

A “Z” generáció véleménye a zöld pénzügyekről egy primer kutatás tükrében

Dr. habil. Baranyi Aranka

Egyetemi docens, Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi
Kar, baranyi.aranka@uni-sopron.hu

Papp Klaudia

Hallgató, Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar,
pappklaudia29@gmail.com

Szell Adrienn

Hallgató, Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar,
adrien.szelllll@gmail.com

Zsigrai Hanna

Hallgató, Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar,
zsigraihanna2002@gmail.com

Absztrakt: Az általunk választott téma a fenntarthatósági pénzügyek, melynek keretében a szakirodalmi háttér bemutatását követően a téma alátámasztására primer kutatást végeztünk és ennek eredményeit mutatjuk be ebben a tudományos anyagban. Manapság egyre nagyobb hangsúlyt kap a fenntarthatóság, illetve a zöld pénzügyek témája. Érdemes mindezt a Z generáció szintjén vizsgálni, mivel ebben a generációban van a legnagyobb esély arra, hogy a pénzügyi tudatosság beépüljön a mindennapos gondolkodásba különös tekintettel a pénzügyi fenntarthatóság tükrében. A fenntarthatóság napjaink kulcsfontosságú területévé nőtte ki magát mind a vállalati működés mind a lakossági aktivitások terén. A vállalkozások fenntarthatósági jelentések keretében adnak számot a fenntarthatóság keretében végrehajtott lépéseikről, a lakosság pedig folyamatos ötleteket, javaslatokat kap annak érdekében hogyan tudja a hétköznapokat környezettudatosabbá tenni.

1 Szakirodalmi áttekintés

A szakirodalom a fenntarthatóság három dimenzióját különbözteti meg úgymint környezet, gazdaság és társadalom. A környezet oldaláról az a cél, hogy megőrizzük környezetünk tisztaságát, diverzitását az utókor számára is, lehetőség szerint a Föld valamennyi lakója számára természetes legyen, hogy nem csak a jelen embere, hanem annak utódai is élvezhessék mindazon javakat melyek jelenleg elérhetőek. A fenntartható működés során az a cél, hogy a felhasznált erőforrásokból csak annyit használjunk el melyek pótlásáról tudunk gondoskodni, ne feléljük a környezetünket, hanem olyan megoldásokra törekedjünk, hogy ezen erőforrások később is elérhetővé váljanak. Hazánk is megalkotta nemzeti szinten a fenntarthatósági keretstratégiáját, melynek főbb tartalmi elemeit foglalja össze az alábbi táblázat.

Erőforrás-jelenlegi állapot	Hajtóerők	Terhelés	Következmény
Vállalkozói tőke, innováció, foglalkoztatás (Gazdasági tőke 1. rész) <i>Alacsony szintű bizalom a gazdasági szereplők között. GDP/GNI olló nyílása: fokozott külföldi tőkejövedelmek. A tőkeállomány növekedése igen szerény ütemű. Alacsony K+F+I ráfordítások (Gerd és Berd) a GDP-hez viszonyítva.</i>	A hazai vállalkozások alacsony átlagos technológiai szintje. <i>A külföldi beruházást a hazai tulajdonosokkal szemben előnyben részesítő szabályok. A gazdasági szereplők közötti bizalom alacsony szintje, a személyes kapcsolatok túlsúlya.</i>	Együttműködés hiánya a vállalkozások között. <i>Negatív kép a vállalkozókról a közvéleményben, médiában.</i> Erőfölényen alapuló gazdasági kapcsolatok. <i>Vállalkozást ellehetetlenítő intézmény rendszer.</i> Alacsony mértékű K+F és innováció a hazai vállalkozások körében. <i>A K+F tevékenység területileg nagyon</i>	A gazdaság kiszolgáltatottabbá válik a nem hazai tulajdonosoknak. <i>Kevesebb eszköz áll rendelkezésre egy válság elhárításához.</i> A magas hozzáadott értékű ágazatokban csökken a versenyképesség.

		<i>aránytalanul oszlík el.</i> A K+F+I magas hányada a nagy, külföldi tulajdonú vállalatoknál összpontosul.	
--	--	---	--

I. táblázat A nemzeti erőforrások állapota és az azokat meghatározó tényezők, valamint a lehetséges
választételek

Forrás: Nemzeti Fenntartható Fejlődési Keretstratégia (2023)

A fenntarthatóság és társadalom kapcsolatából leginkább az egészség védelme, esélyegyenlőség, társadalmi terhek megosztását emelhetjük ki melyet a HDI index segítségével próbálnak megjeleníteni. A gazdasági vetület, kiemelten kezeli az erőforrások hatékony felhasználását, a mennyiségi gyarapodás helyett a minőségi fejlődésre helyeződik a hangsúly. Új technológiák, eljárások kialakítása mellyel javul az anyagok felhasználásának hatékonysága, előtérbe kerül az anyagok újrahasonosítása, az élettartam növelése, helyi termékek helyi alapanyagokból történő előállítás. Több kutatás foglalkozik ezen megoldásokhoz szükséges pénzügyi infrastruktúra háttérével, melynek szereplői nem csak a felhasználói oldalon jelentkeznek, hanem a források kínálati oldalán is (Társadalom és fenntarthatóság, 2023).

Azonban fontos kiemelni, hogy a vállalkozások, az állam a társadalom nem egymástól elszigetelten, hanem egymást kölcsönösen segítve tud a közös cél elérésén, vagyis a karbonsemlegességen munkálkodni. Számunkra azonban jelen kutatást tekintve egy bizonyos korosztály viselkedését igyekeztünk vizsgálni, nevezetesen a Z generációt.

Egy 2011-es kutatás alapján megfigyelhető, hogy a fiatalok pénzügyi tájékozottságára nagyobb figyelmet kell fordítani, mivel ennek a korosztálynak a pénzügyi ismeretei igencsak hiányosak (Hornyák, 2023)

Azonban ezen ismeretek kiválóan fejleszthetőek, melyet az is jól mutat, hogy napjainkra a Z generációt már jóval megfontoltabbnak, jártasabbnak tekinthetjük mind a fogyasztásban, mind a pénzügyekben. A téma aktualitását indokolja még, hogy a fiatalok pénzügyi tudatossággal kapcsolatos ismeretei kulcsfontosságúak a későbbiekben a gazdaság szempontjából is. Kik is a Z generáció tagjai? "A Z-generáció tagjainak az 1996 és 2012 között született személyeket tekintjük. Az Y-generáció, vagy más néven ezredfordulósok generációját követik és az alfa-generációt előzik meg."³ "Lételemük az információáramlás és az ingergazdag

³ <https://hold.hu/lexikon/z-generacio-jellemzoi-gondolkodasa-jelentese/> letöltve: 2023. 06. 20

környezet, nem tesznek értékbeli különbséget az online és offline élmények között.”⁴

A kutatási eredmények felhívták a figyelmet, hogy a közoktatásban szükséges változtatni a korábbi oktatási gyakorlaton és ehhez kapcsolódóan, évről-évre átalakult az oktatásban a mintatanterv, mely tartalmazza a pénzügyi ismeretek fejlesztését, ennek támogatására hívták életre a Pénz7 című programsorozatot. A Z generáció pénzügyekkel kapcsolatos attitűdjeit a Mastercard is kutatta, a 18-24 éves korosztályt vizsgálták 11 országban. Megállapították, hogy a fiatalok nem akarnak anyagilag szüleikre támaszkodni, hanem céljuk befejezni a tanulmányaikat, megszerezni első szakmai tapasztalataikat, ezáltal saját jövedelemre szert tenni. A kutatásban az is szerepelt, hogy a Z generáció természetesnek veszi az érintésmentes fizetést, többnyire mobiltelefont használnak ehhez. A tanulmány során kiderült, hogy a fiatalok 80%-a fizet bankkártyával (Magyarországon 72%), de egyre inkább növekvő tendenciát mutat az érintésmentes fizetés is (a válaszadók 58%-a rendszeresen használja). Ezáltal szerették volna kielégíteni az igényeiket, így a Mastercard létrehozta a tokenizációs technológiáját, amely mindezt lehetővé teszi. Ez tulajdonképpen a bankkártya digitalizálása a mobiltelefonra. Ennek segítségével már a zsebünkben lévő készülékkel is fizethetünk.

A Z generáció sajátosságait mutatja, hogy ez a korosztály az internettel a környezetében nőtt fel, míg az idősebb generációk kevésbé hajlandóak elfogadni és használni ezeket a fizetési megoldásokat⁵

További kutatások igazolják, hogy a Z generáció eltérő igényei nemcsak a digitalizáció formájában jelentkeznek, hanem a pénzügyi attitűdjük és vásárlási szokásaik során is. A Z generációról elmondható, hogy jóval árérzékenyebbek, bizalmatlanabbak és igyekeznek minden információt összegyűjteni a döntéseikhez, mely indokolt a digitalizáció nyújtotta lehetőségek miatt. Emiatt egyre nagyobb kihívást jelent a gazdasági szereplők számára ezen generáció megszólítása, megtartása ügyfélként, vevőként és alkalmazottként egyaránt. Fontos még, hogy általában a családtól szerzett mintákat, magatartási formákat követik, de törekednek a biztonságra is, és igyekeznek megtakarításokat képezni (Pénzügyi Szemle, 2023) Fontos kiemelni hogy a termék kizárólagos birtoklása számukra már nem jelent elsődleges szempontot, mindinkább fontosabb a termék használata, és a használattal együtt járó hasznosság maximalizálása.

Az általunk vizsgált generáció sajátosságai a vásárlások során is egyértelműek, hiszen itt is igyekeznek tudatosan dönteni, kevésbé impulzívok, valamint nehezen befolyásolhatóak reklámokkal. Az említett információk tükrében azonban meglepő, hogy bár az internet nélkül nehezen képzelik el a jövőjüket, mégis az LLC

⁴ <https://motivator Magazin.hu/pszichologia/a-z-generacio-jellemzoi-es-nehezsegei/> letöltve 2023.06.19.

⁵ <https://fintechzone.hu/a-magyar-z-generacio-elonyben-reszesiti-a-digitalis-fizetesi-megoldasokat/.2023.05.20.>

Formation felmérése alapján 81%-uk előnyben részesíti a hagyományos boltokban történő vásárlást a webshopokkal szemben.⁶

A Z generációt a Magyar Bankholding felmérése alapján jóval nagyobb környezet tudatosság jellemzi, de mindezt már kevésbé alkalmazzák a pénzügyeik tekintetében. A felmérés szerint nemcsak a vásárlásoknál jellemző az árérzékenység, hanem a bankválasztás során is. A megkérdezettek számára a legfontosabb szempont az ár (58%), illetve a kényelem (51%), míg az adott bank környezettudatosságát kevésbé tartják mérvadónak (30%).

Éppen ezért fontos feladat még a pénzügyi tudatosság mellett a fiatalok környezetünk fenntartható magatartásra való ösztönzése is. A kutatás rávilágított emellett arra is, hogy a megkérdezettek 51%-a még sosem hallotta a „zöld bankolás” kifejezést, illetve akik már hallották ők sem adtak meggyőző magyarázatot erre, azonban 33%-uk hajlandó lenne zöld megoldásokat választani a pénzügyeiben, például zöld bankkártyát.⁷

Összességében a Z generációról elmondható, hogy pénzügyi értelemben tudatos fogyasztóknak tekinthetők, ezzel szemben ismereteik és cselekedeteik a fenntarthatóság témájában hiányosak, főként a fenntartható pénzügyek területén, ezáltal kiemelt feladat ezen generáció körében a zöld pénzügyek népszerűsítése, mely során figyelembe kell venni a korosztály sajátosságait. A zöld pénzügyek terén jelentős számú publikációs eredményt találunk melyek nem csak a lakossági, de a vállalati kultúrában tetten érhető zöld pénzügyi megoldásokat is szemléltetik. A zöld pénzügyek átszövik mindennapjainkat a pénzügyek és számvitel terén érintve a vállalkozások, bankok beszámolási és közzétételi kötelezettségét (Gácsér & Szóka, 2022; Siklósi, 2023)

2 Anyag és módszertan

Az általunk lefolytatott kérdőíves felmérésünk célja az volt, hogy felmérjük saját ismeretségi körünket alkotó Z generáció tagjainak vásárlási szokásait, zöld pénzügyekkel kapcsolatos ismereteit, cselekvéseiket. Online kérdőíves felmérés keretében az 1995-2010 között született fiatalokat kérdeztünk. Összesen 123 válasz érkezett vissza, a válaszadók 74,6%-a nő. A kitöltők 54,8%-a technikumban, szakközépiskolában folytatja tanulmányait, míg 38,9% már felsőoktatásban tanul. Az életkort tekintve a válaszadók jellemző születési éve 2003.

A kérdések a demográfiai adatokon túl kiterjedtek a fenntarthatóság fontosságának megítélésére, az ennek keretében végzett szokásokra (szelektív hulladékgyűjtés, tudatos vásárlás), a fenntarthatósággal kapcsolatos ismeretterjesztés igényére, illetve a zöld pénzügyekkel kapcsolatos ismeretekre, szokásokra. Az adatelemzést

⁶ <https://multijob.hu/a-z-generacio-vasarlasi-szokasai-sporolas-koltes/> 2023.04.11.

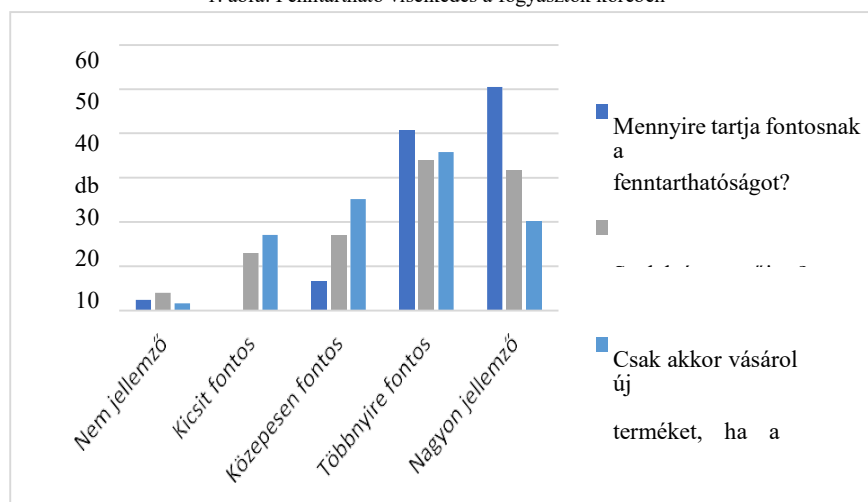
⁷ [A magyar fiatalok harmada szívesen váltana zöld pénzügyi megoldásokra | FinTechZone letöltve 2023. 06. 20](#)

az SPSS programcsomag segítségével végeztük. A kérdések közötti lehetséges kapcsolat igazolására keresztábra elemzést alkalmaztunk. Az eredményeket 0,05-ös szignifikancia szint mellett értelmeztük. A kutatásunk során hipotéziseket is megfogalmaztunk, azaz fogalmaztunk meg feltevéseket és a keresztábra elemzés segítségével vizsgáltuk hogy a valóságban, a kérdőíves adatgyűjtéssel összeállított minta alapján ezek a feltevések igazolódnak-e vagy sem (Barna, 2023). A kérdőíves válaszok SPSS statisztikai program csomag segítségével kerültek elemzésre mely segítette az általunk felállított hipotézisek igazolásában számos kutatás alkalmazta ezt a programcsomagot kutatási eredmények alátámasztására (Bene et al., 2013).

3 Eredmények

A kérdőívünk során vizsgált kérdések közül, az alábbi kérdéseket emeltük ki a felismert összefüggések alapján (1. ábra).

1. ábra: Fenntartható viselkedés a fogyasztók körében

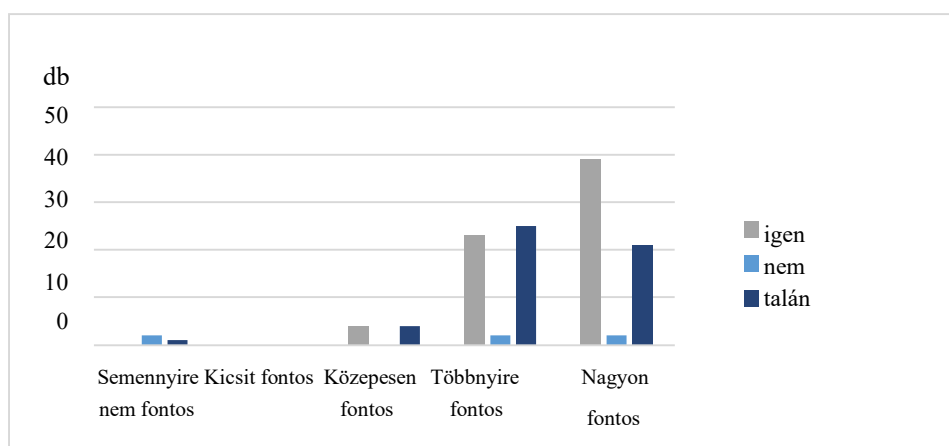


Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves felmérés alapján

Az ábra alapján megfigyelhető, hogy a fenntarthatóság fontosságának növekedésével párhuzamosan növekszik a további két tevékenység jelentősége a felmérésben résztvevő Z generációt alkotó tagok körében. A szelektív hulladékgyűjtés és a régi termékek minél hosszabb ideig tartó használata, egyre elterjedtebb a vizsgált válaszadók/fogyasztók között. A felmérésben résztvevők közül közel 41%-a tartja nagyon fontosnak a fenntarthatóságot, míg csupán a megkérdezettek 2%-ra nem jellemző a tudatos fenntarthatóság.

1. hipotézis: A Z generáció azon tagjai, akik fontosnak tartják a fenntarthatóságot, nyitottak az ezzel kapcsolatos ismeretterjesztésre.

KHI² próba alapján a fenntarthatóság fontossága és az ismeretterjesztés igénye között szignifikáns kapcsolat igazolható, mivel a Pearson-féle mutató 0,00. A hipotézist elfogadjuk 0,05%-os szignifikancia szint mellett, azaz a Z generáció azon tagjai, akik fontosnak tartják a fenntarthatóságot, valóban nyitottabbak az ezzel kapcsolatos ismeretterjesztésre. A Cramer's V együttható 0,346 értéket adott eredményül, mely a közepesnél gyengébb kapcsolatot jelent a fenntarthatósággal kapcsolatos attitűd és az ismeretterjesztés igénye között. (2. ábra).



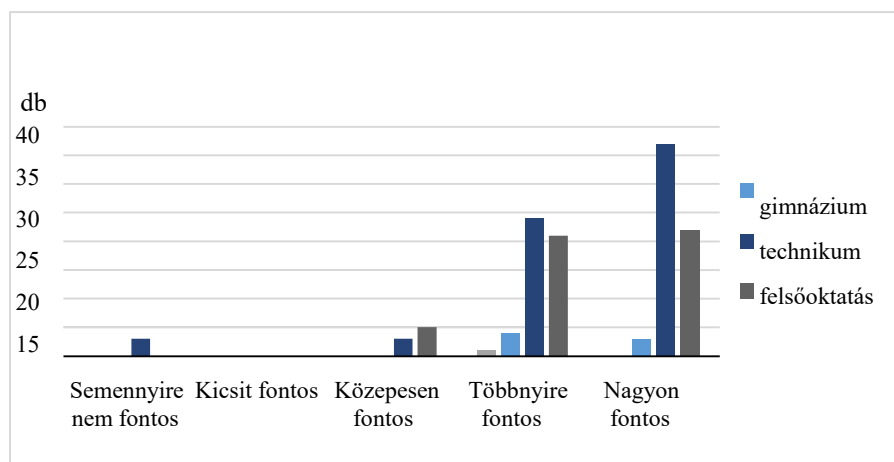
2. ábra: Fenntarthatóság fontossága és az ismeretterjesztés iránti igény kapcsolata

Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves felmérés alapján

2. hipotézis: Tanulmányok folytatásának szintje korrelál a fenntarthatósággal kapcsolatos véleménnyel.

Jelen esetben a Pearson-féle mutató 0,725, azaz nem igazolható szignifikáns kapcsolat a tanulmányok és a fenntarthatósággal kapcsolatos attitűd között, így a 2. hipotézist 0,05%-os szignifikanciaszint mellett elutasítjuk. Vagyis, a fenntarthatósággal kapcsolatos viselkedésmintákat a Z generáció tagjai nem az oktatás során, hanem egyéb forrásokból (család, közösségi média) sajátítják el, a magasabb szinten tanulók nem feltétlenül tartják fontosabbnak a fenntarthatóságot (3. ábra) mint fiatalabb társaik, akik még középiskolai tanulmányokat folytatnak, ez jó hír is lehet hisz nem mindenki folytat felsőfokú tanulmányokat, ugyanakkor viszont mindenki fog fogyasztani iskolai végzettségtől függetlenül. A fogyasztókat nem feltétlenül az iskolapadban lehet tudatosabb fogyasztásra sarkallni, mint más tényezők esetén is kiemelt szerepe lehet a tudatos viselkedésben a családi háttérnek, a családban tapasztalt mintáknak, jó példáknak. A K&H bank néhány évvel ezelőtti végzett felmérésének eredményében az áll, hogy a fiatalok pénzügyi ismereteiket

elsősorban szüleiktől, közvetlen hozzátartozóiktól veszik át⁸. Nagy a felelősség tehát a felnőtteken, hogy milyen jó példával szolgálnak a fiatal nemzedéknek nem csak a pénzügyek, hanem a környezettudatosság terén is.



3.ábra Tanulmányok és a fenntarthatóság fontosságának kapcsolata
Forrás: saját szerkesztés a kérdőíves felmérés alapján

Összefoglalás

Egy primer kutatás keretében szerettük volna megvizsgálni milyen módon reagálnak a fenntarthatósággal kapcsolatos elvárásokra a Z generáció tagjai. A felmérés 2023-ban végeztük el középiskolai primer kutatás keretében. A felmérésünk eredményeiből látható, hogy a Z generáció tagjainak fenntarthatósággal kapcsolatos véleménye megjelenik a fogyasztási szokásaikban, magatartásaikban egyaránt, azonban ahogy bemutattuk, mindez független az oktatás formájában megszerzett tudásanyagtól. Ezáltal megállapítható, hogy bár a Z generációnak van igénye a fenntarthatósággal kapcsolatos ismeretterjesztésre, mindezt nem az iskolai oktatás keretein belül, hanem egyéb platformokon (közösségi média, rendezvények keretein belül) érdemes véghez vinni.

Hivatkozások

- [1] A magyar fiatalok harmada szívesen váltana zöld pénzügyi megoldásokra | FinTechZone letöltve 2023. 06. 20.
- [2] A pénzügyi tudatosság fejlesztését a fiatalok körében érdemes elkezdni - Pénzügyi Szemle folyóirat (penzugyiszemle.hu) 2023.04.16.
- [3] Barna I. bevezetés a kvantitatív adatelemzésbe

⁸ <https://www.kh.hu/csoport/sajto/-/sajtohir/az-otthonrol-hozott-penzugyi-mintakatanehoz-felulirni-letoltve-2023.06.20>.

- <https://mondi.web.elte.hu/kereszttabla-elemzes.pdf> letöltve: 2023. 05.11.
- [4] Bene A. Óhegyi, K. Csernák J.(2013) Competitiveness Analysis of the Food Processing SME-s in One of the mostDisadvantaged EU Regions International Jurnal of Business and Management Studies 5(1), 21-30.
- [5] Gácsér N. Gy. Szóka K. GONDOLATOK FENNTARTHATÓSÁGI SZÁMVITELRŐL ÉS TÁRSADALMI FENNTARTHATÓSÁGRÓL ECONOMICA (SZOLNOK) 13 : 1-2 pp. 28-33, 6 p. (2022)
- [6] Hornyák A. Pénz, pénz, pénz, avagy a fiatalok pénzügyi kultúrája-Hornyak_A-tanulmany.pdf (trainingandpractice.hu) letöltve 2023.03.05.
- [7] <https://fintechzone.hu/a-magyar-z-generacio-elonyben-reszesiti-a-digitalis-fizetesi-megoldasokat/>.2023.05.20.
- [8] <https://hold.hu/lexikon/z-generacio-jellemzoi-gondolkodasa-jelentese/> letöltve: 2023. 06. 20.
- [9] <https://motivatormagazin.hu/pszichologia/a-z-generacio-jellemzoi-es-nehezsegei/> letöltve 2023.06.19.
- [10] <https://multijob.hu/a-z-generacio-vasarlas-szokasai-sporolas-koltes/> 2023.04.11.
- [11] <https://www.kh.hu/csoport/sajto/-/sajtohir/az-otthonrol-hozott-penzugyi-mintakat-nehez-felulirni> letöltve 2023.06.20.
- [12] M., Asma ; Széles, Zs.; Siklósi, Á. The Qualitative Characteristics of Accounting Information: A Literature Review In Obádovics, Cs.; Resperger, R.; Széles, Zs.; Tóth, B. I. (szerk.) Társadalom – Gazdaság – Természet: Szinergiák a Fenntartható Fejlődésben (Nemzetközi tudományos konferencia a Magyar Tudomány Ünnepe alkalmából): konferenciakötet
- [13] Nemzeti Fenntartható fejlődési stratégia
<https://cionet.kormany.hu/akadalymentes/download/1/26/71000/NFFT-HUN-web.pdf> letöltve: 2023.05.26.
- [14] Siklósi V. Esg közzététel vizsgálata nemzetközi háttérű kereskedelmi bankok esetében Magyarországon: Analysis of ESG disclosure at international commercial banks in Hungary In: Obádovics, Cs.; Resperger, R.; Széles, Zs.; Tóth, B. I. (szerk.) Társadalom – Gazdaság – Természet: Szinergiák a Fenntartható Fejlődésben (Nemzetközi tudományos konferencia a Magyar Tudomány Ünnepe alkalmából) : konferenciakötet Sopron, Magyarország : Soproni Egyetem Kiadó (2023) 593 p. pp. 172-179., 8 p.
- [15] Társadalom és fenntarthatóság
http://www.szocialproduziert.at/index.php?article_id=8&clang=1 letöltve: 2023. 05. 10.