

A NEMZETI ADÓ- ÉS VÁMHIVATAL TÁJÉKOZTATÓ KIADVÁNYA KÖZÉRTHETŐSÉGÉNEK VIZSGÁLATA SZÉKESFEHÉRVÁRI KÖZÉPISKOLÁSOK KÖRÉBEN

Glávits Aliz – Darida Zsuzsa¹

ABSZTRAKT

Az adótudatosságra nevelés nem csak az edukációról szól, magába foglalja a két fél, az állampolgár és a hatóság (azon túl pedig az állam) közti kommunikáció, bizalom és együttműködés építését, fejlesztését is. Számos kutatás igazolta, hogy az adózásról szóló ismeretek oktatása hozzájárul az adómorál pozitív irányú változásához, formálja a hozzáállást és elősegíti a jogkövető magatartás megvalósulását. Ez a kutatás a magyar középiskolásokat célzó, adótudatosság fejlesztésére irányuló tudásbővítő program eredményességét helyezte a középpontba. A szerzők „előtte-utána méréses” kísérletet végeztek egy magyar megyeszékhely, Székesfehérvár két középiskolájának összesen 331, 9. és 11. évfolyamos diákja körében abból a célból, hogy felmérjék, milyen ismeretekkel rendelkezik a célcsoport, illetve milyen mértékben járul hozzá a Nemzeti Adó- és Vámhivatal (NAV) tájékoztató kiadványa a tanulók adózási ismereteinek gyarapodásához. A szerzők megállapították, hogy a NAV adózásról szóló kommunikációja csak kis mértékben jut el a megkérdezett diákokhoz, továbbá a NAV által a középiskolások számára készített tájékoztató brossúra esetenként kis mértékben közérthető. Az eredmények alapján olyan alternatív javaslatokat fogalmaztak meg, amelyek hozzájárulhatnak a középiskolás korú fiatalok adótudatosságának fejlesztéséhez, különös tekintettel a kommunikációs és tudásátadási módszerek felülvizsgálatára és újragondolására.

JEL – kódok: A21, D83, G53, M40, M48

Kulcsszavak: adótudatosság, tudásmenedzsment, edukáció, kommunikáció, középiskola

¹ Glávits Aliz PhD hallgató, Pannon Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola, Veszprém, levelező szerző. E-mail: glavits.aliz@phd.gtk.uni-pannon.hu.

Dr. Darida Zsuzsa adjunktus, Pannon Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Menedzsment Intézet, Szervezési és Vezetési Intézeti Tanszék, Veszprém. E-mail: darida.zsuzsa@gtk.uni-pannon.hu.

1. BEVEZETÉS

A világ országai azért küzdenek, hogy növeljék a fenntartható fejlődéshez szükséges bevételeket. Napjainkra a gyors politikai, gazdasági és társadalmi változások jellemzők, melyek a globális adórendszer átalakulásában is megmutatkoznak. A legtöbb ország keményen dolgozik a nemzetközi adózási morál javításán. Az adópolitika fejlesztése, aktualizálása és optimalizálása kulcsfontosságú. Ennek részeként ma már kiemelkedő szerepet kap az adótudatosság. Az adóelkerülés visszaszorítása és a jogsértő magatartás leküzdése a cél. Számos ország dolgozta ki az adótudatosság erősítését célzó programját. A legszembetűnőbb újítás a szemléletmód átformálása aszerint, hogy az adóhatóságok már sokkal inkább tekintenek partnerként, „szövetségesként” az adózóra, semmint egy alárendelt pozícióban lévő kötelezettre.

A magyar kormány is felismerte, hogy a polgár és az állam leginkább az adózáson keresztül érintkeznek, aminek következtében az adózó az állam működését az adózás során szerzett tapasztalatai alapján ítéli meg. Emellett számos esetben tapasztalható, hogy a magyar lakosság – beleértve a fiatal generációkat is – pénzügyi és adózási ismeretei hiányosak. Ezért a magyar kormány kidolgozta a pénzügyi tudatosság fejlesztését célzó stratégiai tervét, melyet a 1919/2017. (XII.8.) számú határozatában fogadott el. Ennek következtében a Magyar Nemzeti Bank oktatási programot indított, majd miután kormányzati szinten közpolitikai célként fogalmazódott meg a hazai lakosság pénzügyi tudatosságának növelése, a NAV is beépítette azt a soron következő stratégiai tervébe. A NAV adótudatossági programja keretében törekszik arra, hogy az állampolgárok ne csupán tudják az adózási szabályokat, hanem értsék is azok célját és hasznát. Ennek érdekében nemcsak a felnőttkorú lakosság edukálását és támogatását tűzte ki célul, hanem a gyerekek és a fiatalok ismereteinek bővítését, valamint az adófizetéshez történő viszonyulásuk formálását is. Ahhoz azonban, hogy mindez sikeresen és hatékonyan megvalósulhasson, vizsgálni szükséges azt, hogy a tudásátadás formája, nyelve, az arra használt csatornák mennyire alkalmasak és megfelelőek a cél teljesítéséhez, azaz az adótudatosság fejlesztéséhez. Abból eredően pedig, hogy az adózásra irányuló tudástranszfer kiterjed mind az explicit, mind pedig a tacit tudásra, továbbá ugyanúgy célozza a felnőtteket, ahogy a fiatalabbakat is és a célja egyfajta haszonszerzés, hiszen az állampolgár magabiztosabbá, tudatosabbá válik, tekinthetünk erre a folyamatra a tudásmenedzsment egy formájaként is.

Jelen tanulmány a továbbiakban a pénzügyi- és adótudatossággal kapcsolatos főbb fogalmakat mutatja be, majd a témával kapcsolatos korábbi kutatási eredmények felhasználásával ismerteti azt a tágabb környezetet (nemzetközi kontextust), amelynek keretében a Magyarországon működő rendszer pozicionálását segíti az olvasó számára. A szakirodalom ismertetése a tudásátadás, tudásmenedzsment

témájával vezet át az olvasót a Nemzeti Adó és Vámhivatal tudásmegosztási stratégiájára. A tanulmány ezt követően a kutatás célját, módszertanát és eredményeit mutatja be részletesen.

2. IRODALMI ÁTTEKINTÉS

2.1. Pénzügyi tudatosság

A pénzügyi kultúra egy komplex fogalom, amely magában foglalja a pénzügyi definíciók és termékek ismeretét és megértését, a pénzügyek tudatos kezelését, a kockázatok felmérését és figyelembevételét, megalapozott döntéshozatalt, továbbá a jártasság növelését és a rendelkezésre álló információk megfelelő hasznosítását (MNB, 2008). A pénzügyi kultúra fejlettségének mértéke egy társadalomban azt mutatja meg, hogy az adott ország lakossága mennyire ismeri az elérhető termékeket, mennyire képes eligazodni a pénzügyi szféra útvesztőiben, melynek elmaradása jelentős hatást gyakorol mind a mikro-, mind a makrogazdasági környezetre (Béres, 2013).

A magas pénzügyi kultúrával bíró háztartások, vállalkozások általában nem, vagy csak ritkán hoznak olyan pénzügyi döntést, amely hátrányt okoz a számukra (Zhang–Chatterjee, 2023). Ezáltal stabil környezetet teremtenek maguknak, a családjuknak, vállalkozásuknak (Kuchciak–Witkorowicz, 2021). Az ilyen családban felnövő gyermekek nagyobb eséllyel veszik át szüleik értékrendjét és követik azok példáját, hiszen látják és tapasztalják a pénzügyek kezelésének menetét (Livingstone et al., 2019; OECD, 2024; Sansone et al., 2019).

Klapper et al., (2012) megállapították, hogy a magas pénzügyi kultúrával rendelkező mikrogazdaság biztosabb alapokon nyugvó makrogazdaságot is teremt. Azaz, minél magasabb egy társadalom pénzügyi kultúrája, annál stabilabb az adott ország gazdasága, annál több a megtakarítás, a költségvetés annál biztosabb alapokon áll (Klapper et al., 2012). Ez azonban egy kényes egyensúly, hiszen a pénzügyi kultúra hatással van a gazdaságra és a gazdaság is befolyásolja a normákat, értékrendet, eszméket (Lone–Bhat, 2022).

2.2. Adótudatosság

Az adótudatosság feltétele az, hogy az adófizetők ismerjék, megértsék és elfogadják az adófizetés szükségességét és indokoltságát, továbbá önként teljesítsék az ehhez kapcsolódó kötelezettségüket (Gábos et al., 2007). A kötelességtudó adózó időben benyújtja a bevallásait és nincsen adóhátraléka évekre visszamenőleg

sem (Pandapotan–Tjen, 2018). Pandapotan–Tjen (2018) tanulmányukban utalnak Soemarso (2007) azon értekezésére, melyben alátámasztotta, hogy az adófizetés elmaradásának oka elsősorban az információ hiánya és rávilágított arra, hogy a magasabb fokú tájékozottság csökkenti az adóhiányt.

Az Európai Bizottság és az OECD-INFE (Organisation for Economic Co-operation and Development - International Network on Financial Education, magyarul: Gazdasági Együttműködési és Fejlesztési Szervezet - Nemzetközi Pénzügyi Oktatási Hálózat) által az elmúlt években kidolgozott számos módszertanból kitűnik, hogy az adótudatosság a pénzügyi kultúra egyik szegmense, részkompetenciája (European Union / OECD, 2023; OECD, 2016, 2019). Az adók a pénzügyi környezet nélkülözhetetlen és elkerülhetetlen részét képezik, amelylyel mindenki találkozik élete során (Lusardi–Messy, 2023). A fejlett adótudatosság annyit jelent, hogy az egyén tisztában van az adók fontosságával, az adózási szabályokkal, a formanyomtatványok, bevallások benyújtásának módjával, a határidőkkel és a mulasztás következményeivel (Taing–Chang, 2020). Magyarországon az adórendszer az önadózás elvére épül, amiből következik, hogy a központi költségvetés bevételeinek nagy része az önkéntes jogkövetés meglététől függ. Ezért kiemelt fontosságú a pénzügyi kultúra és az adótudatosság fejlesztése (European Union / OECD, 2023).

2.3. Pénzügyek gyerekszemmel

Vitathatatlan, hogy az alapvető pénzügyi folyamatok ismerete és megértése nélkül a munkavállalás, a társadalomba történő beilleszkedés nem tud megvalósulni. Ezért is jellemzi úgy Grifoni–Messy (2012) a fogalom lényegét mint „napjainkban nélkülözhetetlen készséget”. A pénzügyi kultúra esetében vannak olyan elemek, amelyek fejleszthetők, és vannak olyanok, amelyek kevésbé (Csiszárik–Kocsis–Garai–Fodor, 2018). Előbbibe tartoznak azok a kérdéskörök, amelyeket oktatással viszonylag könnyen lehet formálni (például a pénzügyi tudás, a szabályrendszerek, fogalmak). A pénzügyi kultúra nehezen fejleszthető részét pedig a „kultúra” kifejezés irányozza elő, ugyanis „A kultúra az ember viszonya az objektívációkhoz, vagyis az „emberi műhöz”, az ember által teremtett, megformált világhoz” (Vitányi, 2002:721). Ennek értelmében a kultúra egyfajta megfoghatatlan dolog, az adótudatosság vonatkozásában látott és tanult normákat, nézeteket és értékeket értjük alatta (Alexander et al., 2023). Ez a szülőktől, a közvetlen környezettől, illetve az online és offline tágabb közegből átvett attitűd, amit megváltoztatni rendkívül nehéz feladat, hiszen beépül az egyén jellemébe (Agnew et al., 2018; Koh–Lee, 2010).

Koh–Lee (2010) azt vizsgálták, mennyire befolyásolja a diákok pénzügyi nézeteit, döntéseit a családjuk vagy a környezetük. Kutatásuk megmutatta, hogy a gyerekek hozzáállását a szülők által eléjük állított minta jelentősen meghatározza. Utkarsh et al., (2020) szintén pozitív kapcsolatot mutattak ki a szülőkkel folytatott pénzügyi témájú beszélgetések és a pénzügyi kultúra szintje között. A szülők mellett a másik legjelentősebb hatást az oktatási intézmények és a diáktársak gyakorolják a fiatalokra. A harmadik legerősebb befolyásoló tényező a média, azon belül is a közösségi oldalak, tartalommegosztó portálok és egyéb médiaalkalmazások. Európában az internet hozzáférhetőségét elengedhetetlennek nyilvánították az oktatás, a munka, a szabadidő és a társadalomban való részvétel szempontjából (EUROSTAT_b, 2023). A felmérések szerint a fiatalok körülbelül 90%-a naponta használja az internetet Európában és az USA-ban egyaránt (EUROSTAT_a, 2023; Psyma Hungary, 2020; UNICEF, 2020). A kormányoknak tehát figyelemmel kell lenniük arra, hogy amennyiben szemléletformáló és támogató szándékkal fejleszteni szeretnék az országuk lakosságának – azon belül is a 18 év alatti fiatalok – attitűdjét, hozzáállását egy adott témakörben, úgy az ismeretbővítő programjukat mindhárom szintre (szülők, oktatás és internet) ki kell dolgozniuk annak érdekében, hogy a kommunikáció és az üzenet minél több réteghez eljusson. Mindezt úgy kell megvalósítani, hogy nem hagyhatják figyelmen kívül azt sem, hogy a fiatal generációk másféle, az idősebbek számára kevésbé ismert módon kezelik, szelektálják és tanulják meg a feljük áramló információkat (Szymkowiak et al., 2021).

2.4. Adótudatossági felmérések, eredmények

Több szervezet is folyamatosan méri a gyermekek, diákok, fiatalok és fiatal felnőttek pénzügyi fejlettségét; az OECD mellett Magyarországon például a Pénziránytű Alapítvány és a Társadalomkutatási Intézet Zrt. (Gábos et al., 2007; OECD, 2024; Pénziránytű Alapítvány, 2015). Világszerte foglalkoztatja a politikai döntéshozókat a polgárok pénzügyi tudatossága, amely elengedhetetlen a globális gazdaságban való részvételhez és a globális munkavállaláshoz. Ezeknek a készségeknek a fejlesztése elengedhetetlen a fellendüléshez, a stabil globális gazdaság létrejöttéhez, fontos továbbá a fiatalok munkanélkülisége és a nemek közti esélyegyenlőség szempontjából is (OECD, 2019). Az OECD-INFE felmérése élesen rávilágított arra a napjainkban fennálló és aktuális problémára, miszerint az érintett országokban – köztük Magyarországon is – a felnőttek csekély pénzügyi ismeretekkel rendelkeznek (OECD/INFE, 2020, 2023). Az OECD/INFE pontozási módszertanával kiszámított és meghatározott pénzügyi műveltségi pontszám az alapvető pénzügyi készségeket, magatartásokat és attitűdöket méri, ennek maximum értéke 21 lehet. Ez a maximális érték azt jelzi, hogy az egyén elsajátította

az alapvető pénzügyi fogalmakat és körütekintően, valamint tudatosan jár el a pénzügyeiben. A felmérés eredményei megmutatták, hogy a magyar felnőttkorú válaszadók a teljes mintában átlagosan csak 12,7 pontot értek el a 21-ből. Magyarországon ezen a felmérésen átlagon alul teljesített. A pénzügyi ismeretek tekintetében a magyar kitöltők alacsony tudásszinttel rendelkeznek és nagymértékben rugalmatlanok, a napi pénzügyeik jelentős stresszt okoznak a számukra. Az elmúlt években több kutatás irányult arra, vajon van-e összefüggés az adótudatosság és a pénzügyi ismeretek szintje, valamint az adófizetési kötelezettség teljesítése között. Többek között Nguyen T.T.L. et al., (2024), illetve Amin et al., (2022) is kimutatták a kapcsolat fennállását az adótudatosság szintje és az adófizetés teljesítése között, amiből következik, hogy amíg a magyar adófizetők pénzügyi kultúra-szintje a fentiekben említett felmérések alapján átlagon aluli, ez hatással lehet többek között az adóbevételek alakulására is.

Az OECD 2-3 évente a PISA keretrendszerben a 15 éves korosztály pénzügyi ismereteire irányulóan is végez felmérést, amely bár nem terjed ki közvetlenül az adótudatosságra, de releváns háttérinformációt nyújt a fiatalok pénzügyi műveltségére vonatkozóan. A legutóbbi, 2022-ben lebonyolított felmérésen 20 ország vett részt, közöttük Magyarország is. Az eredmények alapján a vizsgált 20 országból Magyarország a 10. helyen szerepelt. Az eredmények alapján a magyar válaszadók 8,6%-a rendelkezik magas adótudatossággal és stabil adózási ismeretekkel.

Az átlagon aluli pénzügyi (ezen belül adózási) ismeretekre vonatkozó hazai eredményekre tekintettel a szerzők megvizsgálták, hogy a NAV által alkalmazott tudásmegosztó eszközök alkalmasak-e az adózási ismeretek hatékony átadására. A kutatás középpontjában a tudás átadása, valamint annak módja, sikeressége áll.

2.5. Tudásmenedzsment

A tudásmenedzsment alapvetően egy üzleti modell, egy menedzsment módszer, melynek legfőbb célja a kollektív tudás – mint a szervezetek egyik legértékesebb vállalati vagyona – kezelésének, fejlesztésének és áramlásának biztosítása (Davenport et al., 2001). Azonban a tudomány és a technológia gyors fejlődése, illetve a társadalom változásai új nézőpontokat nyitnak és kitágítják ezen fogalmakat, átlépve a vállalati határokat. A modern információs és innovációs tudástranszfer-módszerek behatolnak életünk minden szférájába és társadalmi szinten is felkeltik annak igényét, hogy minden információ, ismeret elérhetővé váljon (Sedziuviene–Vveinhardt, 2009). Fontos viszont az, hogy a tudás hozzáférhetővé tétele még nem jelenti azt, hogy a tudástranszfer valóban meg is valósult (Tomka, 2009; hivatkozva Bencsik, 2024). Számos különböző tudásmenedzsment modell lelhető fel a szakirodalomban, melyek egyik közös kulcsmozzanata a tu-

dástranszfer (Bencsik, 2024). Ez a kutatás egy társadalmi szinten megvalósuló tudástranszfer-folyamat módszerét és eredményességét vizsgálja.

2.6. Tudásátadás

A tudásmegosztás megtestesíti a tárgyi tudás és tapasztalatok átadását, cseréjét egyaránt, mely a tudásmenedzsment sarokkövét képezi (Bencsik, 2024). Bár a tudásmenedzsment elsősorban a vállalatokban, szervezetekben létező tudás kezelésére szolgáló menedzsmenteszköz (Bencsik, 2024), azonban az adózásra vonatkozó tudás átadása és az adótudatosság fejlesztése sem más, mint egy információcsomag átadása, gondozása, naprakészen tartása, folyamatos aktualizálása (Zsótér–Nagy, 2012). A közigazgatás birtokolja mindazt a tudást, amely ahhoz szükséges, hogy az állampolgárok megfelelően eleget tehessenek adófizetési kötelezettségüknek. Ennek hatékony módon történő átadása kulcsfontosságú ahhoz, hogy egy nemzetgazdaság sikeresen teljesítse célkitűzéseit, és adóbevételeit biztosítani tudja. A közigazgatás érdeke, hogy a tudás az állampolgárok birtokába jusson és ők képesek legyenek hatékonyan alkalmazni azt, beépíteni az életükbe, a tevékenységeikbe, a viselkedésükbe. A tudástranszfer kapcsán azonban nem hagyhatók figyelmen kívül az egyes generációk tanulási és egyéb képességekben mutatkozó sajátosságai sem. Számos tanulmány bebizonyította, hogy a Z generáció figyelemfenntartása, koncentrációs készsége mérsékelt és jellemzően rövid feladatok elvégzésére alkalmas, bár ez a feladat jellegétől és a körülményektől függően változhat (Hammad, 2025; Rideout et al., 2010; Vizcaya-Moreno–Pérez-Canavera, 2020). Eszerint a Z generáció tagjai nehezen tudnak koncentrálni, könnyen elterelődik a figyelmük (Williams, 2019). Fontos továbbá, hogy a Z generációs diákok jelentős többsége folyamatosan használja a különböző technológiai eszközeit tanulás közben, ami azt jelzi, hogy a digitális eszközök, mint például a laptop, okostelefon és alkalmazások, szerves részét képezik tanulási folyamatuknak (Daugherty–Hoffman, 2013). Megfigyelés és gyakorlás útján tudnak hatékonyan tanulni, nem pedig PowerPoint-prezentációk olvasása és hallgatása révén (Shatto–Erwin, 2016).

A Nemzeti Adó- és Vámhivatal (a továbbiakban: NAV) kidolgozta adótudatossági programját, melynek célja a lakosság, és ezen belül a középiskolások adótudatosságának fejlesztése. A program része az a tájékoztató anyag is, amelyet jelen kutatás vizsgált. A következő fejezet a NAV adótudatosságfejlesztő törekvéseinek módszereit, kommunikációját mutatja be.

3. A NEMZETI ADÓ- ÉS VÁMHIVATAL ADÓTUDATOSSÁGI STRATÉGIÁJA

2010 és 2014 között a teljes magyar közigazgatás szervezetrendszerének átalakítása vette kezdetét, és ez a folyamat azóta is tart. Azáltal, hogy a paradigmaváltás egy újfajta megközelítést hozott, az állami adó- és vámhatóság kommunikációja is megváltozott, mind a színtér, mind pedig a hangvétel tekintetében. A NAV jelenleg elérhető stratégiájának (Nemzeti Adó- és Vámhivatal, 2021)^{2,3} egyik fő pillére az adótudatosság erősítése, de a jövő nemzedékének adótudatos magatartásra nevelésének támogatása már az ezt megelőző időszakokban is kulcsszerepet kapott.

Az adózással kapcsolatos tananyag tantervi szinten többnyire a gazdasági szakirányú képzést biztosító intézményekben (közgazdasági szakközépiskolákban és felsőfokú képzéseken) lelhető fel. Ezért a NAV külön erre a célra rendszeresen készít tájékoztató anyagokat (Nemzeti Adó- és Vámhivatal, 2025b), amikkel a középiskolák mindegyikét megcélozhatja. A NAV vármegyei igazgatóságai ezeket az előadásanyagokat felhasználva időszakosan ismeretbővítő előadásokat tartanak a középiskolai intézményekben. Az elsődleges célcsoportot a végzős diákok képezik, de már történtek elmozdulások az általános iskolás korosztály felé is. Az adózási szabályok fiatalabb generációk felé történő kommunikálása a szakmai centrumok keretében, állásbörzéken és fesztiválokon, vagy akár a Pénz7 rendezvénysorozaton is előfordul (Pénziránytű Alapítvány, évente). Ezen túl a közérthetőség⁴, valamint a médiával való kapcsolattartás is kiemelt szerepet kap. A NAV aktív sajtó- és kommunikációs tevékenységet folytat e téren. Ennek keretében az állami adó- és vámhatóság különösen nagy hangsúlyt helyez a sajtóközlemények, tájékoztatók, figyelemfelhívó információ- és interjúkérések teljesítésére. A szándékos adóelkerülőkkel szemben alkalmazott intézkedések-megjelenítésére és a hagyományos módszerek mellett „kerekasztal” beszélgetésre is van példa (Nemzeti Adó- és Vámhivatal, 2024, 2025a).

2 A Nemzeti Adó- és Vámhivatal 2021 és 2024 közötti időszakra vonatkozó stratégiája elérhető az alábbi linken: <https://nav.gov.hu/kiadvanyok/strategia-2020-2024./strategia-2020-2024>.

3 A Nemzeti Adó- és Vámhivatal következő, 2025-2030. időszakra vonatkozó szervezeti stratégiája a kézirat lezárása időpontjában (2026.02.08.) még nem elérhető.

4 A Nemzeti Adó- és Vámhivatal által a Közérthetőségi program keretében készített közérthetőségi kiadványok elérhetők az alábbi linken: <https://nav.gov.hu/kiadvanyok/kozerthetosegi-program>.

4. A KUTATÁS CÉLJA

Napjainkban egyre szélesebb körben vannak törekvések arra, hogy a középiskolás diákok megismerkedjenek az adózás rendszerével, alapfogalmaival, szabályaival. Jelen kutatás arra kereste a választ, vajon a NAV mennyire képes átadni az információkat azokon a tájékoztató anyagokon keresztül, amelyeket célzottan a diákok számára készített.⁵ A vizsgálat kiterjedt a 9. és 11. évfolyamos tanulók adózásra vonatkozó ismereteire. Ezt két egymástól eltérő időpontban készült adatfelvétellel mérték: az első a tudásátadást megelőzően, a második a tudásátadást követően valósult meg.

5. A KUTATÁS MÓDSZERTANA

A szerzők a kutatási célokra és hipotézisekre figyelemmel az előzetes és utólagos mérés módszerét alkalmazták. A NAV legújabb, középiskolásoknak szánt tájékoztató előadásának írásos anyagát vizsgálták elsősorban a közérthetőség szempontjából. Azért ezt választották, mert aktuális adózási ismereteket tartalmaz és megjelenésében igazodik a jelenkori igényekhez. A tájékoztató rendkívül sok információt tartalmaz, melyek olyan témakörökre is kitérnek, amik a kutatás szempontjából kevésbé voltak relevánsak (például külföldi munkavállalás szabályai), ezért azokat a felméréshez használt anyagból eltávolították (1. 1. melléklet). Annak érdekében, hogy javaslatokat fogalmazhassanak meg, amelyek elősegítik a NAV tájékoztatójának még közérthetőbbé tételét, a kiválasztott tájékoztató mellett a szerzők készítettek egy átalakított tájékoztató anyagot is, aminek segítségével vizsgálhatták a különböző változtatások hatását (2. 2. melléklet). Az átalakított tájékoztató tartalmilag megegyezik az eredetivel, azonban több szempontból különbözik tőle (a témakörök sorrendje; szóhasználat, nyelvezet; több kép, illusztráció és vizuális ábrázolás). A cél az volt, hogy a két előadásanyag közötti különbségekkel rávilágíthassanak azok jelentőségére a közérthetőség és a sikeres információátadás szempontjából. Az átalakított tájékoztatóban többek között a jogszabályi szövegeket képekre, piktogramokra cserélték, egyes folyamatokat illusztrációkkal ábrázoltak (a szöveges magyarázat helyett), illetve egy-egy oldalon lényegesen kevesebb információt helyeztek el.

A szerzők Székesfehérváron kerestek fel középiskolákat, a minta homogenitása érdekében mindhárom iskolatípust célba vették. Gimnáziumban, technikumban

5 A Nemzeti Adó- és Vámhivatal 2024-ben közzétett, Adózásról diákoknak című tájékoztató anyaga elérhető az alábbi linken: <https://nav.gov.hu/pfile/file?path=/ugyfeliranytu/fiataloknak/diakevek/adozasrol-diakoknak->.

és szakképző iskolában egyaránt felkérték a 9. és 11. évfolyamos tanulókat a válaszadásra (a szakképző iskolákban a 11. osztályt követően kerülnek ki a diákok a munkaerőpiacra, ezért esett erre az évfolyamra a választásuk). Az adatfelvétel tanórai keretek között 2024. márciusában valósult meg két középiskolában. A Székesfehérvári Vasvári Pál Gimnáziumban 143 gimnazista, a Székesfehérvári SZC Árpád Technikum, Szakképző Iskola és Kollégiumban 188 diák (68 szakképzős és 120 technikumos tanuló) vett részt az adatgyűjtésben. Az adatgyűjtés 4 osztályt érintett a szakképző iskolában, 6 osztályt a technikumban és 5 osztályt a gimnáziumban. A diákok körében két tájékoztató (az eredeti NAV által készített és az átalakított tájékoztató anyag) közérthetőségét vizsgálták, ezért a mintát két részre osztották, bázis-, illetve kontrollcsoportokra.

A tájékoztató anyagok közérthetőségének, hatékonyságának mérése egy 21 kérdést tartalmazó kérdőív előtte-utána kitöltésével történt (3. melléklet). A kérdőívek alkalmazásával az első kitöltés során a meglévő tudást rögzítették, a második kitöltés után a tájékoztatók hozzáadott értéke ismerhető meg. A tudásmérő tesztsor tartalma a NAV által készített, valamint az átalakított tájékoztató anyagokhoz szorosan kapcsolódott.

Az adatfelvétel első lépéseként a kérdőív kitöltése történt, majd a báziscsoportok az eredeti, a kontrollcsoportok pedig az átalakított tájékoztató anyagot ismerhették meg, végül a felmérést újabb tesztkitöltés zárta. Így a szerzők az ismerető anyagok közti eltérések hatását is vizsgálhatták. A kapott eredményeket az IBM SPSS Statistics v.23 statisztikai szoftverrel, többek között ismételt méréses kovarianciaanalízis elemzési módszerrel elemezték.

6. KUTATÁSI EREDMÉNYEK

6.1. A vizsgált minta jellemzői

A minta életkor- és iskolatípus szerinti megoszlását az 1. számú táblázat mutatja.

1. táblázat

A minta megoszlása

Iskolatípus	9. évfolyam	11. évfolyam
Szakképző	34 fő	34 fő
Technikum	38 fő	82 fő
Gimnázium	87 fő	56 fő
Összesen:	159 fő	172 fő
	331 fő	

Forrás: saját szerkesztés, 2024

A minta kiválasztásánál fontos szempont volt a csoportok homogenitása. A bázis- illetve kontrollcsoportok tekintetében sem iskolatípus, sem évfolyam szerint nincs szignifikáns eltérés a megoszlásokban (2. és 3. táblázat).

2. táblázat

A minta megoszlása a bázis- és a kontrollcsoportokban évfolyam szerint

		Csoport		Total
		Bázis (A)	Kontroll (B)	
Hányadik osztályos vagy?	9. évfolyam	82 fő	77 fő	159 fő
	11. évfolyam	85 fő	87 fő	172 fő
Total		167 fő	164 fő	331 fő
Chi-négyzet				6,95%

Forrás: saját szerkesztés, SPSS, 2024

3. táblázat

A minta megoszlása a bázis- és a kontrollcsoportokban iskolatípus szerint

		Csoport		Total
		Bázis (A)	Kontroll (B)	
Milyen iskolába jársz?	szakképző	36 fő	32 fő	68 fő
	technikum	62 fő	58 fő	120 fő
	gimnázium	69 fő	74 fő	143 fő
Total		167 fő	164 fő	331 fő
Chi-négyzet				7,72%

Forrás: saját szerkesztés, SPSS, 2024

6.2. A legfőbb eredmények bemutatása

A felmérés lényeges nehézségekre, hiányosságokra és fejlesztendő pontokra világított rá. Az adótudatosság erősítését célzó, diákoknak szánt online és offline tartalmak elterjedtségének, népszerűségének visszamérése központi kérdés volt a kutatásban. A 3. kérdésre⁶ kapott válaszok összesítése alapján kirajzolódott, hogy a 330 diák mindössze 20%-a (66 fő) látott már úgy adózáshoz köthető NAV által közzétett posztot, hirdetést, tájékoztatót, hogy az az emlékeiben is megmaradt. Ennek a 66 főnek a 77%-a (51 fő) tudta megnevezni azt a felületet, ahol az említett tartalmat látta⁷. Ez az összes válaszadó 15,45%-át jelentette. Ez alapján megállapítható, hogy a NAV által jelenleg kidolgozott és alkalmazott kommunikációs eszközök, módszerek kevésbé hatékonyak az információátadás tekintetében.

A kérdőív 16. kérdésére⁸, amely azt vizsgálta, hogy a megkérdezettek mennyire vannak tisztában a diákokra vonatkozó foglalkoztatási formákról szóló szabályokkal, a minta 45,73%-a jelölt helyes választ. A 17. kérdésre⁹ a tanulók 20,97%-a adott jó választ. Összefoglalva, a diákok kevesebb, mint fele válaszolt helyesen a rájuk vonatkozó szabályokat vizsgáló kérdésekre. Ez az eredmény szintén a tudásátadás során alkalmazott kommunikáció minőségének megfelelőségét kérdő-

6 3. kérdés: Láttál már korábban olyan tájékoztatót, előadást, videót, ami a NAV-ról (Nemzeti Adó- és Vámhivatalról) vagy az adózásról szólt?

7 4. kérdés: Ha az előző kérdésre igennel válaszoltál, akkor kérlek írd le, hol láttál NAV-os posztot, videót, tájékoztatót!

8 16. kérdés: Melyik foglalkoztatási forma jöhet létre kizárólag a diákok esetében?

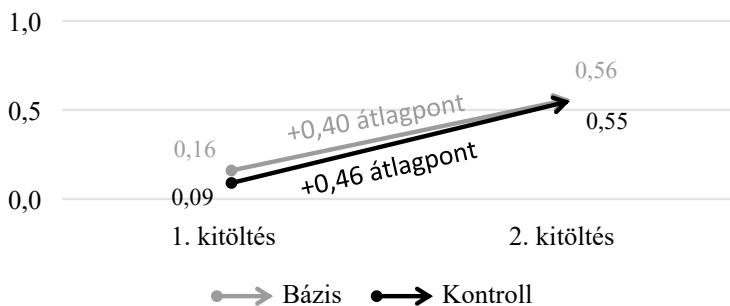
9 17. kérdés: Vállalhat munkát egy 15 éves diák tanév közben a hétvégekre?

jelezi meg, ami azért is lényeges, mivel a NAV nagy hangsúlyt fektet a diákok munkavállalási szabályairól szóló folyamatos tájékoztatásra.

A tudástranszfer eredményessége szempontjából a két tájékoztató közti különbséget olyan kérdéseknél tudták kimutatni, ahol az információ ábrázolása látványos volt, azaz a NAV tájékoztatójához képest az átalakított tájékoztató lényegesen nagyobb, színesebb piktogramokat, feliratokat tartalmazott, továbbá a szakszavakat mellőzve hétköznapi, egyszerű példákon keresztül mutatta be az átadott információt (például az adóbevételek felhasználását szöveges felsorolás helyett képekkel illusztrálták; az ÁFA fogalmát egy túrós édesség vételárán keresztül magyarázták el). A 6. kérdés¹⁰ a NAV mobilapplikációjára vonatkozott, amelynél a báziscsoporthoz képest a kontrollcsoport szignifikánsan jobb eredményt adott a második kitöltés alkalmával (sig. 0,003, a bázis-, illetve a kontrollcsoportok által elért pontok összesített átlaga és a két kitöltés közti változás az 1. ábrán látható). Az eredeti és az átalakított tájékoztató eltérően utal a mobilapplikációra, az átalakított verzió több alkalommal jelenít meg képet róla, hangsúlyosabbak a vizuális hivatkozások.

1. ábra

A kérdőív 6. kérdésére adott válaszok alakulása és a közöttük mutatkozó eltérés (sig. 0,003)



Forrás: saját szerkesztés, 2024

A különböző oktatási intézményekben tanuló diákok tekintetében szignifikánsan eltérő eredményeket értek el a kitöltők. Az eredeti és az átalakított tájékoztató elolvasását követően a három oktatási intézmény diákjai közül a szakképző, valamint a technikum tanulói által alkotott bázis- és kontrollcsoportok hasonló ered-

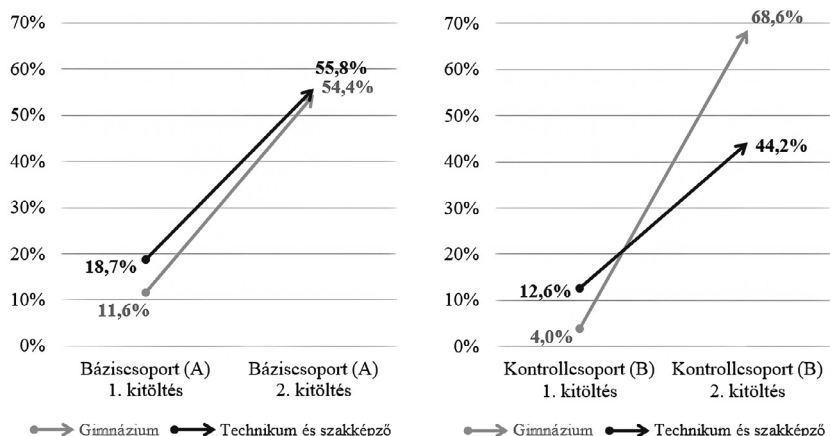
¹⁰ 6. kérdés: Tudsz-e arról, hogy elérhető a NAV mobilapplikáció?

ményeket produkáltak mind az első, mind a második kitöltés során, azonban a gimnazisták bázis- és kontrollcsoportjai számottevően eltérő eredményeket értek el. Azaz, a báziscsoporthoz képest a kontrollcsoport tagjai attól függően adtak szignifikánsan eltérő válaszokat a kérdőív kérdéseire, hogy a válaszadó melyik iskolatípus (szakképző iskola, technikum vagy gimnázium) tanulója volt.

Az eredményeket tekintve jól látszott, hogy a szakképző és a technikum eredményei nagyon hasonlóan alakultak a gimnáziuméval szemben, ezért a szerzők a három képzési forma helyett kétféle csoportosítva rendezték az adatokat és ennek megfelelően hoztak létre változókat (2. ábra). Az egyik halmaz tartalmazta a gimnáziumi tanulók tesztkitöltéseinek eredményét, a másik csoportba pedig a szakképző és technikum tanulóinak megszerzett pontszámai kerültek. Ezen differenciák ismeretével pontosabb és hatékonyabb tájékoztatási programot valósíthatna meg a NAV, mely által jelentősen elősegíthetné az adótudatosság fejlesztését a középiskolások körében.

2 ábra

A 6. kérdés eredményeinek százalékos alakulása a képzési típusok szerint (sig. 0,019)



Forrás: saját szerkesztés, 2024

A következő vizsgált témakör a 11. évfolyam „bemeneti” tudására irányul. Tekintve, hogy ennél a korcsoportnál már van esély rá, hogy a közeljövőben kilépnek a munkaerőpiacra, így a 11. évfolyamosok általános – alapszintű – tudását mind az adózási rendszer, mind pedig a társadalmi kérdések egészére tekintettel kiemelten érdemes kezelni, figyelni, felmérni és a hiányosságok pótlására törekedni.

A tájékoztatók elolvasását megelőzően az első tesztkitöltés alkalmával az alábbi kérdésekre tudták a legkevesebben, illetve a legtöbbben a helyes választ:

4. táblázat

A legkevesebb helyes választ elért kérdések a 11. évfolyam 1. kitöltése során

Amely kérdésekre a megkérdezettek kevesebb, mint fele válaszolt helyesen		
	Kérdés	Helyesen válaszolók aránya
6.	Tudsz-e arról, hogy elérhető a NAV mobilapplikáció?	15,12 %
17.	Vállalhat munkát egy 15 éves diák tanév közben a hétvégekre?	22,09 %
12.	Hol/ hova kell az adót megfizetni?	30,23 %
13.	Mit kell bevallani a személyijövedelemadó-bevallásban minden év május 20-ig?	37,21 %
14.	Miért fontos, hogy mindenki lelkiismeretesen és a törvény előírásai szerint fizesse az adót?	43,60 %
21.	Mi az az ügyfélkapu?	44,77 %

Forrás: saját szerkesztés, 2024

5. táblázat

A legtöbb helyes választ elért kérdések a 11. évfolyam 1. kitöltése során

Amely kérdésekre a megkérdezettek a legnagyobb arányban válaszoltak helyesen		
	Kérdés	Helyesen válaszolók aránya
8.	Mi az az adó?	92,44 %
15.	Mi a vám?	87,79 %
10.	Többek között mi a NAV feladata?	82,56 %
11.	Mi a magánszemély jövedelme?	70,35 %
19.	Miért kell mindenkinek gondoskodnia arról, hogy legyen társadalombiztosítása?	65,70 %

Forrás: saját szerkesztés, 2024

A megkérdezett 11. évfolyamos tanulók a tudásfelmérő kérdőíven (első kitöltés) a legkevesebb helyes választ többek között a NAV mobilapplikációra, a diákok munkavállalására és az SZJA bevallásra vonatkozó kérdésekre adták. Ez a NAV diákokat célzó kommunikációs stratégiájának kialakítása során jelentőséggel bír, mivel az állami adó- és vámhatóság részéről jelenleg is van elérhető tájékoztatás

a fenti témakörökben, amelynek sikeressége vagy közérthetősége ez alapján megkérdőjelezhető.

A vizsgálat feltérképezte, milyen véleményeket, tapasztalatokat hallottak a válaszadók a NAV-ról a körülöttük lévő közegben. Ez azért lényeges, mert NAV-ról kialakult képük meghatározhatja akár az adózáshoz vagy egyéb olyan tárgykörhöz való hozzáállásukat is, amelyet a NAV-hoz kötnek. A felmérés során a megkérdezettek 26%-a úgy nyilatkozott, hogy inkább negatív, 37,8%-a semleges, 3,6%-a inkább pozitív véleményeket, tapasztalatokat hallott a NAV-val kapcsolatban. A válaszadók 31,7% azt a választ jelölte, hogy semmit nem tud a NAV-ról, egyáltalán nincs véleménye. Ez alapján megállapítható, hogy a megkérdezett diákok döntő többsége (73,1%) jó vagy semleges véleményt formált a NAV-ról, vagy egyáltalán nincs is álláspontja. Ez a feljük irányzott kommunikáció kialakításakor alapvetően pozitívumként értékelhető, mert a megítélés vagy az attitűd formálása könnyebb lehet abban az esetben, ha a kiindulási alap pozitív vagy semleges.

A 14. kérdés¹¹ elsősorban az adótudatosság meglétének felmérésére irányult. Annak ellenére, hogy a jelölhető állítások mindegyike igaz, mégis, csak az egyik válaszlehetőség tükrözi azt, ha a diák valóban érti a „lelkiismeretes” szó szerepét az adófizetéssel kapcsolatos kontextusban.

A megkérdezettek 89,18%-a adott értékelhető választ erre a kérdésre, amelynek megoszlását a 6. táblázatban mutatjuk be.

6. táblázat

A 14. kérdésre adott válaszok aránya

Miért fontos az, hogy mindenki lelkiismeretesen és a törvény előírásai szerint megfizesse az adót?	Válasz aránya
Mert túl magas összegű büntetést kap az, aki nem fizet adót.	11,37 %
Mert akinek adótartozása van, az nem biztos, hogy kaphat a banktól hitelt, amikor szüksége lenne rá.	14,07 %
Mert az ország nagyrészt a befizetett adókból gazdálkodik.	40,18 %
Nem tudom	23,56 %

Forrás: saját szerkesztés, 2024

A válaszadó diákok alig több, mint 40%-a jelölte azt a válaszlehetőséget, amely az adótudatosság szempontjából a legoptimálisabb volt.

¹¹ 14. kérdés: Miért fontos az, hogy mindenki lelkiismeretesen és a törvény előírásai szerint megfizesse az adót?

A kérdőív 9 olyan kérdést tartalmazott, amely néhány – az adózáshoz kapcsolódó – konkrét alapdefinícióra irányult és amelyek vonatkozásában a NAV szakszöveget, helyenként jogszabályi magyarázatot alkalmazott a tájékoztatójában. Ezen kérdések esetében az első és második kitöltés során adott helyes válaszok aránya a teljes mintát tekintve átlagosan 8,43%-kal emelkedett (7. táblázat).

7. táblázat

Tárgyi tudásra irányuló kérdésekre érkezett helyes válaszok aránya és annak változása

	Kérdés	Helyes válaszok aránya az 1. kitöltés során	Helyes válaszok aránya a 2. kitöltés során	Változás
6.	Mit jelent a közteherviselés?	55,59%	75,53%	+ 19,94%
7.	Mi az az adó?	89,43%	84,29%	– 5,14%
10.	Többek között mi a NAV feladata?	77,34%	84,89%	+ 7,55%
11.	Mi az a jövedelem?	64,95%	70,39%	+ 5,44%
12.	Mi a vám?	83,38%	85,80%	+ 2,42%
13.	Melyik foglalkoztatási forma jöhet létre kizárólag a diákok esetében?	45,32%	61,03%	+ 15,71%
18.	Mi a személyi jövedelemadó?	55,29%	69,18%	+ 13,90%
20.	Mi a különbség a bruttó és a nettó jövedelem között?	55,89%	58,61%	+ 2,72%
21.	Mi az az ügyfélkapu?	38,37%	51,66%	+ 13,29%

Forrás: saját szerkesztés, 2024

Azon kérdések esetén, amelyek inkább az adótudatosságra fókuszáltak és könnyedebb témákat helyeztek fókuszba, a helyes válaszok változása a két kitöltés között átlagosan +24,37% volt (8. táblázat). Az adózás hétköznapi, gyakorlatibb megközelítését firtató témák megértése és elsajátítása értelemszerűen egy gyorsabb, gördülékenyebb folyamat.

8. táblázat

A gyakorlatiasabb, hétköznapiabb, adótudatosságra irányuló kérdésekre érkezett helyes válaszok alakulása

Kérdés	Helyes válaszok aránya az 1. kitöltés során	Helyes válaszok aránya a 2. kitöltés során	Változás
Tudsz-e arról, hogy elérhető a NAV mobilapplikáció?	12,08%	52,57%	+ 40,48%
Többek között mire fordítja az állam a befizetett adót?	54,98%	75,53%	+ 20,54%
Többek között mi a NAV feladata?	77,34%	84,29%	+ 6,95%
Hol/ hova kell az adót megfizetni?	32,63%	84,89%	+ 52,27%
Miért fontos, hogy mindenki lelkiismeretesen és a törvény előírásai szerint fizesse az adót?	40,18%	59,21%	+ 19,03%
Miért kell mindenkinek gondoskodnia arról, hogy legyen társadalombiztosítása?	57,10%	64,05%	+ 6,95%

Forrás: saját szerkesztés, 2024

A helyes válaszok arányából, alakulásából kitűnik, hogy a tárgyi tudásra irányuló kérdéskörökben a tájékoztató elolvasása kevésbé bizonyult eredményesnek, mint az adózáshoz, adótudatossághoz kapcsolódó könnyedebb témájúak esetében.

7. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

A hatékony tudásátadás érdekében elengedhetetlen a *megfelelő kommunikációs csatorna* kiválasztása. Az adórendszer és az adózás nem része az iskolai tananyag központi egységeinek, így általában olyan kurzusokon esik szó róla, amelyek a tanulók műveltségének, készségeinek és képességeinek fejlesztését célozzák, azonban szigorú számonkérés nem kapcsolódik hozzá, aminek eredményeképpen a diákok érdeklődése is csekélyebb. A felmérés során a megkérdezett 330 diák mindössze 20%-a nyilatkozott úgy, hogy találkozott már adózással vagy NAV-val kapcsolatos eseménnyel, digitális tartalommal, tájékoztatóval stb. Így ez alapján beigazolódott, hogy még ha az iskolában bizonyos időközönként meg is valósul egy-egy előadás, az csekély nyomot hagy a diákokban. Emellett fontos kettéválasztani a tárgyi tudás megosztását az attitűd formálásától. A „szárazabb”, adózáshoz kapcsolódó ismerethalmaz átadása egy komolyabb, fegyelmezettebb közeget, környezetet követel meg. A kutatás eredményei alátámasztották, hogy

az adózásra vonatkozó tudás átadása, majd sikeres elsajátítása más típusú kommunikációt, módszert igényel, mint az adótudatosság fejlesztését célzó, hétköznapi és gyakorlati ismeretek megosztása és megértése (7. és 8. táblázat). Mindezek alapján a szerzők indokoltnak látják két elkülönülő stratégiai irány kialakítását: a tárgyi tudás fejlesztését célzó oktatási programok alkalmazása mellett az attitűd formálását előtérbe helyező kommunikációs programok létrehozását. A fiatalok kommunikációs sajátosságait figyelembe véve ez utóbbi stratégiai irány a közösségi média platformjain is megvalósítható. Kötetlenebb stílusban, a korosztály által ismert csatornákon és a számukra meghatározó közismert személyek (akár influenszerek) bevonásával. Ezzel szemben az adózási alapfogalmak kifejtése, megtanítása összpontosítást és időt igényel, az arra irányuló edukáció célja, hogy a tudástartalmat (amire a diákoknak később szükségük lehet) úgy adja át, hogy azt hosszútávon is megjegyezzék. Ebből kifolyólag az adózáshoz kapcsolódó oktatást célszerűbb iskolai keretek között megvalósítani.

Az optimális kommunikációs csatorna kiválasztása mellett szintén fontos a *tájékoztató módszertanának felülvizsgálata*. A vizsgálat során megkérdezett diákok az adózásról szóló tájékoztatók megismerése után átlagosan 8,43%-kal adtak több helyes választ a definíciókat, szakszöveget tartalmazó ismeretekre vonatkozóan és 24,37%-kal többet a könnyedebb, gyakorlatiasabb témákban. Annak érdekében, hogy a tudástranszfer sikerebben megvalósulhasson, a tárgyi tudásuk bővítéséhez javasolt elhagyni a papír alapú ismertető alkalmazását, illetve a megszokott előadásjellegű tájékoztató órák vagy foglalkozások megtartását. Tanácsos lehet az adott generáció sajátosságaihoz illeszkedő oktatás-módszertani elemek alkalmazása (például szövegek helyett képek alkalmazása, nagyobb egységek kisebb részekre való bontása, szakszavak hétköznapi nyelven való magyarázata, a diákok életéből vett analógiák példaként való használata stb.). Jelen kutatás eredményei is alátámasztották, hogy a hagyományos iskolai közeg okozta monotonitás elkerüléséhez – még ha a környezeten változtatni nem is lehet – az ismereteket közvetítő eszközöket, módszereket, azaz a tudástranszfer módját, eszközét javasolt újra gondolni és felfrissíteni. Ez összhangban áll Shatto–Erwin (2016) megállapításaival is, miszerint a Z generáció számára már nem hatékonyak a hagyományos ismeretátadási eszközök (mint pl. PowerPoint). Az iskolai infrastruktúra korlátait figyelembe véve növelhető a hatékonyság a definíciókról szóló közérthető, a célzott korcsoport sajátos kommunikációs jellemzőihez igazodó rövid oktatóvideók alkalmazásával. A vizuális ábrázolás és egy színes, illusztrációkban gazdag digitális tananyag alkalmazása elősegítheti az összetett és idegen ismerethalmaz megértését. A tárgykör nehézsége okán azonban szükséges lehet a videó levetítését követően egy – tanár, előadó, szakember segítségével lebonyolított – kötetlen beszélgetés, ahol a felmerülő kérdések tisztázására van lehetőség. Szymkowiak et al., (2021) a Z generáció oktatásáról szóló tanulmá-

nyukban bebizonyították, hogy az internet és a technológiai fejlődés átformálta a fiatalok tanulásának, illetve az információk megszerzésének és elsajátításának módját. A kutatás eredményei alapján a szerzők javasolják az illusztrációkkal elkészített rövid videók, digitális tananyagok vagy akár okostelefonról elérhető oktató applikációk kidolgozásának megfontolását az adózással kapcsolatos ismeretek és pénzügyi tudás átadása céljából.

8. A KUTATÁS KORLÁTAI ÉS FOLYTATÁSÁNAK JÖVŐBELI IRÁNYAI

A kutatás eredményeinek értelmezése során szükséges figyelembe venni a vizsgálat korlátait. A felmérés csak székesfehérvári diákokat vizsgált, ezért az eredmények elsősorban feltáró jellegűek és inkább tendenciák azonosítására alkalmasak, mintsem általános következtetések levonására. Mivel minden osztálynál egy tanórát biztosítottak az oktatási intézmények, ezért osztályonként mindössze 45 perc állt rendelkezésre. Ennek következtében ügyelni kellett a tájékoztatók és a kérdőívek terjedelmére. Nehézséget okozott továbbá, hogy az egyes iskolákban különböző technikai eszközök érhetőek el, ezért a tesztek és a tájékoztató anyagokat papír alapon tudták a válaszadók rendelkezésére bocsátani, továbbá a különböző digitális megoldások tesztelésére sem volt lehetőség.

Ezen korlátok ugyanakkor egyértelműen kijelölik olyan új, jövőbeli kutatások irányát, amiknek eredményei tovább segíthetik a tudásátadást, az adótudatosság fejlődését. Ennek megfelelően a NAV diákokat célzó kommunikációját illetően a jövőben a következőket célszerű megvizsgálni:

- az iskolatípus és a diákok életkora szerinti különbözőségeket és azoknak kommunikáció befogadására való hatását;
- a kommunikáció tartalmi elemeit, szóhasználatát, annak befogadhatóságát;
- a diákok által kedvelt és ténylegesen használt kommunikációs csatornákat, valamint az adott csatornákon népszerű tartalomgyártók tevékenységét;
- az iskolai keretek között zajló oktatás módszertanának fejlesztési lehetőségeit.

A fenti kutatás eredményei jelentősen hozzájárulhatnak a napjainkban alkalmazott tudástranszfer- és kommunikációs eszközök, módszerek felülvizsgálatához, azok fejlesztéséhez, továbbá rávilágíthatnak a téma jelentőségére.

9. ÖSSZEFOGLALÁS

A középiskolás korosztály számára az adózás egy ismeretlen és bonyolult témakör, amit Grifoni–Messy (2012) támasztott alá az OECD/ INFE által kiadott tanulmányukban. A szakirodalmi áttekintés során a szerzők feltárták, hogy az állampolgárok pénzügyi műveltségének szintje és az ahhoz kapcsolódó attitűdje jelentős hatással lehet egy nemzet gazdaságára. Ezért a társadalom pénzügyi kultúrára irányuló fejlesztése rendkívül fontos nem csak a nemzetgazdaság tekintetében, de az egyén számára is. A szerzők által feldolgozott szakirodalmak rávilágítottak, hogy a magyar felnőtt korosztályhoz hasonlóan a magyar középiskolás diákok pénzügyi (és ezen belül adózási) ismeretei alig érik el azt a minimum tudásszintet, ami a hétköznapi pénzügyi ügyletek és tranzakciók magabiztos lebonyolításához szükségesek. A hazai szakirodalomban a középiskolás korosztály adózással kapcsolatos tudásszintjének vizsgálata csak korlátozott mértékben jelent meg, továbbá nem állnak rendelkezésre olyan magyar empirikus kutatási eredmények, amelyek a NAV edukációs célú anyagainak tényleges hatását vizsgálták. A kutatás célja az volt, hogy feltárja a 9. és 11. évfolyamos diákok adózásra vonatkozó tudását, a NAV ilyen témájú kommunikációjának eredményességét, továbbá megvizsgálják a NAV – egy középiskolásoknak készített és az adótudatosság fejlesztését célzó – tájékoztató anyagát, annak közérthetőségét. Két székesfehérvári középiskola 331 tanulója körében végeztek adatfelvételt, amelynek során előzetes és utólagos mérési módszerrel elemezték a NAV tájékoztató anyaga és annak egy szerzők által átalakított változata hozzáadott értékének mértékét, az azok hatása közti különbséget. A felmérés során feltárták, hogy a célcsoport jelentős hányada nem találkozik az adózással vagy a NAV-val kapcsolatos tartalmakkal, ismertetőikkel, ami arra világíthat rá, hogy nem megfelelőek az alkalmazott kommunikációs módszerek és csatornák. Az eredmények megerősítették továbbá, hogy egyes konkrét és a diákokra vonatkozó adózási szabályokról minimális (vagy helytelen) információval rendelkeznek. Kimutatták, hogy a jelenleg alkalmazott edukációs módszer, amellyel az adózási tudás átadását valósítja meg az állami adó- és vámhatóság, elavult és kis hatékonyságot ér el, ezért annak felülvizsgálata és fejlesztése indokolt. Ez feltárta, hogy a középiskolások számára a NAV által készített előadásanyag kis mértékben közérthető (szövegcentrikusság, bonyolult szóhasználat, vizuális elemek hiánya jellemzi). A kutatás eredményei rámutattak, hogy eltérő módon veszik át és sajátítják el a kapott információkat a különböző típusú oktatási intézmények tanulói, továbbá beigazolódott, hogy a korosztálybéli különbségek is fontos szerepet játszanak a tudásmegosztás folyamatában. Ugyanerre Ország (2018) is rávilágított tanulmányában. Ez a kutatás újszerű megközelítést alkalmaz, mivel Magyarországon korábban nem készült

olyan empirikus vizsgálat, amely az adózási ismeretek közvetítésére szolgáló eszközök hatékonyságát mérte, emellett számos olyan jövőbeli vizsgálat lehetőségét is felveti, melyek további támpontot adhatnak a középiskolásokat célzó adótudatossági stratégiák, illetve a sikeres tudástranszfer-módszerek kidolgozásához.

1. melléklet

Az eredeti tájékoztató elérési linkje:

https://drive.google.com/file/d/1pLTL82En1azj9vTB5Fn_1GpklsCSXaSP/view?usp=sharing

2. melléklet

Az átalakított tájékoztató elérési linkje:

https://drive.google.com/file/d/1_c_NU4bCMiGD4gZZxHu_LobiozEJd7Jb/view?usp=drive_link

3. melléklet

Kérdőív

ADÓTUDATOSSÁGI TESZT A KÖZÉPISKOLÁS KOROSZTÁLY SZÁMÁRA		
T ₁	Hányadik osztályos vagy? (kérlek, húzd alá a választod)	9. osztályos 11. osztályos
T ₂	Milyen iskolába jársz? (kérlek, húzd alá a választod)	Szakképző Technikum Gimnázium
T ₃	Láttál már korábban olyan tájékoztatót, előadást, videót, ami a NAV-ról (Nemzeti Adó- és Vámhivatalról) vagy az adózásról szólt? (kérlek, húzd alá a választod)	igen nem
T ₄	Ha az előző kérdésre igennel válaszoltál, akkor kérlek írd le, hol láttál NAV-os posztot, videót, tájékoztatót:	
T ₅	Mit hallottál/ láttál/ tapasztaltál eddig a NAV-ról? (kérlek, tegyél X-et a megfelelő válasz előtti négyzetbe)	☐ Inkább negatív dolgokat hallottam a NAV-ról.
		☐ Semleges, közömbös véleményeket, tapasztalatokat hallottam a NAV-ról.
		☐ Inkább pozitív véleményeket hallottam a NAV-ról.
		☐ Semmit nem tudok a NAV-ról, nincs véleményem, tapasztalatom.

T ₆	Tudsz-e arról, hogy elérhető a NAV mobilapplikáció? (kérlek, húzd alá a választ)	igen nem
----------------	---	----------

Kérlek, karikázd be annak a válasznak a betűjelét, amelyik szerinted helyes:

!!! mindegyik kérdésre csak egy válasz jelölhető be !!!

T ₇	Mit jelent a közteherviselés?	a)	Azt, hogy minden magyar állampolgár köteles adókat és járulékokat fizetni
		b)	Azt jelenti, hogy a családoknak minden évben a bevallás mellett a jövedelmük bizonyos százalékát fel kell ajánlaniuk egy civil szervezetnek vagy egyházi közösségnek
		c)	Egyházadót jelent.
		d)	Nem tudom
T ₈	Mi az az adó?	a)	Az adó az emberek döntése szerinti nagyságú befizetett összeg az ország „kasszájába”
		b)	Az adó egy hozzájárulás, amit mindenkinek kötelezően fizetnie kell az államnak a törvényi előírások szerint.
		c)	Az a fix összeg, amelyet születéstől fogva mindenkinek havonta meg kell fizetnie az államnak.
		d)	Nem tudom
T ₉	Többek között mire fordítja az állam a befizetett adót?	a)	Például benzinkutak üzemeltetésére.
		b)	Például gyárak üzemeltetésére.
		c)	Például kórházak üzemeltetésére.
		d)	Nem tudom
T ₁₀	Többek között mi a NAV feladata?	a)	Az adók beszedése, kezelése.
		b)	A nyugdíjak kezelése.
		c)	A NAV a magyar kormány törvényhozó szerve.
		d)	Nem tudom

T ₁₁	Mi a magánszemély jövedelme?	a)	A jövedelem vagyont jelent.
		b)	A jövedelem bevételt jelent.
		c)	A jövedelem családi adókedvezményt jelent.
		d)	Nem tudom
T ₁₂	Hol / hova kell az adót megfizetni?	a)	A Magyar Államkincstárnak.
		b)	A helyi önkormányzatnak vagy a Nemzeti Adó- és Vámhivatalnak.
		c)	A helyi Kormányhivatalnak.
		d)	Nem tudom
T ₁₃	Mit kell bevallani az személyijövedelemadó-bevallásban minden év május 20-ig?	a)	Azt, hogy az előző évben mekkora vagyona volt a családnak.
		b)	Azt, hogy az előző évben mennyi volt az összes bruttó jövedelmünk.
		c)	Minden évben be kell vallani, ha emelkedett vagy csökkent a fizetésünk.
		d)	Nem tudom
T ₁₄	Miért fontos, hogy mindenki lelkiismeretesen és a törvény előírásai szerint fizesse az adót?	a)	Mert túl magas összegű büntetést kap az, aki nem fizeti az adót.
		b)	Mert akinek adótartozása van, az nem biztos, hogy kaphat a banktól hitelt, amikor szüksége lenne rá.
		c)	Mert az ország nagyrészt a befizetett adókból gazdálkodik.
		d)	Nem tudom

T ₁₅	Mi a vám?	a)	A vámot azok után a termékek után kell fizetni, amiket külföldről hozunk be az országba, vagy külföldre viszünk ki.
		b)	A vámot azok után a termékek után kell kifizetni, amiket Magyarországon gyártottak.
		c)	A vámot a külföldi emberek fizetik meg azért, hogy Magyarországon tartózkodhassanak.
		d)	Nem tudom
T ₁₆	Melyik foglalkoztatási forma jöhet létre kizárólag a diákok esetében?	a)	Munkaviszony.
		b)	Egyszerűsített foglalkoztatás vagy megbízási szerződés.
		c)	Szakképzési szerződés vagy iskolaszövetkezet tagság.
		d)	Nem tudom
T ₁₇	Vállalhat munkát egy 15 éves diák tanév közben a hétvégekre?	a)	Igen
		b)	Igen, de csak ha a hétvége iskolai szünet idejére esik
		c)	Nem
		d)	Nem tudom
T ₁₈	Mi a személyi jövedelemadó?	a)	Az, amit a magánszemélyek a vagyonaik után fizetnek.
		b)	Az, amit az magánszemélyek a jövedelmeik után fizetnek.
		c)	Az, amit a magánszemélyek az ingatlanjaik után fizetnek.
		d)	Nem tudom
T ₁₉	Miért kell mindenkinek gondoskodnia arról, hogy legyen társadalombiztosítása?	a)	Azért, hogy ne legyen tartozása az állam felé.
		b)	Azért, hogy kapjon egészségügyi ellátást.
		c)	Azért, hogy vállalhasson munkát.
		d)	Nem tudom

T ₂₀	Mi a különbség a bruttó és a nettó jövedelem között?	a)	A bruttó jövedelem még tartalmazza az adókat is, a nettó már nem.
		b)	A nettó jövedelem még tartalmazza az adókat is, a bruttó már nem.
		c)	Bruttó jövedelem az, amit a dolgozó készpénzben kap meg, nettó pedig az, amelyiket utalással.
		d)	Nem tudom
T ₂₁	Mi az az ügyfélkapu?	a)	Ügyfélkapuknak nevezik az ügyfélszolgálatokat, ahol személyesen lehet hivatalos ügyeket intézni.
		b)	Az egy olyan szolgáltatás, amivel azonosíthatjuk magunkat a digitális térben és online tudunk hivatalos ügyeket intézni.
		c)	Az ügyfélkapu egy olyan adatbázis, ami az állampolgárok adatait tartalmazza.
		d)	Nem tudom
T ₂₂	Mi segített volna Neked abban, hogy könnyebben ki tudd tölteni a kérdőívet? Szerinted mit változtassunk ezen a diasoron?		
T ₂₃	Kérlek, értékeld egy 1-től 5-ig terjedő skálán azt, hogy az első kitöltéshez képest mennyivel volt könnyebb a második kitöltés! (Az 1-es jelenti azt, hogy egyáltalán nem volt könnyebb, azaz ugyanolyan nehéz volt a másodikat kitölteni, mint az elsőt, az 5-ös pedig azt jelenti, hogy az első kitöltéshez képest a második sokkal könnyebb volt.)		

HIVATKOZÁSOK

- Agnew, S. – Maras, P. – Moon, A. (2018): Gender differences in financial socialization in the home – An exploratory study. *International Journal of Consumer Studies*, 42(3), 275–282. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12415>.
- Alexander, P – Balavac-Orlic, M. – Lymer, A. – Mukherjee, S. (2023): Further Improving Our Understanding of the Tax Awareness, Tax Literacy and Tax Morale of Young Adults. *Journal of Tax Administration*, 8(1), 193–220. <https://jota.website/jota/article/view/17>.
- Amin, S. N. – Buhari, P. Z. A. – Yaacob, A. S. – Iddy, Z. (2022): Exploring the Influence of Tax Knowledge in Increasing Tax Compliance by Introducing Tax Education at Tertiary Level Institutions. *Open Journal of Accounting*, 11(2), 57–70. <https://doi.org/10.4236/ojacct.2022.112004>.
- Bencsik, A. (2024): Tudásmenedzsment elméletben és gyakorlatban – Az üzleti stratégiától a mesterséges intelligenciáig (Első kiadás). *Akadémiai Kiadó*, <https://doi.org/10.1556/9789636640187>.
- Béres, D. (2013): A pénzügyi kultúra – Mi is ez valójában? Corvinus University of Budapest – *Financial Review (Pénzügyi Szemle)*. <http://real.mtak.hu/154859/> (letöltve: 2025.01.10.).
- Csiszárík-Kocsis, Á. – Garai-Fodor, M. (2018): Miért fontos a pénzügyi ismeretek oktatása a Z generáció véleménye alapján? *Polgári Szemle (Citizen's Review)* 14(1–3), 107–119. <https://doi.org/10.24307/psz.2018.0809>.
- Daugherty, T. – Hoffman, E. (2013): eWOM and the importance of capturing consumer attention within social media. 20(1–2), 82–102. <https://doi.org/10.1080/13527266.2013.797764>.
- Davenport, T. H. – Prusak, L. – Andó, É. (2001): Tudásmenedzsment. *Kossuth Kiadó*, http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/4826/1/VT_2001n1p59.pdf. (letöltve: 2025.01.18.).
- European Union / OECD (2023): Financial literacy: Commission publishes joint EU/OECD Financial Competence framework for children and youth. *European Union / OECD*, https://finance.ec.europa.eu/publications/commission-and-oecd-infe-publish-joint-framework-children-and-youth_en. (letöltve: 2024.10.15.).
- EUROSTAT_a. (2023): Digital economy and society statistics—Households and individuals. EUROSTAT https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Digital_economy_and_society_statistics_-_households_and_individuals. (letöltve: 2024.10.05.).
- EUROSTAT_b. (2023): Being young in Europe today—Digital world. *European Union*, https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Being_young_in_Europe_today_-_digital_world. (letöltve: 2024.01.06.).
- Gábos, A. – Keller, T. – Medgyesi, M. – Tóth, I. (2007): Adótudatosság, fiskális illúziók és az állami úraelosztással kapcsolatos preferenciák 2007-ben Magyarországon. *Tárki Társadalomkutatási Intézet*, <https://www.tarki.hu/adatbank-h/kutjel/pdf/b190.pdf>. (letöltve: 2024.09.16.).
- Grifoni, A. – Messy, F.-A. (2012, April 20): Current Status of National Strategies for Financial Education: A Comparative Analysis and Relevant Practices. *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions*, <https://dx.doi.org/10.1787/5k9bcwct7xmn-en>.
- Hammad, H. S. (2025): Teaching the Digital Natives: *Examining the Learning Needs and Preferences of Gen Z Learners in Higher Education*. 6(2), 214–242. <https://doi.org/10.21608/tjhss.2025.346098.1303>.
- Klapper, L. F. – Lusardi, A. – Panos, G. A. (2012): Financial Literacy and the Financial Crisis. *SSRN Electronic Journal*, 03(2017–007), 54. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2038765>.
- Koh, N. K. – Lee, C. B. (2010): “Because My Parents Say So” – Children’s monetary decision making. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 9, 48–52. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2010.12.114>.
- Kuchciak, I. – Witkorowicz, J. (2021): Empowering Financial Education by Banks – Social Media as a Modern Channel. *Journal of Risk and Financial Management (JRFM)*, 14(3), 118. <https://doi.org/10.3390/jrfm14030118>.

- Livingstone, S. – Kardefelt-Winther, D. – Saeed, M. – UNICEF Office of Research – Innocenti. (2019): *Global Kids Online Comparative Report* (135 p.) [Research paper]. *UNICEF Office of Research – Innocenti (Innocenti Research Report)*. <https://www.unicef.org/innocenti/media/7011/file/GKO-Comparative-Report-2019.pdf>. (letöltve: 2024.11.20.).
- Lone, U. M. – Bhat, S. A. (2022): Impact of financial literacy on financial well-being: A mediational role of financial self-efficacy. *Journal Of Financial Services Marketing*, 29(1), 122–137. <http://dx.doi.org/10.1057/s41264-022-00183-8>.
- Lusardi, A. – Messy, F.-A. (2023): The importance of financial literacy and its impact on financial wellbeing. *Journal of Financial Literacy and Wellbeing*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.1017/flw.2023.8>.
- MNB (2008): Együttműködési megállapodás. *Hungarian National Bank (MNB)*, <https://www.mnb.hu/letoltes/0415mnbpszafmegallpodas-penzugyi-kultura-fejleszte.pdf>. (letöltve: 2024.11.07.).
- Nemzeti Adó- és Vámhivatal (2021): A Nemzeti Adó-és Vámhivatal 2021 és 2024 közötti időszakra vonatkozó stratégiája. *Nemzeti Adó- és Vámhivatal*. <https://nav.gov.hu/kiadvanyok/strategia-2020-2024./strategia-2020-2024>. (letöltve: 2025.04.02.).
- Nemzeti Adó- és Vámhivatal (2024): Konzultációra hívja az adószakmát a NAV. https://nav.gov.hu/sajtoszoba/hirek/Konzultaciora_hivja_az_adoszakmat_a_NAV. (letöltve: 2024.12.29.).
- Nemzeti Adó- és Vámhivatal (2025a): Élethelyzetek adózása. <https://nav.gov.hu/Elathelyzetek-adozasa> (letöltve: 2025.07.09.).
- Nemzeti Adó- és Vámhivatal (2025b): Élethelyzetek adózása – Diákévek. <https://nav.gov.hu/Elathelyzetek-adozasa/diakévek> (letöltve: 2025.07.09.).
- Nguyen, T. T. L. – Mac, Y. T. H. – Cuong, T. T. – Nguyen, M. T. H. (2024): The Impact of Tax Awareness on Tax Compliance: Evidence from Vietnam. *Journal of Tax Reform*, 10(2) 214–227. <https://doi.org/10.15826/jtr.2024.10.2.165>.
- OECD (2016): Skills Matter: Further Results from the Survey of Adult Skills. *OECD Publishing*. <https://doi.org/10.1787/9789264258051-en>.
- OECD (2019): Conceptual learning framework, Attitudes and values. *Organisation for Economic Co-operation and Development*. https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/about/projects/edu/education-2040/concept-notes/Attitudes_and_Values_for_2030_concept_note.pdf. (letöltve: 2024.02.19.).
- OECD (2024): PISA 2022 Results (Volume IV): How Financially Smart Are Students? *OECD Publishing*. <https://doi.org/10.1787/5a849c2a-en>.
- OECD/INFE (2020): International Survey of Adult Financial Literacy (Policy Paper No. 39.). *OECD / INFE*. <https://doi.org/10.1787/145f5607-en>.
- OECD/INFE (2023): International Survey of Adult Financial Literacy. *OECD / INFE*. <https://doi.org/10.1787/56003a32-en>.
- Ország, A. (2018): A hazai középiskolások pénzügyi műveltségi vizsgálatának módszertani kérdései. *Prosperitas*. <https://ideas.repec.org/a/bbs/prospe/v5y2018i2p10-21.html> (letöltve: 2024.12.17.).
- Pandapotan, D. – Tjen, C. (2018): Tax Awareness of the Conceptions of Tax Compliance within Surabaya Society: A Study in Surabaya, Indonesia. *6th International Accounting Conference (IAC 2017)*. <http://dx.doi.org/10.2991/iac-17.2018.4>.
- Pénziránytű Alapítvány (2015): A Pénziránytű Alapítvány által lebonyolított pénzügyi kultúra kutatás fő eredményeinek bemutatása. *Pénziránytű Alapítvány*. https://penziranytu.hu/sites/default/files/csatolmany/oecd_kutatasi_eredmenyek_2015_11_02.pdf. (letöltve: 2024.08.19.).
- Pénziránytű Alapítvány (évente) *Pénz7*: [Előadássorozat]. *Pénz7 (MoneyWeek)*, <https://www.penz7.hu/egyutt-a-penzugyi-kulturaert.cshtml> (letöltve: 2025.03.18.).
- Psyma Hungary (2020): Gyermekek a neten és digitális szülőség (Survey No. 2.; 1–22.). *Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság*. <https://nmhh.hu/dokumentum/224643/mediahasznalat2020rovidi109.pdf>. (letöltve: 2024.12.05.).

- Rideout, V. J. – Foehr, U. G. – Roberts, D. F. (2010): Generation M2: Media in the lives of 8 to 18-year-olds. *Henry J. Kaiser Family Foundation*, <https://www.kff.org/wp-content/uploads/2013/01/8010.pdf>. (letöltve: 2025.12.01.).
- Sansone, D. – Rossi, M. – Fornero, E. (2019): "Four Bright Coins Shining at Me": Financial Education in Childhood, Financial Confidence in Adulthood. *The Journal of Consumer Affairs*, 53(2), 630–651. <https://doi.org/10.1111/joca.12207>.
- Sedziuviene, N. – Vveinhardt, J. (2009): The Paradigm of Knowledge Management in Higher Educational Institutions. *Engineering Economics*, 65(5), 79–90. <https://doi.org/inzeko.ktu.lt/index.php/EE/article/view/11627>.
- Shatto – Erwin, K. (2016): Moving on From Millennials: *Preparing for Generation Z*. 47(6), 253–254. <https://doi.org/10.3928/00220124-20160518-05>.
- Soemarso, R. S. (2007): *Perpajakan, Pendekatan Komprehensif (Taxation, A comprehensive approach)* (Vol. 1). Penerbit Salemba.
- Szymkowiak, A. – Melovic, B. – Dabic, M. – Jegannathan, K. – Kundi, G. S. (2021): Information technology and Gen Z: The role of teachers, the internet, and technology in the education of young people. *Technology in Society*, 65(101565). <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101565>.
- Taing, H. B. – Chang, Y. (2020): Determinants of Tax Compliance Intention: Focus on the Theory of Planned Behavior. *International Journal of Public Administration*, 44(1), 62–73. <https://doi.org/10.1080/01900692.2020.1728313>.
- Tomka, J. (2009): A megosztott tudás hatalom (első kiadás). *Harmat Kiadó*.
- UNICEF (2020): How many children and young people have internet access at home? *UNICEF*. <https://data.unicef.org/resources/children-and-young-people-internet-access-at-home-during-covid19/>. (letöltve: 2024.08.25.).
- Utkarsh – Pandey, A. – Ashta, A. – Spiegelman, E. – Sutan, A. (2020): Catch them young: Impact of financial socialization, financial literacy and attitude towards money on financial well-being of young adults. *International Journal of Consumer Studies*, 44(6), 531–541. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12583>.
- Vitányi, I. (2002): A civilizáció és a kultúra paradigmái. *Magyar Tudomány*, 47. (108.) (6.), 720–729. https://epa.oszk.hu/00600/00691/00261/pdf/EPA00691_mtud_2002_06_720-729.pdf.
- Vizcaya-Moreno, M. F. – Pérez-Canavera, R. M. (2020): Social Media Used and Teaching Methods Preferred by Generation Z Students in the Nursing Clinical Learning Environment: A Cross-Sectional Research Study. 17(21), <https://doi.org/10.3390/ijerph17218267>.
- Williams, C. (2019): Nurse Educators Meet Your New Students: Generation Z. 44(2). <https://doi.org/10.1097/NNE.0000000000000637>.
- Zhang, Y. – Chatterjee, S. (2023): Financial Well-Being in the United States: The Roles of Financial Literacy and Financial Stress. *Sustainability*, 15(5), 4505. <https://doi.org/10.3390/su15054505>.
- Zsótér, B. – Nagy, P. (2012): Our Everyday Emotions and Finances – The role money-related attitudes and materialistic orientation play in developing financial culture. *Public Finance Quarterly*, 57(3), 286–297. https://www.researchgate.net/publication/236981295_Our_Everyday_Emotions_and_Finances.

