

A zsebpénz jelentése és jelentősége a 6-15 éves korosztály számára

Palotás Petra, - , *Budapesti Corvinus Egyetem , Gazdálkodástudományi Kar , Marketing és Média Intézet*

Zsótér Boglárka, *Doktorjelölt , Budapesti Corvinus Egyetem , Gazdálkodástudományi Kar , Marketing és Média Intézet*

Pénzügyeink megfelelő kezelése és a pénzügyi műveltség alapszintű elsajátítása kulcsfontosságú a fogyasztói társadalomban. Pénzzel és a hozzá kapcsolódó tevékenységekkel már egészen fiatalon találkozhatnak a gyerekek. A pénzzel kapcsolatos készségek megszerzése így már a gyerekek fejlődésének korai szakaszában elkezdődik. A felnőttkori fogyasztói magatartás pedig nagymértékben levezethető a gyermekkori gazdasági tapasztalatokból, azok tükröképpen tekinthető (Lowery – De Fleur, 1988; McNeal, 2007). Mindezek miatt érdemes a gyerekek és a pénz világának találkozását tudatosan kezelni. Kutatásunkban a 6-15 éves korosztály tagjaival készítettünk mélyinterjú beszélgetést, amelynek során kitértünk annak vizsgálatára, hogy miként kezelik a pénzüket, milyen attitűdökkel viszonyulnak hozzá, mit tudnak, illetve gondolnak róla, milyen érzelmek kerítik hatalmukba, amikor megkapják, illetve amikor szabadon rendelkeznek felette, és amikor elköltik. A kapott eredmények alapján elmondható, hogy a szülőktől meghatározott időközönként kapott, fix összegű, feltételektől (házimunka, jó tanulmányi eredmény) kötetlen, „hivatalos” zsebpénz sok esetben kiegészül ajándékba kapott pénzzel, bizonyos életkortól költőpénzzel, a gyermek pedig ezt a több forrásból származó összeget kezeli zsebpénzeként. A széles skálát lefedő korcsoport vizsgálata több életkorból fakadó különbségekre is rávilágított. Ezek közül a legjelentősebbnek az a határvonal tekinthető, amiktől a gyermek már önállóan is vásárol. Ez a fordulópont egybeesik azzal, amikor a gyermek költőpénz formájában is kap zsebpénzt. Az eltérő felhasználási szituációból adódóan a gyermek zsebpénzhez való viszonyában fontos változás figyelhető meg, szerepe megváltozik, ami többek között kiterjed a felhasználás rendszerességére és a vásárolt termékek körére is.

Kulcsszavak: zsebpénz, fiatal fogyasztók, jövő fogyasztói

Meaning and significance of pocket money for 6-15 years old children

In consumer society an adequate level of financial literacy and money management is very important. Consumers meet financial issues already in their childhood, that's why the development of financial capabilities begin in early phase of their life. Consumer behaviour of adults can be resulted from childhood financial experiences (Lowery – De Fleur, 1988; McNeal, 2007). Children's meeting with the world of money should be treated consciously. In this study in-depth interviews were made with children (age 6-15). The main research questions were: how do they manage their money, which attitudes and feelings could be associated with pocket money, what do they know and think about money. Our results show that the pocket money is often completed with other sources of money (e.g. money for chore), and this amount of money is treated as pocket money. There are some milestones in children's life which can be linked with change in allowance as well. From these turning-points the role of money (method, regularity, products/services to buy) changes.

Keywords: pocket money, allowance, young consumers, future consumers

Bevezetés

A pénzügyek életünk elkerülhetetlen részét képezik, ezért pénzügyeink megfelelő kezelése és a pénzügyi műveltség alapszintű elsajátítása kulcsfontosságú. A pénzzel kapcsolatos készségek megszerzése már kisgyermekkorban elkezdődik, a felnőttkori fogyasztói magatartás pedig nagymértékben levezethető a gyermekkori gazdasági tapasztalatokból, azok tükörképének tekinthető (Lowery, De Fleurl 1988; McNeal 2007). Ezek miatt érdemes a gyermekek és a pénz világának találkozását tudatosan kezelni. Jelen kutatás azt hivatott vizsgálni, hogy a 6-15 éves gyermekek hogyan viszonyulnak a pénzhez és zsebpénzhez. Ehhez a szükséges szakirodalmi háttér bemutatása után egy kvalitatív kutatás eredményeit ismertetjük. A kutatás fókuszja a következő kérdésekre irányul: hogyan kezelik a gyermekek a pénzüket, milyen attitűdökkel viszonyulnak hozzá, mit tudnak, illetve gondolnak róla, milyen érzelmek kapcsolódnak a pénz útjához, azaz mit éreznek, amikor megkapják, birtokolják és elköltik.

A szülők zsebpénzhez való hozzáállását már többször vizsgálták (Furnham, Thomas 1984; Furnham 2001), azonban most a zsebpénz gyermekek szemszögéből való megközelítését vesszük górcső alá. Vizsgáljuk a gyermekek pénzzel kapcsolatos elképzeléseit, gondolatait, így betekintést kaphatunk abba a folyamatba, amelyben a jövő fogyasztói a pénz világának részesévé válnak, illetve amelyben a pénz saját világuk részévé válik.

Szakirodalmi áttekintés

A mai nyugati világban már a gyermek is önálló fogyasztó (McNeal 2007), aki különböző forrásokból származó, saját döntése szerint elkölthető pénzzel rendelkezik. Emellett a jövő piacát is jelenti, akinek márkapreferenciái fiatal éveiben alakulnak ki (McNeal 1992), ráadásul a fiatalkori pénzügyi magatartásuk segíthet megjósolni a felnőttkori viselkedés néhány aspektusát (Ward 1974).

Az elmúlt évtizedek demográfiai, gazdasági és politikai változásainak, illetve a pénzügyi piacok fejlődésének köszönhetően a pénzügyi műveltség egyre nagyobb jelentőséggel bír (Habschick et al. 2007). A pénzügyi termékek és az egyéni igények is egyre komplexebbé válnak (Habschick et al. 2007), ami sajnos sok esetben együtt jár a pénzügyi ismeretek és a pénzügyi kultúra alacsony szintjével (Chen, Volpe 1998). Magyarországon a pénzügyi kultúra három dimenzióját vizsgáló tanulmányból kiderül, hogy a pénzügyi ismeretek és attitűd magas szintje nem eredményezi a megfelelő, felelősségteljes és jövőorientált pénzügyi magatartást (Kenesei 2014). Az előbbieket alapján kijelenthető, hogy a pénzügyi kultúra fejlesztése, a pénzügyi magatartás megfelelő irányba való mozdítása megkérdőjelezhetetlen fontosságú. Az OECD az iskolai pénzügyi edukáció mellett felsorakoztatott érvei között elsősorban azt emeli ki, hogy a modern társadalmakban való boldogulás egyik kulcsfeltétele a pénzügyi kultúra fejlesztése (OECD 2014). Alapvető jellemzők és összefüggések ismerete nélkül azonban a sötétben tapogatózunk, így szükség van tudományos eredményekre a fiatalok pénzügyi magatartására vonatkozóan.

A XX. század második felére felismerték a tényt, hogy a fiatalok a piac egy speciális szegmensét képezik, épp ezért fogyasztóként való viselkedésükkel érdemes kiemelten, komplexebb módon foglalkozni (Moschis, Moore 1979). A termékek és szolgáltatások legfőbb vásárlói a háztartások, azok nagyobb arányát képviselő családi háztartások fontos döntéshozatali és fogyasztási egységek (Neulinger, Zsótér 2013), amikben a gyermek mint fogyasztó egyre nagyobb gazdaságformáló erőként jelenik meg (Hofmeister-Tóth 2008). Ez a jelenség nagyjából a kilencvenes évek óta figyelhető meg, méghozzá párhuzamosan azzal, hogy a vállalatok egyre jobban fókuszálnak a fiatalokúra (Caruana, Vassallo 2003).

A gyermekek számottevő gazdaságformáló erejükkel hármas piacot képviselnek (Valkenburg, Cantor 2001), mellyel méltóképp alkotnak fontos célcsoportot a marketingszakemberek számára (Hofmeister-Tóth 2008). A gyermekek egyrészt önálló fogyasztók (McNeal 1992), szinte „vásárlónak születtek” (Hofmeister-Tóth 2008, 110. oldal), már saját jövedelemforrással rendelkeznek. A magyar középiskolások esetében a legfontosabb pénzforrás a zsebpénz, az ajándékba kapott pénz, illetve a munkából származó pénz (Kovács et al. 2011). A gyermekek másrészt közvetett fogyasztók (McNeal 1992), akik hatással vannak a család fogyasztására és vásárlási döntéseire. Spiro (1983) szerint a gyermekek vásárlási befolyása olyan jelentős, hogy a család fogyasztási kutatásainak kifejezetten rájuk kell összpontosítaniuk. Szüleik tanácsadóiként lépnek fel, sokszor tájékozottabbak az aktuális trendekkel és divattal kapcsolatban, akár több információval is rendelkeznek a gyártókról és a márkákról. Rendkívül fogékonyak az új ismeretekre, a reklámokból folyamatos impulzusokat kapnak, táplálva az újabb és újabb szükségleteiket (Hofmeister-Tóth 2008). A gyermekek harmadrészt a jövő piacát is jelentik (McNeal 1992), akikre a vállalatok még most meghódítandó fogyasztókként tekintenek (Hofmeister-Tóth 2008). „Hamar felismerték a gyermekpiacban rejlő tényleges és potenciális lehetőségeket” (Hofmeister-Tóth 2008, 112. o.), külön nekik szóló reklámüzeneteikkel és különféle akcióikkal igyekeznek minél fiatalabb korban felébreszteni bennük a termék/márka birtoklása iránti vágyat, elősegítve a számukra kulcsfontosságú márkahűség kialakulását (Hofmeister-Tóth 2008).

A pénzügyi szocializáció egy tanulási folyamat, amelyben a fiatalok elsajátítják a pénzzel kapcsolatos ismereteket és a pénzkezelés módjait, valamint olyan készségeket és képességeket fejlesztenek ki, amelyek szükségesek a mindennapi pénzügyi gyakorlathoz: a családi költségvetés elkészítéséhez, a banki és biztosítási szolgáltatások igénybevételéhez, a megtakarításokhoz, vagy épp a hitelkártya-használathoz (Bowen 2002). McNeal (1992) feltételezése szerint ez a folyamat még a nyelvi készségek kifejlődése előtt megkezdődik, amikor is a gyermek szemtanúja annak, ahogy szülei a pénztárnál a pénzüket árura cserélik.

A családban élő gyermekek megfigyelik szüleiket, bevonódnak a család pénzügyeibe, közvetlen instrukciókat kapnak a pénzkezelésre vonatkozóan, ezért a pénzügyi szocializációs folyamatban a család tekinthető elsődleges szocializációs ágensnek (Retting 1983). Ez a környezet egy olyan színteret képez a gyermekek életében, ahol nemcsak beszélnek a pénzügyekről, hanem tudatosan vagy akaratlanul meg is mutatják nekik a pénzügyi magatartás különböző aspektusait. Zsótér (2013) szerint a szülők pénzügyi szocializációs folyamatban betöltött szerepe többrettű, a következő elemeket foglalja magába:

- zsebpénz adása
- elvárások megfogalmazása
- engedékenységek
- magatartásminták modellezése
- kommunikáció a pénzügyekről

A korai gazdasági tapasztalatok kialakulása során szoros együttműködés figyelhető meg a szülők zsebpénzről alkotott elképzelése és annak a nevelési gyakorlat során való alkalmazása, valamint a gyermek pénzköltési szokásai között (Kirkcaldy et al. 2003), így az imént leírtak alapján megállapítható, hogy a zsebpénz kiemelt jelentőségű a fiatalok pénzügyi szocializációjában. Természetesen vannak ellenvélemények is, melyek szerint nincs összefüggés a zsebpénz és a megtakarítás mértéke közt, tehát nem feltétlen idéz elő hatékonyabb pénzügyi magatartást, sőt, a gyerekek szemében csökkentheti a munka értékét (Mortimer et al. 1994).

De mi is az a zsebpénz? A gyermek kaphat bizonyos összegeket ajándékba, házimunkáért, tanulmányi eredményért vagy ún. költőpénzt kirándulásra, mozizásra, uzsonnára, stb. Ahány ház, annyi szokás, azonban jelen dolgozat értelmezésében a zsebpénz egy meghatározott időközönként adott fix összeg (Leiser, Ganin 1996), ami nincs házimunkához és egyéb

szabályokhoz kötve (Miller, Young 1990). Vekerdy (2013) azt is hangsúlyozza, hogy a zsebpénz a gyermek autonómiájához tartozik, amit a szülőknek tiszteletben kell tartania. Úgy fog megtanulni gazdálkodni vele, ha teljes mértékig ő rendelkezik felette. „Ha a szerintem iszonyú ronda műanyag kardot akarja megvenni, amit a bazárban látott, akkor tegye.” (Vekerdy 2013) A zsebpénz bevezetésével érdemes megvárni az iskoláskort, ugyanis míg nem kezdik meg tanulmányaikat, a gyermekek nincsenek tisztában a pénz absztrakt fogalmával (Bodnar 1999). Vekerdy (2013) a 7-8 éves kort tartja időszerűnek, Furnham (2001) 300 brit szülő körében végzett felmérésében a szülők is a 6-7. életévet adták válaszul. Kutatások szerint a magyar gyerekek kb. 10 éves koruktól kapnak zsebpénzt (Hofmeister-Tóth 2008).

A zsebpénz kapcsán mindenképpen érdemesnek tartom pár szót szólni a megtakarításról. Warnerid (1999) megfogalmazásában a megtakarítás a fogyasztás jövőre való elhalasztását jelenti. A gyermekek általában egyre többet, egyre különbözőbb okokból, és egyre változatosabb módokon takarítanak meg, ahogy idősebbek lesznek (Furnham, Thomas 1984). Sonuga-Barke és Webley 1993-as kutatásukban arra az eredményre jutottak, hogy a legnagyobb változás a gyermekek megtakarítási szokásaiban 6 és 9 éves koruk közt van. A hatévesek már tudják, hogy a megtakarítás egy jó dolog, azonban még nem ügyesek benne, és csak azért teszik, mert azt hiszik, ezt kell tenniük. A legtöbb 9 és 12 éves viszont már akkor takarít meg, ha szükségét érzi. Bodnar (1999) ezt a kérdéskört a gyermek személyiségétől teszi függővé. Van ugyanis, aki mindent félretesz és nem hajlandó költeni, a másik véglet pedig azonnal megszabadul minden fillértől.

Empirikus kutatás módszertana

Kutatásunk a gyermekek szemszögéből kívánja megérteni a zsebpénz útját, értelmezését, a hozzá kapcsolódó attitűdöket és érzelmeket. Ennek megfelelően kvalitatív módszertant alkalmaztunk, azon belül is a mélyinterjú megkérdezést. Ez utóbbinak alkalmazása mind a megkérdezett korosztály szempontjából, mind a téma jellegéből fakadóan indokolt. Az interjú vezérfonala alapvetően a következő témákat öleli fel:

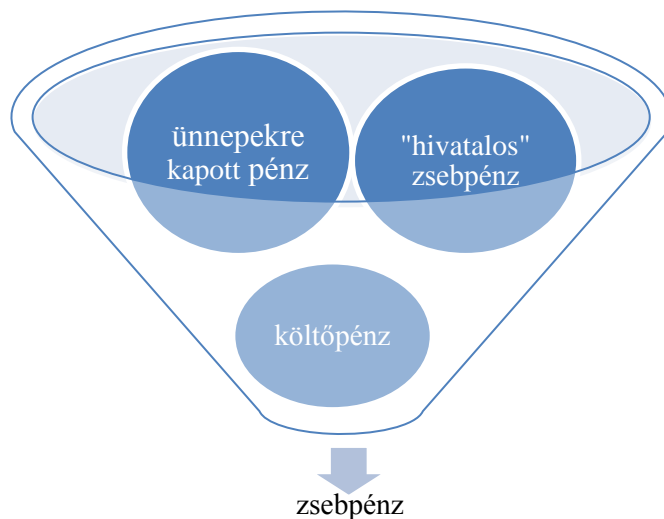
- a gyermekek zsebpénzzel kapcsolatos szokásai: kitől, mennyit, milyen formában kap, továbbá milyen gyakorisággal
- mik az elképzelései a zsebpénzt illetően: mit jelent számára, mire való, miért jó
- hogyan látja a témával kapcsolatban a környezetét, és ezáltal saját helyzetét
- mi is a „zsebpénz útja”, és a különböző állomásokhoz milyen asszociációk, érzések társulnak

A minta 10 főből áll, 5 lány és 5 fiú alanyból, 6-15 éves korig minden életkort lefedve. A gyerekek mindegyikéről elmondható, hogy fővárosi, értelmiségi családból származó és van legalább egy testvére. A legfiatalabb kutatási alany még óvodás, a többiek értelemszerűen mind iskolások. Mivel 18 év alattiakról van szó, a kutatásban való részvételükhöz szülői engedélyre volt szükség. Az interjúk egy kivétellel (iskola) a gyerekek otthonában készültek.

Empirikus kutatás eredményei

Bár a mintába kerülés feltétele volt, hogy az interjú alanya rendszeresen kapjon fix összegű zsebpénzt, családonként mutatkoztak eltérések a fogalom definiálását illetően. A „hivatalos” zsebpénz általában kiegészül egyéb forrásból kapott pénzzel, és az így keletkezett összeget kezeli a gyermek zsebpénzként. Például, szinte mindenhol jellemző és zsebpénzként kerül értelmezésre az ajándékba kapott pénz is, ami nem meglepő, hiszen az is a gyermeké lesz, számára az is egy „bevétele”, amit utána feltehetően ugyanúgy kezel, mint a „hivatalos” zsebpénzét. 12-13 éves kortól, amikor elkezdődik az az időszak, hogy a gyermek már szülei nélkül, barátaival vesz részt különböző programokon, már úgynevezett költőpénzt (pl. étkezésre, mozizásra) is kap. Ez szintén zsebpénzzé válik, hiszen konkrét felhasználásáról (pl. vett-e belőle egyáltalán uzsonnát, vagy nem vett a mozizáshoz popcornot, így a fele megmaradt) a gyermek rendelkezik (lásd 1. ábra). A mélyinterjújuk során épp ezért olykor nehézséget okozott a költőpénzt és az ajándékba kapott pénzt a „hivatalos” zsebpénztől külön tényezőként kezelni.

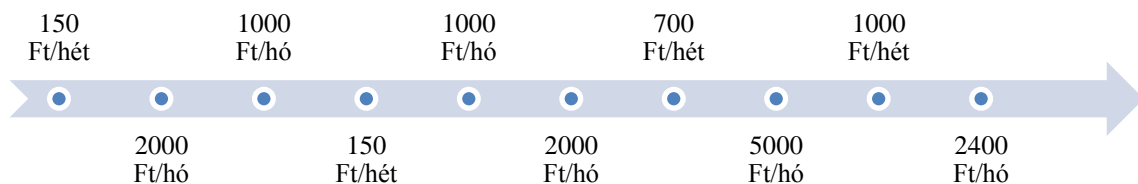
1. ábra A zsebpénz fogalmába tartozó elemek



Forrás: saját szerkesztés

A mintában szereplő gyerekek átlagosan 2150 Ft/hó zsebpénzt kapnak havi vagy heti bontásban, amit a 2. ábra is szemléltet (6-15 évesig növekvő sorrendben).

2. ábra A kutatás alanyai által kapott zsebpénz összege



Forrás: saját szerkesztés

A pénzt jellemzően vagy csak az édesanya vagy csak az édesapa adja oda egyedül, de ketten is kihangsúlyozták, hogy ettől függetlenül ők tudják, hogy ezt mindkét szülőtől kapják. Előfordul, hogy az összegben közösen állapodnak meg szüleikkel. Mivel csak egyetlen interjúalany (a legidősebb) rendelkezik folyószámlával és bankkártyával, az ő kivételével mindenki készpénzt kap. A kapott összeg szinte mindenkinél kiegészül ajándékba kapott pénzzel (alkalmanként pár ezer forint), illetve az idősebb interjúalanyok esetében a már említett költőpénzzel. A gyerekek fele első osztály óta, másik fele pedig felső tagozattól kap zsebpénzt. Úgy tűnik tehát, hogy a zsebpénz – és ezáltal az önálló pénzköltés időszaka – jól kapcsolódhat valamilyen életeseményhez vagy mérföldkőhöz a gyermek életében.

„Mert már iskolába járok. Hogy tudjak belőle vásárolni.” Ákos (7)

„Megnőttem, felső tagozatba kerültem, így dolgoknak is kell ilyen szinten nőnie, és akkor elkezdtek.” Marci (12)

Érdekes megfigyelni, ki hogyan fogja fel, milyen oldalról közelíti meg magát a fogalmat. Van, aki a definícióba szüleit is bevonja szempontként, többen egyes szám első személyben beszélnek róla, mások eltávolodnak tőle. Ketten jutalomként, kielégítésként is emlegetik, és megjelenik az iskola mint „a gyerekek munkahelye” értelmezés.

„Nekem ez egy kielégítés szó. Kielégíted a gyereket, merthogy ő is megdolgozik az iskolában. Neki ez a munkahelye. Hogy a gyerek is örüljön, legyen pénze, ha majd felnőtt, ne úgy menjen egyetemre, hogy semmi nincs. Sikerült felnőnöm rajta.” Marci (12)

Általánosságban elmondható, hogy a fogalom egy lehetőségként él a megkérdezettek tudatában, ami felett ők rendelkeznek, és ez szabadságérzetet ad nekik. Az idősebbeknél ez még hangsúlyosabb, az „akarni” és a „saját” szavakat használják. Ezt megerősíti az is, hogy minden esetben igaz: szülei nem szólnak bele abba, mit csináljanak vele. Az ő zsebpénzük tehát a Vekerdy (2013) szerinti „igazi” zsebpénz, mert teljes mértékig ők rendelkeznek felette.

„Amit általában egy gyerek kap valakitől, amit saját dolgaira, magának, saját szórakozására használ föl.” Sára (13)

Nem egységes a gondolkodás természetesen arról sem, hogy mit gondolnak, miért kapnak zsebpénzt. A gyerekek összességében ötféle indokot adtak válaszul. A zsebpénz definiálásához hasonlóan a legtöbben itt is azt a lehetőséget hangsúlyozták, amit a zsebpénz nyújt nekik, tehát meg tudják venni maguknak, ha valamit szeretnének. A következő indok, amit említettek, az a testvér kezdeményezése volt. Ezen kívül elhangzott még a bizalom szó, ami visszacsatol az Abramovitch és mtsai (1991) által mondottakra, miszerint a zsebpénz a gyermek és szülő közti bizalom megtestesítője.

„Tesóm egyszer megkérte a szüleimet. Meg tudunk belőle mindenfélét venni, meg ajándékokat másoknak.” Domi (8)

„Nekem ez így jobban esik, meg érzem, hogy bíznak bennem, és az jó.” Flóra (11)

A szakirodalom által is sokat emlegetett edukációs funkció is megjelent az interjúk során. Jellemzően a nagyobbak tisztában vannak vele, hogy a zsebpénzt azért is kapják, mert ezáltal tanulhatják meg a pénzkezelést.

„Azért, hogy megtanítsanak arra, hogy ezzel tényleg gazdálkodni kell, nem lehet mindenre elkölteni. Ha meglátok valami jót, akkor nem rögtön megveszem, hanem

átgondolom, hogy nekem most szükségem van-e erre, biztos, hogy akarom-e, meg hogy jó áron van-e.” Flóra (15)

„Mert pl. már negyedikben is jártunk fagyizni, és így is, úgy is kértem apáéktól, és ha havi rendszerességgel kaptam, be kellett osztanom magamnak, és az úgy jó, mert meg kell tanulnom kezelni.” Sára (13)

A kutatás kitért a „zsebpénz útja” során megjelenő érzelmekre, asszociációkra is. Amikor megkapják a pénzt, akkor leginkább az öröm jellemző, de előfordul közömbösség is. Ez utóbbi fakadhat abból is, hogy még nem igazán tudják megfogalmazni, valójában mit is éreznek.

„Igazából jó érzés megkapni, de nem nagyon látni, hogy nőtt az összeg, mert folyamatosan költök.” Flóra (15)

„Különösebb érzés nincs, mert ha nem használom, félre szoktam rakni, és ezáltal sosincs az, hogy úristen, már hónap közepe van és nincs zsebpénzem. Sára (13)

„Legutóbb ma délelőtt kaptam, mert nem volt meg a pénztárcám, valahova elkeveredett... Tök jó érzés.” Beni (6)

Többen említették, hogy sokszor meg is feledkeznek róla, hogy épp kapniuk kell, tehát nem tartják számon. Feltehetően ez azért van, mert rendszeresen kapják, már-már hozzá vannak szokva, ugyanúgy, mint a felnőttek a fizetéshez, ráadásul az ő esetükben ez a „juttatás” nincsen feltételhez kötve.

A zsebpénz előbb vagy utóbb költésre kerül, ennek függvényében pedig hosszabb-rövidebb ideig a gyermek birtokában van. A kutatás következő része ezt az állapotot vizsgálja. Mint arról már volt szó, csak a legidősebb interjúalany rendelkezik folyószámlával, így az ő kivételével mindenki készpénzben tartja az összes pénzét. Meglepő módon az egyik alany nem forintban, hanem dollárban gyűjti, mert külföldön vásárol belőle. A pénzt jellemzően pénztárcában tartják, két lány perselyt is használ. Ketten említették, hogy a nagyszüleiknél is van egy kisebb összeg tartalékban, illetve van, aki a fiókjába teszi, hogy ne költse el. A gyerekek jellemzően csak akkor ellenőrzik, mennyi pénzük van, mikor megkapják az aktuális összeget. Előfordul, hogy szüleikkel számolják meg pénzüket, de inkább az a jellemző, hogy soha vagy csak nagyon ritkán érdeklődnek szüleik a rendelkezésre álló összeg felől. Ketten említették, hogy ők maguktól mondják el szüleiknek, mennyi pénzük van. A tudat, hogy rendelkezésükre áll egy bizonyos összeg, aminek felhasználásáról ők döntenek, biztonságérzetet és szabadságot ad nekik.

„Mindig ott van velem, tudom, hogy ezt-azt meg tudnék venni. Ott a lehetőség, csak kontrollálni kell magam.” Flóra (15)

„Jó érzés, hogy nem kell valakitől kérnem, hanem én is tudok fizetni magamnak, megcsinálhatom azt, amit szeretnék.” Dorka (14)

A mintában az látszik körvonalazódni, hogy a 10 év alattiak többnyire játékokra (távírányítós autó, plüssállat, Lego, Playmobile, apróságok), a 10 év felettiak pedig programokra (mozi, korcsolyázás, fagyizás, büfé, automatázás, „Mekizés”) és külső megjelenésükre (szépségápolási szerek, ruhák) költik zsebpénzüket. Utóbbi esetben volt két példa elektronikai eszközre (Ipad és laptop) is. A két korcsoport tehát eltérő szituációkban használja pénzét, az idősebbek ebből adódóan pedig nagyobb rendszerességgel költenek.

„Nagyon jó, hogy vehetek belőle dolgokat önállóan is, az viszont nem jó, hogy fogy a pénzem.” Flóra (11)

„Nem szeretek költeni. Tudom, hogy kárpótol, hogy lesz valamim, de mindig azt gondolom, hogy kevesebbért is meg tudtam volna venni. Ha látom, hogy értékes, és tetszik, az kárpótol.” Flóra (15)

„Ha jót vettem, rohadtul örülök, Ipadet nagyon jó befektetésnek találtam, de egy lötytyedt kis semminél...” Marci (12)

Kutatásunkban azt is vizsgáltuk, hogy megjelenik-e a szülő mint kockázatcsökkentő tényező. A fiatalabbak szinte mindig kikérik szüleik véleményét, ami általában abból is adódik, hogy az ő társaságukban vásárolnak. Van, aki testvérével beszél meg, mit vegyenek. Az idősebb interjúalanyok drágább termékek esetén tanácskoznak szüleikkel.

„Meg szoktam kérdezni, hogy tetszik-e nekik, szerintük is megér-e ennyit.” Sára (13)

„Tanácsot kérek tőlük, hogy értelmes-e ez a befektetés. Feldobom a témát, és megmondják, hogy jó ötlet-e.” Marci (12)

A „zsebpénz útján” az utolsó állomás, amikor teljesen elköltik a rendelkezésükre álló összeget. Ez alapvetően nem jellemző a vizsgált alanyok esetében. Vannak, akik nagyszüleiknél is tartanak valamekkora összeget, hogy elkerüljék ezt az állapotot. Ha ilyen eset mégis előfordulna, arra számítanak, szüleiktől kapnának még pénzt.

„Ha valaki 10,000 Ft-ot kap egy hónapra, én is azt mondanám, hogy ossza be, de 3-5,000 között én is adnék a gyerekeknek pluszba, ha épp kell.” (Sára, 13)

A 8-12 éves interjúalanyok értik és elfogadják, hogy a zsebpénz rendszerhez van kötve, és ha hamarabb elkérnék, utána nem kapnának. Ők szinte egyöntetűen úgy vélik, szüleik ennek ellenére odaadnák nekik a zsebpénzüket idő előtt. A két legfiatalabb gyermek viszont egyszerűen csak tudomásul veszi, hogy bizonyos időközönként kap pénzt és várakoznia kell. Jellemzően (korosztályi sajátosságból adódóan) nem is merül fel bennük, hogy kalkuláljanak jövőbeni összegekkel.

„Jobb várni, mint gyorsan megkapni, mert akkor hamarabb elromlik.” (Beni, 6)

Összefoglalás

A szülőktől meghatározott időközönként kapott, fix összegű, feltételektől (házimunka, jó tanulmányi eredmény) kötetlen, „hivatalos” zsebpénz sok esetben kiegészül ajándékba kapott pénzzel, bizonyos életkortól költőpénzzel, a gyermek pedig ezt a több forrásból származó összeget kezeli zsebpénzeként. A széles skálát lefedő korcsoport vizsgálata több életkorból fakadó különbségre is rávilágított. Ezek közül a legjelentősebbnek az a határvonal tekinthető, amikortól a gyermek már önállóan is vásárol. Ez a fordulópont egybeesik azzal, amikor a gyermek költőpénz formájában is kap zsebpénzt (a minta alapján felső tagozattól). Az eltérő felhasználási szituációból adódóan a gyermek zsebpénzhez való viszonyában fontos változás figyelhető meg, szerepe megváltozik, ami többek között kiterjed a felhasználás rendszerességére és a vásárolt termékek körére is. A zsebpénz fogalmát a gyerekek különböző szempontok szerint definiálják, de általánosságban elmondható, hogy a fogalom egy lehetőséget jelent nekik, ami felett ők rendelkeznek, és ez szabadságérzetet tölti el őket. Szerintük egyrészt azért kapnak zsebpénzt, hogy ők is meg tudják venni, ha valamit szeretnének, másrészt elég érettnek tartják magukat ahhoz, hogy önállóan kezeljenek egy kisebb összeget. Természetes dolognak tartják, hogy szüleik pénzt adnak nekik, van, aki ezt bizalmuk jeléül észleli. Csak a legidősebb alanyokban merül fel, hogy a zsebpénz pénzügyi

nevelésük egyik eszköze. Az, hogy készhez kapják az aktuális zsebpénzüket, heti/havi rutinjukhoz tartozik, a tudat pedig, hogy rendelkezésükre áll egy bizonyos összeg, aminek felhasználásáról ők döntenek, biztonságérzetet és szabadságot ad nekik. A gyerekek tisztában vannak a gyűjtés fogalmával, hogy időbe telik és lemondásokkal jár. Van, aki teljesen tudatosan tervez, másoknál csak gyűlik a pénz, attól függetlenül, hogy lenne konkrét elképzelésük vele. A pénzköltés egyrészt önállóság érzetet, másrészt bizonytalanságot vált ki a gyerekekből, érzékelik, hogy kockázattal jár. A fiatalabbak ezért szinte mindig kikérik szüleik véleményét, az idősebb interjúalanyok drágább termékek esetén tanácskoznak szüleikkel.

Irodalomjegyzék

- Abramovitch, R., Freedman, J. L., Pliner, P. (1991): Children and money: Getting an allowance, credit versus cash, and knowledge of pricing. *Journal of Economic Psychology*, 12, 27-45. o.
- Bodnar, J. (1999): *Dollars & Sense for Kids*. Kiplinger's Washington Editors Inc.
- Bowen, C. F. (2002): Financial knowledge of teens and their parents. *Financial Counseling and Planning*, 13 (2), 93-101. o.
- Caruana, A., Vassallo, R. (2003): Children's perception of their influence over purchases: the role of parental communication patterns. *Journal of Consumer Marketing*, 20 (1), 55–66. o.
- Chen, H., Volpe, R. P. (1998): An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial Services Review*, 7, 107-128. o.
- Furnham, A., Thomas, P. (1984): Pocket money: A Study of Economic Education. *British Journal of Developmental Psychology*, 2, 205–212. o.
- Furnham, A. (2001): Parental attitudes to pocketmoney/allowances to children. *Journal of Economic Psychology*, 22, 397-422. o.
- Habschick, M., Seidl, B., Evers, J. (2007): *Survey of financial literacy schemes in the EU27 (VT Markt/2006/26H, Final Report)*., letöltve: http://ec.europa.eu/internal_market/finservices-retail/docs/capability/report_survey_en.pdf, letöltés ideje: 2012. január 3.
- Hofmeister-Tóth, Á. (2008): *A fogyasztói magatartás alapjai*. Aula Kiadó. Budapest.
- Kenesei, Zs. (2014): A pénzügyi kultúra fejlődése Magyarországon az elmúlt 15 évben. In: *Gazdaság, társadalom, fogyasztás – 1989-2014*. Budapest: GFK Hungária Piackutató Intézet.
- Kirkcaldy, B., Furnham, A., Martin, T. (2003): Parental Attitudes Towards Pocket Money, Trait Competitiveness and Occupational Stress. *Journal of Managerial Psychology*, 18, 305-323. o.
- Kovács Péter, Kosztópulosz Andreász, Révész Balázs, Kiss Gábor Dávid, Székelyhidi Katalin, Tulkán Tímea, Árva-Tóth Adrienn (2011): *Középiskolások pénzügyi kultúrájának felmérése – Összefoglaló tanulmány, az Econventio Közhasznú Egyesület és a Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar kutatócsoportja által végzett felmérés eredményei.*, <http://econventio.hu/#letoltheto-dokumentumok/penzugyi-kultura-felmeres-2011-tanulmany>, letöltés dátuma: 2014.02.16.
- Leiser, D. - Ganin, M. (1996): Economic participation and economic socialization. In P. Lunt, - A. Furnham (Eds.). *Economic socialization: The economic beliefs and behaviours of young people*. 93-109. o.
- Lowery, S. A., DeFleur, M. L. (1988): *Milestones in mass communication research: Media effects*. Longman. New York.

- McNeal, J. U. (1992): *Kids as customers: a handbook of marketing to children*. New York. Lexington books.
- McNeal, J. U. (2007): *On Becoming a Consumer: The Development of Consumer Behavior Patterns in Childhood*. Elsevier. Burlington. MA.
- Miller, J., Yung, S. (1990): The role of allowances in adolescent socialization. *Youth and Society*, 22, 137-159. o.
- Moschis, G.P., Moore, R. L. (1979): Decision Making Among the Young A Socialization Perspective. *Journal of Consumer Research*, 6 (2), 101-112. o.
- Mortimer, J., Dennehy, K., Lee, C., Finch, M. (1994): Economic socialization in the American family: The prevalence, distribution and consequences of allowance arrangements. *Family Relations*, 43, 23-29. o.
- Neulinger Ágnes, Zsótér Boglárka (2013): A családi fészekben élő fiatal felnőttek és fogyasztói döntéseik. *Vezetéstudomány*, 44 (9), 22-34.o.
- Rettig, K. D. (1983): Family as economic socialization agent. *Illinois Teacher of Home Economics*, 27 (1), 5-7. o.
- OECD (2014): *Financial Education for Youth. The Role of Schools*. OECD
- Sonuga-Barke, E. J. S., Webley, P. (1993). *Children's saving: A study in the development of economic behaviour*. Hillsdale. NJ: Lawrence Erlbaum.
- Spiro, R.L. (1983): Persuasion in Family Decision-Making. *Journal of Consumer Research*, 9, 393-402. o.
- Valkenburg, P. M., Cantor, J. (2001): The development of a child into a consumer. *Applied developmental psychology*, 22, 61-72. o.
- Vekerdy Tamás (2013): *Jól szeretni – Tudod-e, hogy milyen a gyereked?* Kulcslyuk Kiadó. Budapest.
- Ward, S. (1974): Consumer Socialization. *Journal of Consumer Research*. Vol. 1, No. 2. 1-14. oldal
- Wärneryd, K. E. (1999): *The psychology of saving: A study on economic psychology*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Zsótér Boglárka (2013): *A pénzügyi szocializáció aspektusai (1.) - A zsebpénz*, <http://www.penzugyiszemle.hu/tanulmányok-eloadasok/a-penzugyi-szocializacio-aspektusai-1-a-zsebpenz>, letöltés dátuma: 2015.04.03.