésre, ha egyes termékek kulturális okokból indokolatlanul háttérbe szorulnak. Az elmúlt években egyre nagyobb hangsúlyt kap a pénzügyi műveltség mérése, illetve fejlesztése. A tanulmány bemutatja a nem anyagi kultúra alapvető területeit. Pénzügyi kultúrája nem csak az ügyfeleknek van, hanem a kínálati oldal szereplőinek is. Annak ellenére, hogy a pénzügyi kultúrának és a pénzügyi műveltségnek vannak közös területei, mindkét kategória rendelkezik kizárólagos területekkel is. Ebben az összefüggésben kizárólag a kultúrának a részét képezik a közösség által osztott értékek, hitek, illetve a normák és attitűdök. Az egyéni pénzügyi szakismeretek és attitűdök a pénzügyi műveltség kizárólagos részei. Akár az egyéni, akár a közösség által is osztott attitűdök létrejöttében és fennmaradásában hangsúlyos a szerepe az értékeknek, különösképpen a hiteknek. A pénzügyi kultúra fejlesztése során kell számolni a hitekkel, sztereotípiákkal. Ugyanakkor új hitek létrejöttére, illetve megerősítésére is törekedni szükséges. Mindezekben fontos szerepe van a pénzügyi piacok kínálati oldalának, illetve a Magyar Nemzeti Banknak, a Pénzügyminisztériumnak, továbbá az Állami Számvevőszéknek, valamint a legáltalánosabban vett oktatási rendszernek.¹

KULCSSZAVAK: pénzügyi kultúra, pénzügyi műveltség, értékek, hitek, attitűdök

JEL-kódok: D14, D91, G41

DOI: https://doi.org/10.35551/PSZ_2020_1_6

Régóta elfogadott tény, hogy a modern piacgazdaságokban a gazdasági növekedés, illetve fejlődés elválaszthatatlan a pénzügyi piacok megfelelő működésétől (Stiglitz, 1989). Ugyanakkor ahhoz, hogy a pénzügyi piacok kedvezően befolyásolják a gazdaság működését, folyamatosan fejlődniük szükséges (Greenwood, Smith, 1997). A pénzügyi piacok egyfajta szimbiózisban élnek a gazdaság

többi részével, tartósan egyik sem kerekedhet a másik fölé (Caouette et al., 2011). A gazdasági növekedés, fejlődés szempontjából megfelelően működő pénzügyi piacok tehát egyszerre képesek az ügyfelek gazdasági tevékenységének eredményességét pénzügyi szempontból kellőképpen és a lehető legsokoldalúbban elősegíteni, illetve a saját jövedelmezőségüket elvárt szinten tartósan biztosítani (Caouette et al., 2011). Ugyanakkor egyes pénzügyi termékeket – melyek egyébként képesek lennének a mindkét fél részére kellő előnyt, illetve hasz-

Levelezési e-cím: csorba.laszlo@uni-eszterhazy.hu

not biztosítani – nem biztos, hogy az ügyfelek megvásárolják. Ennek számos oka lehet. Az egyik leglényegesebb az, hogy az ügyfelek nem rendelkeznek kellő pénzügyi műveltséggel ahhoz, hogy felismerjék: az adott pénzügyi termék számukra kellőképpen előnyös (OECD, 2018). A pénzügyi műveltség azért is kulcs-tényező, mert hiányossága esetén az ügyfél a számára egyébként – abszolút vagy relatív értelemben – kedvezőtlen termékek megvásárlása mellett is dönthet. Ezzel pedig mind a saját, mind – hosszabb távon mindenképpen – a kínálati oldal gazdálkodására is negatív hatással lesz (OECD, 2005). A pénzügyi műveltség azonban csak az egyik fontos tényező, amely az ügyfeleknek általában a pénzügyi magatartására – tehát nemcsak a pénzügyi termék vásárlási döntéseire – hat. „A kialakult gondolkodási és viselkedési minták, meggyőződések és berögződések, azaz a kultúra kevésbé feltárható, ezért nehezebben alakítható elemei tartósan, hosszabb távon is hatással lehetnek a pénzügyi döntésekre.” (Vass, 2017, 82. oldal). Svájcban is megfigyelték, hogy lényegében azonosnak tekinthető pénzügyi műveltség mellett is markánsan eltérő pénzügyi magatartást tanúsítanak az ügyfelek, amennyiben pénzügyi kultúrájuk különböző (Brown, Henchoz, Spycher, 2018). Jelen tanulmány erre a két tényezőre – a pénzügyi kultúrára (*financial culture*) és a pénzügyi műveltségre (*financial literacy*) – kíván fókuszálni. A magyar nyelvben a kultúra és a műveltség kifejezés sokkal közelebb áll egymáshoz, mint például az angol nyelvben, hiszen a latin „cultura” szó a földműveléshez kapcsolódó colere – művel, szánt – igéből jött létre, s a „művel” ige a magyar nyelvben jelenleg is vonatkozik – többek között – a termőföld megmunkálására. Ez a szinte szinonim viszony is vezethetett oda, hogy a magyar pénzügyi nyelvzetben a pénzügyi kultúra kifejezés vált használatossá mind a pénzügyi kultúra (*financial culture*), mind a pénzügyi műveltség (*financial literacy*) esetében. Ezt a tényt lényegében –

nem célzatosan – a Magyar Nemzeti Bank (2008) deklarálta, s ezt követően a szakmai közvélemény számára ez vált irányadóvá. Mint majd látni fogjuk, a két terület nem elhanyagolható részben valóban át is fedi egymást, de mind a kettő esetében vannak olyan jelentős területek, amelyek a másiknak nem sajátjai.

A tanulmány első fejezete a téma szempontjából érdekes, nem anyagi kultúrát, illetve a műveltség fogalmi körét, területeit mutatja be a gyakorlati alkalmazhatóság érdekében. A második fejezet kifejezetten a pénzügyi kultúrára, illetve a harmadik a pénzügyi műveltségre fókuszál, és a releváns magyarországi felmérési adatokat ismerteti röviden a közelmúltból. Az utolsó fejezet – konklúzióként – a pénzügyi kultúra és a pénzügyi műveltség elmélete gyakorlati alkalmazásának, fejlesztésének, kutatásának magyarországi jelentőségét vázolja.

A NEM ANYAGI KULTÚRA ÉS A MŰVELTSÉG

A kultúra

Kroeber és Kluckhohn (1967, 357. oldal) 164 féle, kultúrára vonatkozó meghatározást áttekintve a kultúra fogalmát a következőképpen határozták meg: „A kultúra explicit és implicit magatartási mintázatokból áll, melyek szimbólumokban fejeződnek ki, az erőfeszítések eredményeképp megkülönböztetve egymástól az emberi csoportokat, beleértve az alkotásokat is. A kultúra magja tradicionális, azaz történelmileg kialakult, kiválasztódott elméleteket, gondolatokat foglal magába, különös tekintettel az ezekhez kapcsolódó értékekre.” A nem anyagi kultúra alatt szubjektív értékek, attitűdök, hitek, orientációk, illetve mögöttes feltételezések együttesét értjük, amelyek az emberek magatartását, tevékenységét, egymás közötti viszonyait befolyásolják (Huntington, 2000, 15. oldal). A kultúra elemei nem feltétlenül vannak ma-

radéktalanul összhangban egymással, illetve nem magától értődően támogatják a termelékenység, a hatékonyság növekedését, illetve általában a gazdasági, társadalmi fejlődést (Porter, 2000). Érdeemes tételesen számba venni a nem anyagi kultúra főbb elemeit annak érdekében, hogy ezek az építőkövek a döntéshozók számára is felismerhetők, beazonosíthatók legyenek, s a célokkal összhangban megfelelő bánásmódban részesülhessenek.

Az értékek *Krech, Crutchfield és Ballachey* (1962) szerint általánosan befolyásolják a közösség tagjainak a cselekedeteit, amely közösség az adott értékeket magáénak vallja, aszerint él. Az értékeknek kellő mértékben általánosnak, széles hatásspektrumúnak kell lennie, hiszen rengeteg különböző cselekvési helyzetben szükséges biztosítania azt, hogy előnyösebb, hasznosabb cselekvési alternatíva kerülhessen megvalósításra (Hofstede, Hofstede, Minkov, 2010). *Schwartz* (2012) tíz egyetemes erénykategóriát különböztetett meg: hatalom, teljesítmény, hedonizmus, stimuláció, önirányítás, univerzalizmus, jóindulat, hagyomány, megfelelőség és biztonság.

A *hitek* a nem tárgyiasult, implicit kultúra részei, s amelyek összessége, összetétele alapvetően megkülönböztet egy kultúrát a többitől (Krech, Crutchfield, Ballachey, 1962). A közösség által általánosan elfogadott, tartósan rögzült hitek ideákban, tanokban, babonákban, legendákban és mítoszokban, népszokásokban, általában véve egy nem a mai kor tudományos igénye szerint rendszerezett tudásban öltenek testet. Mindez természetesen nem jelenti azt, hogy létrejöttük többé-kevésbé nem a közösség által megtapasztalt tényeken alapulna (Krech, Crutchfield, Ballachey, 1962). *O'Connor és Weatherall* (2019) szerint a hit nem azt jelenti, hogy az igaznak vélt állítás tényekkel semmiképpen nem támasztható alá. A legtöbb esetben – különösen utólag, több tény ismeretében – egyértelműen eldönthető, hogy melyik hit alapult valós tényeken (így

korábbi tapasztalatokon) és segítette elő ezáltal a közösség fejlődését, s melyik éppen ellenkezőleg. *Max Weber* 1905-ben jelentette meg *A protestáns etika és a kapitalizmus szelleme* című művét (Weber, 1982), amelyben bemutatta, milyen alapvetően hat a gazdaság működésére a vallási hitek és értékek átalakulása. Így a protestantizmushoz köthető új hit, miszerint Istennek tetsző dolog az, ha valaki a hivatásában minél nagyobb kiteljesedésre – a reá bízott talentumokkal való megfelelő gazdálkodásra – törekszik, alapvetően megváltoztatta az érintett gazdaságok működését, fejlődését.

A **TÁRSADALMI NORMA** az egyéni tevékenységre vonatkozó mérvadó szabály, amely kikényszerítéséről maga a közösség – nem pedig a kormányzat vagy az államhatalom – igyekszik gondoskodni (Ellickson, 2001). A kikényszerítésben azok vehetnek részt, akik magukra nézve is kötelezőnek tekintik a normát. Ezzel szemben a személyes norma esetében a szankcionálás és jutalmazás, a normakövetés ezek általi kikényszerítése csak önmagunk által biztosítható. *Ellickson* (2001) szerint nincs éles határ a társadalmi és a személyes normák között, hiszen számos társadalmi norma személyes normává internalizálódhat. Más esetekben viszont személyes normák is társadalmi normává válhatnak. A normák tehát az egyén vagy a közösség számára fontos cselekvési helyzetekre fogalmaznak meg elvileg kötelező érvényű elvárásokat, s ezek kikényszerítése nem formális hatalmi eszközök révén történhet.

Az **ATTITÜDÖK** tárgya bármi lehet, amihez az egyén úgy gondolja köze van, s szükségét érzi, hogy önállóan állást foglaljon a kérdésben (Krech, Crutchfield, Ballachey, 1962). Ugyanakkor fontos hangsúlyozni, hogy a kultúra szempontjából azok az attitűdök relevánsak – hasonlóan a hitekhez –, melyeket az adott közösség általánosan oszt, arra általában jellemzők. Az attitűdökben pszichológiailag az fejeződik ki, hogy az egyén bizonyos dolgokat önmaga szempontjából támogató jelle-

gűnek ítélt meg, s ezekhez vonzódik, míg más dolgok esetében éppen ellenkezőleg (Philips, Johnson, Maddala, 2002). Az emberi attitűdök tükrözik azt, hogy ki milyen módon képzelel el egy adott cselekvési helyzetet, illetve az ahhoz kapcsolódó javak és személyek vonatkozásában azt, hogy mindezeket legalább relatíve a javára fordíthatja (Porter, 2000). Az attitűdök bármilyen egyedi tárgyra, cselekvési helyzetre, illetve szellemi konstrukcióra – gondolatra – vagy ezek csoportjaira vonatkozhatnak, így egy cselekvőképes egyén szinte végtelenszámmal attitűddel rendelkezik. Nyilvánvaló, hogy ezek többsége alig-alig, vagy szinte semennyire sincs saját tapasztalatokkal, saját valós elméleti tudással megalapozva (Hayden, 1988).

A műveltség

Korunkban a műveltség (literacy) fogalmának általános meghatározása meglehetősen írás-, illetve olvasáscentrikus volt. Az OECD meghatározása szerint (2016, 19. oldal) a műveltség (*literacy*) „*az írott szövegek megértésének, értékelésének, használatának és tudásba beépítésének képessége, annak érdekében, hogy az egyén részt vehessen a társadalom életében, megvalósíthassa céljait, illetve fejleszthesse tudását és annak potenciálját*”. A műveltség hiányát az analfabéta (*illiteracy*) kifejezés jelöli. Aki nem rendelkezik például elégséges pénzügyi műveltséggel, az ugyanúgy pénzügyi analfabéta Magyarországon (Horváthné Kökény, Széles, 2014), mint az Egyesült Államokban (Anthes, 2004). Az adott szakterületre vonatkozó műveltség birtokában az egyén képes – aktuális műveltségi szintje szerint – a szakterülethez kapcsolódó tevékenységeket úgy folytatni, hogy azok révén kapcsolódó céljait relatíve eredményesebben érheti el. Képes átlátni, megérteni az alapvető összefüggéseket, a szakma szabályai szerint kódolni és dekódolni az információkat, továbbá – amennyiben erre motivált – bővíteni szaktu-

dását. Lényeges, hogy az OECD-meghatározás értelmében a műveltség megszerzése és használata elsődlegesen és döntően nem a társadalmi, hanem a saját egyéni célok minél eredményesebb megvalósítása érdekében történik. A 105 évvel ezelőtti Osztrák-Magyar Monarchiában műveltség alatt bizonyos általános vagy speciális szakértelem, szakértelemrészek birtoklását értették, melynek használata révén az egyén a társadalom hasznos tagja, miközben maga is megfelelően boldogul (Nagy, 1913).

Az UNESCO (2005, 17. oldal) szerint műveltség alatt „*egy olyan egyszerre egyéni és társadalmi jelenséget értünk, amely alapvető fontosságú a társadalmi, gazdasági és politikai részvétel, illetve fejlődés szempontjából, kiváltképp a mai tudásalapú társadalmakban*”. A műveltség kulcs az emberi képességek javításához, a széles körű előnyök – így a kritikai gondolkodás, jobb egészségi állapot és családtervezés, gyermekek oktatása, szegénység csökkentése és aktív állampolgárság – eléréséhez. Az egyéni műveltség tehát megalapozza az egyén kibontakozását, szellemi, testi, egészségi és állampolgári fejlődését, amelynek hatása kisugárzik családjára, tágabb közösségre, illetve a gazdaságra és társadalomra. A műveltség révén – az anyagi javaktól függetlenül – az egyénnek kibővílnék a lehetőségei, saját céljai érdekében jobban tud ezekkel a lehetőségekkel élni, miközben ezek révén is tovább fejlődve mindez egy önmagát generáló folyamattá válhat.

Pénzügyi kultúra

Tadasse és Kwok (2005) szerint hiába feltételezik sokan azt, hogy a globalizáció homogenizálja az egyes országok pénzügyi rendszereit, az eltérő kultúrák akár önmagukban is más és más jellemzőkkel rendelkező pénzügyi rendszereket eredményeznek. Példaként hozza fel a különböző kultúrák eltérő viszonyulását a bizonytalansághoz. Úgy látja, egyes országok le

kívánják győzni a jövőt, minimalizálni kívánják a bizonytalanságot. Ehhez – egyebek mellett – szigorú szabályok és a verseny korlátozása is szükséges. Az ilyen országokban nagy az igény a biztosításokra – így a betétbiztosításra is – és a pénzügyi kapcsolatrendszerben a kereskedelmi bankok a preferáltak. Herger, Hodler és Lobsiger (2008) szerint a pénzügyi rendszer fejlődése a költségeken túl elsődlegesen a kultúrán múlik. Az egyes pénzügyi piacok szinte mindegyikéről bizonyítást nyert, hogy felépítése és működése jelentős mértékben a kultúra által meghatározott, így a bankok kockázatvállalása (Ashraf, Zheng, Arshad, 2016), a vállalati növekedés külső finanszírozása (Boubakri, Saffar, 2016), az életbiztosítások iránti kereslet (Chui, Kwok, 2008) vagy akár a megtakarítási hajlandóság (Kessler, Perelman, Pestieau, 1993). A biztosítási piac fejlettsége, illetve jellemzői jelentős mértékben a kultúra által meghatározottak (McFall, 2014), csakúgy, mint a készpénzforgalom aránya (Liewellyn, 2016). Breuer és Salzman (2012) a háztartások pénzügyi portfólióinak kulturális meghatározottságát vizsgálták. Megállapításuk szerint az, hogy a háztartások milyen arányban osszák meg forrásaikat a bankbetétek, állampapírok, értékpapírok, biztosítások és egyéb pénzügyi lehetőségek között, jelentős mértékben függ a nemzeti kultúrájuktól. Egyes hazai kutatók is rámutattak: a pénzügyi tájékozottság pusztán magát a pénzügyekre vonatkozó tudást, míg a „pénzügyi írástudás” (*financial literacy*) ezen tudás feldolgozási, alkalmazási, illetve az egyén számára előnyös pénzügyi döntések meghozatalának képességeit jelenti (Husz, Szántó, 2011, 9. oldal), addig a pénzügyi kultúra nagyobb része nem is tekinthető „igazi”, lexikális tudásnak, alkalmazása pedig tudatosnak. A pénzügyi kultúra – mint bármilyen kultúra – alapvetően szocializáció révén sajátítható el, ugyanakkor ennek az iskolai oktatás is jelentős mértékben a része, így ott is lehet eredményeket

elérni e területen (Zsótér, Nagy, 2012). A már felnőttek viszont kimaradhatnak ennek a szocializációs közegnek az előnyös hatásaiból, így amikor a pénzügyi kultúra fejlesztésére van szándék, az ő számukra felnőttképzést kívánatos biztosítani e szocializáció vonatkozásában (Németh et al., 2016a).

Bár a pénzügyi kultúrának nem alakult ki elfogadott, egy mondatba sűrített meghatározása, a nemzetközi szakirodalmi használatban azonban konszenzus alakult ki abban a tekintetben, hogy a pénzügyi kultúra a kultúra egyik részterülete (Reuter, 2011). Ilyen módon a pénzügyi kultúra vizsgálata nem nélkülözheti a kultúrákra általában jellemző olyan attribútumok mint az értékek, hitek, normák és az attitűdök vizsgálatát sem. Ezzel a meghatározással összhangban is van – mások mellett – a pénzintézetek megközelítése is, például a kockázatok kezelési területén. A Bázeli Bankfelügyeleti Bizottság (Basel Committee on Banking Supervision, 2011, 5. oldal) ajánlása szerint: „*A belső operatív kockázat kultúrája az egyéni és vállalati értékek, attitűdök, kompetenciák és magatartás együttes halmazát jelenti, amely meghatározza a vállalat operatív kockázatkezelési elkötelezettségét és stílusát.*” Az IRM (Institute of Risk Management, 2012, 7. oldal) szerint „*A kockázati kultúra fogalma magába foglalja a közösség által közösen a kockázatról osztott értékeket, hiteket és tudást, különös tekintettel az alkalmazottakra, illetve azok csoportjaira.*”

A Bank of England A prudenciális szabályozás hatóságának a bankfelügyeletre vonatkozó kiadványa (2018, 14. oldal) a kultúrát – külön fejezetpontot szentelve neki – meghatározónak tartja a banki kockázatok szempontjából: „*Azt várjuk el a cégektől, hogy olyan kultúrával rendelkezzenek, mely támogatja a prudens menedzsmentet. Az értékelésünk során nincsenek konkrét, megfelelőnek minősíthető kultúra-etalonjaink, inkább arra összpontosítunk, hogy vajon az igazgatóság, illetve a menedzsment meg-*

értette-e melyek azok a körülmények, amelyek a vállalat életképességét kérdésessé tehetik, az elfogadott gyakorlatot rendre próbára teszik-e, továbbá időben intézkednek-e a kockázatok időben történő kezelése érdekében”.

Lo (2016) szerint a vállalat kockázati kultúrája a vállalati kultúra része, általában véve az emberek kockázati kultúrája pedig a társadalmi kultúra részét képezi. Lo (2016) a pénzügyi kultúra vonatkozásában – különös tekintettel a pénzügyi iparági nézőpontra – az 1. táblázatban látható, lehetséges értékeket nevesítette. A pénzintézetek tevékenysége tehát jelentős mértékben kulturálisan – így a vallott értékekre vagy azok hiányára visszavezethetően is – meghatározott, ahogyan arra a 2010 előtti gyakorlatra vonatkozóan a Magyar Nemzeti Bank elnöke is utalt: „A magyar bankrendszer a prudens hitelezés feltételeit félretéve, korlátlanul és a pénzügyi rendszer alapvető hajlamaihoz visszatérve, tehát a mohóságot szem előtt tartva hitelezett” (Matolcsy, 2015, 207. oldal).

Ahogyan egy nemzet kultúrája sem tekinthető teljesen homogénnek a különböző társadalmi csoportok tekintetében, úgy a bankok, biztosítók, befektetési alapok, felügyeleti szervek, pénzügyminisztérium, törvényhozás, illetve az e szempontból is szegmentálható ügyfelek esetében sem beszélhetünk homogén pénzügyi kultúráról még egy olyan kis ország esetében sem, mint Magyarország. Az egyes

szervezetek – környezetüktől ebben is elkülönülve – némileg megint csak más, egyedi pénzügyi kultúrát, szubkultúrát alakíthatnak ki (Feldman, O’Neill, 2014). Az egyes szubkultúrák között konfliktusok is alakulhatnak ki, kiváltképp, ha az egyik csoport, illetve szervezet a másik rovására kíván előnyökre szert tenni. Például a bankok – kihasználva a szabályozási hiányosságokat – számos országban folytathatnának úgynevezett ragadozó hitelezést, vagy élhetnének vissza a javukra fennálló aszimmetrikus információkkal, illetve gazdasági erőfölényükkel, azonban a legtöbb helyen a bankok túlnyomó része nem folytat ilyen gyakorlatot (Kaplow, 2018). Ennek oka az, hogy olyan a pénzügyi kultúrája ezeknek a szervezetnek, mely nem enged teret az ilyen gyakorlatnak. Klontz, Britt, Mentzer és Klontz (2011) egy sor pénzügyekkel kapcsolatos hitet nevesítettek az Egyesült Államokban, s azokat négy kategóriába sorolták. A kategóriánként öt-öt leginkább elfogadott, osztott hitet a 2. táblázat foglalja össze.

Magyarországon kifejezetten az általánosan osztott, vallott pénzügyi hitek, illetve attitűdök célzott vizsgálatára nem készült még megfelelő módszertannal komplex kutatás. Ugyanakkor számos, saját területén megbízhatónak tekintett kutatás bár másra fókuszált, érdemi eredményeket hozott a pénzügyi hitek és attitűdök vonatkozásában is. Ezek kö-

1. táblázat

A PÉNZÜGYI KULTÚRA ÉRTÉKEI IPARÁGI NÉZŐPONTBÓL LO (2016) SZERINT

Maximalizmus	Lojalitás	Betyárbeccsület	Elkötelezettség
Hatalomvágy	Kockázatvállalás	Bizonytalanságtűrés	Alkalmazkodóképesség
Versenyszellem	Kapzsiság	Szolidaritás	Elitizmus
Titoktartás	Előrelátás	Optimizmus	Motiválhatóság
Kreativitás	Beccsületesség	Viszonosság	Önfelelősség

Forrás: saját szerkesztés

GYAKORI ÁLTALÁNOS PÉNZÜGYI HITEK AZ EGYESÜLT ÁLLAMOKBAN

A pénz taszító ereje	A pénz tisztelete
Én sem érdelek sok pénzt, ha másoknak kevesebb jut	Boldogabb lennék, ha több pénzem lenne
A gazdag emberek kapzsik	Jobban állnának a dolgaim, ha több pénzem lenne
Nincs rendben, ha több pénzed van, mint ami szükséges	Soha nem lehet elég pénzed
Azok gazdagodnak, akik kihasználnak másokat	A szegényeknek nehéz lehet boldognak lenni
A jó embereknek nem kell törődniük a pénzzel	A pénz hatalom
Pénz és a státusz	A pénzügyek átláthatósága
A legtöbb szegény ember nem is érdemel több pénzt	Nem kell másoknak tudni azt, hogy mennyi pénzed van
Lehet szerelmed, vagy pénzed, de a kettő együtt nem	Helytelen mások pénzügyi helyzetét firtatni
Csakis teljesen új dolgot vagyok hajlandó megvásárolni (pl. ház és autó is)	A pénzt felhalmozni kell, nem pedig költeni
A szegény emberek lusták	Fontos, hogy megtakarítsunk a rosszabb időkre
A pénz az élet értelme	Nem kell kérkedni azzal, ha sok pénzed van

Forrás: Klontz, Britt, Mentzer, Klontz, 2011, 10–11. oldal alapján saját szerkesztés

zül a leginkább mérvadónak talán az OECD (Zsótér, Németh, Luksander, 2017), illetve az Eurobarometer (European Commission, 2004) helyi kutatásai számítanak. A 2003. év folyamán az Európai Unióhoz csatlakozó országok közül – Ciprus és Málta mellőzésével – tíz ország pénzügyi szolgáltatásainak igénybevétele, illetve az ezekhez kapcsolódó fogyasztóvédelem került megvizsgálásra (European Commission, 2004).

A magyar lakosságnak ekkorra már megfelelő mértékű – az eredmények fényében inkább túl sok negatív – tapasztalata halmozódott fel a pénzügyek tekintetében ahhoz, hogy megalapozottan nyilváníthassanak véleményt a pénzügyek viteléről. Az első helyen a nyomasztó, míg a másodikon a bonyolult attitűd szerepelt. Az összes vizsgált ország közül legnagyobb arányban megjelölt „nyomasztó” jelző nem a pénzhiányra, hanem a pénzügyek intézésére vonatkozik. A „bonyolultság” is a harmadik legmagasabb arányú volt, így a vizs-

gált országok közül már 2003-ban leginkább Magyarország rendelkezett a pénzügyek vonatkozásában negatív számú attitűddel (3. táblázat).

A nem vallási eredetű hitek többségében korábbi tapasztalatokon alapulnak, még akkor is, ha ezek egy része nem lehetett közvetlen, személyes. Az adatok alapján (3. táblázat) egy olyan 2003-as magyar bankrendszer képe rajzolódik ki, ahol az ügyfelet már alárendelt pozícióba kényszerítették. Nem érti, sok esetben nem is értheti a termékeket, de ha mégis informálódni szeretne, akadályokba ütközik. Amennyiben vitás helyzet alakul ki, az ügyfél nem tudja az esetleges igazát sem érvényesíteni. Formálisan természetesen a bankok ügyfélközpontúak voltak, a fogyasztó érdekeit elvileg megvédték, de a gyakorlatban nem sok méltányosságra számíthatott az ügyfél 2003-ban. A hitekre ekkor már inkább szükséges rosszként, mint lehetőségként tekintenek az ügyfelek. Ennek megfelelően 2003-ban a lakosság

**LAKOSSÁG BANKOKHOZ KAPCSOLÓDÓ PÉNZÜGYI HITEI,
ILLETVE LEGJELLEMZŐBB ATTITÚDJEI MAGYARORSZÁGON 2003-BAN**

(European Commission 2004) pénzügyi szolgáltatások 10 új csatlakozó országánál		
Attitűd a személyes pénzügyekről (1.): nyomasztó	39% (átlag 31%)	Legmagasabb
Attitűd a személyes pénzügyekről (2.): bonyolult	24% (átlag 20%)	3./ legmagasabb
Hit1: (nagyon) nehezen vehetők össze a banki számlakondíciók	63% (átlag 41, EU15: 50%)	Legmagasabb
Hit2: (nagyon) nehezen nyerhetek vitát egy bankkal szemben	88% (átlag 78, EU15: 76%)	Legmagasabb
Hit3: (nagyon) nehezen ismerhetem meg a hitel jellemzőit a felvételt megelőzően	70% (átlag 47, EU15: 43%)	Legmagasabb
Hit4: (nagyon) nehezen érthető, mi a jelzáloghitelek lényege, és mi a kockázatuk	71% (átlag 59, EU15: 59%)	Legmagasabb
Hit5: (nagyon) nehezen összehasonlíthatók a különböző jelzálog-hitelek	66% (átlag 50, EU15: 47%)	Legmagasabb
Hit6: (nagyon) nehezen nyerhetek vitát egy biztosító társasággal szemben	90% (átlag 78, EU15: 51%)	Legmagasabb
Hit7: (nagyon) nehezen tudok bankot váltani	26% (átlag 13, EU15: 21%)	Legmagasabb
Hit8: (nagyon) nehezen tudható, hogy egy biztosítás mit fedez valójában	80% (átlag 50, EU15: 76%)	Legmagasabb
Hit9: A bankszámlák drágák	43% (átlag 38, EU15: 45%)	3./ legmagasabb
Hit10: A banki marketingtechnikák túl agresszívek	49% (átlag 47, EU15: 57%)	Legmagasabb
Hit11: A kapott információ világos, érthető	26% (átlag 33, EU15: 29%)	Legalacsonyabb
Hit12: A tranzakciók biztonságosak	53% (átlag 47, EU15: 55%)	4./ legalacsonyabb
Hit13: A bank megfelelően kezeli az ügyfelek adatait	47% (átlag 42, EU15: 81%)	4./ legalacsonyabb
Hit14: Hitelre vásárolni inkább hasznos dolog	28% (átlag 43, EU15: 35%)	Legalacsonyabb
Hit15: Annyi hitelt lenne jó felvenni, amennyit csak akarunk	8% (átlag 10, EU15: 12%)	Átlagos
Hit16: Az eladósodottság nem probléma a mi országunkban	20% (átlag 22, EU15: 14%)	Legalacsonyabb
Hit17: A fogyasztó jogai jól védettek a pénzintézeteknél	34% (átlag 35, EU15: 34%)	Átlagos
Hit18: Van mód könnyen rendezni a vitákat az ügyfél és a pénzintézet között	4% (átlag 9, EU15: 17%)	Legalacsonyabb
Hit19: Elvárható, hogy a pénzintézetek tanácsokkal is ellássonak	39% (átlag 61, EU15: 74%)	5./ legalacsonyabb
Hit20: Mindenkinek saját magának kell a saját pénzéről meghoznia a döntéseket	91% (átlag 88, EU15: 92%)	Átlagos
Hit21: Általában megfogadhatóak a pénzintézetek tanácsai	29% (átlag 32, EU15: 47%)	Átlagos

Forrás: European Commission 2004 alapján saját szerkesztés

az adatok szerint egyáltalán nincs túlhitelezve, az eladósodottság sokkal kevésbé probléma, mint a számlák befizetése.

A megkérdezésekből egy átlagosnál profitcentrikusabb, agresszívebb üzletpolitikát folytató, erőfölényével már visszaélő magyar bankrendszer képe rajzolódik ki 2003-ban. Ugyanakkor az is szembetűnő, hogy a legtöbb banki termék esetében – így a jelzáloghitelek-nél is – nagyon komoly piaci potenciálokkal lehetett számolni, már amennyiben a pénzügyesek a saját javukra tudták fordítani az ügyfelek pénzügyi kulturális jellemzőit. Ez a későbbiekben meg is történt. Hiszen az Európai Unióhoz való 2004. évi csatlakozás keltette reményhullám, a bankrendszer felé – a korábbi negatív tapasztalatok ellenére – újra megelőlegezett bizalom a korábbiaknál is kiszolgáltatottabbá, sebezhetőbbé tette kulturális szempontból a magyar lakosságot. Ez párosulva a kereskedelmi bankok agresszív üzletpolitikájával egy, a lakosság, de hosszabb távon a magyar bankrendszer, illetve a gazdaság számára is egy nagyon kedvezőtlen kombinációt alkotott. Ez vezetett a devizaalapú hitelek kríziséhez, amely a legnagyobb károkat 2010-ig Magyarországon okozta a térségben.

A pénzügyi személyiségtípusok vizsgálata egy érdekes átmenetet alkot a pénzügyi kultúra kutatása irányában. Ahogyan ugyanis *Samuelson* (1948) rámutatott, a fogyasztói preferenciarendszerek, kulturális sajátosságok általában közvetlenül lényegében nem, csak a fogyasztói magatartásból visszakövetkeztetve ismerhetők, pontosabban becsülhetők meg. Az egyének pénzügyi vonatkozású magatartása, viselkedése bizonyos esetekben sokkal pontosabban megragadható, mint például a mögöttes hiteik. *Furnham, Wilson és Telford* (2012) például négy érzelmi személyiségjellemző dimenzió – biztonság, szabadság, hatalom és szeretet – szerint hozott létre pénzügyi személyiségi típusokat. *Mellan* (1994) kilencféle pénzügyi személyiségtípust különböztetett

meg: spórolós, költekező, aszkéta, menekülő, harácsoló, dorbézoló, aggodalmaskodó, kockázatvállaló, kockázatkerülő. Egy magyar kutatás (*Németh et al., 2016b*) árnyalta ezeket a kategóriákat egy nagymintás felmérés alapján. Náluk a következő kilenc kategória volt elkülöníthető: kispénzű-beosztók, pénznyelők, renddel értéket teremtők, árérzékenyek, gyűjtögetők, tervezők, egyszer hopp – másszor kopp, dolgosok és pénzügyeket kézben tartani nem tudók.

PÉNZÜGYI MŰVELTSÉG

A pénzügyi műveltség fogalmát részletesen meghatározva 1997-ben vezette be a tudományos közéletbe a Jump\$tart Coalition for Personal Financial Literacy nevű szervezet (*Stolper, Walter, 2017*). Meghatározásuk szerint a pénzügyi műveltség a pénzügyi tudás olyan irányú felhasználásának képessége, amely lehetővé teszi az egyén számára, hogy egész élete során megfelelő hatékonysággal menedzselje pénzügyeit, pénzügyi biztonságra tegyen szert. Az OECD (2014) a PISA-felmérések vonatkozásában tartotta fontosnak, hogy olyan meghatározást hozzon létre, amely lehetővé teszi a pénzügyi műveltség esetében is a gyakorlati méréseket. Meghatározásuk szerint (OECD, 2014, 33. oldal) *„A pénzügyi műveltség a pénzügyi összefüggések és kockázatok ismerete, valamint ezek megértéséhez és alkalmazásához szükséges készségek, motiváció és magabiztosság annak érdekében, hogy a különféle pénzügyi területeken hatékony pénzügyi döntéseket hozhasson a saját, illetve a társadalom pénzügyi jólétének növelése és a gazdasági életben való tényleges részvétele céljából.”* Később (OECD, 2018, 4. oldal) ez némileg módosításra, illetve pontosításra került a következőképpen: *„Pénzügyi műveltség a szükséges tudás, tudatosság, attitűdök és magatartás kombinációja annak érdekében, hogy az egyén megfelelő pénzügyi döntéseket hozhas-*

son, hogy így önmaga számára pénzügyi jólétet biztosíthatson”.

Lényegében ezzel a pénzügyi műveltség meghatározással van – az attitűdök mellőzése mellett – összhangban az MNB korábbi (2008, 1. oldal) álláspontja is. Egy, nem lényegtelen különbség van, a pénzügyi műveltség helyett sajátos módon a pénzügyi kultúra kifejezést használja: „Pénzügyi kultúra a pénzügyi ismeretek és képességek olyan szintje, amelynek segítségével az egyének képesek a tudatos és körülmények közötti döntéseikhez szükséges alapvető pénzügyi információkat azonosítani, majd azok megszerzése után azokat értelmezni, és ez alapján döntést hozni, felmérve döntésük lehetséges jövőbeni pénzügyi, illetve egyéb következményeit.”

Az OECD pénzügyi műveltségi kutatásának vezetői Atkinson és Messy (2012) hangsúlyozták, hogy a pénzügyi tudáson és magatartáson, illetve készségeken túl, a pénzügyi jellegű termékekre, szolgáltatásokra, folyamatokra, állapotokra, fogalmakra vonatkozó attitűdök a pénzügyi műveltség egyik fontos területét képezik. Amennyiben az attitűd tárgyával szemben negatívan viszonyul az egyén, úgy várhatóan a jövőben tartózkodni fog az azzal kapcsolatos magatartástól. Pozitív attitűd esetén pedig éppen ellenkezőleg. Az OECD nemzetközi kutatása négy földrész 14 országára – közöttük Magyarországra – terjedt ki, így – egyebek mellett – olyan attitűdöket is vizsgáltak, amelyek egyrészt a pénzügyi piacok igénybevétele szempontjából kiemelten fontosak, másrészt kellően

általánosak ahhoz, hogy minden résztvevőnek legyen velük kapcsolatban viszonylag kiforrott álláspontja (lásd 4. táblázat).

Az OECD 2010. és 2015. évi hazai kutatásaiból (Zsótér, Németh, Luksander, 2017) kirajzolódik, hogy a lakosság csökkenő mértékben utasítja el a „carpe diem” elv szerinti pénzügyi gazdálkodást, s ezzel együtt kevésbé a hosszabb távú célokban gondolkodik. A pénzügyi műveltség némileg gyengült 2015-re, ami abban is tetten érhető volt, hogy a kockázati és a hozammértékek közötti összefüggést kevesebben ismerték fel. Miután társadalmi felelősségvállalásának kiemelt területe, az Állami Számvevőszék 2015. év folyamán nemcsak a lakosság, de a pénzügyi műveltség fejlesztése vonatkozásában fontos szerepet betölthető szervezetek körében is felmérte a pénzügyi műveltséget megalapozó, bővítő képzéseket, eseményeket, kezdeményezéseket, továbbá azt, hogy mindezek mely releváns tudásterületeket érintenek (Németh et al., 2016c). A kutatás megállapította, hogy a releváns képzési programokban leginkább a háztartási, illetve az egyén költségvetés tervezésére, készítésére, valamint a megfelelő pénzügyi önismeret kialakítására, tudatos pénzügyi fogyasztóvá válására helyezik a hangsúlyt. Ugyanakkor a jellemzően csak néhány órás képzések a pénzügyi tudást és készségeket kevésbé tudják fejleszteni. A pénzügyi tudás megszerzése úgy tűnik egy kritikus tényező Magyarországon, hiszen az Állami Számvevőszék vezette kutatókon-

4. táblázat

AZ OECD PÉNZÜGYI MŰVELTSÉGI KUTATÁSÁNAK VIZSGÁLT ATTITŰDJEI

Vásárlások tervszerűsége	Megtakarítás fontossága
Pontos számlafizetés	A jelenre koncentráció
Pénzügyek folyamatos figyelemmel kísérése	Pénzügyi kockázat vállalása
Hosszú távú pénzügyi célok	A pénz felélése, elköltése

Forrás: Atkinson és Messy (2012) alapján saját szerkesztés

zorcium azt állapította meg, hogy szinte minden szociodemográfiai változó hatással volt a pénzügyi műveltségi szintre, csak a középiskolai pénzügyi tanulmányok nem (Béres et al., 2013). A pénzügyi műveltség, a tudás és a tapasztalatok hatnak a pénzügyi kultúrára is – kiváltképp a pénzügyi jellegű hitekre –, amely eredményeképp alakul ki, hogy milyen mértékű a bizalom például a bankrendszerrel szemben (Kovács, Térták, 2016).

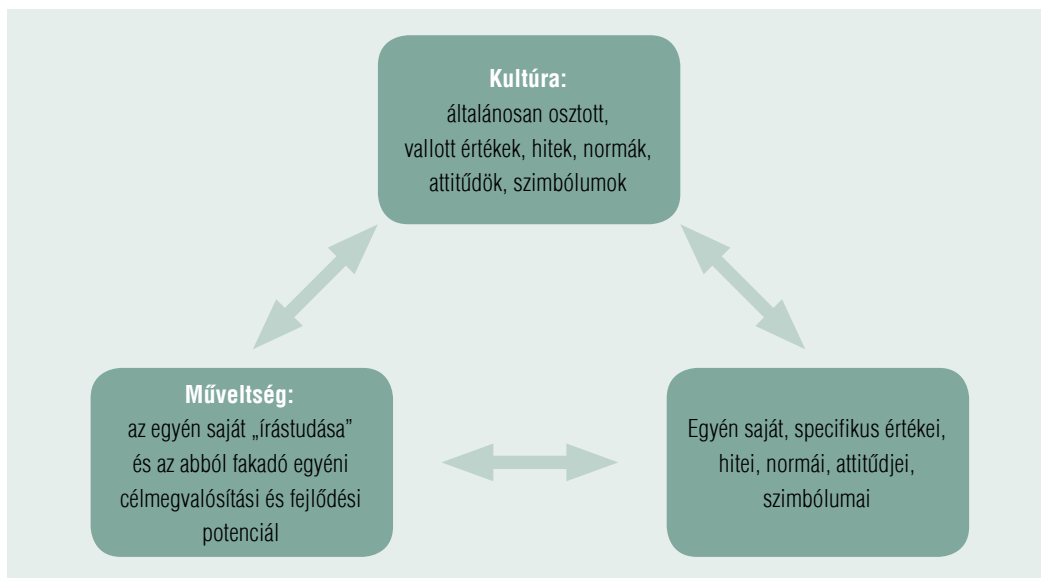
KONKLÚZIÓK

A Magyar Nemzeti Bankról szóló [2013. évi CXXXIX. számú, 44. § (3) és 170. § (3) bekezdések] törvény előírja, hogy a magyar jegybanknak részt kell vállalnia a pénzügyi kultúra erősítésében, illetve felügyeleti szervként beszédett bírságainak egy részét a pénzügyi kultúra erősítésére, terjesztésére, továbbá a pénzügyi tudatosság növelésére, valamint ezen célok teljesülésének elősegítésére – releváns oktatási és kutatási infrastruktúrák fejlesztésére – kell fordítania. Megnyugtató módon, a 2013 után megújult magyar jegybank világosan látja a különbséget a pénzügyi kultúra és a pénzügyi műveltség között, hiszen „*a társadalmi felelősségvállalási stratégia kijelöli a Magyar Nemzeti Banknak a pénzügyi kultúra és a pénzügyi tudatosság, valamint az ezt megalapozó közgazdasági és társadalmi gondolkodás fejlesztésében, az értéktéremtésben, a nemzeti értékek, a szellemi és kulturális örökség megőrzésében, az értékek közvetítésében betölteni kívánt szerepvállalásának fő irányait*” (MNB, 2014, 69. oldal). Ugyanakkor a társadalmi kultúra alkotóelemei túlnyomórészt pontosan azok közé az informális intézmények közé sorolhatók, amelyek időben a legstabilabbak, hiszen a leginkább beágyazódtak (Williamson, 2000). Létrejöttük is meglehetősen időigényes. Ezekről a beágyazódtott intézményektől függenek jelentős részben a formális intézmények – a jogszabályok –, csak-

úgy, mint közvetve a gazdaságpolitika, s végső soron a vállalatok belső intézményei. Mindezek viszont hosszabb távon közvetlenül vagy közvetve vissza is hatnak a társadalom kultúrájára. Miközben a társadalmi, illetve közösségi kultúra a közösen osztott és vallott kulturális jellemzők miatt nem hozható létre az egyéni releváns jellemzők egyszerű aggregátumaként, a műveltség viszont csak egyéni szinten értelmezhető. Ha úgy tetszik, a kultúra makro- vagy mezoszintű, míg a műveltség mikroszintű vizsgálati, elemzési kereteket követel meg. Az egyéneknek természetesen lehetnek – és nagyon is vannak – olyan hitei, normái, értékei és attitűdjei, amelyek mások által nem általánosan osztottak és vallottak (*1. ábra*). Ezek azonban közvetlenül – még vagy már – nem képezik a részét az adott társadalom, illetve közösség kultúrájának. Viszont ezekre a kulturális jellegű egyéni jellemzőkre igen jelentős és közvetlen hatása van az egyéni műveltségnek. A műveltség növekedésével változnak az egyén specifikus hitei, értékei, normái és attitűdjei, de megváltozik a viszonya a társadalom, illetve közösség kulturális jellemzőihez is. E megváltozott viszony – lásd az előző, Williamson-féle modellt – azonban csak közvetve és hosszabb távon gyakorol változást a kulturális jellemzőkre.

„*A pénzügyi kultúra fejlesztése egy sokszereplős folyamat*” (Jakovác, Németh, 2017, 200. oldal). Nemcsak abban az értelemben, hogy a felügyeleti, ellenőrző szervek – Magyar Nemzeti Bank, Állami Számvevőszék – mellett a törvényhozás és a kormányzat is érdemi befolyásolási lehetőséggel rendelkezik. Ugyanakkor, mint láthattuk, ez a hatás csak hosszabb távon valósulhat meg. Gyorsabb eredménnyel kecsegtet a műveltség befolyásolásán keresztül az egyéni hitek, értékek, normák és attitűdök megváltoztatása. A műveltebb, azaz tapasztaltabb, jobb fejlődési lehetőségekkel – tanulási, alkalmazkodási képességekkel – bíró egyén hitei, értékei, normái, attitűdjei egyre kevés-

A KULTÚRA, A MŰVELTSÉG ÉS AZ EGYÉNI ÉRTÉKEK, HITEK, NORMÁK, ATTITŰDÖK, SZIMBÓLUMOK ÖSSZEFÜGGÉSRENDSZERE



Forrás: saját szerkesztés

bé lesznek a valóságtól elrugaskodottak. Idővel pedig ezek az egyéni kulturális jellemzők intézményesülve a kultúra részeivé válhatnak. Mindehhez természetesen szükségesek az ismétlődően kedvező egyéni tapasztalatok is a pénzügyi szolgáltatások igénybevétele, a pénzügyi termékek megvásárlása során.

A szervezetekre, a szervezeti közösség tagjaira jellemző pénzügyi kultúra nyilvánvalóan sok szempontból a helyi, általános lakossági pénzügyi kultúrára hasonlít, de ahhoz és más szervezetekhez képest is egyedi vonásokkal rendelkezik. Ezekre a vállalati kultúrákra is fontos hangsúlyt helyezni, hiszen ezek lényeges tényezők általában a szereplők működése, illetve ügyfelekkel, partnerekkel való kapcsolatuk szempontjából is. A központi bankok társadalmi felelőssége vonatkozásában tehát nagyon támogatható és előremutató az az álláspont (Lentner, Szegedi, Tatai, 2015, 43. oldal), miszerint „a munkatársak viselkedése nagyban függ

a vállalati kultúrától, azoktól a normáktól és értékektől, amik a bankokra jellemzőek. A központi bankok a rendszeres ellenőrző tevékenységgel, szabályozással, ha nem is a teljes vállalati kultúrát, de legalábbis a felső- és középszintű attitűdjét befolyásolni tudják”.

Amennyiben tehát a Magyar Nemzeti Bank, illetve az Állami Számvevőszék továbbra is eltökélt abban, hogy fejleszteni szükséges a lakosság pénzügyi kultúráját, úgy a következő beavatkozási területek körvonalazódnak.

1 A költségvetési szervezetet, illetve a pénzügyi szervezeteket a lefolytatott eljárások, illetve előírások vonatkozásában tovább szükséges erősíteni a fogyasztóvédelmi szerepkört annak érdekében, hogy a pénzügyileg átlagosan művelt egyének ismétlődően, tartósan kedvező tapasztalatokat szerezzenek pénzügyeik intézése tekintetében.

2 A pénzügyi szervezetek saját kulturái tekintetében meghatározó személyek releváns

pénzügyi műveltségi szintjét – előírt képzetekkel – tovább emelni szükséges annak érdekében, hogy a pénzügyi piacok hatékonyabb működését támogató vállalati kultúrák, illetve – közvetve – általános pénzügyi kultúra alakulhasson ki.

③ Tovább szükséges erősíteni – elsősorban a közoktatásban, de magasabb oktatási szinteken is – a lakosság pénzügyi műveltségét, de nem csak fogyasztóvédelmi szempontból, hanem a pénzügyi kultúra hosszabb távon megvalósítható kedvező megváltoztatása érdekében is.

JEGYZET

¹ A szerző köszönetét fejezi ki az anonim lektornak értékes javaslataiért, útmutatásaiért, konstruktív kritikájáért.

IRODALOM

ANTHES, W. (2004). Financial Illiteracy in America: A Perfect Storm, a Perfect Opportunity. *Journal of Financial Service Professionals*, 58(6), pp. 49–56

ASHRAF, B. N., ZHENG, C., ARSHAD, S. (2016). Effects of national culture on bank risk-taking behavior. *Research in International Business and Finance*, 37, pp. 309–326, <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2016.01.015>

ATKINSON, A., MESSY, F. (2012). Measuring Financial Literacy: Results of the OECD / International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study. OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions, No. 15, OECD Publishing, <http://dx.doi.org/10.1787/5k9cfs90fr4-en>

BÉRES D., HUZDIK K., KOVÁCS P., SÁPI Á., NÉMETH E. (2013). Felmérés a felsőoktatásban tanuló fiatalok pénzügyi kultúrájáról – kutatási jelentés. Állami Számvevőszék, Budapest, <https://asz.hu/storage/files/files/Szakmai%20kutat%C3%A1s/2013/t353.pdf?ctid=743>, letöltés időpontja: 2019. augusztus 14.

BREUER, W., Salzman, A. J. (2012). National Culture and Household Finance (August 13, 2009). *Global Economy and Finance Journal* 5, pp. 37–52, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1448698>

BROWN, M., Henchoz, C., Spycher, T. (2018). Culture and financial literacy: Evidence from a within-country language border. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 150, pp. 62–85, <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2018.03.011>

BOUBAKRI, N., Saffar, W. (2016). Culture and externally financed firm growth. *Journal of Corporate Finance*, 41, pp. 502–520, <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2016.04.003>

CAOUILLE, J., Altman, E., Narayanan, P., Nimmo, R. (2011). *Managing Credit Risk – The Great Challenge for the Global Financial Markets*. John Wiley & Sons, Hoboken, New Jersey

CHUI, A. C. W., Kwok, C. C. Y. (2008). National culture and life insurance consumption. *Journal of International Business Studies*, 39(1), pp. 88–101, <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400316>

- ELLICKSON, R. C. (2001). The market for social norms. *American Law and Economic Review* 3 (1), pp. 1–49, <https://doi.org/10.1093/aler/3.1.1>
- FELDMAN, D. C., O'NEILL, O. A. (2014). The Role of Socialization, Orientation, and Training Programs in Transmitting Culture and Climate and Enhancing Performance. In: Schneider, B. Barbera, K. M. (eds.) *The Oxford Handbook of Organizational Climate and Culture*. Oxford University Press, pp. 44–64
- FURNHAM, A., WILSON, E., TELFORD, K. (2012). The meaning of money: The validation of a short money-types measure. *Personality and Individual Differences*, 52(6), pp. 707–711, <https://doi.org/10.1016/j.paid.2011.12.020>
- GREENWOOD, J., SMITH, B. D. (1997). Financial markets in development, and the development of financial markets. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 21 (1), pp. 145–181, [https://doi.org/10.1016/0165-1889\(95\)00928-0](https://doi.org/10.1016/0165-1889(95)00928-0)
- HAYDEN, F. G. (1988). „Values, Beliefs, and Attitudes in a Sociotechnical Setting”. Economics Department Faculty Publications. 9. <http://digitalcommons.unl.edu/econfacpub/9>
- HERGER, N., HODLER, R., LOBSIGER, M. (2008). What Determines Financial Development? Culture, Institutions or Trade. *Review of World Economics*, 144 (3), pp. 558–584, <https://doi.org/10.1007/s10290-008-0160-1>
- HOFSTEDE, G., HOFSTEDE, G. J., MINKOV, M. (2010). *Cultures and Organizations – Software of the Mind – Intercultural Cooperation and Its Importance for Survival*. McGraw – Hill, New York
- HORVÁTHNÉ K. A., SZÉLES Zs. (2014). Mi befolyásolja a hazai lakosság megtakarítási döntéseit? *Pénzügyi Szemle*, 2014/4. 457–475. oldal
- HUSZ I., SZÁNTÓ Z. (2011). Mi a pénzügyi kultúra? In: Czákó Ágnes, Husz Ildikó, Szántó Zoltán (eds.) *Meddig nyújtózkodjunk? A magyar háztartások és vállalkozások pénzügyi kultúrájának változása a válság időszakában*. Gazdaság-szociológiai műhelytanulmányok, szerk. Budapesti Corvinus Egyetem Innovációs Központ Nonprofit Kft., Budapest, 7–12. oldal
- JAKOVÁC K., NÉMETH E. (2017). A pénzügyi kultúra fejlesztésének stratégiái: tapasztalatok és tanulságok. *PRO PUBLICO BONO – Magyar Közigazgatás*, 2017/1, 196–211. oldal, http://real.mtak.hu/77937/1/PPB_MK_2017_1_Jakovac_Nemeth_A_penzugyi_kultura_fejlesztesenek_u.pdf
- KAPLOW, L. (2018). Recoupment and Predatory Pricing Analysis. *Journal of Legal Analysis*, 10. pp. 1–67, <https://doi.org/10.1093/jla/lay003>
- KESSLER, D., PERELMAN, S., PESTIEAU, P. (1993). Savings Behavior in 17 OECD Countries. *The Review of Income and Wealth*, 39 (1), pp. 37–49, <https://doi.org/10.1111/j.1475-4991.1993.tb00436.x>
- KLONTZ, B., BRITT, S. L., MENTZER, J., KLONTZ, T. (2011). Money Beliefs and Financial Behaviors: Development of the Klontz Money Script Inventory. *Journal of Financial Therapy*, 2 (1) 1, <http://dx.doi.org/10.4148/jft.v2i1.451>
- KRECH, D., CRUTCHFIELD, R. S., BALLACHEY, E. L. (1962). *Individual in Society – A Textbook of Social Psychology*. McGraw-Hill Kogakusha, Tokyo
- KROEBER, A. L., KLUCKHON, C. (1967). *Culture – A Critical Review of Concepts and Definitions*. Vintage Books A Division of Random House, New York
- LENTNER Cs., SZEGEDI K., TATAY T. (2015). A központi bankok társadalmi felelőssége. *Vezetéstudomány*, 46(1), 1–10. oldal

domány, XLVI (9–10), 35–47. oldal, http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/2145/1/VT_2015n910p35.pdf

LIEWELLYN, N. (2016). ‘Money Talks’: Communicative and Symbolic Functions of Cash Money. *Sociology*, 50 (4), pp. 796–812, <https://doi.org/10.1177%2F0038038515585475>

LO, A. W. (2016). The Gordon Gekko effect: the role of culture in the financial industry. *Economic Policy Review, Federal Reserve Bank of New York*, Issue Aug, pp. 17–42, <https://doi.org/10.3386/w21267>

MATOLCSY GY. (2015). *Egyensúly és növekedés – Konszolidáció és stabilizáció Magyarországon 2010–2014*. Kairosz Kiadó, Budapest

McFALL, L. (2014). *Devising Consumption Cultural Economies of Insurance, Credit and Spending*. Routledge, London, <https://doi.org/10.4324/9780203147870>

MELLAN, O. (1994). *Money harmony: resolving money conflicts in your life and relationships*. Walker and Company, New York

NAGY J. (1913). Az általános műveltség fogalma és jelentősége az újabb pedagógiában. *Magyar Pedagógia*, a Magyar Tudományos Akadémia Pedagógiai Bizottságának folyóirata, (22). 24–28. oldal

NÉMETH E., JAKOVÁC K., MÉSZÁROS A., KOLLÁR P., VÁRPALOTAI V. (2016a). Körkép és kórkép a pénzügyi kultúra fejlesztését célzó képzésekről. *Pénzügyi Szemle*, 2016/2, 407–428. oldal

NÉMETH E., BÉRES D., HUZDIK K., ZSÓTÉR B. (2016b). Pénzügyi személyiségtípusok Magyarországon kutatási módszerek és primer eredmények. *Hittelintézet Szemle*, 15(2), 153. és 172. oldal

NÉMETH E., JAKOVÁC K., MÉSZÁROS A., KOLLÁR P., VÁRPALOTAI V. (2016c). Pénzügyi kultúra fejlesztési

programok felmérése. Kutatási jelentés Állami Számvevőszék, Budapest, https://www.asz.hu/storage/files/files/Publikaciok/Elemzesek_tanulmanyok/2016/penzugyi_kult_fejl_programok.pdf?download=true, letöltés időpontja: 2019. augusztus 12.

O’CONNOR, C., WEATHERALL, J. O. (2019). *The Misinformation Age – How False Beliefs Spread*. Yale University Press, New Haven – London

OSTROM, E. (2009). *Understanding Institutional Diversity*. Princeton University Press, Princeton

PHILIPS, K. A., JOHNSON, F. R., MADDALA, T. (2002). Measuring What People Value: A Comparison of “Attitude” and “Preference” Surveys. *Health Service Research*, 37(6), pp. 1659–1679, <https://dx.doi.org/10.1111%2F1475-6773.01116>

PORTER, M. E. (2000). *Attitudes, Values, Beliefs, and the Microeconomics of Prosperity*. in: Harrison, L. E. Hintington, S. P. (eds.) *Culture Matters – How values shape human progress*, Basic Books, New York, pp. 14–28

REUTER, C. H. J. (2011). A Survey of Culture and Finance. *Finance: Revue de L’association Française de Finance*, 32(1), pp. 76–152, <https://ssrn.com/abstract=1317324>

SAMUELSON, P. A. (1948). Consumption Theory in Terms of Revealed Preference. *Economica*, Vol. 15. pp. 243–253, <https://www.jstor.org/stable/2549561>

SCHWARTZ, S.H. (2012). An overview of the Schwartz theory of basic values. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1), pp. 1–20, <http://dx.doi.org/10.9707/2307-0919.1116>

STIGLITZ, J. E. (1989). Financial markets and development. *Oxford Review of Economic Policy*, 5(4), pp. 55–68, <https://doi.org/10.1093/oxrep/5.4.55>

- STOLPER, O. A. WALTER, A. (2017). Financial literacy, financial advice, and financial behavior. *Journal of Business Economics*, 87(5), pp. 581–643, <https://doi.org/10.1007/s11573-017-0853-9>
- TADESSE, S. KWOK, C. C. Y. (2005). National culture and financial systems; *Journal of International Business Studies*, 37(2), pp. 227–247, <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400188>
- VASS P. (2017). Pénzügyi ismeretekkel összefüggő aktuális kutatási eredmények; In: Pál Zsolt (ed.) A pénzügyi kultúra aktuális kérdései, különös tekintettel a banki szolgáltatásokra. A közgazdasági-módszertani képzés fejlesztéséért Alapítvány, Miskolc, 81–96. oldal
- WEBER, M. (1982). *A protestáns etika és a kapitalizmus szelleme*. Gondolat Könyvkiadó, Budapest
- WILLIAMSON, O. E. (2000). The New Institutional Economics: Taking Stock, Looking Ahead. *Journal of Economic Literature*, Vol. 38, No. 3. pp. 595–613, <https://doi.org/10.1257/jel.38.3.595>
- ZSÓTÉR B., NAGY P. (2012). Mindennapi érzelmeink és pénzügyeink. *Pénzügyi Szemle* 2012/3 310–321. oldal
- ZSÓTÉR B., NÉMETH E., LUKSANDER A. (2017). A társadalmi-gazdasági környezet változásának hatása a pénzügyi kultúrára – Az OECD 2010-es és 2015-ös kutatási eredményeinek összehasonlítása. *Pénzügyi Szemle*, 2017/2, 251–266. oldal
- Bank of England (2018) The Prudential Regulation Authority’s approach to banking supervision; <https://www.bankofengland.co.uk/-/media/boe/files/prudential-regulation/approach/banking-approach-2018.pdf?la=en&hash=3445FD6B39A2576ACCE8B4F9692B05EE04D0CFE3>, letöltés időpontja: 2019. 07. 29.
- Basel Committee on Banking Supervision (2011). Principles for the Sound Management of Operational Risk; Bank for International Settlements Communications, Basel
- European Commission (2004). Eurobarometer 2003.5 – Public Opinion in the Candidate Countries – Financial services and consumer protection; https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/cceb/2003/cceb2003_5.pdf, letöltés időpontja: 2019. 07. 30.
- Institute of Risk Management (2012). Risk culture Under the Microscope Guidance for Boards; Institute of Risk Management, London
- MNB (2008). Együttműködési megállapodás a pénzügyi kultúra fejlesztéséről (MNB és PSZÁF), 2012. Budapest, MNB, PSZÁF <https://www.mnb.hu/letoltes/0415mnbpszafmegallpodas-penzugyi-kultura-fejlesztje.pdf>, letöltés időpontja: 2019. 07. 25.
- MNB (2014). Tudás és Érték – A Magyar Nemzeti Bank Társadalmi felelősségvállalási stratégiája. <https://www.mnb.hu/letoltes/mnb-tarsadalmi-spread-low-1.pdf>, letöltés időpontja: 2019. 08. 25.
- OECD (2005). Improving Financial Literacy – Analysis of Issues and Policies; OECD Publishing, Paris
- OECD (2014). PISA 2012 Results: Students and Money: Financial Literacy Skills for the 21st Century (Volume VI), PISA, OECD Publishing, <http://dx.doi.org/10.1787/9789264208094-en>
- OECD (2016). The Survey of Adult Skills: Reader’s Companion, Second Edition, OECD Skills Studies, OECD Publishing, Paris, <http://dx.doi.org/10.1787/9789264258075-en>
- OECD (2018). OECD/INFE Toolkit for Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion, OECD Publishing, Paris www.oecd.org/.../financial.../2018-INFE-FinLit-Measurement-Toolkit.pdf
- UNESCO (2005). Literacy for Life – Education of All; UNESCO Publishing, Paris