

Regős Gábor

Pénzügyi tudatosság a lakosság befektetéseiben

Financial Awareness in Household Investments



Összefoglalás

Jelen tanulmány célja a megtakarítással rendelkező háztartások pénzügyi tudatosságának, befektetési döntéseinek vizsgálata. Ehhez 1000 olyan háztartás körében végeztünk felmérést, akik rendelkeznek megtakarítással. A reprezentatív mintába kerülő háztartások 30,7 százaléka nem rendelkezett megtakarításokkal – talán esetükben van leginkább helye a pénzügyi tudatosság fejlesztésének és a jövedelmi helyzet javításának. A megtakarítással rendelkezők csoportja kifejezetten heterogén pénzügyi tudatosság szempontjából, azt nagyban meghatározza az életkor és az iskolai végzettség. A háztartások egy része meglehetősen sok megtakarítási terméket ismer és diverzifikálja befektetéseit, melynek során a döntéseket maga hozza meg és online felületeken el is intézi az ügyeket. Az idősebbek és az alacsonyabb végzettségűek esetében ugyanakkor gyakori, hogy szükségük van a személyes ügyintézésre, a bankfiókokban dolgozók tanácsaira, iránymutatására.

Journal of Economic Literature (JEL) kódok: G51, G53

Kulcsszavak: pénzügyi tudatosság, befektetések, pénzügyi eszközök, digitalizáció

Summary

The aim of this study is to examine the financial awareness and investment decisions of households with savings. To this end, we conducted a survey among 1,000 households with actual savings. 30.7 percent of households in the representative sample had no savings – it is possibly their case where there is the greatest need for developing financial awareness and improving income situations. The group of households with savings is particularly heterogeneous in terms of financial awareness, largely determined by age and qualification level. Some households are familiar with a considerable number of savings products and

DR. REGŐS GÁBOR PHD., vezető közgazdász, Gránit Alapkezelő (e-mail: regos.gabor@granitalapkezekelo.hu).

they diversify their investments, making decisions independently and managing their affairs online. At the same time, however, in the case of the elderly and those with lower educational qualifications, there is often a need for handling their affairs in person to get advice and guidance from bank branch employees.

Journal of Economic Literature (JEL) codes: G51, G53

Keywords: financial awareness, investments, financial instruments, digitalisation

BEVEZETÉS

A pénzügyi ismeretek, pénzügyi tudatosság témája széleskörűen kutatott és elemzett terület. Fontosságát nem lehet elégszer hangsúlyozni akár az egyéni döntések, az egyéni jólét, akár a makrogazdasági szintű folyamatok szempontjából. Az egyéni döntések fontosságát napjaink befektetési környezete is jól mutatja: az elmúlt évek magas inflációs és hozamkörnyezetében sokat veszített az, aki nem volt tudatos, aki nem fektette be megtakarításait, hanem például készpénzben tartotta azokat.

A makrogazdasági hatásokat a magyar gazdaság a 2008-09-es válság során tapasztalhatta meg leginkább: a tömegével felvett devizahitelek és azok bedőlése makrogazdasági szintű károkat okozott úgy rövid, mind hosszú távon: először csak a recessziót mélyítette, később azonban a hitelezés az egészséges szintjétől is elmaradt, ami szintén visszafogta a növekedést. A devizahiteles válságot kétségkívül fűtötte a pénzügyi tudatosság nem elégséges szintje is. Fellner és Marosi (2022) kutatása szerint a devizahitelezésben való érintettségnek vannak hosszú távú hatásai a pénzügyi döntésekre, a pénzügyi tudatosságra, de a vártnál kisebbek. Akik megégették magukat a devizahitelezésben, azok nagyobb arányban gondolják azt, hogy a bankok rosszhiszeműen járnak el, ugyanakkor a devizahitelezésben való érintettség összességében nem befolyásolja azt, hogy valaki mennyire bízik a bankrendszerben. Aki a devizahitelezésben érintett volt, az most már jellemzően többet tud a pénzügyekről, mint azok, akiket a probléma nem érintett.

Napjainkra a pénzügyi termékek a korábbiaknál jóval komplexebbé, nehezebben érthetővé váltak, ez pedig azt jelenti, hogy a pénzügyi tudatosság, a pénzügyi ismeretek szerepe is megnövekedett – míg korábban a bankbetét a lakosság nagy részének befektetési attitűdjének megfelelő volt, ez ma már kevés a megfelelő hozamok eléréséhez. Kovács és Szóka (2020) megállapították, hogy egyre szélesebb csoportok számára váltak hozzáférhetővé egyre összetettebb pénzügyi termékek, részben a technológiai fejlődés, részben a pénzügyi piacok deregulációja következtében. A most kialakulóban lévő, a korábbinál alacsonyabb (de azért a 2020-as koronavírust megelőzőnél érdemben magasabb) kamatkörnyezet nagyobb kockázatvállalásra ösztönözheti a háztartásokat, ami szintén a magasabb tudásszint szükségességét támasztja alá (Cziráki – Pataki, 2018).

De mi is az a pénzügyi tudatosság, hogyan tudjuk definiálni? A pénzügyi tudatosságra a szakirodalomban többféle definíció létezik. A Magyar Nemzeti Bank definíciója volt az első,

ami szerint a pénzügyi kultúra a „*A pénzügyi ismeretek és készségek olyan szintje, amelynek segítségével az egyének képesek a tudatos és körültekintő döntéseikhez szükséges alapvető pénzügyi információkat azonosítani, majd azok megszerzése után azokat értelmezni, és ez alapján döntést hozni, felmérve döntésük lehetséges jövőbeni pénzügyi, illetve egyéb következményeit.*” (MNB, 2008)

Hung és szerzőtársai (2009) ezzel szemben a pénzügyi tudatosságnak egy sokkal szélesebb megközelítését alkalmazták 11 korábbi tanulmányt összefoglalva. A 11 tanulmány alapján 9 féle témakört gyűjtöttek össze, melyek a következők:

- a pénzügyi ismeretek;
- a pénzügyi elvek, eszközök, szabályok és szervezetek megértése;
- a pénzügyi ismeretek alkalmazásának képessége;
- az alapvető gazdasági elvek és fogalmak ismerete;
- a pénzügyi eszközök átlátásának képessége a megalapozott döntéshozatalhoz;
- a legalapvetőbb pénzügyi fogalmak ismerete a megalapozott döntéshez;
- a legalapvetőbb döntések meghozatalának képessége a hitelfelvétellel kapcsolatban;
- információn alapuló értéktételek és döntések meghozatalának képessége;
- egyszerű pénzügyi fogalmak (például kamatszámítás, nominális vs. reál változók, kockázat diverzifikációja) ismerete.

Kovács és Szóka (2020) a pénzügyi kultúra fogalmára Süge (2010) definícióját tartják a legmegfelelőbbnek, miszerint az „*a pénzügyi ismeretek és képességek olyan szintje, amelynek segítségével az egyének képesek az alapvető pénzügyi információkat értelmezni, tudatos döntéseket hozni, felmérve döntésük lehetséges jövőbeni pénzügyi következményeit.*” Érdemes még megemlíteni az OECD (2022) definícióját, mely szerint a „*pénzügyi műveltség a szükséges tudás, tudatosság, készségek, attitűdök és magatartások, amelyek szükségesek a megalapozott pénzügyi döntések meghozatalához és végső soron az egyéni pénzügyi jólét eléréséhez.*”

A pénzügyi tudatosságot vizsgáló kutatások gyakori eszköze a kérdőíves adatfelvétel – mint ez történik például Horváthné és Széles (2014) tanulmányában is, amelyben a lakosság megtakarítási döntéseinek mozgatórugóit vizsgálták. Eredményeik szerint a vizsgált háztartások összességében alacsony pénzügyi ismeretekkel rendelkeznek, a pénzügyi szolgáltatásokat és a hozzájuk kapcsolódó lehetőségeket nem ismerik. A reprezentatív felmérés eredményei szerint a megkérdezett háztartások 22,9 százaléka nem rendelkezett megtakarítással. A szerzők a háztartások a következő 4 csoportra osztották:

- „Öngondoskodni vágyók”: az átlagosnál jobban ismerik a megtakarítási termékeket, közepes mértékben próbálják kihasználni az adókedvezményeket – a háztartások 29 százaléka tartozik ide.
- „Mának élő”: ők ismerik legkevésbé a különböző megtakarítási lehetőségeket, az állami adókedvezmények kihasználása számukra érdektelen. A háztartások 19 százaléka tartozik ide.
- „Tudatos öngondoskodó, pénzügyi ismerettel”: ők befolyásolhatók leginkább adókedvezményekkel megtakarítási döntéseikben. A háztartások 29,6 százaléka tartozik ebbe a csoportba.

- „Öngondoskodó, pénzügyi ismeret nélkül”: bár nem ismerik az egyes pénzügyi lehetőségeket, törekednek az adó- kedvezmények minél szélesebb kihasználására. A felmérésbe kerülő háztartások 22,4 százalékának jellemzői ezek.

Kovács és Nagy (2022) szintén a háztartások alacsony megtakarításaira hívják fel a figyelmet. Eredményeik szerint mindössze a háztartások negyede (27 százaléka) rendelkezik annyi megtakarítással, hogy jövedelme elvesztése esetén 3 hónapig elegendő pénze legyen.

Baranyi és szerzőtársai (2022) a pandémia hatását vizsgálták a pénzügyi tudatosságra kérdőíves felmérés segítségével. Eredményeik szerint a pandémia hatására a háztartások tudatosabbak lettek, jobban követik a befektetések hozamait. Ez utóbbiban a pandémia volatilisabb időszaka játszhat szerepet, ugyanakkor napjainkban is van relevanciája: a magas kamatozású prémium állampapírok az infláció csökkenésével alacsonyabb kamatozásúvá válnak, így pedig sokan magasabb hozammal kecsegtető terméket keresnek – ez szintén a pénzügyi tudatosság egy jele.

A szakirodalomban több szerző kiemelten is foglalkozik a fiatalok pénzügyi tudatosságával, pénzügyi ismereteivel (ennek megfelelően felmérésünk eredményeinek bemutatásakor is több helyen kitérünk majd a fiatalabb generációra) és többen felhívják a figyelmet a pénzügyi ismeretek oktatásban való megjelenésének fontosságára (például Baranyi et al., 2022a, Csiszárík-Kocsir – Garai-Fodor, 2018), hiszen ez az egyik kulcs a fiatalok boldogulásához. Kovács és szerzőtársai (2021) végzős középiskolások körében végeztek felmérést. Eredményeik szerint a legalapvetőbb pénzügyi termékeket iskolatípustól függetlenül jellemzően ismerik a fiatalok, azonban a bonyolultabb, összetettebb termékeknél már látszanak iskolatípus szerinti különbségek – a gimnáziumba járók edukáltabbak. Ugyanakkor eredményeik szerint a fiatalok összességében alacsony pénzügyi ismeretekkel rendelkeznek, nem ismerik megfelelő mértékben a különböző pénzügyi szolgáltatásokat, illetve állami támogatási programokat. Ismereteiket jellemzően szüleiktől, barátaiktól szerzik, ezt követi csak az internet és a közösségi média, mint információforrás.

Hegedűsné és szerzőtársai (2017) 17-21 éves balassagyarmati középiskolások körében végeztek pénzügyi tudatosság témájú kutatást. Eredményeik szerint a megkérdezett fiatalok pénzügyi témájú ismereteiket elsősorban a családjuktól szerzik, ezt követi a tv és az internet, majd pedig harmadik helyen az iskola áll. Meglepő ugyanakkor, hogy a mintába kerültek pénzügyi tudatossága nem különült el abból a szempontból, hogy szüleik diplomások vagy sem.

Kovács és Pásztor (2022) öt európai országot (Finnország, Németország, Franciaország, Hollandia, Svájc) pénzügyi tudatosságot fejlesztő programját mutatják be tanulmányukban. Rámutatnak, hogy a komplex, számos szereplőt magukban foglaló programok a legeredményesebbek, illetve, hogy a pénzügyi műveltség emelése növekedési potenciált jelent a gazdaság számára, illetve csökkenti a társadalmi egyenlőtlenségeket. A pénzügyi tudatosságra való nevelés, a pénzügyi ismeretek oktatása már hazánkban is megjelent – ezt mutatja be Hergár és szerzőtársainak (2024) tanulmánya, külön is kiemelve a Pénz7 eseménysorozatot.

Csiszárík-Kocsir (2022) a társadalom egészére, illetve a különböző generációkra is vizsgálta, hogy honnan szerzik be a pénzügyi döntésekhez szükséges információkat. Kérdőíves

kutatása alapján a társadalom egészét tekintve a szülők tekinthetők a legfontosabb információforrásnak, melyet a pénzügyi tanácsadók és a barátok követnek. Ezen belül természetesen jelentős generációs különbségek láthatóak: az X generáció elsősorban pénzügyi tanácsadókra és banki tanácsadókra hallgat, az Y generáció pénzügyi tanácsadókra és a szüleikre, míg a Z és az alfa generáció a szüleikre. A szerző megállapítja ugyanakkor azt is, hogy az internetben a válaszadók kevésbé bíznak.

Szintén generációs kérdés a nyugdíjcélú megtakarításoké – ezzel foglalkozik például Rádóczy (2021) tanulmánya. Eredményei szerint pozitív kapcsolat van a nyugdíjcélú megtakarítások és a megtakarítási hajlandóság között. Ugyanakkor hazánkban a nyugdíjcélú megtakarítással rendelkezők aránya alacsony, mindössze 25,7 százalék – bár ez a mutató világszinten sem magasabb.

MÓDSZERTAN

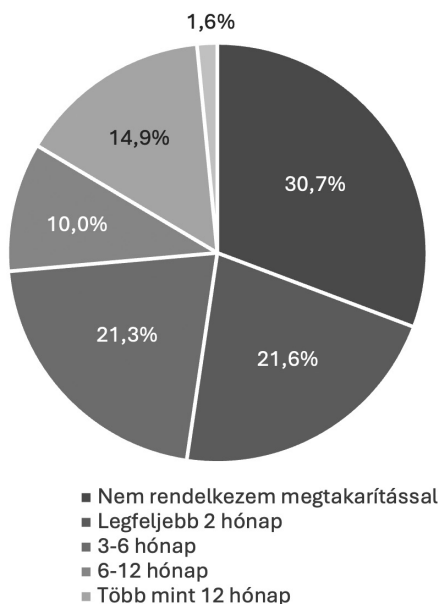
A lakosság megtakarításokkal kapcsolatos ismereteinek, gyakorlatának felméréséhez a Gránit Alapkezelő kérdőíves felmérést végzett 2024. október-november hónapokban. Tekintettel arra, hogy a kérdőív kifejezetten a megtakarításokra koncentrált, a kutatás során azon háztartásokra fókuszáltunk, akik rendelkeznek megtakarítással. A felmérés a teljes mintán reprezentatív volt (tehát azokkal együtt, akiknek nincs megtakarítása) a 18 év felettiek körében és az volt a cél, hogy a megtakarítással rendelkezők száma elérje az 1000 főt. A felmérést telefonos módszerrel (CATI) végeztük.

Ahhoz, hogy 1000 megtakarítással rendelkező háztartást találjunk, összesen 1477 kérdőív kitöltésére volt szükség. Ez tehát azt jelentette, hogy a felnőttkorú lakosság 30,7 százaléka nem rendelkezik megtakarítással. Ez az arány elég magasnak tűnik – ők napról napra élnek, már egy kisebb jövedelemkiesés is problémát jelent számukra. Az így kapott arány magasabb annál, mint amit Horváthné és Széles (2014) tanulmánya mutat – esetükben mindössze 22,9 százalék volt a megtakarításokkal nem rendelkezők aránya. A kettő közötti eltérést részben okozhatják az elmúlt években sorozatosan elszenvedett válságok (koronavírus, háború, infláció, energiaválság), melyek sok háztartást kényszeríthettek arra, hogy fel kelljen élniük megtakarításaikat. Ugyanakkor eredményünk kedvezőbb Kovács és Nagy (2022) eredményeinél, akik szerint a lakosságnak mindössze 27 százaléka rendelkezik három havi kiadásainak megfelelő tartalékkal.

A mintában maradó háztartások között azonban még így is jelentős heterogenitás látható a megtakarítások tekintetében: a teljes lakosság 21,6 százaléka legfeljebb 2 havi jövedelmének megfelelő megtakarítással rendelkezik – ez pedig még mindig inkább alacsony megtakarítási szintre utal. Bár nem szűrtük ki a mintából ezt a 21,6 százalékot, de a befektetések szempontjából a legfontosabb talán mégis inkább a lakosságnak az a közel 50 százaléka, akik ennél nagyobb megtakarítással rendelkeznek.

A felmérés során természetesen érdekes lett volna rákérdezni az egyes háztartások szám szerű megtakarításaira is, ezt azonban nem tettük, tekintettel az adat érzékeny voltára, amely így jelentősen erodálta volna a válaszadási hajlandóságot.

1. ábra: Hány havi jövedelmének megfelelő megtakarítással rendelkezik Ön?



Forrás: Gránit Alapkezelő felmérése

A kapott eredményeket megvizsgáltuk demográfiai csoportok szerinti bontásban is. Ebből látható, hogy a megtakarítással való rendelkezés nem kizárólag pénzügyi tudatosság kérdése – bár az is szerepet játszik benne. Az élethelyzetükből adódóan az átlagosnál több 18-29 éves mondta azt, hogy nem rendelkezik megtakarítással – ez a korosztály 35,2 százaléka. Ez nem is feltétlenül meglepő, hiszen a korosztály jelentős része még tanul, jövedelmük alacsony vagy nincs is. Esetükben az általánosnál alacsonyabb a legalább 6 havi megtakarítással rendelkezők aránya – ezt szintén nem a pénzügyi tudatosság hiányával magyaráznám, sokkal inkább az- azal, hogy még nem áll mögöttük olyan keresetpálya, ami jelentősebb megtakarítást lehetővé tenne. Szintén az átlagosnál magasabb, 36,8 százalék azoknak az aránya a 60 év felettiek esetében, akik nem rendelkeznek megtakarítással. Ez jelentős részben korábbi életpályájuk alacsonyabb jövedelme miatti kisebb nyugdíjból fakadhat. Esetükben egy nagyobb kiadás tehát problémát okozhat, azonban nekik legalább a nyugdíj stabil bevételforrást jelent (legalábbis a 65 éven felüli korosztályban).

Ha iskolai végzettség szerint vizsgáljuk a megtakarítás létét vagy nem létét, akkor egyszerre jelenik meg a tudatosság és a jövedelem kérdése. A felsőfokú végzettségűek esetében mindössze 12,8 százalék válaszolta azt, hogy nem rendelkezik megtakarítással – ez egybe- vág Lusardi és Mitchell (2011) kutatásával, miszerint a magasabb végzettség jellemzően ma- gasabb pénzügyi tudással, tudatossággal jár együtt. Az, hogy a legfeljebb általános iskolai végzettséggel rendelkezők esetében magas a megtakarítással nem rendelkezők aránya (50,8 százalék), részben a keresetek alacsonyabb szintjéből, részben az alacsonyabb pénzügyi tu- datosságból adódik.

EREDMÉNYEK

A továbbiakban tehát szűkítjük az eredmények bemutatását a felnőtt korú népességnek arra a részére, akik rendelkeznek megtakarítással – esetükben vizsgáljuk, hogy ők milyen megtakarítási termékeket ismernek, mivel rendelkeznek, vagy éppen milyen csatornán keresztül intézik pénzügyeiket.

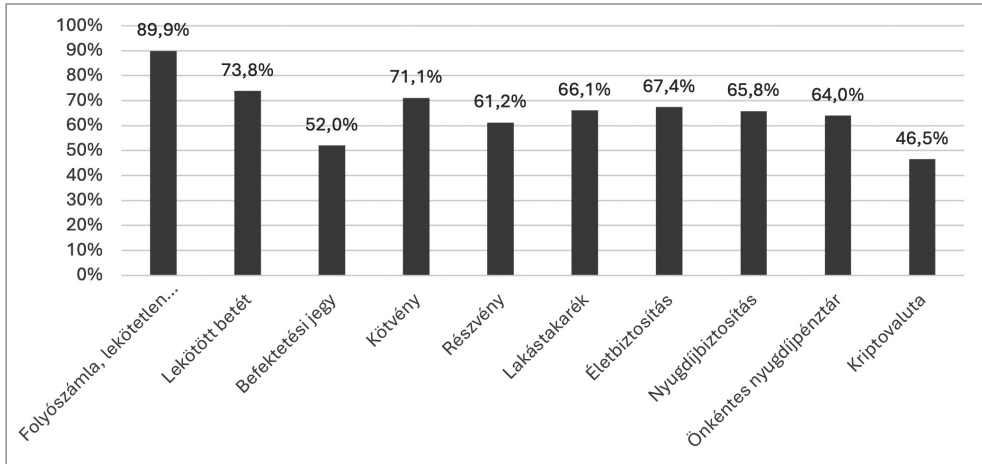
Ismerjük-e az egyes befektetési termékeket?

Az egyes befektetési termékek ismerete kapcsán több terméknél rákérdezett a felmérés arra, hogy az adott megtakarítással rendelkező személy ismeri-e azt. Az egyes termékek (termékcsoportok) a következők voltak:

- Folyószámla, lekötetlen bankszámla
- Lekötött betét
- Befektetési jegy
- Kötvény
- Részvény
- Lakástakarék
- Életbiztosítás
- Nyugdíjbiztosítás
- Önkéntes nyugdíjpénztári megtakarítás
- Kriptoaluta

A felsorolt 10 megtakarítási formából a megkérdezettek átlagosan 6,58-at ismertek, azaz a termékeket nagyobb részben inkább ismerték, mint nem. Eredményeink szerint jelentős különbség van az egyes korcsoportok, illetve a különböző iskolai végzettséggel rendelkezők között. A magasabb iskolai végzettség jellemzően több pénzügyi termék ismeretét jelenti: a diplomával rendelkezők a megjelölt 10 termékből átlagosan 8,3-at ismertek, míg az érettségivel rendelkezők 7,2-t, a szakmával rendelkezők 4,9-et, míg a legfeljebb általános iskolai végzettséggel rendelkezők mindössze 4,1-et. Fontos hangsúlyozni, hogy ez az alacsonyabb végzettségűek közül is az a csoport, aki rendelkezik megtakarítással, tehát a teljes népességet tekintve ennél vélhetően alacsonyabb számokat kapnánk – persze egy olyan termék ismeretére, amelyet biztosan nem használ az illető, úgyszincs szükség. Az egyes korosztályokat tekintve az látható, hogy a 30-39 évesek és a 40-49 évesek ismerik a legtöbb terméket – átlagosan 8,0-at, illetve 8,1-et. Ez a két korosztály már jellemzően nagyobb mértékű megtakarítással tud rendelkezni, ugyanakkor az idősebb korosztállyal szemben nem érik be a legegyszerűbb termékekkel. A 18-29 évesek megtakarítása jellemzően alacsonyabb, de a termékek ismeretét tekintve nem maradnak el jelentősen idősebb társaiktól – átlagosan 7,2 terméket ismernek. Kevesebb terméket ismernek – és így vélhetően konzervatívabb befektetők – az idősebb korosztály tagjai: az 50-59 évesek átlagosan 6,6, a 60 év felettiak pedig 4,1 terméket ismertek a 10 felsoroltból.

2. ábra: Az alábbiak közül melyik megtakarítási formákat ismeri? (n=1000)



Forrás: Gránit Alapkezelő felmérése

A felmérés eredményei alapján az egyes pénzügyi termékek alapvetően négy csoportba oszthatók:

- A folyószámla, lekötetlen betét kategóriát szinten minden válaszadó (a megtakarítással rendelkezők 89,9 százaléka) ismerte
- Nagyon sokan, a megkérdezettek 70-75 százaléka ismerte a lekötött betétet és a kötvényt – talán ezek a legrégebbi, leghagyományosabb megtakarítási formák.
- Öt olyan termék van (lakástakarék, életbiztosítás, nyugdíjbiztosítás, önkéntes nyugdíjpénztár, részvény), amelyek ismertsége 60 és 70 százalék között van. Ezeket tehát még mindig viszonylag sokan ismerik, de azért ezek már nem annyira magas arányok, mint az előző két kategória esetében.
- Két alacsonyabb ismertségű befektetési termék a befektetési jegy és a kriptovaluta – mindkettőt a megtakarítással rendelkező lakosság mintegy fele ismerte (52,0, illetve 46,5 százalék). Ebből mindenképpen meglepetés a kriptovaluta viszonylag magas ismertsége – ez egy viszonylag új termék, magas kockázata miatt a megtakarítók jelentős részének vélhetően nem is ajánlható. A kriptovaluta esetében érdekes különbség látható a férfiak és a nők között: a megtakarítással rendelkező férfiak 51,4 százaléka ismerte ezt az eszközt, míg a nőknek mindössze 40,8 százaléka.

Az életkori megoszlást figyelembe véve is talán a kriptovaluta a leginkább megosztó pénzügyi eszköz: míg a 18-29 évesek 81,8 százaléka ismerte, addig ez az arány a 60 év felettiekénél mindössze 12,9 százalék. Összességében elmondható, hogy a kriptovaluta esetében az idősebb korosztályok felé haladva csökken az ismertség. Ez azonban a termékek nagyobbik részére nem igaz. Általánosan az látható, hogy a termékek nagyobb részét a 30-49 éves korosztály ismeri legjobban, ezt követik terméktől függően vagy a 18-29 vagy az 50-59 évesek, míg a legkevésbé a 60 év felettiek ismerik a különböző termékeket. A 18-29 évesek jellemzően a kockázatosabb termékeket ismerik nagyobb arányban, azaz elmondható, hogy pénzügyi döntéseik során jobban keresik a kockázatot idősebb társaiknál. Ezt mutatja a már említett

kriptoalutákon kívül a részvények esete is, ahol a 3 legfiatalabb korosztály nagyjából hasonló arányban (78,8 százalék, 80,8 százalék és 76,4 százalék) ismeri a terméket.

Az egyes termékek ismerete és az iskolai végzettség között szoros kapcsolat van: a legtöbb terméknél megállapítható, hogy minden termék esetében a diplomások ismerik azt a legnagyobb arányban, míg a legfeljebb általános iskolai végzettséggel rendelkezők a legkisebb arányban. A folyószámla ismerete nem tért el érdemben iskolai végzettség szerint, minden csoportban hasonlóan magas végzettséget mértünk. Ahol a legjelentősebb eltérés tapasztalható, az a kriptoaluták esete. Itt a két legalacsonyabb végzettségű csoportban (legfeljebb általános iskolai végzettséggel rendelkezők és szakiskolát végzettek, a megtakarítással rendelkezőknek csak alacsony hányada, 15,4, illetve 17,4 százaléka ismerte ezt a terméket. A diplomásoknál a legnagyobb ennek a terméknek az ismertsége is, 72,8 százalék és ettől érdemben elmarad az érettségivel rendelkezők ismerete (55,0 százalék).

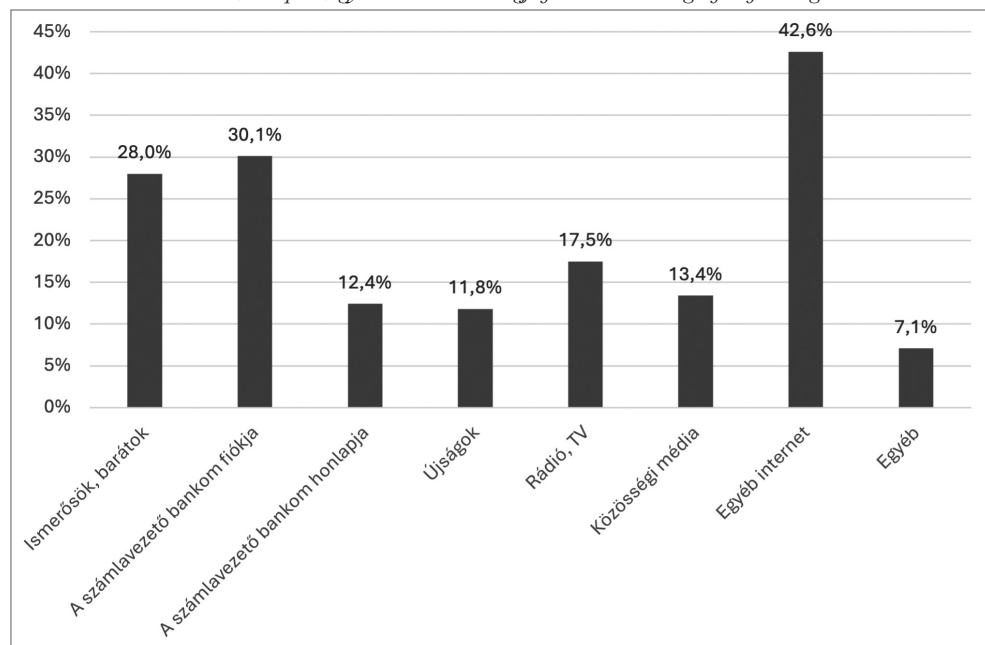
Honnan tájékozódunk?

Azt is megvizsgáltuk, hogy a megkérdezettek jellemzően hol tájékozódnak pénzügyi kérdésekben. A kérdés megválaszolása során a megtakarítással rendelkezőknek a következő lehetőségek közül kellett legfeljebb kettőt kiválasztaniuk:

- Ismerősök, barátok
- A számlavezető bank fiókja
- A számlavezető bank honlapja
- Újságok
- Rádió, TV
- Közösségi média
- Egyéb internet
- Egyéb

Az eredmény első látásra meglepőnek tűnhet: a legtöbb válaszadó, a megtakarítással rendelkezők 42,6 százaléka nyilatkozott úgy, hogy az internetet használja tájékozódásra (eltekintve a közösségi médiától). A második legnépszerűbb információforrás a számlavezető bank fiókja volt: 30,1 százalék választotta ezt a megoldást. Ez tehát azt mutatja, hogy a megtakarítással rendelkezők egy jelentős része még mindig igényli a személyes információátadást, azt, hogy a bankjában személyesen tájékoztassák a lehetőségekről. A harmadik legnépszerűbb információforrást a barátok, ismerősök jelentik, a megkérdezettek 28,0 százaléka választotta ezt.

3. ábra: Honnan tudakozódik pénzügyi kérdésekben? Legfeljebb két lehetőséget jelöljön meg!



Forrás: Gránit Alapkezelő felmérése

A tájékozódási forrásokat életkorok szerint vizsgálva meglepő eredményeket is kapunk. Bár azt gondolnánk, hogy a fiatalabb generációk legfontosabb információs forrása az internet, ez koránt sincs így. 51,5 százalékuk az ismerősöket, barátokat jelölte meg, míg az egyéb internetes források csak 47,0 százalékot értek el. Ugyanakkor a 18-29 éves korosztályban a legnagyobb a közösségi média hatása – 28,0 százalék állította, hogy tájékozódik innen. Ebből a korosztályból mondták legkevesebbet, hogy a számlavezető bank fiókjából tájékozódnak – 19,7 százalék választotta ezt a lehetőséget. A fiatalok tehát leginkább az ismerősökön, barátokon (ide tartoznak a szülők is) keresztül, illetve különböző internetes csatornákon szólíthatók meg.

Érdekesség ugyanakkor, hogy míg a legtöbb információs csatornánál jellemzően megfigyelhető egy lineáris trend az életkor növekedésével, addig az egyéb internet a 30-49 éves korosztályban a legnépszerűbb, 60 százalék feletti eredménnyel – míg a 65 év felettiek ezt a csatornát alig használják információszerzésre. Az említett trendek alapján egyre csökken az ismerősök, barátok és a közösségi média szerepe, míg egyre nő a számlavezető bank fiókjában, az újságokban és a rádióban, tv-ben szerzett információk aránya. Ez egyben azt is jelenti, hogy az egyes korosztályok más tájékoztatási vagy éppen más marketingeszközökkel, más csatornákon keresztül érhetőek el.

A korábban már idézett kutatásokat az itteni eredmények részben megerősítik, részben módosítják. Hegedűsné és szerzőtársai (2017) kutatásában a fiatalabb (17-21 éves generáció) leginkább a családjától tájékozódott (ez egybevág a mi eredményeinkkel), azonban náluk a tv állt a második helyen, és csak ezt követte az internet. Csiszárik-Kocsár (2022) felmérésében a

mi kategóriánk szerinti ismerősök, barátok volt a legfontosabb információforrás, nem pedig az internet.

1. táblázat: A tájékozódási forrás korcsoportok szerint

	Ismerősök, barátok	A számlavezető bankom fiókja	A számlavezető bankom honlapja	Újságok	Rádió, TV	Közöségi média	Egyéb internet	Egyéb
18-29	51.5%	19.7%	12.9%	9.8%	5.3%	28.0%	47.0%	3.0%
30-39	34.3%	23.3%	13.4%	11.0%	4.1%	15.1%	60.5%	12.2%
40-49	27.8%	27.3%	18.5%	11.1%	8.3%	10.2%	60.2%	7.4%
50-64	25.5%	36.1%	15.9%	10.1%	13.9%	13.0%	44.2%	4.8%
65+	14.7%	37.1%	4.0%	15.1%	41.9%	8.1%	14.0%	7.4%

Forrás: Gránit Alapkezelő felmérése

Iskolai végzettséget tekintve szintén tehető néhány megállapítás a tájékozódási forrásokról. A magasabb végzettségűek az átlagosnál jobban kedvelik az internetes forrásokat (a diplomások 65,1 és az érettségizettek 45,3 százaléka választotta ezt a lehetőséget), miközben a legfeljebb általános iskolai végzettségűeknél ez az arány csekély, mindössze 11,9 százalék. Ezzel szemben a tv, rádió, mint információforrás az alacsonyabb végzettségűek esetében kiemelkedő (az általános iskolai végzettségűek 45,5, míg a szakiskolát végzettek 30,7 százaléka jelölte meg), miközben a magasabb végzettségi kategóriákban kevesebb, mint 10 százalék szerez innen információt.

Mibe fektetünk?

A felmérésben nemcsak azt vizsgáltuk, hogy mely termékeket ismerik a válaszadók, de azt is, hogy mely termékekkel rendelkeznek a felsoroltakból. A lehetőségeket itt kiegészítettük a készpénzzel – ennek ismertségére nem kérdeztünk rá, feltéve, hogy ez egy közismert eszköz. A megtakarítással rendelkezők körében a tudatosság összességében nem magas: legnagyobb arányban folyószámlájukon, lekötetlenül (77,4 százalék), illetve készpénzben (55,8 százalék) tartják a megtakarításaikat. Ugyanakkor van a pénzügyi eszközöknek egy olyan csoportja, amellyel a megtakarítóknak nagyjából a negyede rendelkezik: 25,2 százaléknak van lekötött betétje, 28,2 százaléknak kötvénye, 25,6 százaléknak pedig életbiztosítása. A megtakarítók 15 és 20 százalék közötti aránya rendelkezik önkéntes nyugdíjpénztári megtakarítással, nyugdíjbiztosítással vagy lakástakarékkal. A lakosság körében a három legkevésbé népszerű termék a befektetési jegy (10,7 százalék), a részvény (11,3 százalék) és a kriptovaluta (7,0 százalék). Ez azt is jelenti, hogy a lakosság jelentős része nem akar jelentősebb kockázatot vállalni, inkább az alacsonyabb kockázatú termékeket keresik.

Egy megtakarító átlagosan 2,94-féle terméktípussal rendelkezik. Ezen belül azonban nagyon változó az egyes háztartások helyzete: a legtöbb háztartás, a megkérdezettek 24,8 száza-

léka kétféle megtakarítással rendelkezik, míg a második legjellemzőbb az egyféle megtakarítás 22,6 százalékos valószínűséggel. A megtakarítások számának növekedésével azok gyakorisága egyre csökken. Több válaszadó volt, akinél az jött ki, hogy egyetlen megtakarítási termékkel sem rendelkeznek. Egy részük esetében azonban az egyéb válasznál megjelöltek olyan terméket, ami a többi kategória valamelyikébe sorolandó (például otthon tartja, kincstárjegy), de voltak az itt megjelölt kategóriákon valóban túlmutató befektetések is (ingatlan, temetkezési befektetés).

Érdekes lehet megvizsgálni, hogy mi az, ami meghatározza azt, hogy egy adott termékkel rendelkeznek-e az egyes megkérdezettek. Először is mindenképpen igencsak meghatározó a termék ismertsége: az egyes termékek ismertsége és tulajdonlása közötti korreláció a teljes mintát tekintve nagyon erőse, a korrelációs együttható értéke 0,89 – bár a két változó közötti kapcsolat inkább exponenciális, mint lineáris.

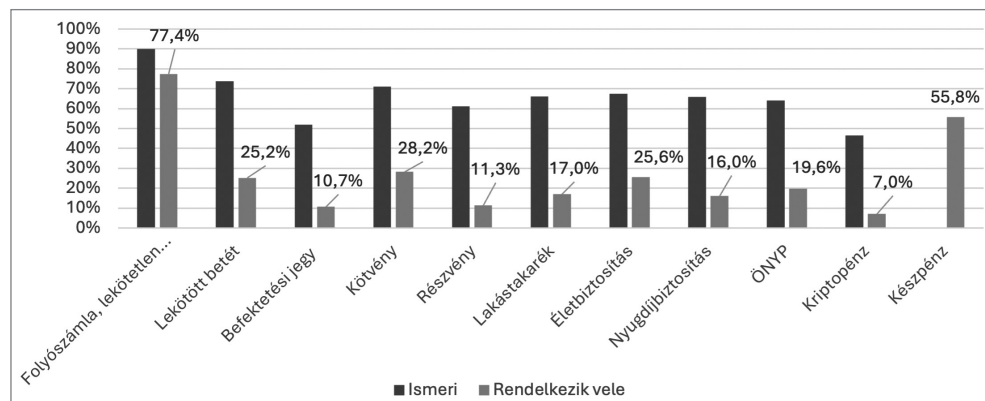
Az egyes korosztályokat tekintve a legtöbbszörféle megtakarítással a 40-49 éves korosztály rendelkezik – átlagosan 3,9 darabbal. A 40-49 éves korosztályra jellemző, hogy a legtöbbszörféle terméket ők birtokolják legnagyobb arányban, ezen belül is talán érdemes kiemelni az önkéntes nyugdíjpénztári megtakarításokat, amellyel 39,4 százalékuk rendelkezik, de kiugró esetükben a lekötött betéttel rendelkezők aránya is (34,3 százalék). Ez alapján tehát ez a korosztály kedveli a nem annyira kockázatos termékeket és befektetéseit diverzifikálja. A második legtöbb fajta termékkel az 50-64 éves korosztály rendelkezik (3,4 darab), de nem sokkal marad el ettől a 30-39 éves korosztály sem (3,3 darab). Az 50-64 éves korosztályban ritkák a kockázatosabb termékek (például részvény), míg gyakran fordulnak elő folyószámlán tartott pénzek vagy éppen önkéntes nyugdíjpénztári megtakarítások, míg itt a legnagyobb a nyugdíjbiztosítással rendelkezők aránya (27,9 százalék). A 30-39 éves korosztály esetében a lakástakarékpénztári megtakarítási népszerűsége nagyobb az átlagosnál, de jobban keresik a kockázatosabb megtakarításokat is (például részvény, kriptovaluta), de azért ezek előfordulása így sem túl gyakori. Érdekes még, hogy a korosztályban viszonylag magas, az 1/3-ot közelítő az életbiztosítással rendelkezők aránya. Szintén kockázatvállaló az átlagosan 2,4-féle befektetési termékkel rendelkező 18-29 éves korosztály – ők rendelkeznek legnagyobb arányban kriptovalutával (a megtakarítással rendelkezők 16,7 százaléka), de viszonylag jelentős a részvényekkel bírók mértéke is (15,9 százalék). A pénzügyi tudatosság alacsonyabb szintjére utal ugyanakkor, hogy köztük a legnagyobb azok aránya, akik megtakarításaiknak egy részét készpénzben tartják: 62,9 százalék. A 65 év felettiek kevésbé diverzifikálnak, átlagosan csak 1,9-féle befektetési termékkel rendelkeznek. Ők inkább kockázatkerülőek: kerülik a részvényeket és a kriptovalutát, de természetesen sincs már szükségük nyugdíjcélú megtakarítási termékekre és lakástakarékokra sem.

Iskolai végzettség alapján szintén érdemi különbség látszik az egyes csoportok között: minél alacsonyabb valakinek a végzettsége, annál kevesebbféle termékkel rendelkezik: a diplomások átlagosan 3,7-del, az érettségizettek 3,1-del, a szakiskolát végzettek 2,4-del, míg az alapfokú végzettségűek 1,8-del. Az iskolai végzettség emelkedésével nő a pénzügyi tudatosság: a magasabb végzettségűek egyaránt rendelkeznek kockázatosabb és kevésbé kockázatos termékekkel, míg az alacsonyabb végzettség esetén a kockázatot inkább kerülik. Az alacsonyabb

végzettségük szintén kevésbé választják a nyugdíjcélú megtakarítási termékeket – kérdés, hogy ez a tudatosság alacsonyabb szintjéből vagy a kevesebb megtakarításból fakad.

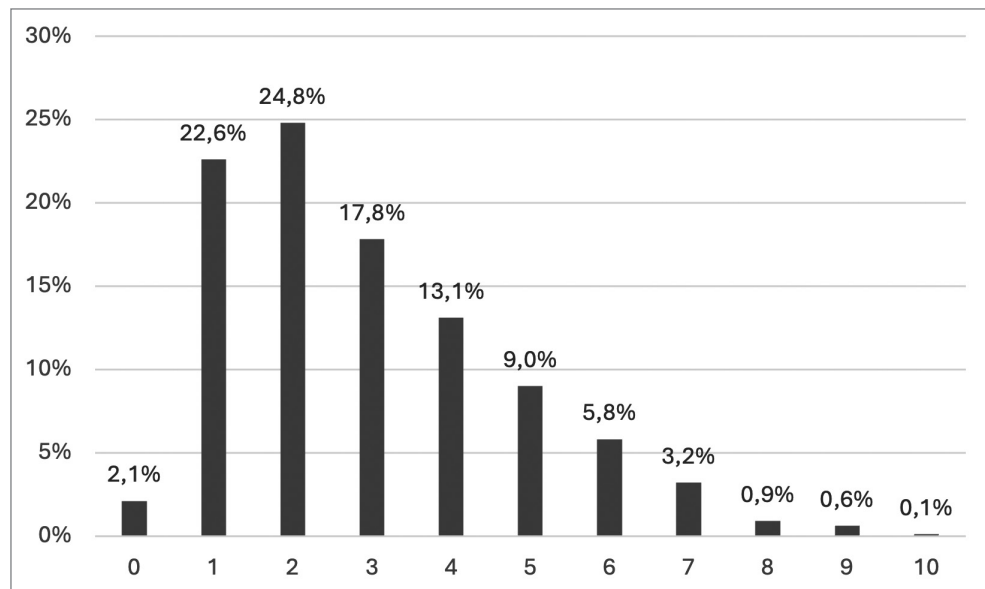
Érdekes különbség látszik a nemek között: a férfiak átlagosan többféle (3,2 vs. 2,7) termékkel rendelkeznek és nagyobb arányban rendelkeznek például részvényekkel, kötvényekkel, kriptovalutával vagy éppen önkéntes nyugdíjpénztári megtakarítással, míg az élet- és nyugdíjbiztosításokat a két nem nagyjából azonos arányban tart.

4. ábra: Mely megtakarítási formákkal rendelkeznek?



Forrás: Gránit Alapkezelő felmérése

5. ábra: Hányféle megtakarítással rendelkeznek az egyes háztartások?

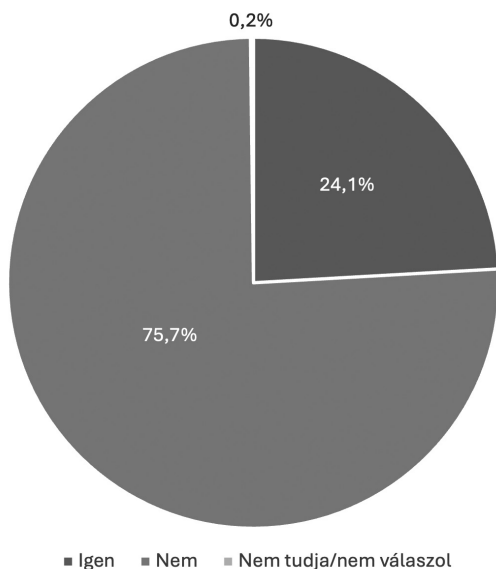


Forrás: Gránit Alapkezelő felmérése

Csak forintban takarítunk meg?

A forint árfolyamingadozásai nyomán egy fontos diverzifikációs eszköz a más pénznemben való megtakarítás – ennek népszerűsége pedig viszonylag nagy: a megtakarítással rendelkezők 24,1 százaléka rendelkezik más pénznemben is megtakarítással. Minél magasabb végzettséggel rendelkezik valaki, annál nagyobb a valószínűsége, hogy más pénznemben is tart megtakarítást: a diplomásoknál ez az arány 34,9 százalék, míg az alapfokú végzettségűeknél mindössze 4,2 százalék. Az életkori megoszlás szerint az 50 év alattiak nagyobb arányban takarítanak meg más pénznemben is (mindhárom korcsoportnál 30 százalék feletti az arány), míg a 65 év felettiéknél ez az arány elenyésző (7,0 százalék). A férfiaknál jóval magasabb, 31,2 százalék azok aránya, akik megtakarításuk egy részét más pénznemben tartják, mint a nőknél, ahol ez a ráta 15,8 százalék.

6. ábra: Rendelkezik Ön más pénznemben megtakarítással?



Forrás: Gránit Alapkezelő felmérése

Mennyire használjuk a digitális csatornákat?

Végül érdemes néhány szót ejteni a pénzügyek digitális intézésnek gyakoriságáról, ami szintén egy mutatója lehet a pénzügyi ismereteknek, pénzügyi tudatosságnak. Napjainkban a pénzügyeinket, befektetési ügyeinket már jelentős részben intézhetjük online felületeken keresztül – és felmérésünk alapján a lakosság nagy része ezt meg is teszi: a megtakarítással rendelkezők több mint fele részben (32,4 százalék) vagy teljesen (21,1 százalék) online intézi befektetési ügyeit. Azoknál, akik pénzügyeiket legalább részben személyesen szokták intézni, felmerül a személyes kapcsolat, a szakértő tanácsadás igénye.

A befektetési ügyek intézésében jelentős eltérés látható az egyes korosztályok között. Ahogy egyre idősebb korosztályról beszélünk, úgy növekszik a kizárólag személyes ügyintézés népszerűsége (a 18-29 éveseknél 12,1 százalék, a 65 év felettieknél 69,9 százalék) és csökken a kizárólag online ügyintézés választók aránya (a 18-29 éveseknél 35,6 százalék, a 65 év felettieknél 6,6 százalék). Érdekes, hogy a részben online, részben személyesen ügyet intézők aránya szintén folyamatosan csökkent az életkor növekedésével, azaz a 65 év felettiek szinte kizárólag személyesen szeretik intézni pénzügyeiket.

2. táblázat: *Hogyan szokta Ön intézni befektetéseivel kapcsolatos ügyeit?*

	Kizárólag online, interneten (netbankon) keresztül	Részben online, részben személyesen	Kizárólag személyesen	Egyéb	Nem tudja / nem válaszol
18-29	35.6%	50.0%	12.1%	1.5%	0.8%
30-39	33.1%	45.3%	18.6%	1.7%	1.2%
40-49	30.1%	40.7%	25.5%	3.2%	0.5%
50-64	17.3%	35.6%	39.9%	5.3%	1.9%
65+	2.2%	6.6%	69.9%	16.2%	5.1%

Forrás: *Gránit Alapkezelő felmérése*

Hasonló összefüggést mutat az online ügyintézés népszerűsége az iskolai végzettséggel: minél magasabb valakinek a végzettsége, annál inkább preferálja az online ügyintézés: a diplomások 36,5 százaléka intézi befektetési ügyeit kizárólag online, miközben ugyanez az arány az alapfokú végzettségűeknél 4,9 százalék – esetükben közel kétharmados a befektetési ügyeket kizárólag személyesen intézők aránya.

A két nem között is szignifikáns különbség látható a diverzifikációt tekintve: a nők esetében mintegy 10 százalékponttal alacsonyabb a befektetési ügyeket kizárólag online intézők aránya, mint a férfiaknál – és mintegy 10 százalékponttal magasabb az ügyeket kizárólag személyesen intézőknél.

ÖSSZEFOGLALÁS

Felmérésünkben 1000 olyan háztartást vizsgáltunk, akik rendelkeznek megtakarítással. A reprezentatív mintába kerülő háztartások 30,7 százaléka nem rendelkezett megtakarítással. Ez a 30,7 százalék a társadalom pénzügyileg legkevésbé tudatos része – azt nem tudhatjuk, hogy a megtakarítások hiánya esetükben mekkora részben fakad az alacsony keresetből és mekkora részben az alacsony pénzügyi tudatosságból.

A mintában maradt 1000 háztartás pénzügyi tudatossága ennél érdemben magasabb, bár jelentős különbségek látszanak az egyes társadalmi csoportok között életkor vagy éppen

iskolai végzettség alapján. Jellemző ez a generációs megosztottság abban a vonatkozásban is, hogy az egyes háztartások tagjai honnan tájékozódnak: míg a legfiatalabbak esetében a legnépszerűbb tájékozódási forrást a barátok, ismerősök jelentik, addig a náluk kicsit idősebb és középkorú generáció számára az internet a legfontosabb információforrás. Az idősebb korosztályok ugyanakkor szeretnek személyesen, a számlavezető bank fiókjában tájékozódni. Ennek a mindennapi élet vonatkozásában is fontos következménye van – a pénzügyi intézmények az egyes célcsoportokat különböző csatornákon át tudják megszólítani.

A különböző pénzügyi termékek ismeretét tekintve a társadalom meglehetősen jól tájékozott, a 10 felsorolt termékből átlagosan 6,58-at ismertek. A magasabb végzettségűek az alacsonyabb végzettségűeknél átlagosan több terméktípust ismernek. Korosztályok szerint a középkorúak ismerik a legtöbbféle terméket – nem függetlenül a hosszabb befektetési tapasztalattól és a nagyobb rendelkezésre álló befektethető forrástól – de a fiatalok sem maradnak le tőlük sokkal.

Hiába ismernek a megtakarítók viszonylag sok terméket, átlagosan csak 2,94 terméktípussal rendelkeznek, azaz a diverzifikációs szándékuk megvan, de nem annyira jelentős. Az idősebb korosztályok a fiataloknál jellemzően kevésbé kockázatkedvelőek és kevesebbféle termékkel is rendelkeznek. A magasabb iskolai végzettség többféle termék birtoklásával, nagyobb diverzifikációval jár együtt.

Hasonló kettősség látszik a befektetésekhez kapcsolódó ügyek digitális intézése esetén is: az idősebb korosztályok a személyes, míg a fiatalabbak az online ügyintéztést preferálják.

A kutatásnak tehát több gyakorlati eredménye is van: azon kívül, hogy képet kaphattunk arról, hogy a megtakarítással rendelkezők mennyire ismerik és mennyire keresik az egyes befektetési termékeket, az is jól látható, hogy a különböző társadalmi csoportok különböző csatornákon keresztül szólíthatók meg az egyes pénzügyi intézmények marketingtevékenységei során. Van egy meglehetősen tudatos, a termékeket jól ismerő és az online térben jól kiigazodó megtakarítói csoport, de sokan vannak olyanok is, akik igénylik a személyes tanácsadást.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- Baranyi Aranka – Bencsik Márta – Csernák József (2022): A pénzügyi tudatosság vizsgálata egy primer kutatás tükrében. In: Széles Zsuzsanna – Resperger Richárd – Szőke Tünde Mónika (szerk.): *A kriptovaluták szerepe a fenntartható gazdaságban*. Soproni Egyetem Kiadó, Sopron, 122-138.
- Baranyi Aranka – Csernák József – Csiszárík-Kocsir Ágnes (2022a): Elvárások a pénzügyi oktatás terén egy primer kutatás tükrében. *Acta Carolus Robertus*, 12(1): 11-22. <https://doi.org/10.33032/acr.2854>
- Cziráki Gábor – Pataki László (2018): A természet entrópiájának figyelembe vétele a portfólió-menedzsment területén. *Controller Info* VI(4): 2-6.
- Csiszárík-Kocsir Ágnes – Garai-Fodor Mónika (2018): Miért fontos a pénzügyi ismeretek oktatása a Z generáció véleménye alapján? *Polgári Szemle* 14(1-3): 107-119.
- Csiszárík-Kocsir Ágnes (2022): Az egyéni pénzügyi döntéseket determináló szocializáció a pénzügyi műveltség aspektusából. *Pénzügyi szemle* 2022/4: 577-594. https://doi.org/10.35551/PSZ_2022_4_6
- Fellner Zita – Marosi Anna (2022): Már nem kísért a múlt? A devizahiteles érintettség hatása a bankrendszeri bizalomra és a pénzügyi tudatosságra. *Hitelintézeti Szemle*, 21(2): 37-65.
- Hegedűsné Barna Rita – Hegedűs Szilárd – Molnár Petronella (2017): Pénzügyi kultúra vizsgálata középiskolások körében. In: Vágány Judit – Fenyvesi Éva (szerk.): *Multidiszciplináris kihívások, sokszínű válaszok - 2017/2*. 72-91.

- Hergár Eszter – Kovács Levente – Németh Erzsébet (2024): A pénzügyi kultúra helyzete és fejlődése Magyarországon. *Hitelintézeti Szemle*. 23(1): 5-28.
- Horváthné Kökény Annamária – Széles Zsuzsanna (2014): Mi befolyásolja a hazai lakosság megtakarítási döntéseit? *Pénzügyi Szemle*. 2014/4: 457-475.
- Hung, Angela A. – Parker, Andrea M. – Yoong, Joanne K. (2009): *Defining and Measuring Financial Literacy*. RAND Working Paper Series WR-708.
- Kovács Tamás – Szóka Károly (2020): *A pénzügyi kultúra és pénzügyi tudatosság helyzete*. In: Kovács Tamás - Szóka Károly (szerk.): Gazdaságvédelem és pénzügyi kiutak pénzügyi, adózási és számviteli szakmai és tudományos konferencia konferenciakötete. 104-112.
- Kovács Zoltán – Dunay Anna – Vinogradov Szergej – Nagy Katalin – Illés Bálint Csaba (2021): Végzős középiskolások pénzügyi kultúrával és öngondoskodással kapcsolatos ismeretei Magyarországon. *Gazdaság & Társadalom* 14(2-3): 123-150.
- Kovács Levente – Nagy Ernő (2022): A hazai pénzügyi kultúra fejlesztésének aktuális feladatai. *Gazdaság és Pénzügy* 9(1):2-19. <https://doi.org/10.33926/GP:2022.1.1>
- Kovács Levente – Pásztor Szabolcs (2022): A pénzügyi kultúra az európai oktatásban. *Gazdaság és Pénzügy* 9(1): 50-67. <https://doi.org/10.33926/GP:2022.1.3>
- Lusardi, Annamaria – Mitchell, Olivia S. (2011): *Financial Literacy around the World: An Overview*. The National Bureau of Economic Research (NBER) Working Paper 17107.
- MNB (2008): *Együttműködési megállapodás a pénzügyi kultúra fejlesztés területén a PSZÁF és az MNB között*. www.mnb.hu/letoltes/0415mnbpszfamegallpodas-penzugyi-kultura-fejleszte.pdf Letöltve: 2025.02.18.
- OECD (2022): *OECD/INFE Toolkit for Measuring financial literacy and financial inclusion* 2022. <https://doi.org/10.1787/cbc4114f-en>
- Rádóczy Klaudia (2021): Nyugdíjcélú megtakarítási hajlandóság Magyarországon. *Marketing & Menedzsment* 55(különszám 2.) 71-82. <https://doi.org/10.15170/MM.2021.55.KSZ.02.06>
- Süge Csongor (2010): A pénzügyi kultúra mérhetősége. In: Tompáné Daubner Katalin – Miklós György. (szerk.): *Tudomány napi előadás. Tudományos mozaik* 7. Második kötet. Kalocsa, Tomori Pál Főiskola. 1–11.