

Csiszárík Viktor¹

Pénzügyi innovációk ismerete és használata generációs vetületben

ÖSSZEFOGLALÁS

A modern világ gyors változásai új korszakot nyitottak az emberiség történetében. A gazdaság és pénzügyek terén tapasztalható innovációk gyökeresen átalakították a sikeres érvényesüléshez szükséges készségek és kompetenciák körét. A pénzügyi ágazatban feltűnt új szereplők forradalmi termékeket hoztak a piacra. Ez az újszerű tudásanyag komoly kihívást jelent minden generáció számára, de különösen az idősebb korosztálynak okoz nehézséget. Az utóbbi években bevezetett innovatív fizetési módok, befektetési lehetőségek és pénzügyi szolgáltatások adaptálása a társadalom jelentős részének gondot okoz. Kutatásom célja, hogy egy magyarországi kérdőíves felmérés eredményeire támaszkodva feltárja azokat az úttörő megoldásokat és koncepciókat, amelyek meghatározó szerepet játszanak a pénzügyi szektorban. A tanulmány részletesen vizsgálja az élvonalbeli fizetési rendszereket, a modern fizetőeszközöket, valamint egyéb kulcsfontosságú fogalmakat, különös tekintettel azok gyakorlati alkalmazására, amelyek várhatóan döntő jelentőségűek lesznek a jövő pénzügyi világában.

Kulcsszavak: pénzügyi tudatosság, Bitcoin, Ethereum, Revolut, Paypal, Barion

Jel-kódok: O39, Q55, F30

BEVEZETÉS

A 21. század pénzügyi környezete gyökeresen átalakult, új kihívások elé állítva a társadalom minden rétegét. A digitális forradalom és a globalizáció együttes hatása alapjaiban formálta át a pénzügyi szektort. Új szereplők, innovatív termékek és szolgáltatások jelentek meg, amelyek használata és megértése sokak számára kihívást jelent. A hagyományos banki szolgáltatások mellett olyan újszerű megoldások váltak mindennapossá, mint a digitális pénztárcák, a kriptovaluták vagy a peer-to-peer hitelezés. Ezek az innovációk nem csupán technológiai újításokat hoztak, hanem a pénzügyekhez való viszonyunkat is átforgalmazták. Különösen az idősebb generációk számára jelent nehézséget az új fogalmak és eszközök elsajátítása, ami potenciálisan növelheti a pénzügyi kirekesztődés kockázatát (Csiszárík-Kocsir, 2022; Csiszárík-Kocsir – Lentner, 2023). A pénzügyi tudatosság fejlesztése és az alapvető pénzügyi fogalmak széles körű megismertetése kulcsfontosságú a társadalmi jólét és a gazdasági stabilitás szempontjából.

SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

A pénzügyi műveltség jelentősége napjainkban egyre inkább előtérbe kerül, különösen a digitalizálódó pénzügyi piacok és a

komplex pénzügyi termékek elterjedésével. A pénzügyi műveltség lényegében az a képesség, hogy az egyén pénzügyi adatelemzési készségeit felhasználva megalapozott döntéseket hozzon a pénzügyi menedzsment, tervezés, járadékok, kötelezettségek és vagyonfelhalmozás terén. Ez magában foglalja a pénzügyi terminológia megértését és annak alkalmazását a tudatos döntéshozatalban (Abrantes-Braga - Veludo-de-Oliveira, 2020). A pénzügyi műveltség jelentőségét Garg és Singh (2018) is hangsúlyozta, kiemelve, hogy ez a készség elengedhetetlen az életeseemények kezeléséhez, a háztartási költségvetés tervezéséhez, az otthonteremtéshez, a megtakarítás képzéséhez és a nyugdíjtervezéshez (Csiszárík-Kocsir, 2023). Ez különösen fontos a pénzügyi piacok liberalizációja és a pénzügyi termékek fejlődése miatt.

A digitális technológiák elterjedése jelentősen átalakítja a pénzügyi szektort és a személyes pénzügyek kezelését. A fintech innovációk forradalmasítják a lakossági banki szolgáltatásokat, a befektetéseket és a fizetési módokat. Ez az átalakulás új lehetőségeket teremt a pénzügyi oktatás és a pénzügyi műveltség fejlesztése terén, ugyanakkor új kockázatokat is hordoz (Gomber et al., 2018). A digitális pénzügyi szolgáltatások elterjedésével egyre fontosabbá válik a hatékony pénzügyi oktatás, a fogyasztóvédelem és a pénzügyi befogadás. A pénzügyi innovációk digitális térnyerése jelentős változásokat hozott a pénzügyi szolgáltatások terén, beleértve a digitális pénztárcákat, kriptovalutákat, peer-to-peer hitelezést és robo-tanácsadókat (Isaia - Oggero, 2022). Ez a fejlődés azt eredményezte, hogy egyre több pénzügyi szolgáltatás kizárólag digitális csatornákon keresztül érhető el. Az új fintech környezet megköveteli a fogyasztóktól, hogy megfelelő tudással és képességekkel rendelkezzenek a digitális pénzügyi szolgáltatások használatához, és nagyobb felelősséget vállaljanak saját pénzügyeikért. Ez az új fintech környezet megköveteli a fogyasztóktól, hogy megfelelő ismeretekkel és képességekkel rendelkezzenek a digitális pénzügyi szolgáltatások használatához, és nagyobb felelősséget vállaljanak saját pénzügyeik kezeléséért (Morgan et al., 2019). A fintech vállalatok innovatív technológiákat és új üzleti modelleket vezetnek be a pénzügyi szektorba. Ez megkönnyíti a hozzáférést a pénzügyi termékekhez és szolgáltatásokhoz, de új kockázatokat is hordoz, például a digitális szolgáltatások potenciális visszaéléseit és csalásait (Elsinger et al., 2018). A hagyományos pénzügyi műveltséget ki kell egészíteni a digitális műveltség elemeivel. A digitális pénzügyi műveltség értékelése olyan elemeket tartalmaz, mint az online vásárlás, az online és mobilbankolás használata, digitális pénzügyi szolgáltatások tranzakcióinak kezdeményezése és befejezése (Lyons & Kass-Hanna, 2021a).

A digitális pénzügyi műveltség összefüggésbe hozható a mobil pénzügyi szolgáltatások fokozott használatával és ismeretével.

¹ Tanuló, Dabasi Táncsics Mihály Gimnázium

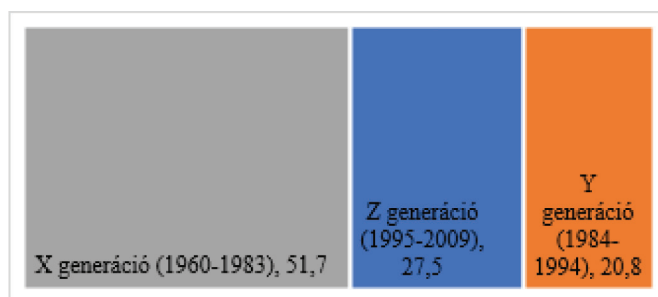
vel (Long et al., 2023), a pozitív pénzügyi magatartásformákkal (Rahayu et al., 2022a), és végső soron a pénzügyi jóléttel (Jhonson et al., 2023). Bár a pénzügyek digitalizálása számos előnnyel jár, mint például a kényelmesebb és biztonságosabb tranzakciók, új kockázatokat is rejt magában, amelyek veszélyeztethetik az egyének és a társadalom pénzügyi jólétét (OECD, 2018). A pénzügyi jólét kulcsfontosságú tényező az egyén szubjektív jóléte szempontjából. Collins és Urban (2020) szerint a pénzügyi jólét azt jelenti, hogy az egyén képes irányítani mindennapi pénzügyeit, ellenállni a pénzügyi sokkoknak, elérni pénzügyi céljait, és olyan pénzügyi szabadsággal rendelkezik, amely lehetővé teszi számára az élet élvezetét. A pénzügyi műveltség alapvető összetevője a pénzügyi jólétnek. Warmath és Zimmerman (2019) szerint ez magában foglalja a pénzügyi ismereteket, készségeket, önbizalmat és motivációt.

A pénzügyi jólét elérése ma már nem csak a hagyományos pénzügyi ismereteken múlik, hanem a digitális készségeken és a pénzügyek digitális platformokon történő kezelésének képességén is (Lyons and Kass-Hanna, 2021b). Bár a pénzügyi műveltség továbbra is kulcsfontosságú tényező a fogyasztók pénzügyi piacokon való részvételében, a pénzügyi szektor folyamatos változásai szükségessé teszik a pénzügyi műveltség újradefiniálását digitális kontextusban (Kass-Hanna et al., 2022). A pénzügyi jólét egy átfogó konstrukció, amely figyelembe veszi mind az objektív, mind az észlelt pénzügyi körülményeket. A koncepció abból a felismerésből született, hogy bár az olyan objektív mutatók, mint a jövedelem és a vagyon előrejelzik a szubjektív jólétet, mégis marad egy olyan variáció, amely nem tulajdonítható kizárólag a gazdasági erőforrásoknak (Diener - Biswas-Diener, 2002).

A kutatások kimutatták, hogy a magasabb pénzügyi műveltséggel rendelkező emberek jobb gazdasági eredményeket érnek el (Lusardi et al., 2010; Lusardi & Mitchell, 2011, 2014). A digitalizáció azonban új kihívásokat állít a pénzügyi műveltség elé. Az online vásárlás és a digitális fizetési módok például megkönnyítik a vásárlást, de növelhetik a költsékezést is. Emellett a több banki kapcsolat és hitelkártya fenntartása megnehezítheti az egyén számára pénzügyi helyzetének teljes átlátását (Huebner et al., 2020). Ez rámutat arra, hogy új típusú pénzügyi műveltségre van szükség a digitális világban való eligazodáshoz. A digitális pénzügyi műveltség nemcsak a digitális pénzügyi szolgáltatások előnyeinek kihasználását teszi lehetővé, hanem segít felismerni az ezekkel járó potenciális kockázatokat is. A hagyományos pénzügyi műveltség már nem elegendő a digitális környezetben való hatékony pénzügykezeléshez. A pénzügyi műveltség mérésére különböző módszereket alkalmaznak a kutatók. A digitális gazdaság fejlődése elmosza a fizikai, társadalmi és időbeli határokat, lehetővé téve a folyamatos információáramlást és a digitális termékek és szolgáltatások létrehozását (Carillo et al., 2017). Ez a változás átalakítja a fogyasztói magatartást és az üzleti modelleket (Bukht & Heeks, 2018).

ANYAG ÉS MÓDSZER

A kutatás során kérdőíves megkérdezés módszerrel kerestük a választ a különböző kérdésekre, amely online formában került terjesztésre. A kérdőív csak zárt kérdéseket tartalmazott, így egyéni válaszdadásra nem volt lehetőség a válaszok homogenitása miatt. A kutatás jelen tanulmányban bemutatott részében azt vizsgálom, hogy mennyire vannak tisztában a válaszdadók a különböző alapfogalmakkal a fizetési szokások, pénzügyi újdonságok kapcsán. A kérdőívet összesen 571-en töltötték ki, akik közül



1. ábra: A minta összetétele

Forrás: saját kutatás, 2023, N = 571

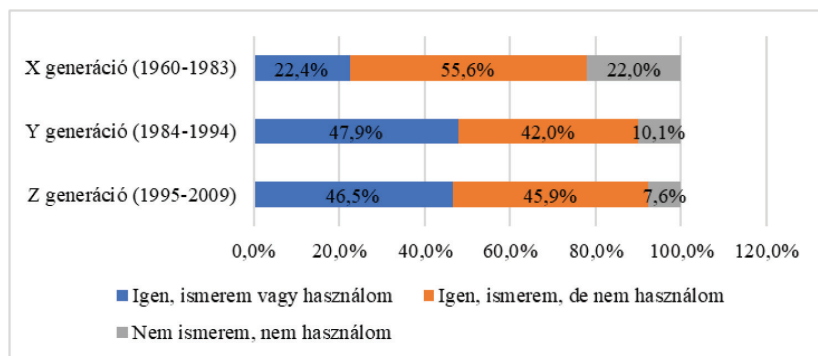
több mint a felük az X generáció tagja volt, a fennmaradó rész pedig a Z és Y generációhoz tartozott. Az eredmények értékeléséhez az SPSS szoftvert használtam, és főként alapstatisztikai módszereket, és keresztábra elemzést alkalmaztam. Ebben a tanulmányban a keresztábra elemzés eredményei alapján vizsgálom a pénzügyi kultúra alapfogalom ismeretét. A keresztábra elemzés szintén egy statisztikai módszer, amely a kategorizált változók közötti kapcsolatok feltárására szolgál.

EREDMÉNYEK

A tanulmányban három olyan fogalom ismeretét végzem el generációs összehasonlításban, mint a Revolut, a fizetési rendszerek közül a Paypal és a Barion, valamint a kriptovaluták közül a Bitcoin és az Ethereum, amelyeket részletesen elemzek a tanulmány jelen fejezetében.

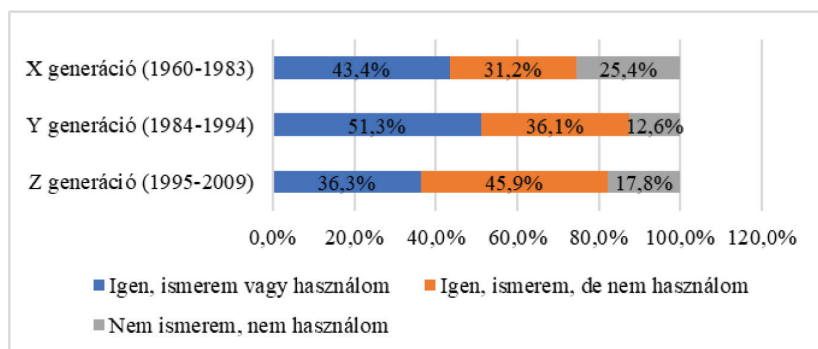
A Revolut egy fintech szolgáltatás, amely lehetővé teszi a felhasználók számára, hogy különböző valuták és kriptovaluták között váltsanak, fizessenek azzal. A Revolut mobil alkalmazása könnyen használható, és széleskörű pénzügyi szolgáltatásokat kínál, beleértve a banki tranzakciókat, pénzkezelést, illetve biztosítások kötését, így méltó vetélytársa a hagyományos banki szolgáltatásoknak. A Z generáció számára különösen vonzó, mivel azok inkább a digitális megoldásokat preferálják, míg az Y és X generációk is egyre inkább érdeklődnek a fizetési megoldás iránt annak egyszerűsége és alacsony költsége miatt.

A Revolut ismeretét és használatát bemutató ábra alapján elmondható, hogy a Z és Y generációk jelentős arányban ismerik vagy használják a Revolutot (46,5% és 47,9%), ami azt jelenti, hogy a fiatalabb korosztályok nyitottabbak a digitális pénzügyi megoldásokra, amit több kutatás és tanulmány is bizonyít. E két generáció esetében az is jól látható, hogy az eszköz ismertsége is igen magas, mivel mindkét csoport több mint 45%-a ismeri még akkor is, ha nem mindenki használja aktívan. Ezzel szemben az X generációnál az arányok eltérőek: csak 22,4%-uk ismeri vagy használja a Revolutot, és 55,6%-uk ismeri, de nem használja aktívan. Ez arra utalhat, hogy bár egy részük találkozott a szolgáltatással, de inkább a hagyományos banki megoldásokat részesítik előnyben, vagy kevésbé érzik magukénak a digitális pénzügyi világot, ami egyértelműen generációs sajátosság is lehet. Emellett figyelemre méltó, hogy az X generáció tagjainak 22%-a nem ismeri a Revolutot, ami jóval magasabb a Z (7,6%) és Y (10,1%) generációhoz képest. Összességében az ábra alapján elmondható, hogy a Revolut ismertsége generációk szerint változik, ami várható is volt. A fiatalabb generációk körében elterjedtebb, míg az idősebbek körében még inkább jelen van a hagyományos pénzügyi hozzáállás és kevésbé ismerik vagy használják az új digitális megoldásokat.



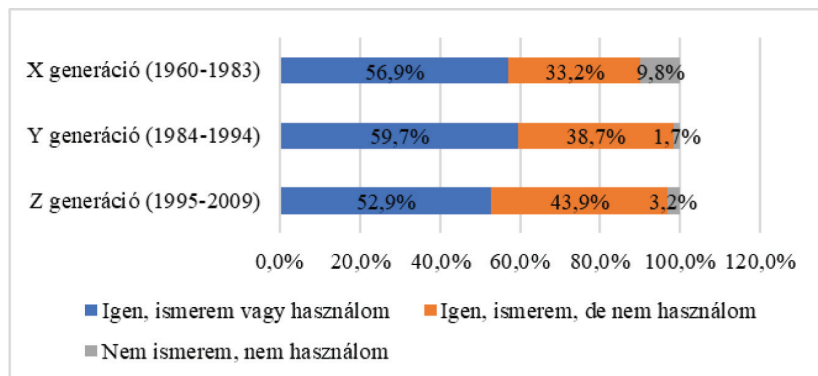
2. ábra: A Revolut ismerete és használata a különböző generációk esetén

Forrás: saját kutatás, 2023, N = 571



3. ábra: A Barion ismerete és használata a különböző generációk esetén

Forrás: saját kutatás, 2023, N = 571



4. ábra: A Paypal ismerete és használata a különböző generációk esetén

Forrás: saját kutatás, 2023, N = 571

szolgáltatást. Ez azt jelzi, hogy a középkorú felnőttek nagyobb mértékben integrálták ezt a digitális fizetési megoldást pénzügyi életükbe. A Z generációban, amely a legfiatalabb korosztályt jelenti, valamivel alacsonyabb az ismertségi és használati arány (36,3%). Ez meglepő lehet, mivel általában ők a legnyitottabbak a digitális megoldásokra, azonban lehet, hogy más, népszerűbb digitális fizetési eszközöket részesítenek előnyben, mint például a Revolutot vagy más, fiatalok által gyakrabban használt alkalmazást. Az X generáció esetében az ismertségi és használati arány 43,4%, ami közepes arány a Z és Y generációk között. Az X generáció viszonylag magas aránya mutatja, hogy nyitottak a digitális pénzügyi eszközökre, bár valószínűleg továbbra is használják a hagyományos banki megoldásokat is. Ezenkívül az X generációban a legmagasabb azok aránya (25,4%), akik nem ismerik és nem használják a Bariont, míg a Z és Y generációkban ez az arány alacsonyabb (17,8% és 12,6%). Ez azt sugallja, hogy a Barion ismertsége is a fiatalabb generációk körében nagyobb, míg az X generáció egy része esetleg kevésbé ismeri a modern fintech megoldásokat. Ennek oka a nagyszámú online vásárlásban rejlik, amely egyértelműen a fiatal generáció jellemzője.

A PayPal egy olyan online pénzügyi megoldás, amely lehetővé teszi a felhasználók számára, hogy biztonságosan vásároljanak és küldjenek pénzt világszerte. Míg a Barion inkább a hazai piacra hivatott, addig a PayPal világszerte működik és ismert. A PayPal már hosszú ideje meghatározó szereplő a digitális fizetések piacán. A Z generáció számára a PayPal az online vásárlás gyors és biztonságos módjaként ismert, míg az Y generáció már aktívan használja a szolgáltatást nemcsak vásárlásra, hanem a pénzküldésre és fogadásra is. Az X generáció számára is ismerős, de gyakran inkább hagyományosabb módszereket választanak a tranzakcióik lebonyolítására, mint például a banki utalás.

A PayPal ismeretéről és használatáról vonatkozó ábra alapján egyértelműen látszik, hogy ez a digitális fizetési eszköz széles körben elterjedt minden generáció körében. A legmagasabb arányban az Y generáció ismeri és használja a PayPalt, 59,7%-uk

A Barion egy magyarországi kötődésű digitális pénzügyi szolgáltató, amely elsősorban a gyors, biztonságos online fizetéseket lebonyolítására hivatott. A Barion lehetővé teszi a felhasználók számára, hogy az online vásárlások során a hagyományos bankkártyás fizetés helyett az alkalmazás segítségével tranzakciókat végezzenek, de lehetővé teszi a bankkártyával való fizetést is. A Z és Y generációk számára különösen vonzó lehetőség, mivel egyszerű, gyors megoldást kínál a napi pénzügyi tranzakciók lebonyolítására. Az X generáció inkább a hagyományos banki megoldásokat részesíti előnyben, de a Barion egyre több helyen jelen van, így a használata már nem választás kérdése sok esetben.

A Barion ismeretéről és használatáról vonatkozó adatok alapján elmondható, hogy az Y generáció körében a Barion ismertsége és használata a legmagasabb: 51,3%-uk vagy ismeri, vagy használja a

vallotta ezt, ami azt mutatja, hogy ez a korosztály előszeretettel használja a nemzetközileg is ismert fizetési platformot. Az Y generáció digitális tudatossága és globális pénzügyi megoldások iránti fogékonysága erősen hozzájárulhat ehhez a magas arányhoz. A Z generációban, vagyis a legfiatalabbak körében 52,9% ismeri és használja a PayPalt, ami szintén jelentős arány. Ez arra utal, hogy a fiatalabb korosztály is nyitott a digitális tranzakciókra, de esetleg más, újabb fintech megoldások is szóba jöhetnek náluk, ahogy azt a korábbi eredmények is mutatják. Az X generáció 56,9%-os használati és ismertségi aránya szintén figyelemre méltó. Ez azt jelenti, hogy az idősebb generáció is megbízik a PayPal által nyújtott digitális szolgáltatásokban, és használja online vásárlásokhoz és pénzküldéshez. Az X generáció azonban egy kicsit konzervatívabb a digitális fizetési megoldásokkal

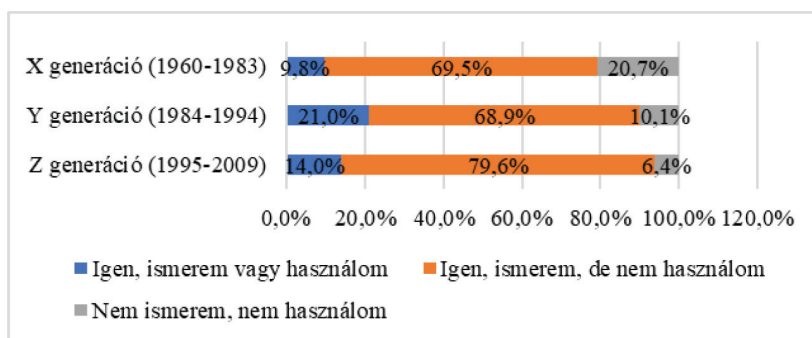
kapcsolatban, amint azt a 9,8%-os arány mutatja, akik nem ismerik és nem használják a PayPalt. Ez jóval magasabb, mint a Z és Y generációban található arányok (3,2% és 1,7%), mindez szintén egybeesik a korábban leírtakkal.

A Bitcoin egy világszinten ismert kriptovaluta, amely 2009-es létrehozása óta a digitális pénzek piacának egyik legismertebb és vezető szereplője. A Bitcoin célja, hogy független legyen a hagyományos bankrendszerrel, és lehetővé tegye a peer-to-peer tranzakciókat a világ bármely pontján. A Z generáció már széles körben ismeri és használja a Bitcoin, mivel a digitális valuták iránti érdeklődésük nagy. Az Y generáció számára a Bitcoin inkább egy alternatív befektetési lehetőség, míg az X generáció még kevésbé hajlandó használni, de egyre többen érdeklődnek iránta, annak értékállósága, kincsképző funkciója miatt.

A Bitcoin generációk közötti megoszlása érdekes különbségeket mutat, amelyek jól tükrözik a különböző korosztályok technológiai elkötelezettségét és pénzügyi ismereteit. A Z generáció körében 14%-os arányban ismerik vagy használják a Bitcoin, ami viszonylag alacsonynak tűnik, de figyelembe kell venni, hogy 79,6%-uk ismeri a kriptovalutát, de nem használja. Ez azt jelzi, hogy a fiatalabb generációk tisztában vannak a Bitcoin létezésével, de még nem tartják relevánsnak a napi életükben. Ennek oka az is lehet, hogy nincs elég tőkéjük arra, hogy ebben a formában tartsák a pénzüket, nálunk a megtakarítási funkció még nem dominál annyira, így nem is mutatnak érdeklődést a lehetőség iránt. A Y generáció esetében a használati arány magasabb, 21%, és ugyanabban a csoportban 68,9%-uk ismeri, de nem használja. Ez arra utal, hogy az Y generáció érdeklődik a Bitcoin iránt, de inkább óvatos a használatával kapcsolatban, vagy inkább más típusú pénzügyi eszközöket részesít előnyben. Mindez a jobb és erősebb pénzügyi tudatosságukra utal. Az X generáció a legkevésbé elkötelezett a Bitcoin használatára iránt, csupán 9,8%-uk ismeri vagy használja, és közel 70%-uk csupán ismeri, de nem alkalmazza. Az X generáció magasabb arányban nem ismeri és nem használja a Bitcoin, amit az általános generációs szakadék és az idősebb korosztályok fokozatos alkalmazkodása magyarázhat.

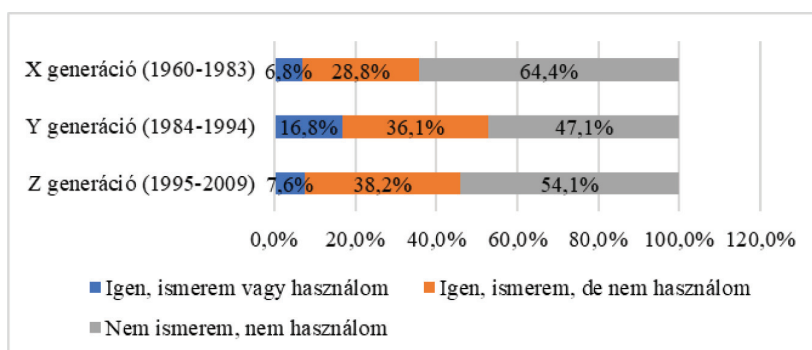
Az Ethereum egy második generációs kriptovaluta, amely nemcsak egy digitális pénz, hanem egy blokklánc platform is, amely lehetővé teszi okos szerződések és decentralizált alkalmazások futtatását. Az Ethereum tehát sokkal szélesebb körű megoldást kínál, mint a Bitcoin. A Z generáció számára vonzó lehet, mivel érdeklődnek a blockchain alapú technológiák iránt, és könnyen hozzáférhetnek az Ethereum ökoszisztémájához. Az Y generáció számára az Ethereum befektetési lehetőségként és technológiai innovációként jelenik meg, míg az X generációnál az Ethereum még kevésbé ismert, de fokozatosan egyre több felhasználó kezd érdeklődni a platform iránt.

Az Ethereum generációk közötti megoszlása hasonló tendenciákat mutat, mint a Bitcoin esetében, de a használat és ismeret arányai valamivel eltérnek. A Z generáció körében 7,6%-os arányban ismerik vagy használják az Ethereumat, míg 38,2%-uk ismeri, de nem használja. Ez azt jelzi, hogy a fiatalok kevésbé érdeklődnek az Ethereum iránt, mint a Bitcoinnal szemben. A Y generáció



5. ábra: A Bitcoin ismerete és használata a különböző generációk esetén

Forrás: saját kutatás, 2023, N = 571



6. ábra: A Ethereum ismerete és használata a különböző generációk esetén

Forrás: saját kutatás, 2023, N = 571

esetében 16,8%-os az Ethereum használatának vagy ismeretének aránya, és 36,1%-uk ismeri, de nem használja. Ez a korosztály tehát valamivel nagyobb érdeklődést mutat az Ethereum iránt, mint a Z generáció, de még mindig inkább ismereti szinten van jelen az életükben. Az X generáció az Ethereum használata még alacsonyabb, csupán 6,8%-uk ismeri vagy használja, míg 28,8%-uk ismeri, de nem használja. A legmagasabb arányban itt találkozunk olyan válaszadókkal, akik nem ismerik és nem használják az Ethereumat (64,4%), ami a technológiai újdonságokkal szembeni általánosabb elzárkózást tükrözi.

ÖSSZEFOGLALÁS, KONKLÚZIÓ

Összességében elmondható, hogy a digitalizáció jelentősen átalakítja a pénzügyi szektort és az egyének pénzkezelési szokásait. Ez új lehetőségeket teremt, de új kihívásokat is állít elénk. A hagyományos pénzügyi műveltség mellett egyre fontosabbá válik a digitális pénzügyi műveltség fejlesztése, amely segít az embereknek eligazodni a digitális pénzügyi szolgáltatások világában és kezelni az ezzel járó kockázatokat. A különböző generációk különböző szinten és különböző módon használják a digitális pénzügyi eszközöket. A Z generáció nyitottabb a fintech megoldások és a kriptovaluták iránt, míg az Y generáció már aktívan használja ezeket, főként az online vásárlások és befektetések területén. Az X generáció számára a digitális pénzügyi eszközök lassabban válnak a napi élet részévé, de egyre többen érdeklődnek a korszerű megoldások iránt. A Revolut, PayPal és Barion inkább a hagyományos pénzügyi tranzakciókat szolgálják, míg a Bitcoin és Ethereum inkább a jövő pénzügyi rendszerét képviselik.

A vizsgált megoldások mind különböző digitális pénzügyi megoldásokat kínálnak, amelyek eltérő mértékben érintik a generáci-

ókat, és a jövőben különböző szerepeket játszhatnak a pénzügyi ökoszisztémában. A Z generáció a legnyitottabb a digitális pénzügyi eszközökre, és már aktívan használják ezeket a szolgáltatásokat. Az Y generáció szintén egyre inkább digitális pénzügyi megoldásokra épít, de itt még inkább befektetési eszközként jelenik meg a Bitcoin és Ethereum, míg a Revolut és PayPal használata már mindennapos. Az X generáció lassabban alkalmazkodik a digitális pénzügyi eszközökhöz. A jövőben ezek az eszközök mind nagyobb szerepet kaphatnak, különösen a fiatalabb generációk körében, ezért fontos az erre az időszakra való felkészülés, melyben nagy segítséget jelenthet az oktatás és a különböző ismeretterjesztő platformok, annak érdekében hogy minden generáció pénzügyi tudatossága javuljon a jövő sikere miatt.

IRODALMI FELDOLGOZÁS

- ABRANTES-BRAGA, F. D. M. A. & VELUDO-DE-OLIVEIRA, T. (2020): Help me, I can't afford it! Antecedents and consequence of risky indebtedness behaviour. *EUROPEAN JOURNAL OF MARKETING*, 54(9), 2223–2244. <https://doi.org/10.1108/EJM-06-2019-0455>
- BUKHT, R. & HEEKS, R. (2018): Defining, conceptualising and measuring the digital economy. *INTERNATIONAL ORGANISATIONS RESEARCH JOURNAL*, 13(2), 143–172. <https://doi.org/10.17323/1996-7845-2018-02-07>
- CARILLO, K. – SCORNAVACCA, E. & ZA, S. (2017): The role of media dependency in predicting continuance intention to use ubiquitous media systems. *INFORMATION & MANAGEMENT*, 54(3), 317–335. <https://doi.org/10.1016/j.im.2016.09.002>
- COLLINS, M. J. – & URBAN, C. (2020): Measuring financial well-being over the lifecourse. *EUROPEAN JOURNAL OF FINANCE*, 26(4–5), 341–359. <https://doi.org/10.1080/1351847X.2019.1682631>
- CSISZÁRIK-KOCSIR, Á. (2022): Socialisation Determining Individual Financial Decisions from the Aspect of Financial Literacy. *PÉNZÜGYI SZEMLE/PUBLIC FINANCE QUARTERLY* (1963–), 67(4), 567–584.
- CSISZÁRIK-KOCSIR, Á. (2023): The Purposes and Motivations of Savings Accumulation based on Generational Affiliation, Financial Education and Financial Literacy. *ACTA POLYTECHNICA HUNGARICA*, 20(3), 195–210.
- CSISZÁRIK-KOCSIR, Á. & LENTNER, C. (2023): Financial Exclusion from the Perspective of Financial Literacy in the Digital World of the 21st Century Through the Example of Hungary. *TRANSFORMATIONS IN BUSINESS & ECONOMICS*, 22(3), 266–280.
- DIENER, E. & BISWAS-DIENER, R. (2002): Will money increase subjective well-being? *SOCIAL INDICATORS RESEARCH*, 57, 119–169.
- ELSINGER, H. – FESSLER, P. – FEYER, J. – RICHTER, K. – SILGONER, M. A. & TIMEL, A. (2018): Digitalization in financial services and household finance: fintech, financial literacy and financial stability. *FINANCIAL STABILITY REPORT*, 35, 50–58. <https://ideas.repec.org/a/onb/oenbfs/y2018i35b1.html>
- GARG, N. & SINGH, S. (2018): Financial literacy among youth. *INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL ECONOMICS*, 45(1), 173–186. <https://doi.org/10.1108/IJSE-11-2016-0303>
- GOMBER, P. – KAUFFMAN, R. J. – PARKER, C. & WEBER, B. W. (2018): On the fintech revolution: interpreting the forces of innovation, disruption, and transformation in financial services. *JOURNAL OF MANAGEMENT INFORMATION SYSTEMS*, 35(1), 220–265. <https://doi.org/10.1080/07421222.2018.1440766>
- HUEBNER, J. – FLEISCH, E. & ILIC, A. (2020): Assisting mental accounting using smartphones: increasing the salience of credit card transactions helps consumer reduce their spending. *COMPUTERS IN HUMAN BEHAVIOR*, 113, 106504. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106504>
- ISAIA, E. & OGGERO, N. (2022): The potential use of robo-advisors among the young generation: evidence from Italy. *FINANCE RESEARCH LETTERS*, 48, 103046.
- JHONSON, B. – ANDRIANI, R. – NOVIANA, I. & TAMARA, D. (2023): The influence of digital financial literacy on financial well-being through spending, saving, and investment behavior in Indonesia. *JOURNAL OF BUSINESS STUDIES AND MANAGEMENT REVIEW*, 6(2), 157–168.
- KASS-HANNA, J. – LYONS, A. C. & LIU, F. (2022): Building financial resilience through financial and digital literacy in South Asia and Sub-Saharan Africa. *EMERGING MARKETS REVIEW*, 51, 100846.
- LONG, T. Q. – MORGAN, P. J. & YOSHINO, N. (2023): Financial literacy, behavioral traits, and ePayment adoption and usage in Japan. *FINANCIAL INNOVATION*, 9(1), 1–30.
- LUSARDI, A. & MITCHELL, O. S. (2011): Financial literacy around the world: an overview. *JOURNAL OF PENSION ECONOMICS AND FINANCE*, 10(4), 497–508. <https://doi.org/10.1017/S1474747211000448>
- LUSARDI, A. & MITCHELL, O. S. (2014): The economic importance of financial literacy: theory and evidence. *JOURNAL OF ECONOMIC LITERATURE*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- LUSARDI, A. – MITCHELL, O. S. & CURTO, V. (2010): Financial literacy among the young. *JOURNAL OF CONSUMER AFFAIRS*, 44(2), 358–380.
- LYONS, A. C. & KASS-HANNA, J. (2021a): A methodological overview to defining and measuring „digital” financial literacy. *FINANCIAL PLANNING REVIEW*, 4(2), 1–19. <https://doi.org/10.1002/cfp2.1113>
- LYONS, A. C. & KASS-HANNA, J. (2021b): A multidimensional approach to defining and measuring financial literacy in the digital age. In G. NICOLINI & B. CUDE (Eds.), *HANDBOOK ON FINANCIAL LITERACY RESEARCH*. ROUTLEDGE, TAYLOR & FRANCIS GROUP.
- MORGAN, P. J. – HUANG, B. & LONG, T. Q. (2019): The need to promote digital financial literacy for the digital age. In *REALIZING EDUCATION FOR ALL IN THE DIGITAL AGE. T20 REPORT* (pp. 40–46). <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/503706/adb-realizing-education-all-digital-age.pdf#page=56>
- OECD. (2018). *G20/OECD INFE policy guidance on digitalisation and financial literacy*.
- RAHAYU, R. – JUITA, V. – RAHMAN, A. – FITRIAMIRANTI, S. & RAFLES, R. (2022a): The level of digital financial literacy and financial well-being of people in West Sumatra Indonesia. *OPERATIONS MANAGEMENT AND INFORMATION SYSTEMS STUDIES*, 2(2), 66–76.
- WARMATH, D. & ZIMMERMAN, D. (2019): Financial literacy as more than knowledge: the development of a formative scale through the lens of Bloom's domains of knowledge. *JOURNAL OF CONSUMER AFFAIRS*, 53(4), 1602–1629. <https://doi.org/10.1111/joca.12286v>