

SZERETJÜK-E A PÉNZÜGYEKET?
EGY LAKOSSÁGI FELMÉRÉS EREDMÉNYEI

BÉT elemzések, 2006. április

A Marketing Centrum piackutató cég felmérést készített az elmúlt év végén az Öngondoskodás Alapítvány megbízásából (közös kidolgozott kérdőívek segítségével) reprezentatív (körülbelül 1000 megkérdezett) minta alapján, melyben a lakosság pénzügyekhez való viszonyát, befektetési attitűdjét vizsgálták. A felmérés számos nagyon érdekes és tanulságos eredményt hozott.

Elégedetlenség, pesszimizmus

Tízből hat magyar inkább elégedetlen, mint elégedett a jelenlegi anyagi helyzetével és a jövőbeli kilátásaival is. Az általános elégedettséget a válaszadók vagyoni helyzete befolyásolja a legerősebben, de életkor szerint is jelentősek a különbségek.

Elégedettségre vonatkozó kérdések már szerepeltek korábban is a Marketing Centrum júniusi és júliusi „omnibusz” kérdőívein, amelyekből kiderült, hogy a kormány nyári „kirobbanó siker” offenzívája pozitívan hatott a közép és fiatalabb korosztály véleményeire. Az idősebbek körében viszont nem növekedett az optimisták aránya a gazdaság sikerességét hangsúlyozó üzenetek hatására, tehát általában elmondható, hogy rövid időhorizontban gondolkozva a magyarok inkább pesszimisták, mint optimisták.

A pártorientáción túl a lakóhely hat a legjobban a rövid távú gazdasági várakozásokra. Figyelemreméltó, hogy a kistelepüléseken élő bizonytalanok a legpesszimistábbak, és egyedül a fővárosban élő kormánypártiak körében billent át optimizmus irányba a mutató átlaga.

A vagyoni helyzet szerinti különbségek is számottevőek, de itt inkább az érdekes az, hogy e szempont szerint kisebbek a kontrasztok, mint pártorientáció és lakóhely szerint. Az előbbieken tárgyalt kérdéseket egyszerre tekintve három csoportba sorolhatjuk az embereket. A felnőtt magyarok 42 százaléka elégedetlen pesszimista, negyedük szinten elégedetlen, de inkább optimista, mint pesszimista, végül harmaduk elégedett és hosszútávon egyértelműen optimista, rövid távon viszont általában nem számít gazdasági változásra. Az elégedetlen pesszimisták az átlagosnál valamivel nagyobb valószínűséggel támogatják a Fidesz-MPSZ-et, és az átlagosnál lényegesen kisebb valószínűséggel az MSZP-t. Az elégedett optimisták viszont sokkal hajlamosabbak a kormánypártokat támogatni, mint az ellenzéki pártokat, az elégedetlen optimisták körében pedig átlagos a pártok támogatottsága.

Érdeklődés, tájékozódás

A megkérdezettek körében a kultúra iránti érdeklődés került a rangsor élére a média-témaköröket firtató kérdésblokknál. A kultúra mellett a belpolitika, közélet és a gazdaság is dobogóra került, a pénzügyek, árfolyamok iránti érdeklődés viszont meglehetősen mérsékelt.

A közélet iránti érdeklődést elsősorban az iskolai végzettség befolyásolja, és ezzel szinkronban vagyoni helyzet szerint is nagyon nagyok a különbségek. Ezeken túlmenően pártállás szerint is szignifikánsak a különbségek, és az is megállapítható, hogy az elégedett optimisták érdeklődnek a leginkább a közélet iránt, és az elégedetlen pesszimisták érdeklődés átlaga a legalacsonyabb.

A Marketing Centrum felmérésének kérdései között szerepelt az is, hogy a válaszadók mennyire értik a gazdasági beszámolókat, a gazdasági híreket. A válaszok szerint a felnőtt magyarok 28 százaléka alig érti ezeket, 40 százalékuk csak kisebb részben érti, teljesen pedig mindössze 6 százalékuk.

A vagyoni helyzet szerinti felső negyedbe tartozók, a diplomások és az SZDSZ támogatói körében billent át a pozitív tartományba a tájékozottsági mutató átlaga, az összes többi társadalmi demográfiai csoportban határozottan negatív az átlag.

A felnőtt magyarok közel fele nem szokott rendszeresen tájékozódni a gazdaságról, a gazdasági, pénzügyi hírekről, ötöde pedig csak egyféle forrásból (tipikusan tévéműsorokból) tájékozódik rendszeresen, 21 százalékuk kétféle forrást is említett, végül szintén 21 százalék azok aránya, akik rendszeresen többféle forrásból tájékozódnak.

Az Internetet kevesen említették a gazdaságról való tájékozódás forrásaként. Ha egyszerre nézzük az összes választ, akkor összességében 3 csoportba sorolhatjuk a megkérdezetteket. A magyarok 46 százaléka legfeljebb csak alkalmatosan tájékozódik a gazdaságról, 40 százalékuk csak a hagyományos médián keresztül tájékozódik, 14 százalékuk pedig az Internetet is használja, és egyedül e csoport tagjai körében billent át a pozitív tartományba a szubjektív tájékozottság mérlege.

Ismeretek

A Marketing Centrum felmérésében megkérdezte az embereket, hogy mennyire ismernek pénzügyi, gazdasági fogalmat. A felmérés első részén a közbeszédben gyakran szereplő fogalmak ismeretét méri (köznapi fogalmak), míg a második speciális pénzügyi fogalmak ismeretét. A köznapi fogalmak között a megkérdezettek körében a legismertebbek az infláció, a tőzsde, valamint a részvény fogalmak voltak, míg a speciális pénzügyi fogalmak között a monetáris politika, a portfólió, valamint a likviditás fogalmak voltak a legismertebbek.

Vállalkozó kedv, beosztás

A válaszok átlaga szerint a tipikus magyar takarékos és óvatos, de nem ért a pénzügyekhez. Többen érzik magukat nyitottnak, mint zárkózottnak, ugyanakkor a többség inkább a kipróbált dolgokat szereti, mint az újdonságokat.

A vállalkozó kedv faktorban nagy súllyal szerepel az optimizmus. Ugyanakkor korábban láttuk, hogy a rövid távú várakozásokra erősen hat a pártpolitika, és ez azt is jelenti, hogy a politikai propagandaszövegek hatnak az emberek vállalkozó kedvére, ennek viszont gazdasági következményei is vannak.

Megállapíthatjuk, hogy a vállalkozó kedv faktorra az életkor és a vagyoni helyzet hat a legerősebben, de számos más szempont szerint is jelentősek a különbségek, például nemek szerint is: a nők sokkal inkább kockázatkerülők, mint a férfiak. Mindemellet az is kiderült, hogy a városokban élők valamivel nagyobb arányban vállalnak kockázatot, mint a kistelepüléseken élők.

Min múlik?

A magyar közvéleményt megosztja az a kérdés, hogy közép- és hosszútávon min múlik a személyes gyarapodás. A megkérdezettek több mint fele arra hajlik, hogy inkább a saját erőfeszítésein múlik, míg 42 százalékuk inkább külső tényezőkhöz, a politikához, az ország gazdasági helyzetéhez köti ezt.

A „Min múlik?” kérdés a Marketing Centrum június eleji „omnibusz” kérdőívén is szerepelt, és ha az akkori válaszokhoz hasonlítjuk a szeptemberieket, akkor azt látjuk, hogy a külső tényezők felé tolódtak el a vélemények. Elsősorban a kormánypártiak körében. Mindebből arra következtethetünk,

hogy a gazdaság sikerességébe vetett hit felértékeli a külső tényezők szerepét, míg a gazdaságpolitikával szembeni bizalmatlanság a saját erőfeszítéseknek tulajdonított jelentőséget növeli!

Infláció

A megkérdezettek 19 százaléka nem vállalkozott arra, hogy megbecsülje: mekkora ma Magyarországon az infláció. A többiek 2 és 30 százalék közötti számokat mondtak, és a válaszok átlaga 10 százaléknak adódott. A KSH 2005. szeptember 7-i gyorsjelentése szerint az adatfelvétel idején 3,7% volt az infláció és ezt mindössze a válaszadók 11 százaléka találta el. Az is kiderült, hogy minél tájékozatlanabb valaki, annál hajlamosabb felülbecsülni az inflációt, és minél nagyobb gondolja valaki az inflációt, annál hajlamosabb a gazdasági borúlátásra.

A kormány nyári gazdasági sikeroffenzívája e területen sem maradt teljesen hatástalan. Az inflációról gondolt kép valamivel közelebb került a valósághoz, de azért még mindig sokkal sötétebb annál. Márpedig az infláció ennyire tömeges felülbecslésének nagy valószínűséggel inflációgerjesztő hatása is van. A Fidesz-MPSZ támogatói különösen hajlamosak felülbecsülni az inflációt, a leglátványosabban pedig az SZDSZ hívei körében csökkent az inflációbecslések átlaga. Másrészt a szegényebbek és a kevésbé iskolázottak infláció becslései lényegesen magasabbak az átlagosnál, és különösen magasak az elégedetlen pesszimisták körében.

Pénzpiaci ismeretek

A felmérés egyik legmeglepőbb eredménye az, hogy nincs olyan megtakarítás, befektetés jellegű pénzügyi konstrukció, amelyik teljesen közismert lenne a magyar lakosság körében. A legkevésbé ismert konstrukciónak a garantált befektetési alap bizonyult.

Megtakarítások

A jövedelmük, vagyonuk, illetve megtakarításaik nagyságát firtató kérdésekre sokan nem válaszolnak szívesen.

A háztartások 35 százalékának semmilyen megtakarítása, befektetése sincs, 23 százalékuk csak egyféle, 15 százalékuk pedig kétféle (tipikusan készpénz, illetve folyószámla) megtakarítással rendelkezik. Így mindössze a háztartások 27 százalékának van 3, vagy többféle megtakarítási formából álló „portfóliója”. Állampapír-, kötvény-, deviza-, részvény-, egyéb értékpapír- és befektetési alap megtakarítása, illetve befektetése gyakorlatilag csak azoknak a háztartásoknak van, ahol 3 vagy többféle formából áll a „portfólió”.

Hosszú távon a megkérdezettek 22 százaléka az ingatlanbefektetést tartja a legnagyobb hozamúnak, ingatlanbefektetése azonban mindössze 4 százalékuknak van. Viszonylag sokan tartják a tőzsdei részvényeket és az állampapírokat is a legjobbnak a hosszú távú hozam szempontjából, de ilyennel is csak kevés háztartás rendelkezik.

Amikor az összes megtakarítás nagyságrendjére kérdeztünk rá, akkor a megkérdezettek 13 százaléka nem kívánt vagy nem tudott válaszolni, 37 százalékuk pedig azt mondta, hogy egyáltalán nincsenek megtakarításaik, további 12 százalékuk pedig azt, hogy mindent egybevetve 100 ezer forintnál kevesebb megtakarítással rendelkeznek. 100-500 ezer forint megtakarítást a felkeresett háztartások 21 százalékánál említettek, 0,5-1 millió forintot, illetve 1 millió forintnál jelentősebb megtakarítást pedig 5-5 százalékuknál. Ha hihetünk a válaszoknak, akkor számottevő - tehát 100 ezer forintnál jelentősebb - megtakarítás a magyar háztartások kevesebb, mint négytizedénél halmozódott fel.

A megkérdezettek tizede egyetlen megtakarítási célt sem említett spontán módon, 48 százalékuk pedig csak egyetlen egy célt említett, tipikusan a vésztartalék képzést. Ha egyszerre nézzük a megtakarításokkal kapcsolatos válaszokat, akkor három csoportba sorolhatjuk az embereket. A megtakarítók életkor átlaga átlagos 46 év, ők érdeklődnek a leginkább a közéleti és a gazdasági

kérdések iránt, és ennek megfelelően ők a legtájékozottabbak a gazdasági fogalmakról és a pénzügyi konstrukciókról is.

A potenciális megtakarítók életkora átlag 41 év, és a csoport tagjai kevésbé érdeklődnek a gazdasági, pénzügyi kérdések iránt, és így kevésbé tájékozottak, mint a megtakarítók.

Végül a nem megtakarítók életkor átlaga 50 év, és őket érdekli a legkevésbé a gazdaság, és természetesen ők a legkevésbé tájékozottak.

A megtakarítók aránya nagyjából minden életkori csoportban azonos, ugyanakkor potenciális megtakarítókat a 18-29 éves korosztályban találunk a legnagyobb valószínűséggel.

Hitelek

A felkeresett háztartások 53 százalékában azt nyilatkozták, hogy egyáltalán nincsenek hitelek, tartozásaik. 1 millió forintnál jelentősebb hitelről pedig mindössze a háztartások tizedénél tettek említést, és ez gyakorlatilag minden esetben lakáshitelt jelentett!

Befektetési döntések

A felnőtt magyarok közel fele alulinformáltak érzik magukat a befektetési döntésekhez, további 41 százalékuk pedig csak részben érzik megfelelően informáltak magukat, és mindössze 9 százalékuk véli úgy, hogy informált.

A befektetési döntésekre a családtagok és a banki alkalmazottak tanácsai tudnak a leginkább hatni. A biztosítási ügynökökre, a brókerekre és a nyugdíjpénztárak szakembereire viszont kevesen hallgatnának. A megkérdezettek tizede senkinek a segítségét sem venné igénybe, ha befektetési döntésekről van szó, és ennek hátterében alapvetően a bizalmatlanság húzódik meg.

Bizalmatlanság

A normális pénzügyi működés alapja a bizalom. Ehhez képest a biztosítási ügynökök, a brókerek, a biztosítótársaságok, a befektetési tanácsadók és a bankárok iránt alapvetően bizalmatlan a magyar közvélemény, és csak a nyugdíjpénztárak, illetve a kereskedelmi bankok esetében billent át a válaszok mérlege a pozitív tartományba. A bizalmatlanság elsődleges okát egyértelműen az egymást érő botrányok jelentik. A magyar közvélemény természetesen a különböző közéleti botrányok szereplőiben bízik meg a legkevésbé.

A budapestiek kevésbé bíznak a különböző szereplőkben, mint a vidékiek. A pártorientáció annyiban befolyásolta az átlagokat, hogy a bizonytalanok a legbizalmatlanabbak, a kormánypártiak és az ellenzékiek átlagai között viszont nem szignifikáns a különbség.

Tőzsde

A legtöbb embernek a kockáztatás volt az első asszociációja a tőzsdére, a tőzsdézésre. A második leggyakoribb említés: „gazdagoknak való”. Kulcsár Attila neve viszont meglepően kevésszer hangzott el, azaz az álbróker inkább a bankszektor renoméját rontotta, mint a tőzsdéét.

A tőzsdei árfolyamok alakulását a megkérdezettek 4 százaléka szokta rendszeresen figyelemmel kísérni, további 18 százalékuk pedig időnként. A tőzsdei árfolyamok figyelése viszonylag szorosan korrelál a közéleti érdeklődéssel, illetve a gazdasági és pénzügyi ismeretekkel. Továbbá a vállalkozó kedvvel és a kockázat vállalási készséggel is. Tőzsdei részvénye a felkeresett háztartások 2 százalékának van, és az itt válaszolók gyakorlatilag mind figyelemmel kísérik az árfolyamokat.

A megkérdezettek 12 százaléka azt mondta, hogy biztosan vásárolna részvényeket, ha lenne elegendő pénze, 44 százalékuk viszont határozottan elzárkózott ettől. A részvényvásárlás terjedésének legnagyobb korlátja az, hogy a megkérdezettek 45 százaléka szerint 1 millió forint fölött van az a minimális összeg, amivel már érdemes tőzsdei befektetéseken gondolkodni.

Befektetési alapok

A befektetési alapokat kevesen ismerik, ezért az erre vonatkozó kérdések feltevése előtt röviden informáltuk a megkérdezetteket. Ezután a megkérdezettek 9 százaléka mondta azt, hogy biztosan vásárolna befektetési jegyet, ha lenne elegendő pénze. 44 százalékuk viszont mereven elzárkózott ettől.

Nyugdíj-megtakarítások

A felmérés során megkérdezettek 47 százaléka aktív pénzkereső, 6 százalékuk GYES-en, GYED-en van, illetve háztartásbeli, 6 százalékuk tanul, 5 százalékuk munkanélküli, 34 százalékuk öregségi nyugdíjas, további 2 százalékuk pedig 60 évnél fiatalabb inaktív (pl. rokkant). A nem nyugdíjasoktól megkérdeztük, hogy milyen gyakran szoktak azon gondolkodni: miként fognak megélni a nyugdíjas éveikben? Az aktív korúak 23 százaléka gyakran töpreng ezen, 40 százalékuk pedig időnként. 38 százalékukat viszont nem foglalkoztatja a kérdés. Természetesen minél közelebb van valaki a nyugdíjas korhoz, annál nagyobb valószínűséggel gondolkozik nyugdíjas évei megélhetésén.

Az összes megkérdezett 29 százaléka tagja valamelyik magán-nyugdíjpénztárnak (is), és 12 százalékuk pedig valamelyik önkéntes nyugdíjpénztárnak (is). (Azok aránya, akik mindkét fajta nyugdíjpénztárnak a tagjai: 7%.) A megkérdezettek 62 százaléka viszont semmilyen nyugdíjpénztárnak sem a tagja, 3 százalékuk pedig nem tudott vagy nem kívánt válaszolni a kérdésre.

Készítette: Marketing Centrum