

DÉL-ALFÖLDI KIS- ÉS KÖZÉPVÁLLALKOZÁSOK PÉNZÜGYI KULTÚRÁJA

Ország Gáborné – Kosztópulosz Andreász – Kovács Péter

Manapság igen aktuális téma a pénzügyi kultúra vizsgálata, az elemzések döntő többsége azonban a lakosságra összpontosít, a vállalkozások pénzügyi kultúrájáról még mindig nagyon kevés egzakt információval rendelkezünk. A vállalkozói kultúra részeként értékelhető pénzügyi kultúra terén tapasztalható fejletlenség jelentős mértékben akadályozhatja a vállalkozások működését, növekedését, beruházásait. Többek között ezért is rendkívül izgalmas kérdés, hogy mi jellemző a vállalkozások pénzügyi kultúrájára, egyáltalán definiálható-e az. Tanulmányunkban először áttekintjük a pénzügyi kultúra elterjedt meghatározásait, majd egy empirikus vizsgálat eredményét mutatjuk be, amelyet a Központi Statisztikai Hivatal közreműködésével végeztünk el a legalább 2 főt foglalkoztató dél-alföldi vállalkozások körében. Jelen anyagban bemutatjuk a vizsgálati sokaságot, a mintavételi eljárást, az alkalmazott elemzési módszertant, valamint a pénzügyi kultúra vizsgálati blokk eredményeit. Kutatásunk legfontosabb eredménye, hogy a dél-alföldi kis- és középvállalkozások pénzügyi kultúrája, bár összességében némileg kedvezőbb képet mutat az előzetes várakozásainkhoz képest, ugyanakkor helye van körükben a pénzügyi kultúra fejlesztését célzó képzési, fejlesztési programoknak.

JEL-kódok: G21, G23, D83, M14, O16

Kulcsszavak: kis- és középvállalkozás, pénzügyi kultúra, egyéni és vállalati pénzügyi kultúra

1. BEVEZETÉS

Annak ellenére, hogy a hazai pénzügyi kultúra vizsgálata a lakosság körében az utóbbi években az érdeklődés homlokterébe került, és örömdetes tényként állapítható meg, hogy gombamód szaporodnak az ez irányú hazai kutatások (például *Huzdik et al., 2014; Botos et al., 2012; Béres et al., 2012*), addig a vállalkozások pénzügyi kultúrájáról még mindig nagyon kevés egzakt információval rendelkezünk. Az empirikus felmérések mind a lakosság (*Atkinson – Messy, 2012*), mind pedig a kis- és középvállalkozások (*Czakó et al., 2011*) körében a pénzügyi ismeretek alkalmazásának viszonylag alacsony színvonaláról árulkodnak. A vállalkozói kultúra részeként értékelhető pénzügyi tudás hiánya jelentős mértékben akadályozhatja a vállalkozások működését, növekedését, beruházásait. Többek között

ezért is rendkívül izgalmas kérdés, hogy mi jellemző a vállalkozások pénzügyi kultúrájára, egyáltalán definiálható-e az. Tanulmányunkban először áttekintjük a pénzügyi kultúra elterjedt meghatározásait, majd egy empirikus vizsgálat eredményét mutatjuk be.

Gyakorlati aktualitást ad a kérdéskör vizsgálatának a legújabb KKV Stratégia azon megállapítása, hogy „a kkv-k széles köre nem rendelkezik elégséges pénzügyi ismeretekkel és menedzsmentkultúrával ahhoz, hogy a rendelkezésre álló forrásokat hatékonyan képes legyen felhasználni. A keresleti oldalt a vállalkozói finanszírozási kompetencia hiánya jellemzi, amely elsősorban a megfelelő képzés és folyamatos tanulás, tájékozódás lehetőségének hiányára vezethető vissza. Képzés és tanulás hiányában az egyébként is bonyolult és nehezen átlátható finanszírozási lehetőségek rendszerében a tájékozódás szinte lehetetlen feladat. Ebből eredeztethető, hogy nem csupán a finanszírozáshoz jutás, de annak hatékony felhasználása is problémát jelent” (NGM 2013, pp. 38–39.).

2. A PÉNZÜGYI KULTÚRA FOGALMA

Az egyszemélyes vállalkozások esetében az egyén mint vállalkozó pénzügyi kultúráját elsősorban az egyén mint hétköznapi ember pénzügyi kultúrája, intelligenciája (Avlijaš et al., 2014) határozza meg. Így először az egyének vonatkozásában használatos főbb megközelítéseket tekintjük át.

2.1. Az egyének pénzügyi jártassága

A pénzügyi kultúra fogalma egy OECD-tanulmány szerint: „A pénzügyi kultúra a tudatosság, ismeretek, készségek, attitűdök és viselkedések kombinációja, amelyekre szükség van a megalapozott pénzügyi döntések meghozatalához és végső soron az egyéni pénzügyi jólét eléréséhez” (Atkinson – Messy, 2012, p. 14.). Az előző meghatározáshoz hasonló értelmezés található indiai kutatók tanulmányában, amely szerint a pénzügyi kultúra annak a tudásnak és azoknak a képességeknek az összessége, amelyekkel hatékonyan irányíthatóak az egyén pénzügyei egész életén át a pénzügyi jólét érdekében (Suganya et al., 2013, p. 99.). A meghatározásból kiemelendő, hogy a pénzügyi kultúra túlmutat a pénzügyi tudáson, képességeket is magában foglal. Fontos eleme a definíciónak a saját pénzügyi egyensúly megteremtése is.

Holland tudósok a pénzügyi eszközök használata helyett a tudásra és a megértésre helyezik a hangsúlyt. Szerintük az összetett pénzügyi termékek ismerete és megértése jelenti a pénzügyi kultúrát (Mak – Braspenning, 2012, p. 307.).

Remund több száz kutatást vizsgálva azt fogalmazta meg, hogy a pénzügyi kultúra az, ami a pénzügyi koncepciók kulcsának megértését méri. A definíció magában foglalja a képességet és azt a magabiztosságot, amellyel az egyén saját személyes pénzügyeit képes irányítani (*Cude*, 2010, p. 272.).

Plakalovic cikkében egy olyan fogalom meghatározást idéz, amelynek fontos összetevője a döntési képesség. A személyes pénzügyi kultúrába beletartozik az a készség, amely képes választani a különböző pénzügyi döntések között, valamint a kommunikációs képesség is. Ezáltal az egyén képes arra, hogy tervezzen, és megfelelően reagáljon az élet azon eseményeire, amelyek érinthetik mindennapi pénzügyi döntéseit, beleértve az általános gazdasági folyamatokat is (*Plakalovic*, 2012, p. 136.).

Remund tanulmányában azt írja, hogy számos meghatározása született 2000 óta a pénzügyi kultúrának, de az összes definíció 5 fő kategóriában megegyezett (*Remund*, 2010):

1. *A pénzügyi szolgáltatások közötti jártasság*: a legalapvetőbb tudás a pénz kezelésének képessége, amihez először a pénz használatával kapcsolatos tudással kell rendelkeznie az egyénnek.
2. *Kommunikációs képesség* a pénzügyi elképzelésekről: a tudáson alapuló meghatározást kibővítették a döntéshozás képességével.
3. *A személyes pénzügyek irányítása*, kezelése: idetartozik a készpénz, valamint a fizetési kötelezettségek nyomon követése, megtakarítási számla nyitása, stb. Az embereknek tudniuk kell megtervezni a jövőbeli szükségleteiket, össze kell tudniuk hasonlítani egymással versenyző ajánlatokat pl. a beteg- és életbiztosítás területén.
4. *Pénzügyi döntéshozatali képesség*: a legtöbb fogalomban ez a faktor a legnyomatékosabb. Néhány értelmezésben képesség a kritikus gondolkodásra, amely mérlegelni tudja az előnyöket és hátrányokat egy-egy meghatározott döntéshozatalnál.
5. *Magabiztosság* a jövőre vonatkozó pénzügyi szükségletek tervezésében: a pénzügyi tervezés és a befektetés megértésében és megismerésében a legtöbb kutató egyetért.

Az előbbi felsorolásban található rövid és hosszú távra vonatkozó képesség egyaránt. Vannak olyanok, akik tervezni tudnak anélkül, hogy azonnali döntést hoznának, míg mások azonnali döntést tudnak hozni tervezés nélkül (*Remund*, 2010, p. 282.).

Az említett kutatások egy részében a pénzügyi kultúra a pénzügyi tudásra épül. Más tanulmányok azonban több összetevőből próbálják meghatározni a fogalmat: szerepel benne a döntéshozatali képesség, a magabiztosság. *Huston* 71 tanul-

mányt vizsgált, amelyek közül több mint 50 nem tudta meghatározni a pénzügyi kultúra koncepcióját. A fennmaradó esetekben találhatóak definíciók, amelyekben nyolc különböző jelentést fogalmaztak meg. Az elemzett tanulmányok közel fele nem különíti el élesen a pénzügyi tudást és a pénzügyi kultúrát. A fogalom pontatlan meghatározása indokolja azt, hogy a pénzügyi kultúrát nem lehet egy szóval meghatározni (Huston, 2010). A különböző meghatározásokban több közös témakör található: a banki szolgáltatások, megtakarítások és befektetések, hitelezés, nyugdíj és biztosítás, infláció, diverzifikáció, kamatos kamat.

A bemutatott tanulmányok több helyen egyetértenek a pénzügyi kultúra elemeinek meghatározásában, az eddigiek alapján azonban a fogalom pontos meghatározására nincsen lehetőség.

Nemzetközi kutatások különböző célcsoportokat elemeztek: Servon és Kaestner az alacsony és közepes jövedelmű embereket (Servon – Kaestner, 2008), Coates, Marais és Weil a New York-i tőzsdén szereplő társaságok vezetőségének pénzügyi végzettségét (Coates et al., 2007), mások pedig az alkalmazásban álló nőket (Mathivanan – Mohanarajani, 2013).

„A pénzügyi kultúra mérésére – a fogalom meghatározásokhoz hasonlóan – számos módszert alkalmaztak. Hung és szerzőtársai (2009) két csoportosítási ismérvet azonosítottak tanulmányukban a különböző kutatások elemzése során. Az első szerint a pénzügyi kultúra mértékét lehet vizsgálni önbevallás, illetve teljesítménymérés alapján, míg a második csoportosítási ismérv szerint a pénzügyi kultúra megjelenhet pénzügyi részterületenként is (megtakarítás, befektetés, hitel, kalkulációs készség). Természetesen a két csoportosítási ismérv nem különül el egymástól.” (Béres et al., 2013, p. 3.)

Hazánkban egy nemzetközi felmérés alapján (Atkinson – Messy, 2012) a pénzügyi ismeretek, tehát az elméleti tudás magas pontszámot kapott, a gyakorlati alkalmazás, a pénzügyi viselkedés eredményei azonban gyengék voltak.

2.2. A vállalkozók pénzügyi jártassága

Kérdés, mi a helyzet a legalább két főt foglalkoztató vállalkozások pénzügyi intelligenciájával. Az biztos, hogy kiindulási alapként az egyénekre vonatkozó pénzügyikultúra-meghatározásokból tudunk kiindulni, ugyanakkor kérdés, hogy ez esetben a vállalkozás pénzügyi jártasságát valamely egyén pénzügyi kultúrájával, intelligenciájával, vagy a vállalkozás pénzügyi döntéseinek, tájékozottságának és következményeinek vizsgálatával kell közelítenünk. A pénzügyi kultúra alatt a lakossági vizsgálatoknál a pénz használatához és kezeléséhez köthető, jól informált és hatékony döntések meghozatalának képességét értjük, ami kiterjeszhető a vállalkozásokra is. Hasonlóan definiálják a vállalkozói pénzügyi kultúrát Brown

és szerzőtársai (2006). *Czakó – Husz és Szántó* (2011) szerint a kkv-k pénzügyi kultúrájának vizsgálata során a tudást, tájékozottságot, valamint azt érdemes mérni, hogy a rendelkezésre álló pénzügyi lehetőségeket milyen mértékben alkalmazzák. Érdekes kérdés, miként viszonyul a pénzügyi kultúra a vállalkozói kultúrához, mennyiben tekinthető a részének. Nem nyilvánvaló az sem, hogy milyen ismeretekkel és milyen mélységben kell a vállalkozónak rendelkeznie, és milyen mértékben támaszkodhat az alkalmazottakra vagy a könyvelőre a pénzügyi információk terén. Egyáltalán, kinek a pénzügyi kultúráját kell vizsgálni? A vezetőét vagy a szervezet „kollektív” tudását, beleértve az alkalmazottak rendelkezésre álló tudását? Vizsgálatunk első lépésnek tekinthető a vállalkozások pénzügyi kultúrájának vizsgálatában, de a fenti problémák megnyugtató megválaszolásának feladata továbbra is előttünk áll.

Szemben a lakosság pénzügyi kultúráját vizsgáló, nagyszámú kutatással, e témakörben viszonylag kevés nemzetközi eredmény áll rendelkezésre (*Dahmen et al.*, 2014; *Vacher*, 2014). Az okok között bizonyára szerepet játszik, hogy szervezetről lévén szó, a probléma komplexebb. A létező vizsgálatok többnyire vagy mikrovállalkozásokra koncentrálnak, vagy valamilyen vállalkozássegítő program eredményét tartalmazzák.

A nemzetközi eredmények között megemlíthetjük *Brown és szerzőtársai* (2006) tanulmányát. Vizsgálatukban 147 induló vállalkozás felmérése nyomán a vállalkozások gyenge pénzügyi felkészültségét állapítják meg, amelynek hatása van a vállalkozások sikerességére, illetve kudarcára.

Drexler és szerzőtársai (2013) a vállalkozói pénzügyi kultúra fejlesztésére az egyszerű pénzügyi heurisztikák megtanítását hatásosabbnak látják a sztenderd pénzügyi-számviteli ismeretek átadásánál.

Hussain és szerzőtársai (2008) szintén a pénzügyi ismeretek központi szerepére hívják fel a figyelmet. Úgy találták, hogy a pénzügyi képzettség hiányossága negatív hatást gyakorol a kisvállalkozások hatékonyságára és jövődélmezőségére.

A hazai vizsgálatok között kiemelkedő *Czakó – Husz és Szántó* (2011) felmérése a vállalkozások pénzügyi kultúrájáról. Ez egy 1200 vállalkozásra kiterjedő, országos reprezentatív felmérésre támaszkodik. Megállapításaik szerint gyakori a kkv-k-nál, hogy a tulajdonos egyben foglalkoztatott is; a céges és személyes vagyon nem válik el élesen egymástól. A kkv-k üzleti kockázata magasabb, csak egy szektorban tevékenykednek, ami inkább munkaintenzív, mint tőke-, illetve eszközigenyes, emiatt nem rendelkeznek fedezetként figyelembe vehető eszközökkel. Gyakran fiatal vállalkozások számottevő üzleti múlt nélkül, a piacon szélesebb körben nem ismertek, könyvelésük nem mindig megbízható, emiatt sokszor nehezebb a forrásszerzés számukra, és gyenge az alkupozíciójuk. Nehézségeket okoz ezen kívül, hogy sok vállalkozó a bevételt jövedelemként kezeli, tehát nem teszi félre az

adóra, rezsire és egyéb állandó költségre később szükséges összeget; ezenkívül a szerződéses feltételeket nem tudják mindig helyesen értelmezni, előfordul, hogy kölcsönösen félreértelmezik egymást, és ebből gondok adódnak. A forrásszerzés kapcsán érdemes kiemelni a saját és idegen tőke megszerzésével kapcsolatos motívumokat. Idegen tőke bevonása kapcsán az elégtelen hitelkereslet hagyományos magyarázatául a recessziókat követő, alacsony beruházási szint és likviditás helyreállításának igénye szolgál, vagy például az az állapot, amikor a gazdasági szereplők már közel járnak a hatékonysági korlátaikhoz (*Bodnár–Kovalszky–Kreiszné*, 2014). A hazai kkv-k esetében *Czakó–Husz–Szántó* (2011) sokkal inkább az erős hitelességet és növekedésellenességet emelte ki, miután a vállalkozás helyzetét bizonytalannak ítéelő tulajdonosok csak kis kockázatot mernek vállalni. A szerzők által kiemelt „az előrelátás hiánya, a korszerű tudást elutasító hagyományokhoz kötődés elsősorban a kkv-szektor esetében akadályozhatja modern üzemszervezési, üzletviteli megoldások elterjedését”, egyúttal megfojtva az innovációt. Mindennek hatása jól nyomon követhető a mikro- és kisvállalatok kedvezőtlen tőkearányos beruházási és csődrátáin *Bethlendi és Végh* (2014) szerint, miközben kiemelik a JEREMIE-programokhoz kötődő kockázati tőkealapok és a közösségi finanszírozási lehetőség igénybevételének lehetőségét – feltételezve, hogy a gazdálkodó képes nagy növekedési potenciál felmutatására. *Karsai* (2014) azonban mind Kelet-Közép-Európában, mint Magyarországon kiemeli a kockázati- és magántőkepiac befektetései stagnálását és lassú visszaesését. A vállalkozások devizás kitétsége fakadhat a szállító-vevői kapcsolatokból (tranzakciós és gazdasági kitétség), az idegen tőke bevonásának módjából (devizaalapú hitelek, külföldi hitelfelvétel) és a beszámolóban szereplő devizás tételek fordulónapi értékeléséből (*Madura*, 2008). A régió külkereskedelme hagyományosan az EU 28 tagországokba (és azon belül is az eurózónába) irányul, de ezt még erősíti a kétezres években felépülő komoly devizás hitelfelvétel is (*Bodnár*, 2006). A kelet-közép-európai devizák a válságot megelőző évtizedben szorosan együtt mozogtak az euróval és a svájci frankkal, ami az árfolyamkockázat kezelését mellőzhetővé tette. 2008 nyarát követően ez a historikus együttmozgás átmenetileg megszűnt, és csak egy jelentős leértékelődési hullámot követően stabilizálódott, hogy utána 2011-ben a svájci frank erősödésével egy még drámaiabb folyamat rajzolódjon le (*Kiss–Schusztér*, 2014a; *Kiss–Kosztópulosz*, 2013). Az euró–svájci frank alapon történő hitelfelvétel árfolyamkockázatának szétválása épp az utóbbi deviza menedékszerepéből fakadt – a piaci bizalmatlanság bizonyos szintjeit áttörve, az árfolyam komoly elmozdulásokat mutatott (*Kiss–Schusztér*, 2014b). Belátható, hogy a devizapiaci folyamatok megfelelő fedezési technikák ismeretében is kihívást jelenthettek a vállalkozásoknak az előretekintő határidős árfolyamok emelkedésén és a volatilitás növekedését követő opciós díjak emelkedésén keresztül – azonban a pénzügyi termékekkel szemben legalábbis tartózkodó kkv-szektor esetében akár a forrásköltségek, akár az egyszerű importköltségek megugrása

nyomán a profittermelő képesség romlása irányába hatott. Ebben a Növekedési Hitelprogram különböző lábai refinanszírozási és új hitelek felvétele szempontjából egyaránt szolgálják a hosszú lejáratú forintalapú hitelezés helyreállítását és a beruházási aktivitás javulását (Balog et al., 2014).

3. A DÉL-ALFÖLD RÉGIÓ KKV-INAK PÉNZÜGYI KULTÚRÁJA EGY FELMÉRÉS TÜKRÉBEN

Empirikus vizsgálatunkban a legalább két főt foglalkoztató dél-alföldi vállalkozások egy reprezentatív mintája alapján járjuk körbe a vállalkozások pénzügyi kultúráját. Vizsgálatunkból az egyszemélyes vállalkozásokat kizártuk, mivel magára a szervezet kultúrájára szerettünk volna összpontosítani.

Vizsgálatunkban arra kerestük a választ, hogy kinek a befektetési tanácsaira hallgatnak a vállalkozások. Ismerik-e az infláció jelentéstartalmát? El tudják-e különíteni a vállalkozás és a család vagyont? Rendelkeznek-e biztosítással, igénybe vesznek-e elektronikus banki szolgáltatásokat, hogyan viszonyulnak a hitelekhez, és egyáltalán, működésük során milyen információforrásokra támaszkodnak?

3.1. Mintavétel

A működő vállalkozások száma 2012-ben a Dél-Alföldön 73 ezer volt, ötezerrel kevesebb, mint egy évvel korábban. Mivel a vizsgálat célcsoportja a legalább 2 fős vállalkozások halmaza volt, így a célcsoportot a KSH adatai szerint 19 975 kis- és középvállalkozás jelenti. Ezt a célcsoportot reprezentáló mintát állítottunk össze a Központi Statisztikai Hivatal (KSH) segítségével. Az online lekérdezést szintén a KSH folytatta le 2014 nyarán. A vállalkozások a kérdőívet a statisztikai hivatalon keresztül kapák meg. A kitöltésre két hét állt rendelkezésre. A kérdőívet a gazdasági-, pénzügyi-, HR-döntéshozóknak kellett kitölteniük. A kérdőívet 605 kkv küldte vissza. Mivel a válaszadói hajlandóság (visszaküldött kérdőívek aránya) 10 százalék volt, így a vállalkozások létszámkategória szerinti megoszlása a mintában nem tükrözte az alapsokaságbeli arányokat, így a minta súlyozására kényszerültünk. Ez azért nem okoz elemzési problémát, mivel rétegzett mintavétel esetében nem a minta, hanem az alapsokaság arányaival kell dolgozni. A súlyváltozó értéke adott csoport esetében nem más, mint a csoport sokaságon belüli arányának és mintán belüli arányának hányadosa. A súlyváltozó alkalmazásával reprodukálható az alapsokaság összetétele.

3.2. Elemzési módszertan

A kérdőívek feldolgozása leíró statisztikai elemzéssel indul. Ennek keretében minden kérdés esetében a válaszok összetételét jelenítjük meg. A leíró statisztika után a változók mérési szintjének megfelelően elsősorban kereszttábla-elemzést alkalmaztunk. A vizsgálat során szignifikáns kapcsolat kimutatása csupán azt jelenti, hogy a két változó nem tekinthető egymástól függetlennek. Maga a teszt szimmetrikus „együttmozgást” vizsgál a változók között. Mivel a statisztikai magyarázó modellek matematikai alapon vizsgálódnak, így egy-egy okként feltüntetett változó nem biztos, hogy a valóságban is ok. Amennyiben a kapcsolat szignifikáns (p -érték $< 0,05$), a feltételes megoszlások és reziduumok alapján asszociációs szabályok állíthatók fel. A kapcsolatvizsgálatot az alábbi dimenziókkal kapcsolatban végeztük el: létszámkategória, korcsoport (működés ideje).

3.3. A mintáról

A mintába került vállalkozások 59 százaléka 2–4 főt foglalkoztató, 21 százaléka 5–9 fős vállalkozás, 17 százaléka pedig 10–49 főt foglalkoztató cég, amely azt jelenti, hogy a válaszadók 97 százaléka 50 főnél kevesebb munkavállalót foglalkoztat.

A vizsgált vállalkozások 27 százaléka a 0–5 év közötti korcsoportba tartozik. A 6–10 év közötti vállalkozások körébe a megkérdezettek 17 százaléka sorolta magát, a 11–15 éves kategóriába 16% és a 16–20 év közötti vállalkozások aránya 21%. A 21 év feletti 19 százalékban szerepelnek a kérdőíves megkérdezés alapján.

4. EREDMÉNYEK

4.1. Befektetési tanács

Az első kérdés a vállalkozások kockázatvállalási hajlandóságára, valamint a befektetések kockázatának megosztására irányult: „Ha 1 millió forintot fektet be három barátja tanácsai alapján, akkor melyikük tanácsát követi?” A legnagyobb arányban a vállalkozások az elmúlt év legnagyobb hasznát hozó barát tanácsaira hallgatnának (34,9%), figyelmen kívül hagyva azt a tényt, hogy a múltbeli hozamok alapján nem következtethetünk a jövőbeli hozamokra. A válaszadók 20 százaléka követné annak a tanácsát, aki alacsony hozamú és kockázatú befektetést ajánlana. Mindösszesen 1 fő követné azon barát tanácsát, akinek a befektetése a legtöbb hasznot hozta az utóbbi egy hónapban. A vállalkozások 23 százaléka megosztaná a kockázatot a három befektetési lehetőség között. Minden ötödik válaszadó nem tudott dönteni a befektetési tanácsok közül.

Ha ugyanezt a kérdést vizsgáljuk meg a vállalkozások különböző **korkategóriáját** figyelembe véve, akkor szignifikáns eltéréseket mutathatunk ki (p -érték $< 0,01$). A 0–10 év közötti vállalkozások körében szignifikánsan nagyobb valószínűséggel (51%) találunk olyan válaszadókat, akik azon barátaiknak a tanácsait követnék, akiknek a döntései a legnagyobb hasznot eredményezték az elmúlt egy évben, szemben a többi korcsoporttal (27%). A különböző korcsoportokban alig akad olyan vállalkozás, amely olyan barát döntésére hagyatkozna, amelynek a döntése a legnagyobb hasznot eredményezte az elmúlt egy hónapban.

Ha a vállalkozásokat **létszámkategóriáinként** vizsgáljuk, e kérdés esetén is találunk szignifikáns különbségeket (p -érték = $0,029$). A 2–4 fős vállalkozások 43,2 százaléka annak a barátnak a tanácsát követné, akinek a befektetése a legtöbb hasznot hozta az utóbbi egy évben. Az 50 főt foglalkoztató cégek esetében 50% azoknak az aránya, akik mindhárom ajánlatba befektetnének.

4.2. A befektetések forrásai

A következő kérdés a befektetésekhez felhasználható forrásokra irányult: „Egy, a vállalata jövője szempontjából lényeges beruházáshoz mennyire használná az alábbi forrásokat?” A források az alábbiak voltak: saját tőke, hitel, EU-s támogatás, kockázati tőke. A válaszadáshoz ötfokozatú Likert-skálát alkalmaztunk.

A saját tőkét a vállalkozások fele venné inkább igénybe, míg 20 százaléka inkább nem. A hitelfelvételt a megkérdezett vállalkozások 59 százaléka inkább nem venné igénybe. Emellett a válaszadók 81,4 százaléka inkább nem használna kockázati tőkét jövőbeni befektetéseikhez.

Az Európai Uniótól igénybe vehető támogatás a vállalkozások 66 százaléka számára lehetséges külső forrás.

E kérdéskör esetén a létszám és a hitel megítélése között találunk szignifikáns eltéréseket (p -érték = $0,04$). A létszámot tekintve kisebb (2–9 fős) vállalkozások nagyobb arányban (62%) utasítják el a hitel lehetőségét mint fejlesztési forrást a nagyobbakhoz (40%) képest.

4.3. Infláció

A pénzügyi kultúrával foglalkozó kutatások egyik alapkérdése az inflációra irányul: „Képzelve el, hogy megtakarításai 1 százalékot kamatoztak egy év alatt, miközben az éves infláció 2 százalékos volt. Ön szerint egy év után mennyit tud vásárolni a pénzből?” A lehetséges válaszok az alábbiak voltak: többet, pontosan ugyanannyit, illetve kevesebbet, mint a ma számlán lévő pénzből, valamint nem tudja eldönteni.

1. táblázat**A vállalkozások megoszlása (%)**

Megtakarítás értéke	Összesen
Kevesebb, mint ma*	83,4
Pontosan annyi, mint ma	3,9
Több, mint ma	2,2
Nem tudja eldönteni	10,4
Összesen	100,0

Forrás: saját szerkesztés

A vállalkozások több mint 83 százaléka helyesen válaszolt erre a kérdésre. Minden tizedik vizsgált vállalkozás nem tudott választani a megadott válaszlehetőségek közül.

4.4. Bizalom

A következő kérdés a bizalomra vonatkozott: „Kérjük, rendezze sorrendbe, hogy az alábbiak közül ki az, akinek a tanácsaiban leginkább megbízik a vállalkozásával kapcsolatban, ahol 1 legyen, akiben leginkább megbízik, 5, akiben a legkevésbé bízik meg: könyvelő, jogász, pénzügyi szolgáltatók, üzlettárs/üzleti partner, házastárs/élettárs, családtag.”

A vállalkozások legnagyobb része az első helyre sorolta a könyvelőket, míg második helyre a jogászokat. A családtagok tanácsaiba vetett bizalom a harmadik helyre került. Friedman-teszt és a hozzá kapcsolódó post hoc teszt alapján páronként összehasonlíthatjuk a partnerek megítélését. E teszt alkalmazását az indokolja, hogy az összehasonlítás számának növekedésével párhuzamosan nő az elsőfajú hiba elkövetési valószínűsége, ez az eljárás pedig e problémát kezeli azzal, hogy korrigálja a p-értéket. Kijelenthetjük, hogy a pénzügyi szolgáltatókba vetett bizalom szignifikánsan gyengébb, mint a könyvelőkbe (p-érték = 0,01) és a jogászokba (p-érték = 0,049) vetett hit, míg a könyvelők, jogászok és a család megítélése között a mintában ugyan van különbség, ugyanakkor ez nem általánosítható.

2. táblázat

A partnerekbe vetett bizalom rangsora

Rangsor	Partner
1.	könyvelő
2.	jogász
3.	család
4.	üzleti partner
5.	pénzügyi szolgáltató

Forrás: saját szerkesztés

A korcsoportok esetében azt mondhatjuk, hogy a fiatalabb vállalkozások kevesebb bizalmat mutatnak a jogászok irányába (10,6%), míg a 21 év feletti cégek 26,1 százaléka bíz meg teljes mértékben a jogászokban.

4.5. Biztosítás

A továbbiakban a vállalkozások biztosításaival kapcsolatban kérdeztünk: „Vállalkozásom az alábbi biztosításokkal rendelkezik. (Többet is megjelölhet!)” A lehetséges válaszok az alábbiak voltak: felelősségbiztosítás; munkatársak balesetbiztosítása; tűz-, víz-, viharkárok; gépjárműflotta biztosítása; egyéb (nyitott válasz). A leggyakrabban előforduló biztosítás a felelősségbiztosítás. A vállalatok felének van tűz-, víz-, viharkár-biztosítása is. Kevesebben rendelkeznek a munkatársak balesetbiztosításával. Az egyéb kategóriában említett biztosítási fajták: vagyonbiztosítás, épületbiztosítás, árukészlet-biztosítás, környezetvédelmi biztosítás. Igen csekély mindkét csoportban azon vállalkozások aránya, amelyeknek egyáltalán nincs biztosítása (3. táblázat).

3. táblázat

Biztosítások említésének arányai tudásintenzitás szerint (%)

Biztosítás	Említés aránya
Felelősségbiztosítás	76
Munkatársak balesetbiztosítása	33
Tűz-, víz-, viharkár	58
Gépjárműflotta biztosítása	54

Forrás: saját szerkesztés

A biztosításokat illetően szignifikáns kapcsolatot találhatunk a biztosítás és a korcsoport között. A fiatalabb vállalkozások (0–5 év) körében kevesebb vállalkozás rendelkezik felelősségbiztosítással (60%), mint a 6, illetve az annál idősebb vállalkozások (80 százalék) csoportjában (p -érték $< 0,01$).

A munkatársak balesetbiztosítását illetően szintén szignifikáns eltérés figyelhető meg a korcsoportok függvényében (p -érték $< 0,01$). A fiatalabb cégek kevésbé rendelkeznek ilyen jellegű biztosítással (22,9%), míg 21 év felett ez az arány már 54,2%. A tűz-, víz-, viharkárok és a gépjárműflotta-biztosítás esetében a fiatalabb vállalkozások 40,7 százaléka válaszolt igennel, míg a 6 év kor feletti vállalkozásoknál ez az arány 60% (p -érték $< 0,01$).

A felelősségbiztosítás és a vállalkozás létszáma között nincs szignifikáns kapcsolat. A nagyobb vállalkozások 70,6 százaléka biztosított tűz-, víz-, illetve viharkárokra, míg a kisvállalkozások 50,3 százaléka nem. A 2–4 fős vállalkozások esetében nagyobb eséllyel találunk olyan vállalkozást, amelynek nincs ilyen jellegű biztosítása.

További, a vállalkozás által használt biztosítások, amelyeket a válaszadók megjelöltek: épületbiztosítás, életbiztosítás, környezetvédelmi biztosítás, lakásbiztosítás, mezőgazdasági biztosítás, növénybiztosítás, repülőbiztosítás, üzemszünetbiztosítás, vagyoni- és szakmai felelősségbiztosítás stb.

4.6. A vállalkozás és család vagyona

A továbbiakban arra vonatkozóan tettünk fel kérdést, hogy vajon családi pénzügyi problémák megoldására használnák-e a vállalkozás vagyonát: „Ha Ön vagy közeli családtagja átmeneti pénzzavarba kerülne, elképzelhető-e, hogy a vállalkozás vagyonának egy részét felhasználná a probléma megoldására?”

A vállalkozások 56 százaléka nem keverné az üzleti és a magán pénzügyeket, 8 százalékuk pedig azért válaszolt nemlegesen, mert nem tartja legálisnak ezt a megoldást. Minden ötödik válaszadó igénybe venné a vállalkozás vagyonát a családi problémák megoldására. Közöttük közel azonos arányban találunk olyanokat, akik szerint a család mindennél fontosabb, illetve akik csak akkor választanák ezt az utat, ha valamilyen előre nem látható indok miatt alakulna ki a magánéleti pénzzavar. A válaszadók 10 százaléka nem tudta eldönteni, hogy egy ilyen szituációban hogyan viselkedne.

Korcsoporttól függetlenül a legtöbb válaszadó úgy gondolja, hogy a magánszféra és a vállalkozás pénzügyeit nem szabad összekeverni, viszont a fiatalabb vállalkozások, a 0–5 év közöttiek 17,1 százaléka gondolja azt, hogy segítené a családját a vállalkozásának vagyonából, hiszen az mindennél fontosabb, míg ez a 16–20 év közöttieknél csupán 3,9%.

Nagyobb vállalatoknál a válaszadó és a tulajdonos egyre kevésbé valószínű, hogy egybeesik, így meglepőnek tűnik, hogy a vagyon felhasználása és a létszámkategória között nem találtunk szignifikáns kapcsolatot.

4.7. Új beruházás

A felmérés következő kérdése az új beruházásokra vonatkozott: „Mikor kezdene egy új beruházás megvalósításába?” A leggyakrabban (69%) előforduló válasz: „Ha a vállalkozás folyamatos pénztermelése lehetővé teszi”. Emellett a vállalkozások 7,5 százaléka az előző évi eredménytől, 5,7 százaléka a hitelhez jutástól, 10 százaléka pedig attól tenné függővé egy új beruházás elindítását, hogy tud-e rá pénzt elkülöníteni.

Az új beruházás megkezdése szintén nem áll kapcsolatban a vállalkozás korával és méretével.

4.8. Pályázati hírforrások

A következőkben a pályázati lehetőségek forrásairól kérdeztünk: „Honnan értesül leggyakrabban a pályázati lehetőségekről?” A lehetséges válaszok az alábbiak voltak: pályázatot kiíró intézmények weboldalairól, híradásaiból; kamarai híradásokról; pályázatfigyelő weboldal, szolgáltatás vagy munkatárs segítségével; ismerősöktől a kapcsolati hálón keresztül; nem érdekelnek a pályázati lehetőségek; egyéb (nyitott válasz).

A vállalkozások közel egyharmada (31%) pályázatfigyelő weboldal, szolgáltatás vagy munkatárs segítségével értesül a pályázati lehetőségekről. A kapcsolati háló alapján, az ismerősöktől szerzi be a pályázati információkat a válaszadók 23 százaléka. Minden ötödik válaszadó használja a pályázatot kiíró intézmények weboldalait, híradásait, míg minden tizedik válaszadó a kamarai híradásokról értesül pályázatokról. A kamaráktól értesülő vállalkozások aránya 5% a 0–5 év közötti vállalkozásoknál, míg az idősebbek jobban (10%) támaszkodnak a kamarai hírforrásokra. Elenyésző (1 százalék alatti) volt azok aránya, akik hírlevelekből, illetve saját pályázattírótól szereznek információt pályázatokról.

A pályázati lehetőségekről szóló értesülés forrása a létszámkategóriáktól független.

4.9. Banki szolgáltatások

A továbbiakban a banki szolgáltatások használatára irányult kérdésünk: „A számlavezetésen túl az alábbi banki szolgáltatások közül melyiket veszi igénybe az Önök vállalkozása? (Többet is megjelölhet!)” A lehetséges válaszok az alábbiak

voltak: mobilbank (nem okostelefon segítségével elérhető szolgáltatások); internetbank (okostelefonnal vagy interneten elérhető szolgáltatások); privátbankár szolgáltatás; egyéb (nyitott válasz).

4. táblázat

Igénybe vett banki szolgáltatások említésének arányai (%)

Banki szolgáltatás	Használok	Nem használok	Összesen
Mobilbank	20,2	79,8	100,0
Internetbank	83,8	16,2	100,0
Privátbankár-szolgáltatás	10,2	89,8	100,0

Forrás: saját szerkesztés

A vállalkozások jelentős része (83,8%) említette az okos telefonnal vagy interneten elérhető banki szolgáltatásokat. Minden ötödik válaszadó említette a mobilbankot. A privátbankár-szolgáltatások használata a legalacsonyabb (10,2%).

4.10. Hitel és beruházás

A következő kérdésnél (a 4.2. kérdéssel ellentétben) nem a finanszírozás lehetséges módjairól, hanem arról kérdeztünk, hogy a vállalkozások általában hogyan vélekednek a hitelfelvételből való fejlesztésről: „Mit gondol általában a vállalkozás hitelfelvételből való fejlesztéséről?” A válaszadáshoz hatfokozatú Likert-skálát használtunk, ahol „1 = nem vennék fel hitelt a vállalkozásom fejlesztéséhez” és „6 = jó eszköz a vállalkozás fejlesztéséhez” jelentette.

A válaszadók fele inkább nem venne fel hitelt (ők a skálán az 1–3 fokozatot választották). Ezen válaszadók fele egyáltalán nem venne fel hitelt.

A hitel elutasítása a már említett *Czakó és szerzőtársai* (2011) tanulmányban is megjelenik. Ők a háttérben olyan attitűdöket azonosítanak, mint pl. eladósodni szívesen; csak abból költsünk, ami már a kezünkben van; a beruházásokat a már összegyűjtött pénzből fedezzük; az önállóság a legfontosabb; aki kölcsönt vesz fel, az elveszíti a szabadságát.

A hitelfelvételből fedezett vállalkozásbővítéshez pozitívan álló vállalkozások (4–6 értéket adtak a skálán) csupán ötöde értett teljesen egyet azzal, hogy a hitel jó eszköz a vállalkozás fejlesztéséhez, míg 47 százalékuk válasza csak éppen igennek tekinthető.

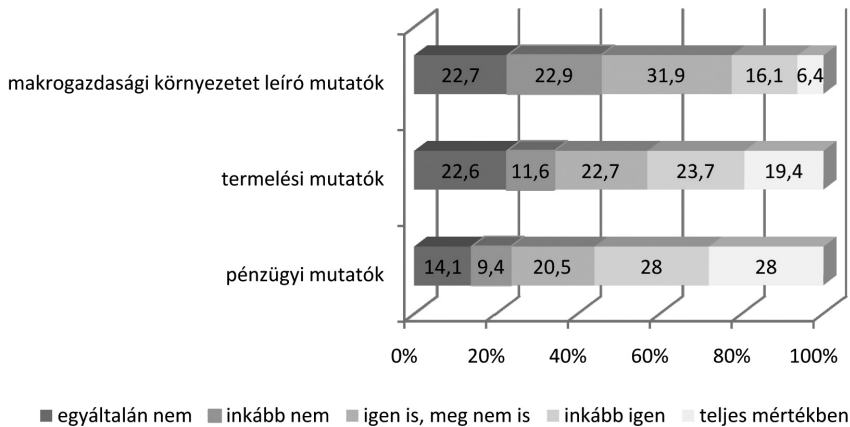
Rangkorreláció segítségével megállapíthatjuk, hogy a nagyobb méretű vállalkozások némiképpen pozitívabban viszonyulnak a hitelfelvételhez ($r = 0,13$; p -érték = $0,02$).

4.11. Külső információforrások

A pénzügyi kultúrával kapcsolatos kérdőív utolsó két kérdése a külső információforrásokra vonatkozott. Ezek közül az első így hangzott: „Cége vezetése során milyen mértékben támaszkodik napi szinten az alábbi információkra (1: egyáltalán nem; 5: teljes mértékben)?” Az alábbi információk értékelésére voltunk kíváncsiak: termelési mutatók, pénzügyi mutatók, makrogazdasági környezetet leíró mutatók.

1. ábra

Napi szinten alkalmazott információtípusok alkalmazási gyakorisága (%)



Forrás: saját szerkesztés

A vállalkozások napi szinten leginkább (56%) a pénzügyi mutatókat használják, legkevésbé pedig a makrogazdasági környezetet leíró mutatókat. A pénzügyi mutatók használata során a hazai vállalkozásokra sajnos nemzetközi összehasonlításban is jellemző, hogy ritkábban használják például a beruházásértékelés során a módszertanilag megalapozottabb és megbízhatóbb mutatószámokat, így többek között a nettó jelenérték mutatót (Andor és szerzőtársai, 2011).

A Spearman-féle rangkorrelációs együtthatót vizsgálva azt láthatjuk, hogy minél idősebb egy vállalkozás, illetve minél nagyobb egy vállalkozás mérete, annál valószínűbb, hogy a napi vezetéshez használnak termelési és makrogazdasági mutatókat (a p -érték mindegyik esetben 0,035 értéknél kisebbnek mutatkozott).

Az utolsó, pénzügyi műveltséggel kapcsolatos kérdés az alábbi volt: „Cége vezetéséhez milyen külső adatforrásokra támaszkodik? (Többet is megjelölhet!)” A lehetséges válaszok: KSH; NAV; kereskedelmi bankok; nem használok külső adatforrásokat; egyéb (nyitott válasz).

A vállalkozások 42 százaléka a Nemzeti Adó- és Vámhivatalt említette. Minden harmadik válaszadó megjelölte a Központi Statisztikai Hivatalt. A kereskedelmi bankok információira a vállalkozások negyede támaszkodik, míg a vállalkozások 38,7 százaléka saját bevallása szerint nem használ külső adatforrásokat a cég vezetéséhez. Egyéb használt külső információforrást összesen 31 vállalkozás adott meg, amelyek közül leggyakoribb a tőzsde (6 említés) volt. Emellett megjelent az Adótanácsadó Egyesület, céginformációs portálok, piaci partnerek véleménye, szakmai szervezetek, szakmai folyóiratok.

5. táblázat

Külső adatforrások említésének arányai (%)

Külső adatforrás	Használom	Nem használom	Együtt
KSH	42,0	58,0	100,0
NAV	38,7	61,3	100,0
Kereskedelmi bankok	25,9	74,1	100,0
Nem használ külső adatforrást	38,7	61,3	100,0

Forrás: saját szerkesztés

5. ÖSSZEFOGLALÁS

Tanulmányunkban a szervezetekhez kötődő pénzügyi kultúra fogalom- és mérésproblematikájára próbáltunk rávilágítani, majd bemutattuk a dél-alföldi, legalább két főt foglalkoztató vállalkozások körében végzett felmérésünk első eredményeit. Megállapítottuk, hogy a jövőbeni beruházásokhoz a vállalkozások nem használnának hitelt és kockázati tőkét. Új beruházásba leginkább akkor kezdenének, ha azt a vállalkozás folyamatos pénztermelése lehetővé teszi.

Több olyan vállalkozás van, amely családi pénzügyi probléma esetén felhasználná vállalkozása vagyonát, mint amelyik nem.

A banki szolgáltatásokból az internetbank alkalmazása tipikus, míg a mobilbanki és privátbankári szolgáltatások igénybevétele kevésbé elterjedt.

Kutatásunk legfontosabb eredménye tehát, hogy a dél-alföldi kis- és középvállalkozások pénzügyi kultúrája, bár összességében némileg kedvezőbb képet mutat előzetes várakozásainkhoz képest, ugyanakkor helye van körükben a pénzügyi kultúra fejlesztését célzó képzési, fejlesztési programoknak.

IRODALOMJEGYZÉK

- AKIN, G. G. – AYSAN, A. F. – ÖZCELIK, S. – YILDIRAN, L. (2012): Credit Card Satisfaction and Financial Literacy: Evidence from an Emerging Market Economy. *Emerging Markets Finance & Trade*, 48 (5), pp. 103–115.
- ANDOR, G. – MOHANTY, S. – TOTH, T. (2011): Capital budgeting practices: a survey of Central and Eastern European firms. *Emerging Market Review*, megjelenés alatt.
- ATKINSON, A. – MESSY, F. (2012): *A pénzügyi kultúra mérése: az OECD Nemzetközi Pénzügyi Képzési Hálózata (INFE) kísérleti kutatásának eredményei*. OECD Pénzügyi, Biztosítási és Magán-nyugdíjpenztári Műhelytanulmányok, No. 15, OECD Publishing, <http://dx.doi.org/10.1787/5k9cfs9ofr4-en>
- AVLIJAŠ, G. – AVLIJAŠ, R. – HELETA, M. (2014): Financial literacy as a factor in reducing entrepreneurial risk. In: MILOVAN, S. – PETROVIC, Z. – VICENTIJEVIC, K. – BARJAKTAROVIC, L. – STANISIC, N. (eds.): *Book of Proceedings in Financial Reporting Function of the Corporate Governance*. Belgrade: Singidunum University International Scientific Conference, pp. 112–114.
- BALÁZSI, I. – OSTORICS, L. – SZALAY, B. – SZEPESI, I. – VADÁSZ, Cs. (2013): *PISA 2012. Összefoglaló jelentés*. Oktatási Hivatal Budapest, http://www.oktatas.hu/pub_bin/dload/kozoktatasi/nemzetkozi_meresek/pisa/pisa2012_osszefoglalo_jelentes.pdf
- BALOG, Á. – MATOLCSY, Gy. – NAGY, M. – VONNÁK, B. (2014): Credit crunch Magyarországon 2009–2013 között: egy hiteltelen korszak vége? *Hitelintézet Szemle*, 13 (4), pp. 11–34.
- BÉRES, D. – HUZDIK, K. – KOVÁCS, P. – SÁPI, Á. – NÉMETH, E. (2013): *Felmérés a felsőoktatásban tanuló fiatalok pénzügyi kultúrájáról, kutatási jelentés*. Június <http://www.asz.hu/tanulmanyok/2013/kutatasi-jelentes-felmeres-a-felsooktatásban-tanulo-fiatalok-penzugyi-kulturajarol/t353.pdf> (letöltés dátuma: 2014. 01. 24.).
- BÉRES, D. – HUZDIK, K. (2012): A pénzügyi kultúra megjelenése makrogazdasági szinten. *Pénzügyi Szemle*, 57 (3), pp. 322–336.
- BETHLENDI, A. – VÉGH, R. (2014): Közösségi finanszírozás – valós lehetőség-e a hazai kisvállalatok számára? *Hitelintézet Szemle*, 13 (4), pp. 102–126.
- BODNÁR K. – KOVALSZKY Zs. – KREISZNÉ H. E. (2014): A válságból történő kilábalás és a hitelezés kapcsolata. *Hitelintézet Szemle*, 13 (4), pp. 57–85.
- BODNÁR K. (2006): *A hazai kis- és középvállalatok árfolyamkitettsége, devizahitelezésük pénzügyi stabilitási kockázatai. Egy kérdőíves felmérés eredményei*. MNB-tanulmányok 53.
- BOTOS, K. – BOTOS, J. – BÉRES, D. – CSERNÁK, J. – NÉMETH, E. (2012): Pénzügyi kultúra és kockázatvállalás a közép-alföldi háztartásokban. *Pénzügyi Szemle*, 57 (3), pp. 291–309.
- BROWN, R. B. – SAUNDERS, M. N. K. – BERESFORD, R. (2006): You owe it to yourself: The financially literate manager. *Accounting Forum*, 30 (2), pp. 179–191.
- COATES, D. J. – MARAIS, M. L. – WEIL, R. L. (2007): Audit Committee Financial Literacy: A Work in Progress. *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 22 (2), pp. 175–194.
- CUDE, B. J. (2010): Financial Literacy 501. *The Journal of Consumer Affairs*, 44 (2), pp. 271–275.
- CZAKÓ, Á. – HUSZ, I. – SZÁNTÓ, Z. (eds.) (2011): *Meddig nyújtózkodjunk? A magyar háztartások és vállalkozások pénzügyi kultúrájának változása a válság időszakában*. Budapest: Budapest Corvinus Egyetem Szociológia és Társadalompolitika Intézet.
- DAHMEN, P. – RODRÍGUEZ, E. (2014): Financial literacy and the success of small businesses: An observation from a small business development center. *Numeracy*, 7 (1), Article 3.
- DE BRUIN, W. B. – VANDERKLAUW, W. – DOWNS, J. S. – FISCHHOF, B. – TOPA, G. – ARMANTIER, O. (2010): Expectations of Inflation: The Role of Demographic Variables, Expectation Formation, and Financial Literacy. *The Journal of Consumer Affairs*, 44 (2), pp. 381–402.

- DREXLER, A. – FISHER, G. – SCHOAR, A. (2014): Keeping it Simple: Financial Literacy and Rules of Thumb. *American Economic Journal: Applied Economics*, 6 (2), pp. 1–31.
- HUSSAIN, J. – MATLAY, H. – SCOTT, J. M. (2008): Financial education in small ethnic minority businesses in the UK. *Education + Training*, 50 (8–9), pp. 737–747.
- HUSTON, S. J. (2010): Measuring Financial Literacy. *The Journal of Consumer Affairs*, 44 (2), pp. 296–316.
- HUZDIK, K. – BÉRES, D. – NÉMETH, E. (2014): Pénzügyi kultúra versus kockázatvállalás empirikus vizsgálata a felsőoktatásban tanulóknál. *Pénzügyi Szemle*, 59 (4), pp. 476–488.
- KARSAI J. (2014): *Hol tart a közép-kelet-európai kockázati- és magántőkepiac öt évvel a válság után?* Budapest: MTA KRTK Közgazdaság-tudományi Intézet, MT-DP 2014/15.
- KISS, G. D. – KOSZTOPULOSZ, A. (2013): The Adequacy of Inflation-Targeting Monetary Policy and Euro Zone Participation for the Centra-East European Countries. In: FARKAS, B. (ed.) *The Aftermath of the Global Crisis in the European Union*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing, pp. 178–210.
- KISS, G. D. – SCHUSZTER, T. (2014a): Az együttmozgás vége – A kelet-közép-európai devizák és a svájci frank kapcsolata. *Hitelintézeti Szemle*, 13 (1), pp. 78–97.
- KISS, G. D. – SCHUSZTER, T. (2014b): What are the Differences Between the Currencies of Foreign Exchange Loans? *Public Finance Quarterly*, 59 (2), pp. 187–206.
- MADURA, J. (2008): *International Financial Management*. 9th ed., Mason (USA): Thomson South-Western.
- MAK, V. – BRASPENNING, J. (2012): Errare humanum est: Financial Literacy in European Consumer Credit Law, Financial Literacy in European Consumer Credit Law. *Journal of Consumer Policy*, 35 (3), pp. 307–332.
- MATHIVANAN, R. – MOHANARANJANI, K. (2013): Existing gap between the financial literacy and savin/investment behaviour among indian women: an empirical study with special references to Coimbatore city. *International Journal of Research in Commerce, Economic & Management*, 3 (4), pp. 20–25.
- NGM (2013): Kis- és középvállalkozások stratégiája 2014–2020. Társadalmi egyeztetésre készült dokumentum. Budapest, Nemzetgazdasági Minisztérium, <http://www.nth.gov.fnx/hu/media/download/256>.
- PLAKALOVIC, N. (2012): Financial Literacy and Resultant Stability of the Financial System. *Proceedings of the Faculty of Economics*, 6, pp. 135–144.
- REMUND, D. L. (2010): Financial Literacy Explicated: The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy. *The Journal of Consumer Affairs*, 44 (2), pp. 276–294.
- SERVON, L. J. – KAESTNER, R. (2008): Consumer Financial Literacy and the Impact of Online Banking on the Financial Behavior of Lower-Income Bank Customers. *The Journal of Consumer Affairs*, 42 (2), pp. 271–304.
- SUGANYA, S. – SAKTHIVELRANI, S. – DURAI, K. (2013): Development and validation of financial literacy scale. *International Journal of Research in Commerce & Management*, 4 (1), pp. 99–104.
- VACHER, H. L. (2014): Review of Financial Intelligence for Entrepreneurs: What You Really Need to Know about the Numbers by Karen Berman and Joe Knight, with John Case. *Numeracy*, 7 (1), Article 8.