

OTDK-dolgozat

2025

**SZEGEDI TUDOMÁNYEGYETEM
GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR**

**Google A Tanácsadóm! Információforrások és Befolyásoló
Tényezők A Magyar Fiatalok Befektetési Döntéseiben**

**Google Is My Advisor! Information Sources and
Influencing Factors in the Investment Decisions of
Hungarian Youth**

Készítette:

Máthé Nikolett Csilla

Konzulens: Dr. Kincsesné Dr. Vajda Beáta

Kézirat leadásának dátuma: 2024.05.06.

TARTALOMJEGYZÉK

BEVEZETÉS	5
1 A BEFEKTETÉSEK PSZICHOLÓGIAI ÉS PÉNZÜGYI VONATKOZÁSAI MAGYARORSZÁGON	7
1.1 A befektetés és a befektető fogalmi meghatározása	7
1.2 A befektetéselemzés lényege és fő módszerei	9
1.3 Pénzügyi pszichológia, a viselkedési pénzügyek előtérbe kerülése	10
1.4 Pénzügyi kultúra, befektetések és megtakarítások Magyarországon	13
2 A BEFEKTETÉSI DÖNTÉSEKET BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK	16
2.1 Heurisztikák és torzítások	17
2.2 Befolyásoló csoportok	20
2.2.1 Család és barátok	20
2.2.2 Munkatársak	21
2.2.3 Pénzügyi szakértők	22
2.2.4 Pénzügyi influenszerek	23
3 INFORMÁCIÓS CSATORNÁK ÉS TORZÍTÁSAIK	26
3.1 Szociális környezet és a szóban terjedő információk	26
3.2 Online források	27
3.3 Közösségi befektetés és közösségi média	28
3.3.1 Álhírek	28
3.3.2 Tömegek bölcsessége (Wisdom of the crowd)	29
3.3.3 Visszhangkamrák (Echo chambers)	30
4 A KUTATÁS MÓDSZERTANA	32
4.1 Módszertan	32
4.2 Hipotézisek	32
5 Empirikus kutatás eredményei	33
ÖSSZEGZÉS	61
IRODALOMJEGYZÉK	64
MELLÉKLETEK	71

TÁBLÁZAT ÉS ÁBRAJEGYZÉK

TÁBLÁZATOK

1. táblázat A magyar háztartások értékpapírvagyona (milliárd forint).....	15
2. táblázat A minta demográfiai adatainak összefoglalása (%)	33
3. táblázat A magyar fiatalok pénzügyi képzettsége (%)	34
4. táblázat Likert-skála válaszainak átlaga és szórása.....	44
5. táblázat A legnépszerűbb értékpapírok összehasonlítása országonként (%).....	53

ÁBRÁK

1. ábra A magyar fiatal befektetők által birtokolt, legnépszerűbb értékpapírok (%).....	36
2. ábra A magyar fiatalok jelenlegi legnagyobb pénzügyi kihívásai (%).....	37
3. ábra A magyar fiatalok legfőbb pénzügyi céljai (%).....	38
4. ábra A befektetési és pénzügyi ismeretek megszerzésére használt online források (%).....	39
5. ábra Az információs források hitelességének ismérvei a magyar fiatalok szerint (%)	43
6. ábra Fő befektetési motivációk a magyar fiatalok körében (%).....	45
7. ábra A befektetési szándékot korlátozó tényezők (%).....	46
8. ábra A befektetési motiváció hatása a választott értékpapírok típusára (%)	47
9. ábra A befektetések kezelésére használt lehetőségek megoszlása (%).....	47
10. ábra A szülői befektetési háttér hatása az értékpapírok típusára (%)	49
11. ábra A fiatal befektetők befektetési információinak forrásai (%).....	57
12. ábra Szülői befektetői háttér a befektető és a nem befektető fiatalok körében (%).....	58
13. ábra A legnépszerűbb értékpapírok a magyar fiatalok körében (%)	60

BEVEZETÉS

Tőzsdézni, pénzt befektetni ma már nem csak egy adott társadalmi csoport kiváltsága, hiszen bárkiből lehet befektető. Az internet és a közösségi média elterjedése lehetővé tette a villámgyors kommunikációt és információáramlást. Relatív alacsony költségekkel megtanulhatunk bármit és információt szerezhetünk bármiről online. Az alacsony díjak mellett működő és könnyen kezelhető befektetési platformok elérhetővé tették a tőzsdei kereskedést a kevésbé tapasztalt, kisebb összeget befektetni kívánó fiatal kisbefektetők számára is. Az otthonunk kényelméből, mobil bróker alkalmazásokon keresztül már választhatunk rengeteg befektetési termék közül (Myat, 2022). Egyre több fiatal is csatlakozik és válik befektetővé a jövőjük anyagi megalapozásának érdekében. Megtalálni a számukra legmegfelelőbbet azonban nem túl egyszerű. Míg évtizedekkel ezelőtt csupán néhány információforrás állt a befektetők rendelkezésére, ma már számos forrás áraszt el információkkal, tanácsokkal és tippekkel, köszönhetően az online médiumoknak és közösségeknek (Cookson et al., 2021).

Problémát jelent, hogy a kisbefektetők jelentős része több időt fordít egy nyaralás megszervezésére, mint a befektetési döntésekre. Nem végeznek adekvát befektetési kutatást és elemzést, mivel azt időigényesnek és komplikáltnak tartják (FSCS, 2022). A pénzügyi viselkedés tanulmányozása révén már ismert, hogy a befektetők döntéseire befolyással vannak pszichológiai tényezők is, választásaik nem teljesen racionálisak (Parveen et al., 2020). A hivatásos szakértők helyett felértékelődött az internetes fórumok, blogok, önjelölt pénzügyi guruk és komment szekciók szerepe, mint a befektetési ötletek, tanácsok és elemzések forrása, megjelentek a pénzügyi influenszerek (CFA, 2023). Időigényes és költséges saját kutatómunka és befektetéselemzés helyett, inkább rokonokra, barátokra hallgatnak, valamint az interneten könnyen elérhető információforrásokra (Hermansson et al., 2022; Parveen et al., 2020). A család és barátok szerepe az online források mellett kiemelten fontos a fiatalabb generáció befektetési döntéseiben (CFA, 2023). Ennek két oldala van, hiszen a hasznos, minőségi tartalmak mellett rengeteg félrevezető információ is kering az online térben (Arcuri et al., 2023). A tapasztalatlan befektetők pedig nem csak maguk látják ezeknek kárát, hanem a pénzügyi piacok stabilitását is gyengítik (Gong et al., 2017).

Dolgozatomban arra keresem a választ, hogy *A magyar fiatal kisbefektetők főként melyik forrásból szerzik az információkat a befektetési döntéseikhez és mely befolyásoló csoport van a legnagyobb hatással a választott befektetési eszközök típusára?* Tehát honnan szereznek információkat egy adott befektetési lehetőség kiválasztása előtt, vannak-e olyan személyek, vagy tényezők, amelyek erre hatással vannak. Hasonló témában Pataki–Zörög (2023) a fiatal

korosztály befektetési szokásait vizsgálta a kriptopénzek piacán. Kutatásukban a 18 és 30 év közöttieket vizsgálták és arra jutottak, hogy az érdeklődésük a magasabb kockázatú eszközök felé mozdult el a magasabb reálhozam érdekében. Nemzetközi szinten a CFA Institute 2023-as kutatása vizsgálta, négy ország fiataljainak befektetési szokásait, majd szintén megállapította, hogy a fiatalok körében egyre népszerűbbek a kriptovaluták, melyekről az online közösségekben tájékozódnak, jelentős támogatást élvezve a szüleiktől, családtagoktól. Magyarországon lehangoló a pénzügyi tudatosság és a megtakarítások helyzete a lakosság körében (Kovács–Szóka, 2020). Ezeknek a kutatásoknak az eredményei megerősítettek abban, hogy fontos felmérni a magyar fiatalok pénzügyekhez és befektetésekhez való hozzáállását, megismerni, hogy mely információs forrásokat használják, kikhez fordulnak befektetési tanácsért. Így kutatásom nem kizárólag a magyar fiatalok befektetési attitűdjeit vizsgáló szakirodalomhoz járul hozzá, de értékes információkkal szolgál a pénzügyi befektetésekben érdekelt személyek, intézmények részére. Eredményeim segíthetnek a pénzügyi és befektetési edukációt és tanácsadást összehangolni a fiatalok igényeivel, annak érdekében, hogy ez a generáció már tudatosabb döntéseket hozzon a megtakarításokkal és a befektetésekkel kapcsolatban.

A szakirodalmi áttekintés során az befektetés és befektető fogalmi meghatározása mellett, ismertetem a befektetéselemzés lényegét, a viselkedési pénzügyek előtérbe kerülését és a magyar lakosság befektetési kultúráját. Mindezeket követően bemutatom a befektetői döntéshozatalt befolyásoló heurisztikákat és kognitív torzításokat, azokat a személyeket és csoportokat, akik szintén hatást gyakorolnak a befektetők választásaira. Ismertetem az információszerzés leggyakoribb forrásait, különös tekintettel az online forrásokra és közösségekre, valamint ezek torzításait: a közösségi médiában terjedő álhíreket, a tömegek bölcsességében rejlő lehetőségeket, majd a visszhangkamrák negatív hatását. Végezetül bemutatom az empirikus kutatásom eredményeit, ismertetem a hipotéziseimet, tesztelem azokat, majd az összefoglalásban levonom a következtetéseimet.

1 A BEFEKTETÉSEK PSZICHOLÓGIAI ÉS PÉNZÜGYI VONATKOZÁSAI MAGYARORSZÁGON

1.1 A befektetés és a befektető fogalmi meghatározása

Mindenekelőtt úgy gondolom érdemes néhány alapvető fogalmat tisztázni, hogy a dolgozatom pontosan mit tekint befektetésnek, kit befektetőnek és hogy mi a befektetési kutatás jelentősége, valamint a befektetés elemzés két fő módszerét is röviden jellemzem.

A befektetést, mint fogalmat többféleképpen lehet értelmezni, akár a befektetés indíttatása, a befektetett vagyon nagysága alapján. Tágabb értelemben a befektetés a vagyoni eszközök elhelyezésének módjaira utal (Kecskés, 2007). Legtöbb esetben a befektetések alapját a megtakarítások képezik (Harsányi, 2018), azaz a jövedelemnek az a része, melyet nem költenek el fogyasztásra. Befektetésként egy meghatározott pénzösszeget tekintünk, amely felhasználása hosszabb távra szól és a cél ennek az összegnek a gyarapodása. Három fontos jellemzője a hozam, azaz a nyereség a befektetett pénzösszeg után, a likviditás, amely azt jelzi milyen gyorsan váltható pénzre a befektetés és a kockázat, mely a hozam mértékét befolyásolja (MNB, 2023). A kockázat mértéke befektetés típustól függően eltérő lehet, a tőkepiac az, ahol megtörténik az átváltás kockázat és hozam között (Harsányi, 2018). A leggyakoribb befektetési eszközök a bankbetétek, részvények, kötvények, értékes tárgyak és az ingatlanok (Nyári, 2022). Dolgozatomban a pénzügyi eszközökkel kapcsolatos befektetésekre szeretném helyezni a hangsúlyt, mint az értékpapírbefektetések (tőzsdei részvények, kötvények, állampapírok).

A befektető Kecskés (2007) nyomán: egy olyan személy (vagy intézmény), aki gazdasági növekmény reményében mobilizálja a vagyoni eszközeit, mely növekmény tőkejövedelem útján jelentkezik. Kecskés (2007) leírásában a befektető a hasznot a megfelelő időben realizálja, figyel a kedvező és kedvezőtlen ciklusok váltakozására, valamint tettekre készen várja a piaci események alakulását. Ha egy értékpapíron árfolyamnyereséget realizálhatna, akkor értékesítheti a papírt realizálva a nyereséget vagy további növekményt remélve várakozik. A befektető a tőkéje, pénze és megtakarításai révén tőkepiaci műveleteket valósít meg, melyet végezhet személyesen vagy befektetési szolgáltatókon keresztül, jutalék ellenében (Harsányi, 2018). Leegyszerűsítve a befektető személyeknek két csoportját lehet elkülöníteni: az egyik csoportot az amatőr, azaz nem hivatásszerűen pénzügyi területen dolgozó befektetők alkotják, míg a másikat a hivatásos befektetők és a spekulánsok (Molnár, 2007).

A befektetőket további szempontok alapján is lehet csoportosítani, mint a befektetésre kerülő tőke tulajdonosa, a befektetés kockázata, befektetési időtartam, tőkepiaci információk megszerzése és a befektetési döntések meghozatala szerint is.

Tulajdonos alapján elkülönülnek a magánbefektetők és az intézményi befektetők. A magánbefektetők a saját megtakarításaik befektetéséről gondoskodnak, ezáltal maguk vállalnak minden kockázatot és lehetséges nyereséget. Érzékenyebbek a kockázatok növekedésére, viszont akár motiváltabbak is a nagyobb kockázatvállalásra. Ezzel szemben az intézményi befektetők a saját mellett, mások megtakarított pénzét is befektetik, tevékenységük szigorú jogszabályok által szabályozott. Az intézményi befektetők előnye, – többek között– hogy szakértői a tőkepiacnak, ismerik annak törvényszerűségeit, képesek prognosztizálni a piaci folyamatokat és egyes értékpapírok várható árfolyamváltozását (Harsányi, 2018).

Kockázat alapján megkülönböztethetők a kockázatkerülő és a kockázatelhárító befektetők. Egy befektetés kockázata határozza meg, hogy a befektetés lezárásakor a befektetett tőke jobb esetben mennyivel nő vagy rosszabb esetben mennyivel csökken. A nagyobb hozamhoz nagyobb kockázatot szükséges vállalni. Ez az, amire a kockázatkerülő befektetők nem hajlandóak, noha akaratukon kívül is vállalnak minimális kockázatot, mivel kockázat nélküli befektetés nem létezik! Ez a legnépesebb befektetői kategória, akik leginkább állampapírokba fektetik a pénzüket, más értékpapír esetében a legalacsonyabb kockázatra is érzékenyek, hajlamosak azonnal eladni az értékpapírt, akár veszteség árán is. A kockázatelhárító befektetők védekezni próbálnak egy tőzsdei termék vagy pénzügyi mutató kedvezőtlen változásaival szemben. Annak érdekében, hogy ellensúlyozzák valamely tranzakciójuk kockázatát, kockázatelhárító ügyletet kötnek, az ezekből az ügyletekből származó követelések vagy tartozások határozzák meg a végső kimenetel kedvezőségét vagy kedvezőtlenességét (Harsányi, 2018).

Időtáv alapján rövid-, közép- és hosszútávú befektetésekről beszélhetünk, mely néhány percestől akár több évtizedekig tartó befektetést jelentenek. Napi befektetőknek nevezzük azokat, akik rövid távra – akár napon belül– fektetnek be, kihasználva a kisebb árfolyammozgásokat, sok ügyleten keresztül próbálnak nyereséget realizálni. A középtávú értékpapírok a legnépszerűbbek, ezek a befektetők nem kívánnak évtizedekig várni a haszonra, valamint nincs lehetőségük napi befektetőként tevékenykedni. A hosszútávú befektetések több évre, évtizedre szólnak, ilyenek jellemzően a nyugdíjcélú befektetések vagy az úgynevezett ETF-ek (Exchange Traded Fund) (Harsányi, 2018).

A befektetett tőkenagyság szerint elkülöníthetők a kisbefektetők és a nagybefektetők, melyek összefüggenek a magán- és intézményi befektetői státusszal is. az intézményi

befektetők jellemzően egy döntéssel nagyobb pénzüsszegeket mozgatnak meg, tehát a legtöbb esetben ők lesznek a nagybefektetők. Míg a leggyakoribb a magán kisbefektetők kategóriája (Harsányi, 2018).

A tőkepiaci információk megszerzése szerinti megkülönböztetésnél azt kell figyelembe venni, hogy a befektetési döntések végrehajtásakor az információ megszerzése milyen közel van a befektetési értéket meghatározó piacokhoz. Tipikusan belföldi- és külföldi befektetők szoktak elkülönülni, ahol a belföldiek jobb esélyekkel indulnak a belföldi befektetésekért, bár a belföldieket is tovább lehet sorolni, hiszen előfordulnak bennfentes információkkal rendelkezők (Harsányi, 2018).

Egy további osztályozási szempont az aktív- és passzív befektetői státusz. Az aktív befektetők széleskörű piaci elemzésekre hagyatkoznak a vételi és eladási pontok meghatározását illetően. Egy adott piacon minden lehetséges információt igyekeznek megszerezni. Többségében az intézményi befektetők tartoznak ide. A passzív befektetők kevésbé tudatosok, nem gyűjtenek információt és nem végeznek elemzéseket, hanem intuitív módon választják ki a nekik tetsző befektetést. Leginkább a magánbefektetőkre jellemző ez az attitűd (Harsányi, 2018).

Ismerve a leggyakrabban előforduló befektetői csoportosításokat, a dolgozatomban amikor befektetőt említek, akkor elsősorban a magánbefektetőkre gondolok, közülük is azokra, akik jellemzően kisbefektetők, befektetési időtávtól függetlenül, nem professzionális státuszukat tekintve pedig inkább passzív módon fektetik be a megtakarításaikat.

1.2 A befektetéselemzés lényege és fő módszerei

A gazdasági döntésekhez, mint a befektetési döntésekhez információkra van szükség, a befektetők historikus adatokra támaszkodnak. Ismerniük kell egy adott vállalat erőforrásait és megbizonyosodni azok hatékony felhasználásáról (Naveed et al., 2020). A megfelelő befektetési termék kiválasztása, annak értékelése bonyolult dolog is lehet. Ideális esetben a befektetők elemzéseket végeznek a befektetési döntések meghozatala előtt. Ilyenkor figyelembe veszik az adott iparági szektort, a gazdasági trendeket, akár a befektetési lehetőségek múltbeli teljesítményét is, megpróbálva előrejelezni a jövőbeli piaci mozgásokat. Mindezt annak érdekében, hogy megbecsüljék várhatóan hogyan fog az adott befektetés teljesíteni a jövőben, mi a valós bekerülési értéke, a befektetés várható időtartama és hogy hogyan fog hatni a befektetési portfólió egészére. A cél, hogy kiválasszák a számukra

legmegfelelőbb lehetőséget, korrekt kockázat-hozam ráta mellett (Investopedia, 2023). Hasonló elemzést végezni nem csak részvények, de más értékpapírok esetében is fontos végezni.

Részvényekbe, értékpapírokba fektetni kockázatos vállalkozás, mivel a befektető pénzáramai bizonytalanok, amelyet a vállalat jövőbeli teljesítménye befolyásol. Értékelésük alapjául a DCF modell alkalmazása szolgál, mellyel egy részvény jelenértékét lehet meghatározni a vállalat jövőbeli pénzáramai alapján (Dávid et al., 2007). Az elemzési módszereket két kategóriára lehet osztani: a fundamentális és a technikai elemzésre. A fundamentális elemzés eredetileg a vállalati éves beszámolókból és pénzügyi jelentésekből indult ki, de mára már figyelembe veszi az iparági sajátosságokat és a makrogazdasági környezetet is (Dávid et al. 2007; Molnár, 2007; Bélyácz, 2013). Lényege, hogy olyan részvényeket találjon és vásároljon a befektető, melyek a belső értékhez képest alulértékelték, majd akkor váljon meg tőlük, ha az ár a belső érték szintjére vagy afölé emelkedik, így realizálva a nyereséget (Bélyácz, 2013).

A technikai elemzés módszere a múltbeli pénzügyi adatokat elemezve próbálja előrejelezni a pénzügyi piacok mozgását (Bélyácz, 2013). Kiindulási alapja, hogy a befektetők tömege azonos történésekre hasonlóan reagál, a döntéseikre hatással vannak olyan pszichológiai tényezők, mint a félelem és a kapzsiság. Feltételezi továbbá, hogy a múlthoz képest az emberi természet alapvetőleg változatlan, így a jövőbeli döntéseik is kiszámíthatóak (Elemzésközpont, 2024). A technikai elemzés ábrákon keresztül ad előrejelzést, az emberi cselekvést sokféle formáción keresztül (pl.: háromszögek, trendvonalak) próbálja megjósolni. Az elemzés alapját képezik továbbá a chartok/alakzatok, legnépszerűbbek a gyertya, oszlop és vonal alakzatok. Leggyakrabban használt eszköze a mozgóátlagok számítása (Dávid et al., 2007).

Ez az elemzési módszer jól mutatja azt, amire a következő fejezetekben részletesebben is kitérek, hogy a befektetők döntéshozatalára nem csupán a tények, adatok és számítások, hanem az érzelmek és a pszichológiai tényezők is befolyással bírnak, továbbá a társadalmi környezet, az online platformok és a közösségi média is. Továbbá szemlélteti azt a nézetet is, hogy miért tartják a kisbefektetők időigényes és komplikált folyamatnak a befektetések szakszerű értékelését.

1.3 Pénzügyi pszichológia, a viselkedési pénzügyek előtérbe kerülése

A főáramú közgazdaságtani és pénzügyi elméletek többnyire azon a feltételezésen alapulnak, hogy az emberek racionálisak, a rendelkezésre álló összes információt számításba veszik, mérlegelik és ezek alapján döntenek a befektetéseikről (Mittal, 2019). Fama (1970) a

hatékony piacok elméletében tökéletesen racionálisnak írta le a befektetőket és a piacot is, ahol az árak tükrözik az összes elérhető információt, tehát az eszközök ára megfelel a valós értéküknek. Az információknak központi szerepe van a mai társadalomban is, melynek terjedését a közösségi hálózatokban felgyorsította a digitalizáció. Jelenleg olyan információs bőséggel állunk szemben, amely megnehezíti a megbízható források megkülönböztetését a hamisaktól, továbbá az információ mennyiség hatékony feldolgozását. Az álhírek terjedésének jó táptalajt biztosít az internet és a közösségi média, jelentős kockázatokat jelentve a pénzügyi piacokra és a döntés előtt álló kisbefektetőkre (Arcuri et al., 2023).

A valóságban az emberi viselkedést nem lehet kiszámítani és gyakran nem racionális, a pénzügyi piac instabilitásai pedig visszavezethetők az emberi viselkedésre. Különszakterület, a viselkedési pénzügyek foglalkozik azzal, hogy a befektetői viselkedés és a piac kölcsönhatásait vizsgálja. A viselkedési pénzügyek nem feltételezi, hogy az egyének döntései teljesen racionálisak, hanem hangsúlyozza a ráció mellett az érzelmek befolyásoló erejét is. Befolyásolják az értékpapírok kiválasztását, az eladások és vásárlások időzítését és a pénzügyi portfóliók szerkezetét is. Egyre fontosabbá vált az emberi viselkedés tanulmányozása a tőzsdei hangulat alakulásában, ugyanis a befektetői érzelmek befolyással bírnak a pénzügyi eszközök kereskedési volumenére, illetve árfolyamára. Döntéshozatalukban gyakran alkalmaznak heurisztikákat és torzításokat, az információk sokasága és az idő szűkössége miatt. Kockázatos és bonyolult döntési helyzetekben pedig az elérhető információk alapos értékelése helyett, a mentális rövidítésekre (*mental shortcuts*) alapozzák a választásaikat, melyek gyakran nem vezetnek jó döntéshez. A befektetők nem vizsgálják át tüzetesen minden információt, gyors eredményeket akarnak, tehát gyorsan elérhető alternatívákat igényelnek az összetett problémák megoldására. Ebben segítenek a heurisztikák, melyek jellemezhetőek „hüvelykujjszabályként” is, a múltbeli tapasztalatok, referenciapontok és a közelmúlt eseményei alapján (Parveen et al., 2020).

2022-ben hozta nyilvánosságra egy britek körében végzett kérdőíves felmérés eredményeit a brit Financial Services Compensation Scheme (FSCS), mely megerősítette, hogy a megkérdezett kisbefektetők majdnem fele (44%) megbánta, hogy nem fektetett több energiát a befektetési lehetőségek értékelésébe. Két okot neveztek meg: az értékelési folyamat túl időigényes és meglehetősen bonyolult. Jelentősen több időt szántak a nyaralásuk megszervezésére, autó vagy ház megvásárlásával kapcsolatos döntésre, háztartási tevékenységre, mint ruhamosás, továbbá a közösségi média oldalak látogatására. A kutatás felhívta a figyelmet a tájékozatlanság miatti kockázatokra, akár befektetési csalások áldozatául is eshetnek az óvatlan kisbefektetők. Kitértek még arra is, hogy a válaszadók 11%-át a barátaik

befektetési aktivitása ösztönözte befektetésre, míg 26 százalékuk csupán szórakoztatónak találta a lehetőséget. Rávilágítottak az influenszerek és celebek befolyásoló erejére is, 14% vásárolt befektetési terméket ezeknek a személyeknek a javaslatára. Érdekes adat még a hely is, ahol a befektetési döntések megtörténtek: a 18-24 év közöttiek 13%-a sorozatnézés közben, 11% kocsmában ülve vagy 7% szórakozóhelyről hazafelé tartva döntött a pénzügyeiről. Ez jól indikálja azt, hogy mennyire könnyen hozzáférhetővé tették a befektetési lehetőségeket az online platformok (FSCS, 2022). A bróker appok erősen gamifikált (játékszerű) működése is közrejátszott a tőzsdei befektetés demokratizálásában (Pedersen, 2022). 2020-ban a Robinhood nevű pénzügyi szolgáltató sokszorozta meg a fiatal felhasználói számát a játékszerűen egyszerű bróker alkalmazásával, ezt a jelenséget el is nevezték Robinhood-hatásnak (Póra, 2022).

A tőzsde szempontjából fontos szerepet játszik a közvélekedés, a befektetői hangulat. Miután a közösségi média és az alacsony díjjal működő mobilos bróker alkalmazások demokratizálták a tőzsdézést, a hangulati elemek hatása a pénzügyi piacokra hatványozódott (Póra, 2022). Ez kedvez a tőzsdei buborékok kialakulásának is, amelyhez hozzájárul a nagyszámú tapasztalatlan kisbefektető megjelenése a tőzsdén (Gong et al., 2017). A hangulati elemek jelentősége mutatkozott meg a memrészvények előretörésében és a 2021-es GameStop esetben. A memrészvények olyan értékpapírokat jelölnek, melyek népszerűvé válnak a róluk készült és terjesztett közösségi médiás mémek révén, majd ennek köszönhetően emelkedik az árfolyamuk. A GameStop (GME) részvényeivel is hasonló történt, amikor a Reddit WallStreetBets (WSB) nevű fórumában (*subreddit*) a kisbefektetők felkapták. Mindezek előtt a vállalat fundamentumai nem mutattak meggyőző eredményeket, így az intézményi befektetők túlértékeltnek nyilvánították a részvényeit (Póra, 2022). Előzményként egy pénzügyi elemző és befektető állt elő a WSB fórumon azzal az ötlettel, hogy a GME helyzete nem olyan rossz és elsősorban az árfolyamesésre spekuláló befektetők miatt veszít az értékéből, akik manipulálják az árfolyamot. Ez a poszt buzdította a kisbefektetőket a GME részvények vásárlására, tapasztalataikat továbbra is megosztva a fórumon. Mindez odáig eszkalálódott, hogy a GME részvények árfolyama az egekbe emelkedett (Myat, 2022). Ehhez hozzásegített olyan celeb-nagybefektetők csatlakozása is, mint Elon Musk. Az eset lényege a részvényeket shortoló (árfolyamesésre játszó) befektetők kiszorítása (*short squeeze*) volt, melyet a WSB fórum kisbefektetőinek összehangolt együttműködése ért el, amellyel képesek voltak árfolyamemelkedést előidézni, tehát befolyásolni a piac árazását. Ehhez szükséges volt a közösségi média és a véleményvezér befektetők részvétele is azzal, hogy megosztották a részvényről alkotott mémeket (Póra 2022). Sok médium úgy fogalmazta meg az esetet, mint Dávid győzelme Góliát felett, a kicsit összefogása a nagyok ellen (Myat, 2022). Az eset jó

példát szolgáltat a szociális háló és néhány kiemelkedő véleményvezér erős pszichológiai befolyására a kisbefektetői döntésekre. Ugyanitt a WSB fórum posztjaiban jelent meg a YOLO (*You Live Only Once*) szemlélet is, amely akár szélsőségesen nagy kockázatok vállalását ösztönözheti a kisbefektetők részéről, akik tartanak attól, hogy ha nem csatlakoznak a többiek döntéséhez, akkor kimaradnak egy jó lehetőségből. Ez utóbbit nevezik FOMO-hatásnak (Myat, 2022; Pedersen, 2022; Póra, 2022).

1.4 Pénzügyi kultúra, befektetések és megtakarítások Magyarországon

Magyarország lakosságának pénzügyi tudatossági helyzete továbbra is fejlesztésre szorul (Kovács–Szóka, 2020), összehasonlítva a lehangelő 2014-es kutatással, mely megállapította, hogy a felnőtt lakosság nagy része nem rendelkezik a megfelelő pénzügyi és gazdasági ismeretekkel, ezáltal a hosszútávú megtakarítási lehetőségeket is csak nehezen tudják igénybe venni, az állami ösztönzés ellenére is. A háztartások kevés megtakarítással és magas törlesztőrészes hitelekkel rendelkeznek (Horváthné–Széles, 2014). 2020 után a koronavírus-járvány némileg változtatott a háztartások pénzügyi tudatosságán, nőtt a megtakarítási hajlandóság és az emberek keresik a befektetési lehetőségeket (Sági–Papp, 2021). Elmondható a magyar háztartásokról azon túl, hogy nem, vagy csak kevés megtakarítással rendelkeznek, hogy megtakarításaikat jellemzően likvid eszközökben tartják. A pénzügyi eszközök esetében a készpénz és a számlapénz a legnépszerűbb, míg a nem pénzügyi eszközök esetén az ingatlan minősül a legnépszerűbb vagyontartási eszköznek (Sumitz–Katona, 2023; Boldizsár et al., 2016). Megfigyelhető az is, hogy a likviditás fontossága mellett a lakosság nem szereti hosszútávra lekötni a vagyonát, a rövidebb futamidejű befektetési eszközöket preferálják. Hosszabb futamidejű megtakarításokhoz rendelkezésre áll a tartós befektetési számla (TBSZ), amely öt év után mentesíti a megtakarított összeget a kamatadó-fizetési kötelezettségtől. Hasonló még a nyugdíj előtakarékosági számla (NYESZ) amellyel az állam szintén a hosszabb futamidejű megtakarításokat ösztönzi (Nagy–Kékesi, 2022).

Befektetések szempontjából kiemelt szerepe van a saját ingatlan vásárlásának, mely a hitelfelvételek elsődleges célja is (Boldizsár et al., 2016). Sumitz és Katona 2023-as kutatási eredményei alapján a magyarok jelentős része készpénzben, számlapénzben és ingatlanban tartja a megtakarításait, míg előfordulnak a kötvény és részvény befektetések is, de ezek csak kisebb mértékben. Ugyanígy a lekötött betétek sem képesek a készpénzben történő vagyontartást felülmúlni. Mindezek annak ellenére, hogy a kutatás által megkérdezettek hasonló kockázatúnak ítélték meg az értékpapírokat és az ingatlanbefektetéseket. A forgalomban lévő

készpénz 80%-át a háztartások birtokolják, többségében az alacsonyabb vagyonú rétegek és az idősek. A pénzügyi eszközök (például a részvények és kötvények) nagy része a társadalom egy szűk csoportjának tulajdonában koncentrálódik, jellemzően a vagyonosabb háztartásoknál. A magasabb jövedelmű háztartásokra a pénzügyi eszközök nagyobb diverzifikációja is jellemzőbb (Boldizsár et al., 2016; MNB 2023).

A megtakarítási és a befektetési szokásokra a demográfiai jellemzők is hatással vannak, így a jövedelmi helyzet, mely alacsonyabb szintje mellett a befektetési hajlandóság is gyengébb. Továbbá az iskolázottság és a foglalkozás is meghatározó, melyek összefüggenek a vagyoni helyzettel. Családi állapot szempontjából a legnagyobb befektetési hajlandóság az egyedülállók körében mutatható ki, míg a családok esetében ez alacsonyabb, ugyanez meghatározza a befektetett összeg nagyságát is (Sumitz–Katona, 2023). Figyelemre méltó az is, hogy a vállalati részvényeket nagy arányban gyermekek nevelő háztartások birtokolják, míg a gyermektelen aktív korúak és a nyugdíjasok csak jóval kisebb arányban. Ennek egyik magyarázata a megtakarítások, a vagyon és jövedelmek eloszlása. Jövedelem alapján a 18 év alatti gyermeket nevelő háztartások aránya növekedik a jövedelmek emelkedésével, az alsó jövedelmi tizedekben a gyermekes családok aránya 10%, míg a felső jövedelmi tizedekben 40%. Ezt elősegítették a 2011-ben a családok számára bevezetett adóintézkedések. Azokban háztartásokban, ahol idősebb, 18-25 év közötti gyermekek is élnek az egy főre jutó nettó jövedelmek meghaladják az átlagértékeket (MNB, 2023). Más magyarázat lehet a családok előretekintése a jövőbeli kiadásokra, mint a gyermekeik tandíja vagy első lakásvásárlásuk támogatása. Ezek szintén megtakarítást és befektetést igényelnek (Dávid et al., 2007). Az idősebb, nyugdíjkorhatárt elérő korosztályra jellemzőbb továbbá a kevésbé kockázatos portfóliók kialakítása a fiatalabb generációkkal szemben (Tóth-Pajor, 2021).

Az értékpapírok likviditásuk ellenére nem olyan népszerűek a lakosság körében, mint a készpénz és a bankbetétek, 2023-ban azonban bővülés volt a háztartások által birtokolt értékpapírok mennyiségében (MNB, 2024). Nyári (2022) feltérképezte a hazai befektetési lehetőségeket és azt találta, hogy a hagyományos befektetési eszközök közül az állampapírok a legnépszerűbbek, alacsony kockázat mellett biztos hozamot kínálnak. A tőzsdei részvényekkel járó kockázatoktól és kezelési folyamatoktól tartóknak ideális megoldásként a befektetési alapokat javasolta. Említést tett még a kombinált termékekről is, melyek esetében a befektetett összeget az állam hajlandó kiegészíteni bizonyos feltételek teljesítése után, ilyenek az egészségpénztári szolgáltatások, a lakás-takarékpénztárak és az önkéntes nyugdíjpénztárak.

1. táblázat A magyar háztartások értékpapírvagyona (milliárd forint)

	2022	2023
	December	December
Állampapír	10233	12654
Egyéb kötvény	201	674
Befektetési jegyek	5970	8835
Tőzsdei részvények	1427	1849
Összesen	17831	24012

Forrás: MNB (2024) alapján saját szerkesztés

Fontos még figyelembe venni, hogy jelenleg az állampapír az egyik legnépszerűbb értékpapírbefektetés, nőtt az államkötvényeket tulajdonlók aránya, mely csökkentette a lekötött betétek és a folyószámla-betétek állományát. Az alacsonyabb kockázat és a biztos hozam azonban nem mindenkinen kelt bizalmat, továbbá azok, akik nem élnek ezzel a befektetési lehetőséggel indokként még a megtakarításaik elégtelenségét nevezték meg (Briglevics–Hegedűs, 2023). Megfigyelhető továbbá az állampapírbefektetések jelentős ösztönzése a hagyományos médiumokban és online is, állampapírvásárlásra buzdítanak a közösségi médiában az influenszerek és egyéb közszereplők is. Az államkötvények kimagasló népszerűsége akár összefüggésben is állhat ezeknek a kommunikációs csatornáknak a használatával.

2 A BEFEKTETÉSI DÖNTÉSEKET BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK

Befektetőként döntést hozni koránt sem egyszerű feladat, hiszen mielőtt egy adott befektetési lehetőség kiválasztása mellett köteleznék el magukat számításba kell venniük több szempontot is. Többek között olyan szempontokat, mint a piac jelenlegi helyzete, a kockázattűrő képességüket, a befektethető többlet pénzüket, az elvárt hozamot és a jogszabályi kritériumokat (Mandal–Riyat, 2021). Naponta rengeteg információ árasztja el a világot, amelynek nagy része akár felesleges is lehet egy befektetési döntések szempontjából. Nem lehetséges minden információt feldolgozni. Ahogyan egyre több információ forrás létezik és egyre több fajta befektetési lehetőség áll rendelkezésre, melyek akár igazán komplexek is lehetnek, úgy válik még árnyaltabbá a döntéshozás folyamata (Barber–Odean, 2007; Sahi et al., 2013). A racionálisan viselkedő befektető, mielőtt cselekedne és megvásárolna egy adott pénzügyi terméket információt gyűjt, elemzéseket végez, így kellően informálttá válik a döntéshez, tehát képes lesz a kockázatát optimalizálni és maximalizálni az elvárt hozamot (Mandal–Riyat, 2021). Az átlagos kisbefektető nem rendelkezik azokkal az eszközökkel és idővel, amivel egy profi vagy intézményi befektető, így költséges számára a befektetési lehetőségek értékelése, továbbá portfóliójuk jellemzően alulteljesít a piachoz képest (Barber–Odean, 2007).

Mivel a befektetők is emberek, nem viselkednek tökéletesen racionálisan, a befektetési döntéseiket befolyásolják az érzelmeik, a végtelen információ, ami a hírekből, médiából, jelentésekből vagy akár a közösségi médiából áramlik (Mittal, 2019). Annak, hogy egy ember mennyi információt képes feldolgozni kognitív és időbeli korlátjai vannak, tehát a választási lehetőségek számát limitálni kell. Nem csupán az információk befogadásának képessége jelent akadályt a kiválasztásban, hanem a szükséges és releváns információk megszerzésének magas költségei is. Ebben a helyzetben a hivatásos vagy intézményi befektetők előnyt élveznek, hiszen rendelkeznek a megfelelő erőforrásokkal az információszerzéshez (Barber–Odean, 2007). Hermansson et al. (2022) az egyének saját szociális hálóját (*private network*), a pénzügyi tanácsadókat és a médiát jelölte meg az információszerzés leggyakoribb forrásainak. A heurisztikus választások mellett, ugyanezeket a tényezőket veszem figyelembe, nagyobb hangsúlyt fektetve az online források és közösségek befolyásoló erejére.

2.1 Heurisztikák és torzítások

Bonyolult és kockázatos döntési helyzetekben hajlamosak vagyunk a problémákat leegyszerűsíteni, racionális elemzések helyett pedig segítségül hívni a szubjektív érzéseket, a korábbi tapasztalatokat, hüvelykujjszabályokat és az úgynevezett heurisztikákat és torzításokat (*bias*) (Barber–Odean, 2007; Hámori, 2003; Sahi et al., 2013). A torzítások mintegy szemüveggént viselkednek, melyek korábbi hiedelmeinkből és a preferenciáinkból épülnek fel, átsegítve a nehezített döntési folyamaton (Sahi et al., 2013). Ezeknek a heurisztikáknak és torzításoknak számos fajtája létezik, Tversky és Kahneman (1974) kutatási nyomán kerültek a köztudatba. Dolgozatomban nem vállalkozom ezek felsorolására, csupán a legszükségesebb típusokat említem, melyek a befektetési eszközök kiválasztását érintik.

A könnyen elérhető információk felhasználása a befektetési eszköz kiválasztásánál egy gyakori mentális rövidre zárás (*mental shortcut*). Aszerint, hogy mennyire könnyen jut eszünkbe egy információ hatással lehet a választásainkra. A befektetők egy része hajlamos arra a releváns információra alapozni a döntést, amivel legutóbb találkozott. Bizonyos esetekben ez lehet egy olyan pénzpiaci történés, amely nyomot hagy a befektetők emlékezetében, vagy akár olvastak egy cikket arról, hogy az adott eszköz ára felmenőben van. Korábban jól teljesítő befektetések választása is gyakori annak reményében, hogy újra jó eredményeket lehet elérni vele. Könnyen és kényelmesen elérhető információkra alapozott döntéshozatal valószínű meg ezen a módon, mely a kellő informáltság érzését kelti a befektetőkben (Sahi et al., 2013).

Egy másik gyakori egyszerűsítési mód az elérhetőségi heurisztika (*availability heuristic*) tőzsdei részvények választása esetében, hogy a befektetők olyan részvényt választanak, amely megragadja a figyelmüket (*attention-grabbing stocks*), mely a személyes preferenciáktól függ. Mindezek figyelmet keltő események hatására mennek végbe, amelyek legtöbb esetben megjelennek a hírekben, vagy szóbeszéd útján, esetleg internetes fórumokon terjednek. A befektetők hajlamosak túlértékelni a figyelmet keltő események információs értékét, ennek következtében vásárolnak (vagy adnak el) részvényeket. (Barber–Odean, 2007). Például egy vállalat tőzsdei bevezetésének (IPO) híre megfelel egy ilyen eseménynek (Zhuwei et al., 2014).

A reprezentativitási heurisztika (*representative heuristic*) és az arra támaszkodó túlzott önbizalom (*overconfidence*) is gyakori a befektetői döntésekben. A befektetők hajlamosak túlértékelni a saját tudásukat és a múltbeli teljesítmény alapján vonnak le fontos következtetéseket a vállalat jövőbeli teljesítményére vonatkozóan. A reprezentativitás heurisztika a kis mintákat értékeli túl, arra következtet, hogy azok megfelelően reprezentálják az alapsokaság ismérveit. Ez okozza a sztereotipikus gondolkodást, ez hibás

következtetésekhez vezet, csupán az ismerős eseményekre alapozva. Hatása alatt a befektetők úgy hiszik, a múltban történtek előrejelzik a jövőbeli teljesítményt. A befektetési döntést a menedzsment típusa, a vállalat jelenlegi pénzügyi pozíciója, a korábban nyertes részvények, a vállalat hírneve és termékei alapján hozzák meg (Parveen et al., 2020). A túlzott önbizalom (*overconfidence*) eltúlzott reakciókhoz vezet, azáltal, hogy a befektető tévesen jobbnak ítéli saját képességeit és tudását az átlagostól és ennek megfelelően reagál az eseményekre. Többek között ez okozza a sokszor felesleges és impulzív adás-vételt, tehát gyakori változtatásokat a befektetési portfólióban (Barber–Odean, 2013). A túlzott kereskedési aktivitás pedig nem vezet magasabb hozamokhoz, hiszen minél gyakoribbak a portfólión bekövetkező változások, annál gyengébb eredményeket érnek a befektetők (Barber–Odean, 2000). A képességeiket túlértékelő befektetők gyakran nem diverzifikálják a portfólióikat, csak olyan vállalatokba fektetnek melyeket jól ismernek és amelyekről sok információval rendelkeznek. Túlbecsülik ezeknek az információknak értékét és a képességüket, hogy kezeljenek és kontroll alatt tartsanak különböző eseményeket. Ugyanígy félreítélik a saját kockázatvállaló képességüket is (Parveen et al., 2020).

Tipikusan részvényeknél figyelhető meg a figyelemre alapozott választás. Ezek a részvények bekerülnek a hírekbe, abnormálisan magas a kereskedési volumenük és extrém magas napon belüli hozamokat ígérnek (Barber–Odean 2007;2013). További ismertetőjegyek a gyakori Google keresések ezekre a részvényekre. A kisbefektetők online kutatnak pénzügyi tanácsok után, nem, vagy csak korlátozottan férnek hozzá olyan információk felületekhez, mint a Bloomberg vagy Reuters, így a célzott keresés bizonyos részvényekre kifejezi, hogy felkeltette az érdeklődésüket. Az ilyen módon kiválasztott befektetési eszköz időt, energiát és pénzt spórol a befektetőknek (Gavish et al., 2020).

Néhány befektetőnek megerősítésre van szüksége, hogy az adott befektetést választva jól fog dönteni. Olyan információkat keresnek, amely megerősíti bennük az érzést, hogy a legmegfelelőbb befektetést választották ki. Ha találhatnak a nézeteiket visszaigazoló információkat, akkor úgy érzik, hogy mások is hasonlóképpen vélekednek, tehát érvényesek ezek a nézetek, így felhasználhatók a döntéshozatalban (Sahi et al., 2013).

A döntéshozást továbbá az érzelmi heurisztikák (*affect heuristics*) is befolyásolják, melyek szintén gyakoriak a befektetések kiválasztásánál. Az affektív vagy érzelmi heurisztika kockázatos helyzetekben segítheti a racionális döntéshozatalt. Lényegében azt jelenti, hogy a befektető az alapján hoz ítéletet, hogy az adott dologgal (befektetési eszközzel) kapcsolatban jó vagy rossz érzései támadnak (Slovic et al. 2007; Skagerlund et al., 2020). Alternatívát jelent a fundamentális és historikus adatok bonyolultabb elemzésére (Merkle, 2022). Kahneman

(2013) nyomán vált ismertté a két rendszer, amelyben az emberek gondolkodnak és döntenek. Az 1. rendszer automatikus és gyors döntéseket hoz erőfeszítés nélkül, sokszor tudatosulás nélküli cselekvésekre készítet bennünket. A 2. rendszer összetettebb mentális feladatok elvégzésére alkalmas, olyan feladatok esetén lép működésbe, amelyekhez nagyobb erőfeszítés és fokozott figyelem szükséges. Az érzelmi heurisztika tipikusan az első rendszerhez tartozik, tehát gyors és erőfeszítésektől mentesen hozhatunk döntéseket, aszerint, hogy „jó” -nak vagy „rossz” -nak ítélünk meg egy adott dolgot. Segíti a racionális döntést, de nem minden esetben, ugyanis gyors döntést lehet hozni ilyen módon, viszont ez a heurisztika nagyban függ az előzetes tapasztalatoktól. Ha a tapasztalataink segítenek abban, hogy előrejelezzük egy adott következmény pozitív vagy negatív érzést fog-e előidézni bennünk, tehát a kimenet tetszeni fog-e vagy nem. Ellenkező esetben félre is vezetheti a döntéshozást, melyet valószínűleg másképpen ítélnénk meg alaposabb vizsgálat után (Slovic et al., 2007). Befektetési döntéseknél konkrétan abban jelenik meg a hatása, hogy olyan értékpapírokat vásárolnak a befektetők, amelyeket „szeretnek”, míg másokat figyelmen kívül hagynak. Kedvelik egy vállalat termékeit, a tevékenységét ezért úgy érzik, hogy megvásárolni az értékpapírjaikat magasabb hozamot és alacsonyabb kockázatot jelent (Merkle, 2022). A nagy márkanevekbe és az olyan vállalatokba fektetés – amelyeknek termékeit rendszeresen használják és ismerős számukra – is gyakori a befektetők körében. Hasonló hatást vált ki, a vállalatok társadalmi felelősségvállalása, ha olyan tevékenységekben is érdekeltek, amely a társadalom szemében kívánatos. Például, ha egy befektető számára fontos a környezetvédelem, akkor olyan befektetési eszközt vagy vállalatot választ, amely összhangban áll ezzel a szemlélettel. A „bűnös” vállalatokba fektetés ellenkezőképpen működik: az emberek nem akarnak olyan vállalatokat támogatni, mint a dohány-, alkohol vagy szerencsejáték vállalatok, ennek ellenére ezek a cégek magas hozamot érnek el. A pozitívan értékelt vállalatoktól magas hozamot várnak el a befektetők, alacsony észlelt kockázattal, a negatívan megítéltek esetében pedig alacsonyabb hozamot és magasabb kockázatot, bár a valóság ennek fordítottjáról tesz tanúbizonyságot a legtöbb esetben (Luo – Subrahmanyam, 2019; Merkle, 2022). Ennek magyarázata, hogy a befektetők bojkottálják a bűnös részvények tartását, melyből „bűn prémium” (*sin premium*) keletkezik azután a kockázat után, amely az etikus befektetők bojkottja miatt keletkezik. Ezért ezek a vállalatok alulértékeltek, tehát csak nagyobb hozamígéret mellett képesek több befektetőt vonzani. Nagyobb hozamokat tesz lehetővé számukra továbbá az állandó kereslet is a függőséget okozó termékeik révén (Colonello et al., 2019).

Egy indiai befektetők körében végzett kutatás szintén megerősítette, hogy a vállalati arculat, hírnév és a termékekkel, tevékenységgel kapcsolatos pozitív érzések szignifikánsan

befolyásolják a befektetési döntést (Sachdeva–Lehal, 2023). Merkle (2022) kutatásában a befektetési eszközök megítélését is kutatta, melyben azt találta, hogy az érzelmi heurisztika ugyan befolyásolja a befektetők döntését, más-más eszközt kedvelnek. Bizonyos eszközök általánosan pozitív vagy negatív megítélés alá esnek a hozamelvárás és kockázat alapján. Az eredményei alapján magasabb kockázat és hozamelvárások mutatkoztak a bitcoin, az amerikai részvények és a feltörekvő piacok részvényei iránt, míg alacsony hozam-kockázat elvárásokat figyelt meg a vállalati kötvények, állampapírok és a pénzpiaci alapok. A saját tulajdonú ingatlant alacsonyabb kockázatúnak ítélték meg viszonylag magasabb hozamelvárás mellett, az arany és a tőkebefektetési alapok az átlagos kategóriába estek. Piotrowski és Bünnings (2022) német bankokban, tanácsadók bevonása mellett azt találták, hogy más heurisztikák mellett az érzelmi heurisztikára alapozott befektetési tanácsok befolyásolták az értékpapírvásárlás valószínűségét, de a megvásárolt mennyiségre vagy megtakarítani kívánt összegre nem voltak hatással.

Az érzelmek közül a veszteségektől való félelem, továbbá a megbánástól való félelem is jelentős befolyással bír a befektetések kiválasztására. Félni attól, hogy pénzt veszítünk nagyobb súllyal jelenik meg az elménkben, így kerüljük az olyan befektetéseket, amelyeknél nagy veszteség kockázata. Megfigyelhető a diszpozíciós hatás is, azaz néhányan megtartják a veszteséges befektetéseiket remélve, hogy azok újból nyereségesek lesznek a közeljövőben. Ha a veszteség bekövetkezik, vagy a befektető kihagyott egy nagyon jó lehetőséget megbánást érez. Veszteség utáni megbánás esetén többet nem próbálkoznak az adott befektetéssel, ezt számításba veszik a következő befektetési döntésnél. Hogy a megbánás lehetőségét csökkentsék, a befektetők a már kipróbált és jól működő befektetéseket preferálják (Sahi et al., 2013).

2.2 Befolyásoló csoportok

2.2.1 Család és barátok

A kisbefektetők többsége a társas környezetéből merít ötleteket és információkat, de legalább egyeztet a családjával, barátaival a befektetési választásait illetően. Azt, hogy valakinek vannak-e befektetései vagy milyen döntéseket hoz ezekkel kapcsolatban nagyban meghatározza a közösség és a környezet, amely körbeveszi (Brown et al., 2008).

A CFA Institut (2023) felmérése azt mutatta, hogy a kisbefektetők leggyakrabban online kutatnak befektetési információk után, a Z-generáció befektetői pedig emellett még gyakrabban fordulnak családtagokhoz és barátokhoz befektetést érintő tanácsokért. Ugyanez a felmérés azt

is kiderítette, hogy már a befektetésre ösztönzés és támogatás is leghamarabb családi, rokoni körből származik. A szociális hálót használni a befektetési és pénzügyi információszerzésre több szempontból is előnyös, de leginkább az alacsony költségek és a bizalom szól mellette. Gyorsan elérhető információkra lehet szert tenni a családtól és barátoktól, akár informális beszélgetés során is. Ezekért a szakmai tanácsadók díjat számítanak fel, a család nem valószínű, hogy ugyanígy tesz. Továbbá a legtöbb ember bizalmatlan a saját pénzügyi tudásában, de abban bízik, hogy a szociális köre fair módon kezeli a tanácsot kérőt, mivel nem vezérli őket gazdasági haszonszerzés, így nem áll érdekükben félrevezetni egymást. Az alacsonyabb társadalmi-gazdasági státuszú csoportokban gyakoribb a családtól való információszerzés, mivel a magasabb szocioökonómiai státuszhoz tartozóknak nagyobb hozzáférése van alternatív információforrásokhoz (Chang, 2005). Azok körében gyakoribb a családi, baráti tanácsokra és tapasztalatokra támaszkodni nemtől függetlenül, akik pénzügyi ismeretei hiányosak és az átlagostól jobban megbízik ezekben személyekben. Ha van olyan személy, aki magas szintű pénzügyi tudással rendelkezik, akkor a tudás túlcsoordulás révén pozitív hatással lesz a többiekre (Hellström et al., 2013). A befektetők egy része azért is konzultál a családjával, hogy megbizonyosodjon róla, hogy nincsen ellenükre a meghozott befektetési döntés (Sahi et al., 2013). Sachdeva–Lehal (2023) kutatási eredményei azonban arra jutottak, hogy ezek a tanácsok, beleértve a szakértőit is, ugyan szignifikánsan hatnak a befektetési döntésekre, de nem ennek tulajdonítják a legnagyobb befolyásoló erőt. A vállalatimázs, a vállalatok pénzügyi információi és a független forrásokból származó információknak jelentősebb hatást tulajdonítottak.

2.2.2 Munkatársak

Ahogyan a családdal és barátokkal, úgy a munkatársakkal is szívesen megbeszéljük a befektetési döntéseiket a befektetők. A munkatársak befektetési szokásai is hatással vannak az egyéni befektetők döntéseire (Brown et al., 2008). Hajlamosabbak a vásárlásra azok a befektetők, akiknek a munkatársai nagy része befektetési termékeket vásárol, a hatás jobban érvényesül a kisebb létszámú munkahelyeken. Leginkább a vásárlási döntést befolyásolják a munkatársak, hiszen, ha egy bizonyos részvényt vagy más befektetési eszközt vásárolnak, nagyobb a valószínűsége, hogy valaki szintén ugyanazt a befektetési lehetőséget fogja választani (Hwang, 2023). Vannak befektetők, akik számára fontos, hogy olyan eszközbe fektessenek pénzt, ami ismerős számukra. Ettől úgy érzik, hogy több tudással rendelkeznek, kényelmes és biztonságos döntéshez vezet, azonban a kockázatokat tévesen ítélik meg (Sahi,

2013). Ezért előnyben részesítik az olyan iparágakat és vállalatokat, amelyekkel tapasztalatuk van, akár amelyeknek dolgoznak vagy a közelében élnek. Az információs aszimmetriára alapoz, hogy egy vállalat személyzete jobban informált a vállalat működéséről, így gyakran vásárolja meg annak értékpapírjait és ez az előny magasabb hozamokhoz juttatja őket. Hasonlóképpen jelenik meg ez a hazai vállalatokba fektetés preferálásában a külföldiekkel szemben, mely az ismerősségi hatás (*familiarity bias*) miatt gyakori (Barber–Odean, 2013). A munkatársak által vásárolt részvényeknek azonban nem volt magas hozama a későbbiekben. Hajlottak arra, hogy az iparágon belüli befektetésekre ösztönözzenek másokat, ezzel pedig a befektetési portfóliók egyoldalúságát, alul diverzifikáltságát idézték elő (Hwang, 2023).

2.2.3 Pénzügyi szakértők

Szakértő személyektől, befektetési tanácsadóktól tájékozódni is egy lehetséges út, amennyiben egy kisbefektető nem biztos a saját képességeiben. Azért fordul valaki tanácsadóhoz, mert bízik abban, hogy az adott személy ítélőképessége jobb, amikor befektetési döntésekre kerül a sor (Chang, 2005). Néhányan annyira bíznak bennük, hogy vakon követik a tanácsaikat, míg mások egyáltalán nem bíznak meg a szakértőkben (Sahi et al., 2013). Nem csak az információs költségeket csökkentik, de a családtagokkal szemben a tőzsdei részvételt is ösztönzik a szakértők (Hermansson et al., 2022). A legtöbb befektető amatőr befektető, így az értékpapírok kiválasztásánál szakszerű segítséget kérni logikus döntés lehet részükről. Ezek a konzultációk hozzájárulhatnak ahhoz jobb befektetési döntések szülessenek és hogy a kisbefektetők jobban teljesítő portfóliókat állítsanak össze (Anita, 2021). Még egy érv a szakértői szolgáltatások mellett a pénzügyi információk érzékenysége, amelyet szívesebben vitatnak meg a befektetők egy szociális körön kívül eső személlyel (Chang, 2005). Lei (2018) a tanácsadók három típusát különböztette meg: a pénzügyi tervezők (*financial planners*), könyvelők, valamint az ügyvédek. A pénzügyi tervezőkre való támaszkodás pozitív kapcsolatban áll a részvények birtoklásával, míg az ügyvédi tanácsok éppen ellentétesek. Ennek oka az lehet, hogy a pénzügyi tervezés keretein belül a befektetők az életkörülményeikhez és céljaikhoz illő tanácsokat kaphatnak. A háztartások alacsony szintű pénzügyi ismeretei is indokolttá tehetik a szakértői konzultációt. Calcagno–Monticone (2015) a független és nem független tanácsadók hatását vizsgálták, arra jutottak, hogy a nem független tanácsadók nem tudják a pénzügyi ismeretek hiányát enyhíteni. Érdekes módon azt is kiderítették, hogy az alacsony pénzügyi ismerettel rendelkezők nem keresik a tanácsadókat, a befektetési döntéseiket viszont másra bízzák vagy egyáltalán nem fektetnek kockázatos eszközökbe. Ennek egyik oka,

hogy a pénzügyi tanácsadók tanácsainak megértéséhez is szükséges némi tudás, hogy azok kellő információval szolgáljanak a megbízónak. Így inkább a pénzügyekben tájékozottabbak fordulnak tanácsokért, amit képesek megfelelően értelmezni és profitálni azokból. Más magyarárat lehet még, hogy a vagyonosabbak megengedhetik maguknak a – helyenként magas – tanácsadói díjak kifizetését, ezért hajlamosabbak inkább ők segítséget kérni (Chang, 2005). A bizalom is fontos szerepet játszik, a befektetők és a befektetési tanácsadók között pedig érdekellentét figyelhető meg (Pan et al., 2020). Azáltal, hogy a hagyományos befektetési tanácsadás elfogult lehet valamely intézmény vagy pénzügyi termék irányában, nem segíti a kisbefektetőket a hatékonyabb választásban. A tanácsadók és brókerek egy részét a jutalékok is ösztönzik, amit a pénzügyi termékek értékesítése után kapnak (Hermansson et al., 2022). Ez hajlamossá teszi őket arra, hogy magasabb költségű befektetési lehetőséget (például aktívan kezelt befektetési alapot) javasoljanak, ezentúl pedig ösztönzik a hozamokat hajszoló befektetői viselkedést (Ammann–Schaub, 2020). A kisbefektetők túlzott magabiztosságát sem tudják jobban kezelni a tanácsadók, amiben inkább a család és barátok bizonyulnak hatásosabbnak (Piehlmaier, 2023)

2.2.4 Pénzügyi influenszerek

A közösségi-média influenszerek szerepe is felértékelődött a befektetési termékek népszerűsítésében és az információk terjesztésében. Az Y és a Z generáció tömegei követnek influenszereket függetlenül azok professzionalizmusától, az Instagram, Facebook, Tiktok és YouTube, valamint más felületeken is (Póra, 2022). Kifejezetten pénzügyi tartalmakat osztanak meg és népszerűsítenek a pénzügyi influenszerek vagy egyszerűen: finfluenszerek. Ezek a személyek a közösségi médián keresztül hatalmas kisbefektetői tömegeket képesek elérni és befolyásolni a viselkedésüket, mely egyelőre jogilag nem szabályozott. Ezek a személyek közvetve a követőiken keresztül képesek akár az árfolyamok alakulását is befolyásolni, továbbá privilegizált pozíciójukkal káros befolyással lenni a kisbefektetők döntéseire. A YouTube az egyik lehetséges platform amelyik a csordaszellem követését erősíti, legerősebben mém-részvények (*meme stocks*) esetében (Kedvarin–Saengchote, 2023). Érdekellentétek mutatkoznak az influenszerek javadalmazásával kapcsolatban is, melyet a termékek promótálásáért kapnak (Espeute–Preece, 2024).

Befektetők egy új hulláma jelent meg, akik a közösségi médiából szerzik az információkat, döntéseiket jelentősen formálják a bloggerek, influenszerek és az online közösségi hálójuk. Ezek a hatások ösztönzik őket az online csordaszellem követésére és arra, hogy vakon

kövessenek más befektetőket (Bizzi–Labban, 2019). Reiter et al. (2023) azt vizsgálta, hogy pontosan kik használják a közösségi médiát befektetési információk keresésére és arra jutott, hogy jellemzően fiatalabb, inkább férfiak, kevésbé valószínű, hogy nagyobb értékű portfólióval és alacsonyabb pénzügyi ismeretekkel rendelkeznek. Egy Z-generáció befektetési szokásait vizsgáló kutatás (CFA, 2023) a felhasználó-barát mobilos alkalmazásokat és az alacsonyabb összegek melletti befektetési lehetőségeket nevezte meg a közösségi média informatív tartalmai mellett az újabb hullámos fiatal befektetők megjelenése okának. Továbbá kitértek a család támogató szerepére és arra is, hogy a Z-generáció a kriptovalutákat preferálja az egyedi részvények és a befektetési alapok mellett, míg az ETF-ek és befektetési alapok az idősebb generációk számára voltak vonzóbbak. Azt is kiderítették, hogy azok a fiatalok nem rendelkeznek befektetésekkel, akiknek még nincsen elegendő megtakarításuk vagy ismeretük a témával kapcsolatban. A hiányzó ismereteket a közösségi médiából és internetes weboldalakról szerzik. A legnépszerűbb források köreibben a YouTube, az online keresők, az Instagram és a Tiktok. A kíváncsiság mellett a kis összeggel is megvalósítható befektetési lehetőségek motiválják őket a befektetésre, de megfigyelhető náluk a vásárlás okaként a félelem attól, hogy kihagynak egy jó lehetőséget (FOMO). Az influenszereknek kisebb jelentőséget tulajdonítottak. Az influenszer tartalmakban leggyakrabban az egyedi részvények, az indexkövető befektetési alapok és az ETF-ek kerülnek említésre (Espeute–Preece, 2024). Ezeket a tartalmakat általában több platformon keresztül juttatják el a követőikhez, a tartalom típusához illeszkedően (Kedvarin–Saengchote, 2023). Espeute–Preece (2024) kutatása az influenszerekkel kapcsolatban több területre is kitért. Egyrészt felhívták a figyelmet a közösségi platformok pénzügyi tanácsokkal kapcsolatos jogszabályi háttér megteremtésére, másrészt a véleményvezérek negatív befolyásoló erejére. A közösségi média tartalmak 45%-a útmutató jellegűnek bizonyult, 36% tartalmazott befektetési célú promóciót és 32% ajánlott valamilyen befektetési lehetőséget. A promóció tartalmú posztok és tartalmak 53%-a végződött vásárlással. Promóciók toronymagasan a YouTube tartalmakban, míg informatív útmutatás az Instagram és a Tiktok esetében volt fellelhető. Fő kockázatokként hivatkoztak a rejtett marketingre, félreinformálásra, csalásokra, nem megfelelő minőségű információk és ajánlások, továbbá, hogy a követők félrebecsülik egy influenszer hozzáértésének mértékét. Pozitívként tekintettek az online tartalmak és influenszerek „hézagpótló” szerepére az elégtelen pénzügyi oktatás okán. Ezek a személyek képesek bonyolultabb információkat, érthetően és szórakoztatóan átadni a közönségnek, ingyenesen és azonnal hozzáférhetően. Relatív megbízhatónak tűnő forrást jelentenek és könnyű hozzájuk kapcsolódni. Ezt az érzelmekre hatva érik el, retorikai kérdéseket tesznek fel, melyek a pénzügyekkel kapcsolatos szorongásra

és arra építenek, hogy a közönség nem érzi magát elég hozzáértőnek ahhoz, hogy egyáltalán elkezdjen befektetni. Továbbá olyan üzenetekkel szólítják meg a fiatalságot, amelyek rezonálnak az életszemléletükkel (Espeute–Preece, 2024).

3 INFORMÁCIÓS CSATORNÁK ÉS TORZÍTÁSAIK

3.1 Szociális környezet és a szóban terjedő információk

Olyan faktorok is befolyással vannak a kisbefektetői döntéshozatalra, mint a lakóhely és szomszédok továbbá a szóbeliség (*word-of-mouth*, WOM). Az olyan környékeken, ahol a szomszédok többet érintkeznek szociálisan, megfigyelhető a WOM hatása. Azok a személyek, akiknek a szomszédságában többen érintettek tőzsdei befektetésekből, nagyobb valószínűséggel fognak maguk is befektetővé válni a szociális befolyás miatt (Brown et al., 2008). Az egyéni befektetőknél jellemzőbb, hogy beszélnek egymással a befektetési tervekről, ötletekről, amely később befektetési termékek vásárlását ösztönzi (Hwang, 2023). Brown et al. (2008) alapján a WOM hatással lehet magyarázni a szomszédok befektetéseinek befolyásoló erejét is. Továbbá kutatásuk kimutatta, ha átlagosan többen birtokolnak részvényeket egy szomszédközösségen belül, akkor multiplikátor hatásként ösztönözni fogja mások részvételét is. Kitértek arra is, hogy az emberek hajlamosak csak a sikereikről beszámolni, míg a sikertelenségeket nem szívesen osztják meg. Hwang (2023) megerősítette mindezt, szerinte a WOM hatás erősen érvényesül befektetési sikerek után, amikor az információk forrása hitelesebbnek tűnik és amikor az információkat átadó és átvevő felek hasonló etnikai és szocioökonómiai háttérrel rendelkeznek. A befektetési sikerek utáni közvetlen időszak fontos szerepét hangsúlyozta, mivel ekkor a leghajlamosabbak a sikeres befektetők a tippek megosztására, valamint a befektetni vágyók pedig az információk befogadására. Ezek az eszmecserék nem a véletlenek folytán alakulnak, a befektetők olyan más befektetőkkel tárgyalnak, akikkel valamilyen összeköttetésben vannak, például a barátaik, ugyanannak a klubnak tagjai vagy ugyanabban az online közösségben aktívak (Han et al., 2018). A WOM hasznos, ha egy nagyobb és sokszínű csoport véleményét hallhatjuk, ha a csoport véleménye nem elfogult, illetve mentes a szélsőségektől. Két hátránya emelhető ki annak, hogy a hasonló nézeteken osztozó befektetők információkat adnak át egymásnak. Egyrészt túlzottan egyoldalú információkhoz jutnak az egyéb nézőpontok hiányában és túlértékelik a hozzájuk legközelebb esők véleményét (Hwang, 2023). Másrészt a reprezentativitás heurisztika hatása alá kerülnek: egy befektetés múltbeli hozama alapján túlzott következtetéseket vonnak le, figyelmen kívül hagyva a tényt, hogy aránytalanul sok magas hozamról kapnak hírt az alacsony hozamokkal szemben (Han et al., 2018). Hwang (2023) végül úgy találta, hogy a WOM segítséget jelenthet bizonyos esetekben, de csak kevésbé hasznos a kisbefektetők befektetéseinek kiválasztásában.

3.2 Online források

A befektetés, mint tevékenység mindig is szorosan kapcsolódott a közösséghez, mely jelentős befolyásoló erővel bír az egyének döntéseire. Ahogyan az internet elterjedt és a technológia fejlődött újabb közösségek szerveződtek, ezúttal az online térben, mely lehetővé tette a szélesebb információ megosztást. Az internetes híroldalak, blogok, közösségi média platformok nem csak általános hírekkel, hanem pénzügyi témájú tartalmakkal, ötletekkel és tanácsokkal látja el a befektetőket, itt teret kapnak ezek megvitatására is (Farell et al., 2021). Lehetőség nyílik arra is, hogy bárki megoszthassa a saját befektetésekkel kapcsolatos véleményét, melyek több esetben hasznosak is lehetnek, de nem minden internetes információ hiteles és értékes (Ammann–Schaub, 2020). Abban több tanulmány és kutatás is egyetért, hogy az internetes posztok, kommentek és a közösségi média tartalmak befolyásolják az emberek, így a befektetők viselkedését, ez pedig hatással van az értékpapírpiazi árakra is (Bizzi–Labban, 2019; Ammann–Schaub, 2020; Farell et al., 2021; Cho et al., 2023). Nem mellesleg a közösségi médiát befektetési döntésekhez felhasználó befektetők motivációi közé tartozik a vágy, hogy egy közösséghez tudjanak csatlakozni, hogy társadalmilag felelősséget vállaljanak és hogy tanuljanak a befektetésekről (Reiter et al., 2023).

Nem csak információszerzésre, de tanulásra is alkalmas az online tér. Azok, akik a médián keresztül (beleértendő az online média is) tesznek szert pénzügyi és gazdasági ismeretekre, nagyobb valószínűséggel fognak részvényeket birtokolni, esetleg a vagyonuk nagyobb részét fektetik be ezekbe. A családi és szakértői tanácsok nem szolgálják jobban a pénzügyi tudás megszerzését a médiához képest, amely a befektetési döntésekhez szükséges (Hermansson et al., 2021). Drake et al. (2017) három kategóriát különített el az online információforrások kapcsán: a profi szintű források (*professional*), melyek szakmailag képzett szerzők által összeállított cikkeket tartalmaznak, a nem szakértő (*nonprofessional*) források a saját véleményüket vagy másokét osztják meg blogok formájában. A kettő között olyan részben szakértői (*semi-professional*) platformok és híroldalak találhatók melyek szakképzett és amatőr (hobbista) szerzők írásait, véleményeit tartalmazzák. Míg a szakmai források gyakran fizetős tartalmak, leginkább az intézményi és más nagybefektetőket célozzák, az egyéni befektetők gyakrabban fogyasztják a közepesen szakmai vagy nem szakmai források tartalmait. Ezek közül a szakmailag hiteles források szolgálnak értékes információkkal, míg a nem szakmaiak gyakorta terjesztenek álhíreket, pletykákat melyek félrevezetik a kevésbé szofisztikált befektetőket (Drake et al., 2017).

3.3 Közösségi befektetés és közösségi média

A befektetési eszközök kiválasztásához és a szükséges előzetes információszerzéshez kitűnő terepet szolgáltatnak a közösségi média oldalak, mint a Reddit, Twitter, Facebook, Tiktok és Instagram. Továbbá elérhetők olyan nem hagyományos közösségi befektetői ötletbörzék (*crowdsourced investment research*), mint a Seeking Alpha, StockTwits vagy Estimote. Ezek a platformok olyan online közösségeket szerveznek, ahol bárki, jellemzően profi és amatőr egyének oszthatnak meg véleményeket, gondolatokat és várakozásokat vállalatokkal és iparágakkal kapcsolatban (Koenraadt et al., 2023). Vállalat oldali megközelítésben is fontossá vált a közösségi média oldalakon való szereplés, számos előnnyel jár számukra többek között itt bejelenthetik a céggel kapcsolatos híreket, kapcsolatot tartva a befektetőkkel, vásárlókkal, beszállítókkal és más érintettekkel (Alexander–Gentry, 2013).

Szakértői tanácsok helyett egyre inkább a fogyasztói vélemények alapján hozunk meg döntéseket, akár termékek vásárlásával kapcsolatban, mely hasonlóképpen történik pénzügyi befektetések esetén is. A felhasználók véleménye felértékelődött, így létrejött a közösségi kereskedési oldalak, melyek közül az egyik legjelentősebb a Seeking Alpha. Lehetővé teszi, hogy a befektetők megosszák befektetési tapasztalataikat, ezekről cikket írnak vagy olvassanak, továbbá kommentálhatják is ezeket. Az itt található információkat szerkesztők ellenőrzik, valamint az olvasók is értékelik a szerzőket, a legjobbra értékelték pénzügyi díjazásban részesülhetnek, mely támogatja, hogy konzisztens információk kerüljenek megosztásra (Chen et al., 2014). A Seeking Alpha általánosan megbízható információs forrásnak számít: Chen et al. (2014) azt találta, hogy a megosztott cikkek és az azokra adott hozzászólások képesek voltak előrejelezni a tőzsdei részvények hozamainak alakulását és a vállalatok valós és elvárt nyereségének különbségét. Farrell et al. (2021) hasonló következtetésre jutott, megfigyelésük szerint a platform egy pozitív szereplő a kisbefektetők informálásában.

3.3.1 Álhírek

A közösségi média platformokat számtalan kritika éri a fals információk terjesztéséért, melyek vonzzák a befektetők figyelmét. Ezek a hiteles cikkekhez képest az átlagosnál 83,4%-kal nagyobb weboldal látogatottságot idéznek elő és még szakmai szemmel is nehéz lehet detektálni őket. Egy a Seeking Alpha nevű befektetői platformon végzett kutatás azt találta, hogy az álhír cikkek megjelenésének napján nagyobb tőzsdei forgalom mutatkozik, azonban az

ezekre adott túlzott piaci reakció nem volt jelentősen nagyobb, mint a legitim információk esetében. Összességében azt a következtetést vonták le, hogy a piac megfelelően árazza a félrevezető hírcikkek hatásait (Clarke et al., 2020). Ennek ellenére Cho et al. (2023) szerint a kisbefektetők kiszolgáltatottabbak a pletykáknak és álhíreknek, akadályozzák az információk feldolgozását és az optimális befektetési döntések meghozatalát. Eredményképpen negatív hozamokat realizálnak. Az álhír terjesztés egyik melegágya a Twitter (újabbán X), amely platform alkalmas a „bombahírek” gyors terjesztésére, lényegre törően rövid formátumban (Jia et al., 2020; Kedvarin–Saengchote, 2023).

3.3.2 Tömegek bölcsessége (*Wisdom of the crowd*)

A közösségi tudásban rejlő lehetőségeket foglalja össze a tömeg bölcsessége hatás (*Wisdom of the crowd effect*) amely összhangban áll az online térben is jelenlévő szájról szájra történő (*word of mouth*) információ terjedéssel. A tömegek bölcsessége feltételezi a vélemények sokszínűségét, ezek mentesek a rendszerszintű torzításoktól és a szélsőségektől. Kizárólag ezek teljesülése mellett nyerhető hasznos tudás a tömegek által. Mindenki egy kisebb információt szolgáltat a közösség javára, amelyekből egy meglehetősen pontos végső következtetést lehet levonni. A közösségi befektetés és a hozzá kapcsolódó online platformok ezt használják ki az információk gyűjtésére és feldolgozására (Hwang, 2023).

Nem csak a véleményeket és ötleteket, hanem akár kész portfóliókat is megosztanak a befektetők a közösségi felületeken, melyeket a követők tanulmányozhatnak és akár le is másolhatnak (Ammann–Schaub, 2020). A másolás révén nem kell a kisbefektetőknek saját elemzéseket végezni, csak egy számukra szimpatikus befektető portfólió elemeit részben vagy egészben lemásolni. A megfelelő befektető kiválasztásában szintén segít a tömegek bölcsessége. Ez a gyakorlat időt és költségeket spórol számukra, csökkenti az információ hitelesség miatti bizonytalanságot, mindazonáltal a tapasztalatlan befektetők jobb eredményeket érhetnek el szemben a saját döntéshozatallal (Papp–Erdős, 2021). Ammann–Schaub (2020) is megvizsgálta a megosztott portfóliók és az azokhoz fűzött befektetői hozzászólások hatásait. Arra jutottak, hogy ezek az online posztok nem segítik a kisbefektetőket a jövőben kiemelkedően teljesítő portfóliók megtalálásában. Továbbá arra következtettek, hogy más befektetők hozzászólásaira való támaszkodás nem eredményez jobb döntéshozatalt sem.

Pedersen (2022) a befektetők négy típusát írta az online közösségekben: a naívakat, akik a közösségre támaszkodnak, a fanatikusokat, akik lehetségesen álhíreket terjesztenek és a racionális rövid- és hosszútávú befektetőket. A 2021-es Game Stop esetet vizsgálta a Reddites

Wallstreetbets subreddit befektetőinek körében. Eredményei alapján a fanatikusok makacs véleménye szignifikáns befolyással bír a naívkra, akik vásárlásai emiatt buborékok kialakulásához vezethetnek. Ugyanezekre a következtetésekre jutott Hu et al. (2021) 2020-2021-es Reddites adatok alapján. Kiegészítették mindezt azzal, hogy a reddit hozzászólókból nyert minta 88%-a naív típusú befektető és minél nagyobb egy befektető típus befolyásoló értéke, annál nagyobb előrejelző ereje van a naívak másnapi tőzsdével kapcsolatos nézeteire. Egy másik a Reddit Wallstreetbets konkrét vásárlási ajánlásait vizsgáló kutatásban a szerzők informatívabbnak találták azokat a posztokat, amelyek a Gamestop esetet megelőzően kerültek megosztásra, az eset utáni időszakban eredményeik alapján jelentősen romlott az ott található információk színvonala. Ezek a posztok túl nagy hangsúlyt fektetnek az olyan lottó-szerű részvényekre melyek magas hozamot ígérnek, kis valószínűségek mellett, továbbá a figyelmet megragadó (*attention-grabbing*) részvények vételi ajánlatára. Ez kereskedési örületet vált ki a kisbefektetőkből. Kitértek a Reddit és a Seeking Alpha közti különbségekre is, előbbire bárki névtelenül és ellenőrzés nélkül posztolhat, míg a Seeking Alpha ellenőrzi a kikerülő cikkeket (Bradley et al., 2021). Reichenbach–Walther (2023) kutatásában három subreddit ajánlására vásárolt részvényeket elemezve megállapította, hogy a Wall Street Bets kommentelői inkább fogadásként tekintenek a részvényekre és kedvelik a lottó-szerű befektetési lehetőségeket. Számukra szolgálhatnak releváns információkkal az ott fellelhető ajánlások. A Reddites fórumokon (jellemzően a Wallstreetbets subredditen) elterjedt a YOLO (*You Only Live Once*) személet is, mely arra ösztönzi a kisbefektetőket, hogy vállaljanak bátran nagyobb kockázatot, még akkor is, ha annak nagy veszteség lesz a végkifejlete, hiszen: „egyszer élünk” (Myat, 2022).

3.3.3 ViSSzhangkamrák (*Echo chambers*)

Pedersen (2022) továbbá rávilágított a viSSzhangkamra (*echo chamber*) jelenségre is. Cookson et al. (2022) úgy írta le a jelensége a pénzügyi piaccal kapcsolatos döntésekben, hogy a kisbefektetők olyan más befektetőket és forrásokat követnek, akikkel azonos a véleményük, amelyek visszaigazolják a nézeteiket. Ez azonban később gyenge befektetési teljesítményt okoz. Hwang (2023) a homofíliaként hivatkozott arra, amikor a befektetők visszaigazolást keresnek a döntésük helyességéről, ezért keresik a viSSzhangkamrákat a sajátjukkal azonos nézeteket valló más befektetőkkel. Ez egyoldalú interakciókat eredményez, ahol az egyének nincsenek kitéve többféle nézőpontnak, ami pedig elfogult döntéshozatalt eredményez. A *word-of-mouth hatás* részeként a komment szekciókban hajlamosabbak csak a kiemelkedő sikerekről,

teljesítményekről beszámolni, ezen felbuzdulva a kisbefektetők a reprezentativitási heurisztika hatása alá kerülnek. A reprezentativitási heurisztika azt jelenti, hogy a befektetők egy kisebb minta, akár kevesebb rendelkezésre álló információ alapján eltúlzott következtetéseket vonnak le. Ezáltal vonzóbbá válhatnak számukra a lottó-típusú, extrém magas hozamokkal és volatilitással járó részvények (Han et al., 2018). Érdemes még figyelembe venni azt is, hogy online elérhető rengeteg információ túlzott magabiztosságot okoz néhány kisbefektetőnek, akik ezáltal gyakrabban kereskednek a részvényeikkel, túlzott reakciókat adnak az információkra melynek végül alulteljesítő portfóliók lesznek a következményei (Ammann–Schaub, 2020).

A bemutatott szakirodalom alapján jól látható, hogy a kisbefektetők befektetési eszköz vásárlási döntéseit számtalan tényező befolyásolja. Bizonytalan helyzetekben és több forrásból származó, nagy mennyiségű információ esetén gyakran hoznak heurisztikus és torzításokkal egyszerűsített döntéseket. Gyakran támaszkodnak a családra és a saját szociális hálójukra, ezek tanácsaira és támogatására különösen fogékonyak a Z-generáció befektetői. Egyre meghatározóbb szerepe van az internetnek és az online közösségeknek az információk gyors megszerzésében, mely egyértelműen jelzi azt is, hogy szakértők helyett a kisbefektetők inkább más befektetők, elfogulatlan véleményére és tapasztalataira kíváncsiak. Ezek a tartalmak sok esetben hasznosak, azonban nem veszélytelenek. Túlzott kockázatvállalásra, nem megfelelően megalapozott választásra ösztönöznek, továbbá a hasonló véleményt vallók csoportosulása egyoldalú információkat közvetít. A közösségi média oldalak és a pénzügyi influenszerek is felértékelődtek. Képesek bonyolult témákat, közérthetően és szórakoztatóan átadni, kiküszöbölve az elégtelen pénzügyi oktatásból származó hátrányokat. Azonban tisztában kell lenni a fizetett ajánlások miatti érdekellentétekkel is. Összességében hasonlóság mutatkozik az offline és online közösségek viselkedésében és befolyásoló erejében a befektetési eszközök kiválasztásában.

4 A KUTATÁS MÓDSZERTANA

4.1 Módszertan

Empirikus kutatásomban a magyar fiatalok pénzügyi befektetésekkel kapcsolatos attitűdjeit, valamint a befektetésekkel rendelkező fiatalok befektetési szokásait kutatom. Az alapsokaságot a fiatalabb, 18 és 30 év közötti kisbefektetőkre korlátoztam, annak érdekében, hogy képet kapjunk arról, hogy az fiatalabb kisbefektetői réteg miként választja ki a számára megfelelőnek vélt befektetési eszközöket, honnan szerez tudomást róluk és melyik befolyásoló csoportok hatnak a befektetési eszközök kiválasztására. Az empirikus kutatás kérdőíves megkérdezés segítségével valósult meg. A kérdőívet a CFA (2023) Z generáció befektetési szokásait vizsgáló kutatás valamennyi kérdése alapján, valamint Yalcin et. al. (2016) kérdőívének heurisztikus kérdéseit felhasználva állítottam össze és tettem online elérhetővé a 18 és 30 év közötti fiatalok számára, releváns, tőzsdével és befektetésekkel kapcsolatos csoportokban és fórumokon, továbbá az egyetemi hallgatói csoportokban a hólabda módszer alkalmazásával. Az válaszok összegyűjtése két hét alatt történt meg. A kérdőív adatai a Microsoft Office Excel 2024, valamint az IBM SPSS segítségével kerültek feldolgozásra, olyan statisztikai módszerek alkalmazása mellett, mint a keresztábra-elemzés, varianciaanalízis és a főkomponens elemzés. A Likert-skálák értékeléséhez a csoportok átlagát és szórását vettem, a skála értékeit pontoknak tekintve.

4.2 Hipotézisek

Az előző fejezetekben bemutatott szakirodalmi háttér alapján három hipotézist fogalmaztam meg, amelyeket az empirikus kutatásom során vizsgálni kívánok. A hipotéziseim az alábbiak:

H1: *A 18-30 év közötti, magyar fiatalok a befektetési döntéseikhez ritkábban veszik igénybe pénzügyi tanácsadó segítségét, mint a nem szakértői forrásokét.*

H2: *A szülők befektetői múltja hatással van a fiatalok befektetési attitűdjeire.*

H3: *A 18-30 év közötti, magyar kisbefektetők körében az állampapír befektetések nem olyan népszerűek, mint a tőzsdei részvények, a befektetési alapok vagy a kriptovaluták.*

5 EMPIRIKUS KUTATÁS EREDMÉNYEI

Demográfia és általános pénzügyi helyzet

A mintába összesen 256 fő (N = 256 fő) válaszadó került, melyből 112 fő rendelkezik valamelyik befektetési eszközzel, míg 144 fő nem aktív befektető. Nemek alapján 141 fő férfi és 115 fő nő található a vizsgált mintában. A válaszadók jelentős része a 20-22 éves (39,1%), valamint a 23-25 éves (36,7%) korúak közé tartozik. Foglalkozásukat tekintve a legtöbben még tanulók (43,4%), 36,3% pedig a tanulmányai mellett munkavállaló is. Csupán 16,4% jelölte meg foglalkozásként, hogy kizárólag alkalmazott, 2,7% pedig vállalkozóként tevékenykedik.

A mintába került válaszadók 86,3%-a rendelkezik megtakarított pénzzel, annak ellenére is, hogy 86 fő (33,6%) jelenleg nem dolgozik és nincsen jövedelme. A befektető fiatalok 98,2 százalékának van félretett pénze, ugyanez a nem befektetők esetén 77%. Ezek az adatok biztatóak, összevetve a szakirodalmi áttekintésben ismertetett lakossági adatokkal, mely szerint a magyar lakosság nem rendelkezik megtakarításokkal.

Jövedelmek szempontjából a minta egészét tekintve a leggyakoribb a 101 ezer Ft és 200 ezer Ft közötti jövedelemkategória volt, 43 fő (16,8 %) jelölte ezt. Nem sokkal tért el a 201 ezer Ft és 300 ezer Ft közötti kategória: 37 fő (14,5%), valamint a 401 ezer Ft felett keresők kategóriája sem, 38 fő (14,8%). A nem befektetők 43,8 százaléka jelenleg nem dolgozik, nem rendelkezik jövedelemmel, jellemzően az alacsonyabb jövedelem kategóriákat jelölték meg. 15,2% 100 ezer forint alatti havi nettó jövedelemmel rendelkezik, míg 19,4% 101 ezer forint és 200 ezer forint között keres havonta. A 401 ezer forintnál nagyobb havi jövedelem kategória a befektető fiatalok 30,4 százalékánál fordul elő, közülük 20,5 százalék az, aki jelenleg nem dolgozik vagy nincsen jövedelme, közel fele annyian, mint a nem befektetők.

2. táblázat A minta demográfiai adatainak összefoglalása (%)

	Befektető	Nem befektető
Nem		
Férfi	69,6%	43,8%
Nő	30,4%	56,3%
Kor		
18-19	4,5%	16,0%
20-22	33,9%	43,1%
23-25	42,9%	31,9%
26-28	12,5%	6,3%
29-30	6,3%	2,8%

Iskolai végzettség		
Középiskola/Érettségi	42,9%	64,6%
Egyetemi alapképzés	44,6%	29,9%
Egyetemi mesterképzés	12,5%	5,6%
Havi nettó jövedelem		
Nem dolgozom/Nincsen jövedelmem	20,5%	43,8%
0-100 ezer Ft	7,1%	15,3%
101 ezer Ft – 200 ezer Ft	13,4%	19,4%
201 ezer Ft – 300 ezer Ft	17,0%	12,5%
301 ezer Ft – 400 ezer Ft	11,6%	6,3%
401 ezer Ft felett keresek havonta	30,4%	2,7%

Forrás: Saját szerkesztés

A 256 fő csaknem fele, 48,8%-a állította, hogy még soha nem volt része semmilyen pénzügyi képzésben, míg 35,5% a főiskolai/egyetemi képzés keretein belül tett szert pénzügyi ismeretekre. Ennek a két válasznak az aránya a legmagasabb a mintán belül, melyet akár magyarázhat az is, hogy a válaszadók nagy része jelenleg tanuló, tehát az ilyen jellegű képzést még nem kapta meg az oktatás során vagy akár más jellegű szakon tanul, melynek nem képezi részét a pénzügyi ismeretek elsajátítása. A befektető és nem befektető csoportnál különbségek mutatkoznak a pénzügyi képzettségben. Az aktívan befektetők 44,6%-a részesült pénzügyi képzésben a felsőoktatásban, további 44,6% pedig állítja, hogy semmi ilyesmiben nem volt része. Ugyanez a nem befektető fiatalok körében az alábbiak szerint alakul: 29,2 százalék szerzett pénzügyi ismereteket a felsőoktatási tanulmányai során, 13,9% az általános vagy középiskolában, míg 52,1% nem tanult a pénzügyekről sosem. Ugyan elenyésző a gyakorisága, de figyelemre méltó, hogy az „Igen, saját erőmből” válaszlehetőség kizárólag a befektető fiatalok körében fordult elő, 2,7% önképzéssel igyekezett szert tenni a szükséges ismeretekre.

3. táblázat A magyar fiatalok pénzügyi képzettsége (%)

Volt-e részed korábban valamilyen pénzügyi képzésben?	Befektető	Nem befektető
Igen, az iskolában (általános vagy közép)	6,3%	13,9%
Igen, főiskolán/egyetemen	44,6%	29,2%
Igen, szakmai szervezetnél	-	2,1%
Igen, a munkáltatómnál	1,8%	2,1%
Igen, de máshol	2,7%	-
Nem volt részem ilyenben	44,6%	52,7%

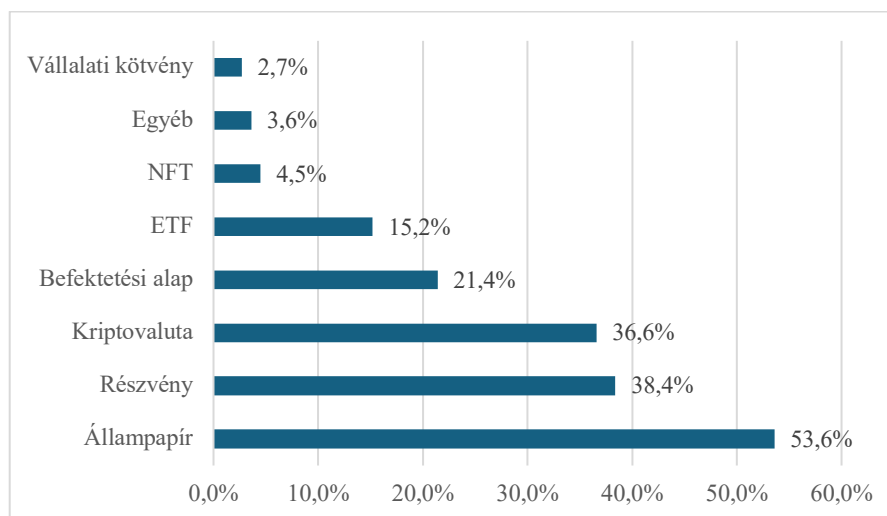
Forrás: Saját szerkesztés

A magyar befektető fiatalok jellemzői

Nemek szerint a teljes minta 55,1%-át a férfi válaszadók teszik ki, az aktívan befektetők is jellemzően férfiak (69,6%). A mintába került nők csupán 30,4%-a (34 fő) rendelkezik valamilyen befektetési eszközzel. A kis elemszám miatt nem vonhatók le általános következtetések a fiatal nők befektetési szokásairól, azonban néhány megállapítás tehető. A nem és a befektetési eszközök típusa között erős kapcsolat van ($C=0,733$). A kriptovaluták birtoklása és a nem között szintén erős kapcsolat mutatkozik ($C=0,492$), csak a férfi válaszadók rendelkeznek velük. Azok a női befektetők, akik a mintába kerültek a kevésbé kockázatos befektetési eszközöket preferálják. A minta női befektetői által tartott befektetési eszközök 59 százaléka állampapír, 17,9% befektetési alap, 15,4% pedig részvény. 1-1 válasz érkezett részükről az önkéntes nyugdíjpénztárra és egészségpénztárra.

A befektetéssel rendelkező fiatalok átlagosan kétféle befektetési eszközt tartanak. A nemek szerinti bontásban a nők átlagosan csak egyféle befektetési eszközzel rendelkeznek, melyek többségben kevésbé kockázatosak. A birtokolt befektetési eszközök típusát tekintve a négy legnépszerűbb az állampapír (53,6%), a részvények (38,4%), a kriptovaluták (36,6%) és a befektetési alapok (21,4%). Az ETF-ek (15,2%), NFT (4,5%) és a vállalati kötvények (2,7%) a kevésbé népszerű befektetési lehetőségek közé tartoznak a magyar fiatalok körében. A befektetők válaszainak 3,6%-át egy külön, egyéb kategóriába soroltam, melyben olyan befektetéseket említettek meg, mint az ingatlan, önkéntes nyugdíjpénztár, egészségpénztár, gépkocsinyeremény-betét, a befektetési arany, külföldi valuta és egy válaszadó a részvények mellett cipőket is tart befektetésként. Ez utóbbi lehetőség, mint befektetés érdekes lehet a fiatalok vonatkozásában, hiszen nem a valóságtól elrugaszkodott gondolat az, hogy egyesek luxus cipőket, táskákat és egyéb kiegészítőket vásárolnak befektetési célra. Ennek a kérdésnek a kifejtése jelenleg nem célja a dolgozatnak.

1. ábra A magyar fiatal befektetők által birtokolt, legnépszerűbb értékpapírok (%)



Forrás: Saját szerkesztés

Az aktívan befektető fiatalok több, mint fele, 59,8%-a 2020 után vált befektetővé, 24,1% korábban, mint 2020. Érdekes módon csupán 16,1% kezdett el aktívan befektetni 2020-ban, amely a Covid-19 járvány miatti karantén időszakát jelöli. Legtöbben, 36,6 százalék, 21-23 évesen kezdett el befektetni, de jelentős azok aránya is, akik 18-20 évesen (32,1%) váltak befektetővé. Továbbá a befektető fiatalok 14,3%-a 18 éves kora előtt kezdett el befektetési eszközöket vásárolni. Legtöbben jelenleg tanulnak és ezzel párhuzamosan munkát is vállalnak (35,7%). További 31,3% csak tanuló státuszúnak adta meg a foglalkozási helyzetét, 27,7% pedig teljes munkaidőben dolgozik. 5,4 százalékuk vállalkozói tevékenységet végez, a teljes mintát tekintve, minden mintába került vállalkozó fiatal (összesen 6 fő) befektető is. Jövedelemkategóriák alapján, a befektető fiatalok 30,4% havonta, nettó 401 ezer Ft-nál nagyobb összeget keres, míg 20,5% nem dolgozik és nem rendelkezik jövedelemmel. Lakóhelyül legtöbben a várost (36,6%) és a megyeszékhelyt (33,9%) jelölték meg.

A befektető fiatalok valamivel kevesebb, mint fele 1 millió forintnál nagyobb összeget tart jelenleg befektetésekben, 16,1 százalékuk pedig 301 ezer Forint és 600 ezer Forint közötti összeget. 11,6 százalék nem szeretne volna ezt elárulni, 8,9% pedig 601 ezer forint és 1 millió forint közötti összeget fektetett be eddig.

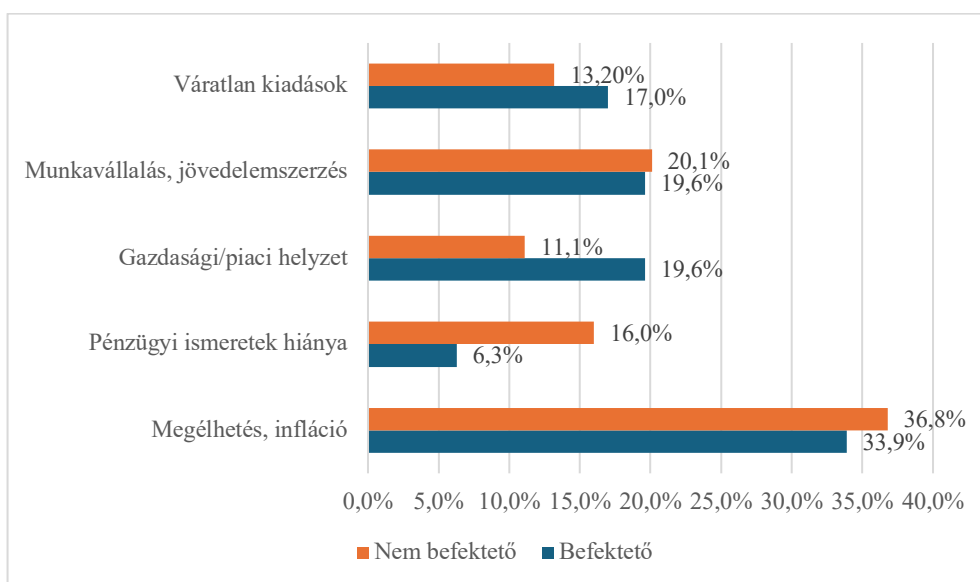
Ezek alapján a magyar fiatal, 18 és 30 év közötti befektetők jellemzően férfiak, legtöbben 18 és 23 éves koruk között kezdtek el befektetni. A 20-22 és 23-25 éves kategóriába sorolhatók, városban élnek. Foglalkozásukat tekintve jelenleg tanulnak és mellette aktívan dolgoznak, 30,4 százalékuk havonta nettó 401 ezer Ft feletti jövedelemmel rendelkezik. Jelentős részük, 44,6% főiskolán/egyetemen tanult a pénzügyekről, míg szintén 44,6% soha

nem kapott pénzügyi képzést. Átlagosan kétféle befektetési eszközzel rendelkeznek, a legnépszerűbb eszközök az állampapírok, a részvények és a kriptovaluták köreibben.

Pénzügyi kihívások és célok

A kérdőívben egyik kérdésem a pénzügyekkel kapcsolatos kihívásokra kérdezett rá, ahol a válaszadóknak a jelenlegi legnagyobb pénzügyekhez kapcsolódó kihívást kellett kiválasztani. Mind a befektető fiatalok (33,9%), mind a befektetésekkel nem rendelkezők (36,8%) a Megélhetés magas költségei és az infláció válasza szavaztak legtöbbször. Hasonlóan mindkét csoport számára kihívást jelent a munkavállalás és jövedelemszerzés is, a befektetők 19,6%-a, a nem befektetők 20,1%-a választotta ezt. Az alacsony szintű pénzügyi ismeretek, mint legfőbb kihívás jellemzően a nem befektető fiatalokra jellemző (16%), a hiteltörlesztés (2,8%) pedig, csupán néhány főnél, de kizárólag náluk jelent meg. Érdekes, hogy a gazdasági/piaci helyzetet aggasztóbbnak tartják a befektető fiatalok (19,6%), mint azok, akiknek nincsenek befektetéseik (11,1%). Valószínűsíthető, hogy érzékenyebbek a gazdasági helyzet alakulására a befektetéseik miatt. A váratlan kiadásokra felkészülés nagyon hasonló mértékben jelent meg mindkét csoport esetében: a befektetőknél 17%, nem befektetők esetében 13,2%. Egyéb válaszként a befektetéssel rendelkező fiatalok 3,6%-a azt adta meg, hogy nincsenek pénzügyi kihívásaik, ehhez hasonló válasz nem érkezett a nem befektetők részéről.

2. ábra A magyar fiatalok jelenlegi legnagyobb pénzügyi kihívásai (%)

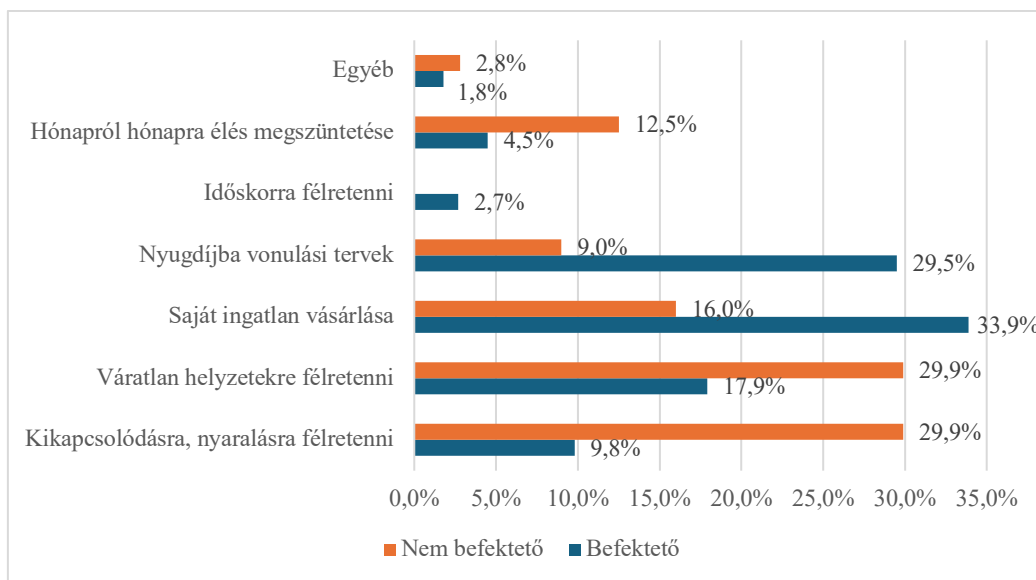


Forrás: Saját szerkesztés

A pénzügyi célokról érdeklődtem egy következő kérdéssel, amelyben mutatkoznak különbségek a befektető és nem befektető fiatalok körében. A befektetők legnagyobb pénzügyi

célja a saját ingatlan vásárlása (33,9%), valamint, hogy akkor vonulhassanak nyugdíjba, amikor ők szeretnék (29,5%). Ugyanez a nem befektetők esetén a következőképpen alakul: 16% célja a saját ingatlan vásárlása, a nyugdíjba vonulásról való szabadon döntés csupán 9%-nak lebeg jelenleg célként a szeme előtt. A befektetők 17,9%-a jelölte meg célként a váratlan helyzetekre való félretevést, míg ugyanezt a célt a nem befektetők 29,9%-a jelölte. A nem befektetőknel további 29,9% azok aránya, akiknek a nyaralásra és kikapcsolódásra elérhető pénz a jelenlegi célja. Ugyanebben a csoportban, ugyan csak 1 fő, de egyéb válaszként a huzamosabb Európán kívüli vakációt adta meg legjelentősebb pénzügyi célként. A befektetők esetén a nyaralás és szórakozás választ, csak 9,8% választotta. Az idős évekre felkészülést csak a befektető fiatalok kis része célozta meg (2,7%), a nem befektetők közül pedig senki nem jelölte ezt a választ. A nem befektetők 12,5% pedig nem szeretne tovább hónapról hónapra élni. A befektető fiatalok körében a hónapról hónapra élés leküzdésének célja csak 4,5%-ot érintett. Egyéb lehetőségként a befektetőknel a befektetési célú ingatlanvásárlás (1,8%) jelent meg, a nem befektetőknel pedig a havi számlák kifizetésének képességére összpontosítás (1,4%), valamint a jogosítvány megszerzése és az autóvásárlás (1,4%).

3. ábra A magyar fiatalok legfőbb pénzügyi céljai (%)



Forrás: Saját szerkesztés

Pénzügyi témák információs forrásai

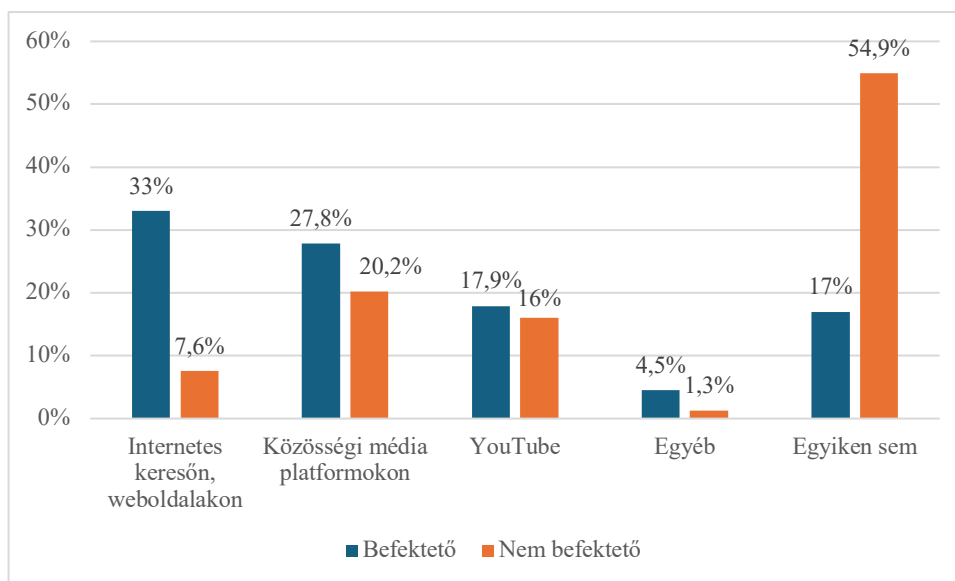
Néhány kérdés arra vonatkozott, hogy melyik online platformon követnek a fiatalok pénzügyekkel kapcsolatos tartalmakat, hogy követnek-e pénzügyi influenszereket, tartalomgyártókat. Valamint egy kérdésben arról érdeklődte, hogy a különböző személyek és

tényezők mennyire hitelesek számukra a pénzügyekkel, befektetésekkel kapcsolatos döntéshozatalban.

A befektetéssel rendelkezők jelentős része (33%) internetes keresőt, weboldalakat használ a pénzügyi ismereteinek bővítésére. 17% semmilyen közösségi média platformon nem követ pénzügygel kapcsolatos tartalmakat, a legnépszerűbb platform körükben a YouTube. 17,9% jelölte azt, hogy a YouTube-on keresztül informálódik pénzügyi témában. Közösségi média platformokat tekintve a Facebook (6,3%) és a Reddit (6,3%) bizonyul a legjobb információforrásnak, továbbá a Twitter (X), 7,1% innen tájékozódik. Az egyéb kategória (4,5%) olyan információforrásokat tartalmaz, mint LinkedIn, Revolut applikáció, online hírportálok, MNB weboldala, kereskedelmi bankok, könyvek és külföldi folyóiratok (konkrétan az Economist folyóiratot adta meg a válaszadó).

A befektetésekkel nem rendelkezők közül a legtöbben (54,9%) egyik platformon sem fogyaszt pénzügyi jellegű tartalmakat, ez a befektetők körében jóval alacsonyabb (17%). Náluk is a YouTube videómegosztó a legnépszerűbb információs forrás, 16% használja erre a célra, ahol előadásokat és podcastokat tud hallgatni releváns témában. A közösségi médiumok közül a Tiktok bizonyul a legnépszerűbbnek a nem befektető fiatalok körében, 10,4% itt találkozik pénzügyi tartalmakkal, míg a befektetőknél egyáltalán nem jelent meg a Tiktok, mint információs forrás. 7,6% informálódik az internetes keresőn, weboldalakon keresztül, 4,2% a Redditet használja erre a célra, míg 2,8% az Instagram és 2,1% a Facebook felületén keresztül találkozik pénzügyi témákkal.

4. ábra A befektetési és pénzügyi ismeretek megszerzésére használt online források (%)



Forrás: Saját szerkesztés

A pénzügyi és befektetési témák forrásaival kapcsolatban is fogalmaztam meg állításokat, amelyeknél 1-5-ig kellett értékelni, hogy mennyire jellemző a válaszdóra. Az értelmezéshez a válaszok átlagait és szórásait vettem figyelembe, lehetőség szerint összehasonlítva a befektető és nem befektető fiatalokat. (Lásd: 1.Melléklet, 1.Táblázat)

Az eredmények azt mutatják, hogy a két csoport válaszaiban nincsenek kiugró eltérések. Egy esetben, az „*Internetes kereső, weboldalak segítségével kutatok a pénzügyi, befektetési információk után.*” állításnál a befektető fiatalok jellemzőbbnek ítélték magukra, hogy online kutatnak befektetési tanács után, átlagosan 3,6 pontra értékelték. Keresztábra-elemzéssel vizsgálva a kapcsolatot az internetes keresők használata befektetési témákban és a befektetési eszközök birtoklása között erős kapcsolat vehető figyelembe ($C=0,517$; $\text{sig}<0,001$). A befektetésekkel rendelkező fiatalok 67 százaléka „Inkább jellemző”, valamint „Teljesen jellemző”, hogy ezt a lehetőséget használja információgyűjtésre a befektetésekhez.

Összességében látható, hogy az online kutatás mellett, a szülőket is megkérdezik a fiatalok a pénzügyekkel kapcsolatban, de sem a szülők, sem a barátok nem számítanak kiemelt forrásként a pénzügyi döntésekben. A mintába került fiatalok 2,8 pontra értékelték a szokást mely szerint a szülőktől és családtagoktól kérnek pénzügyi tanácsot. A befektető fiatalok válaszaik közel egyenlő arányban oszlanak meg a skálán, így ezt egyértelműen nem lehet eldönteni.

Az viszont egyértelműen látszik, hogy nem bíznak meg az influenszerek befektetési tanácsaiban, inkább negatívan ítélik meg ezeket a személyeket. Mindkét csoport esetén alacsonyabb szórás (0,942) és pontszám (1,84) figyelhető meg. A legtöbb lehetséges információs forrást az „*Inkább nem jellemző*” és a „*Semleges*” kategóriába sorolták. Kis mértékű ugyan az eltérés, de a szakértők felkeresése és a banki alkalmazottaktól tanács kérése inkább a befektetéssel nem rendelkező fiatalokra jellemző. Szignifikáns kapcsolat ($C= 0,199$; $\text{sig}<0,001$) figyelhető meg a pénzügyi szakértők tanácsait fontosnak tartó és tőlük ténylegesen tanácsot kérő fiatalok válaszaiban. Érdekes módon a nem befektetők jelölték meg többségben legfontosabb forrásként a szakértőket és inkább rájuk jellemző, hogy hozzájuk fordulnak pénzügyi tanácsért.

A pénzügyi oktatást színvonalát láthatóan nem értékelték magasra a fiatalok (2,68). Keresztábra elemzéssel megvizsgálva a kapcsolatot a korábbi pénzügyi oktatásban részesülés és az állítás, mely szerint az iskolában/egyetemen hasznos pénzügyi ismeretekre lehet szert tenni, szignifikáns kapcsolat van ($C=0,276$; $\text{sig}<0,001$). Akik korábban bármilyen oktatási intézményben (főiskola, egyetem, általános vagy középiskola) tanultak a pénzügyekről, inkább hasznosnak tartották az ott elsajátított ismereteket, mint azok, akiknek a tanulmányai alatt nem volt lehetősége ilyen jellegű ismeretszerzésre.

Pénzügyi influenszerek és tartalomgyártók

A pénzügyi influenszerek és tartalomgyártók követése egyáltalán nem szokás azok körében, akik nem rendelkeznek befektetésekkel, 83,3% nyilatkozott úgy, hogy nem követ ilyen személyt a közösségi médiában. A befektető fiataloknál ez az arány megoszlik az igen és nem válaszlehetőségek között. A befektetéssel rendelkező válaszadók több, mint fele 54,4%-a nem követ ilyen tartalomgyártókat, 45,5% pedig követ és fogyasztja ilyen személyek tartalmait. A pénzügyi tartalomgyártók követése és aközött, hogy egy fiatal jelenleg befektető-e erős kapcsolat mutatkozott ($C=0,315$), tehát van hatása az influenszereknek a befektetővé válásban. Megvizsgálva a kapcsolatot aközött, hogy egy fiatal jelenleg befektető-e és hogy gondolkodott-e már el influencerszer által ajánlott befektetési lehetőségen gyenge kapcsolat mutatkozik ($H=0,17$). A csoportátlagokat tekintve inkább a befektetőkre jellemzőbb, hogy fontolóra veszik a tartalomgyártók befektetési ötleteit, de köreikben is csak minimális mértékben. A mintába került 112 fő fiatal befektető 68,8 százaléka szinte egyáltalán nem gondolkodott el befektetésen influencerszer javaslatára.

Érdemesnek tartottam megvizsgálni, hogy a birtokolt befektetési eszközök típusára hatással van-e, hogy egy befektető követ pénzügyi tartalomgyártókat a közösségi médiában elemzést alkalmazva a befektető fiatalok befektetési eszközei és a közösségi médiában követett pénzügyi tartalomgyártók követése között erős kapcsolat áll fenn ($C=0,587$). Az eszközöket tekintve minden eszköz esetében gyenge kapcsolat mutatkozik. Néhány eszköznél a kapcsolat erőssége jobban kimutatható: részvényeknél ($C=0,237$), kriptovaluta esetén ($C=0,329$), ETF ($C=0,313$). A többi eszköznél a kapcsolat szintén gyenge, de elhanyagolható a mértéke. Meglepő, hogy az állampapírok választása és a pénzügyi tartalomgyártók követése között csekély a kapcsolat ($C=0,031$) annak ellenére, hogy az utóbbi egy évben ez az eszköz nagy népszerűségnek örvendett nem csak kedvező hozamai miatt, hanem az intenzív vásárlásösztönző kommunikációnak köszönhetően is. Tehát a pénzügyi influenszerek tartalmainak követése és fogyasztása leginkább a részvények, kriptovaluták és ETF-ek vásárlására gyakorol gyenge, de a többi eszközhöz hasonlóan erősebb hatást.

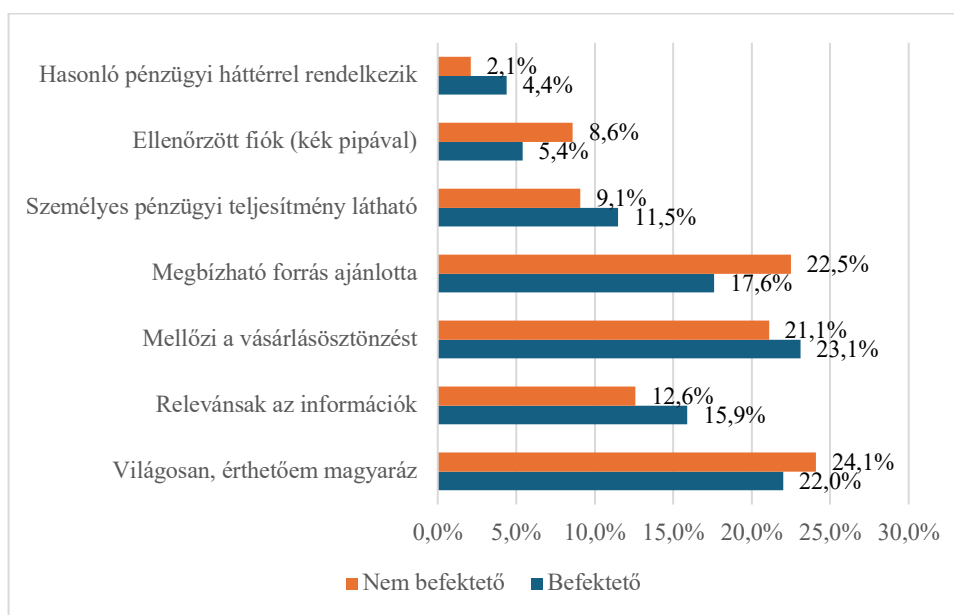
A közösségi média és a pénzügyi témákkal kapcsolatos ismeretszerzésre egy állítás fogalmaztam meg. „Arra használom a közösségi médiát, hogy tanuljak a pénzügyekről, befektetésekről.” Ezt az állítást azért tartottam fontosnak, mert a tartalomgyártók jelentős része edukatív videókat, infó grafikákat és blogbejegyzéseket is közzétesz, így a közösségi média használatával akár értékes ismeretekre is szert lehet tenni. Öt fokozatú Likert-skálán kellett bejelölni, hogy jellemző-e vagy nem jellemző az állítás a válaszadóra. A közösségi média

pénzügyekkel kapcsolatos ismeretszerzésre használata és aközött, hogy egy fiatal rendelkezik-e valamilyen befektetési eszközzel közepesen erős kapcsolat ($H=0,41$) figyelhető meg. A mintába került fiatalok 41,4 százalékára nem jellemző, hogy a közösségi médiát pénzügyi ismeretszerzésre használná. Ez az arány 58,3% a befektetéssel nem rendelkezők körében, míg a befektetőknél megoszlanak a válaszok az öt fokozat között. Azok aránya, akik pénzügyi tanulási célra is használják a közösségi médiát, csupán 2,3 százalékra tehető, ez 4,5% a befektető fiatalok csoportjában, míg a nem befektetőknél 0,7%.

Információs források hitelességének megítélése

A hitelességre vonatkozóan is meg kellett válaszolni egy kérdést a kérdőívet kitöltőknek. A „*Mi jelzi számodra, hogy egy online forrás megbízható, hiteles?*” kérdésre lehetett választani különböző hitelességet jelző tényezők közül maximum hármat. A három tényező, amely a hitelességet jelzi a fiatalok számára, azonos a befektető és nem befektető fiatalok körében, csupán a rangsorolás tér el. Ez a három kiemelt válaszlehetőség, a következő: „*Ha világosan, érthetően magyarázza el a dolgokat*”; „*Ha nem próbálnak meg nekem eladni valamit*”; „*Ha egy szerintem megbízható forrás ajánlotta*”. A befektető fiatalok válaszainak 23,1%-a azt értékelte a legjobban, ha egy adott forrás nem ösztönzi őket vásárlásra (legyen ez akár befektetési termék vagy tudásanyag). Ugyanez a tényező csak a harmadik legfontosabb a nem befektetők körében, a válaszok 21,1%-a tartalmazta ezt a lehetőséget. Azok a fiatalok, akik nem rendelkeznek befektetésekkel, a legfőbb hitelességi ismérvnek a világos és érthető magyarázatot (24,1%) tartották, második legjelentősebb indikátornak pedig a számukra megbízhatónak talált forrás ajánlását (22,5%) helyezték. A világos és érthető magyarázat a második helyre került a befektetők válaszaiban (22%), a megbízható forrás általi ajánlás (17,6%) pedig a harmadik legfontosabb hitelesség jelző a számukra. Egy forrásban fellelhető információk relevanciája hasonlóan fontos mindkét csoportnak, különbség mutatkozik azonban a kék pipával hitelesített fiókoknál, amelyet a nem befektetők fontosabb jelzésnek találnak (8,6% szemben a befektetők válaszainak 5,4 százalékával). Azt, hogy az adott tartalomgyártó hasonló pénzügyi háttérrel rendelkezzen kis százalékban, de mégis kétszer annyi befektető fiatal válaszában fordult elő (4,4%), mint a nem befektetők esetén (2,1%).

5. ábra Az információs források hitelességének ismérvei a magyar fiatalok szerint (%)



Forrás: Saját szerkesztés

A kérdőívben egy kérdésblokk arról érdeklődött, hogy a mintába került fiatalok kinek a tanácsát tartják fontosnak, amennyiben pénzügyi vagy befektetési tanácsadásra van szükségük. Öt fokozatú Likert-skálán kellett értékelni a válaszlehetőségeket az „egyáltalán nem fontos” és a „nagyon fontos” tartományon belül. A válaszlehetőségek között volt többek között a szülők és családtagok tanácsa, barátok tanácsai, pénzügyi szakértők véleménye, az online források és pénzügyi mobilos applikációk. Az értékeléshez a válaszok átlagait és szórásait vettem figyelembe (Lásd: 1.Melléklet, 2.Táblázat).

Általánosságban jól látható, hogy a fiatalok a pénzügyi szakértők tanácsait tartják a legfontosabbnak akkor, ha befektetési tanácsot keresnek, a pénzügyi influenszerek ajánlatait pedig a legkevésbé mérvadónak. Erős kapcsolat van a pénzügyi szakértőkre fontos forrásként tekintés és a befektetésekkel rendelkezés között ($C=0,312$; $\text{sig}<0,001$). A pénzügyi szakértők tanácsait a maximális, „Nagyon fontos” kategóriába sorolók 70,8%-ban a befektetéssel nem rendelkező fiatalok közül kerültek ki.

Az internetes fórumok, podcastek és blogok csak közepes értékelést kapott a fiataloktól, de még így is fontosabbnak ítélték ezeket a forrásokat, mint a pénzügyi mobilos alkalmazások tanácsait. A család és barátok véleménye sem egyértelműen mérvadó befektetési kérdésekben, azt viszont el lehet mondani, hogy akik rendelkeznek befektetésekkel kevésbé tartják fontosnak a barátaik véleményét a témában, mint azok, akiknek nincsenek befektetéseik. A szakértők után a szülők és a család bizonyul a legfontosabb tanácsadóként, viszont a nem befektető fiatalok hajlamosabbak a szüleikre hallgatni pénzügyekkel kapcsolatban, mint befektető kortársaik. 144

fő nem befektető fiatalból 69 fő értékelte 4-re, azaz „*Inkább fontosra*” a szülei véleményét. A teljes mintát tekintve (N=256 fő) a fiatalok 39,8 százaléka tartja fontosnak a szülei és családja megkérdezését a pénzügyekkel kapcsolatban.

A közösségi befektetési oldalak elemzéseit „*Semleges*” fontosságúnak ítélték meg. Ezek az oldalak inkább angol nyelven érhetőek el, Magyarországon valószínűleg kevésbé terjedt el ezeknek a platformoknak és az ottani elemzéseknek a használata.

Befektetést motiváló és korlátozó tényezők

A befektetésekkel kapcsolatos motivációkra is kitértem a kérdőívben, valamint érdeklődtem afelől is, hogy a nem befektető fiatalokat mi hátráltatja a pénzük befektetésétől.

Először két általános állítást fogalmaztam meg a pénzügyi befektetések motivációjaként, melyet ötfokozatú Likert-skálán értékelték a kitöltők. A befektetésekre a fiatalok több, mint fele (55,1%-a) tekint úgy, mint egy munkán kívüli bevételforrásra, a befektetők 61,7 százaléka teljesen egyetértett az állítással. A vagyonépítési cél jelentős motiváló erő lehet a megtakarítások befektetésére, a fiatalok 48,5%-a maximálisan egyetértett ezzel az állítással is. Az átlagokat és szórásokat tekintve megfigyelhető, hogy a pénzügyi befektetés a saját vagyon gyarapításának céljából állítással egyetértett mindkét csoport.

4. táblázat Likert-skála válaszainak átlaga és szórása

		Azért fektetem be a pénzem, hogy legyen a munkán kívül is valamilyen jövedelemforrásom.	Azért fektetem be a pénzem, hogy a saját vagyonomat növeljem.
Befektető	Átlag	3.98	4.66
	Szórás	1.273	0.742
Nem befektető	Átlag	4.09	4.26
	Szórás	0.953	0.906
Összesen	Átlag	4.04	4.43
	Szórás	1.104	0.861

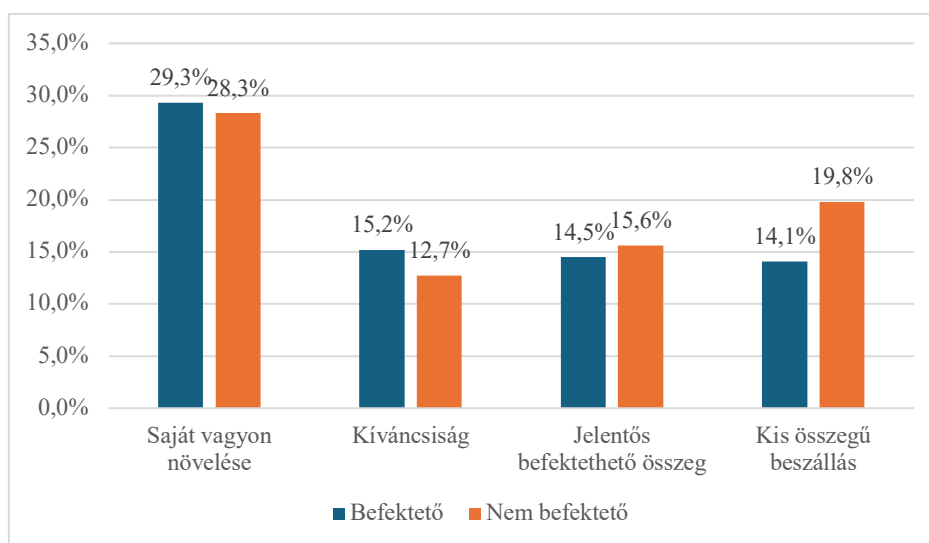
Forrás: Saját szerkesztés

Azoknál a kérdéseknél, ahol a fő befektetési motivációról kérdeztem őket, maximum három válaszlehetőség jelölését kértem a válaszadóktól. Azok, akik jelenleg nem befektetők egy másik kérdést kaptak, mely arra vonatkozott, hogy mi motiválná őket arra, hogy

befektessenek. A válaszlehetőségek ugyanazok voltak mindkét esetben, egyéb válasz megadásának lehetősége mellett.

A három legjellemzőbb befektetési motiváció ugyanaz volt mindkét csoport esetében, némi eltéréssel a fontossági sorrendben. Mindkét csoport válaszaiból a saját vagyon építése került ki, mint a legnagyobb befektetést ösztönző tényező, a befektetők válaszainak 29,3%-a, a nem befektetőknél 28,3%. A befektető fiatalok másodikként a kíváncsiságot és személyes érdeklődést adták meg (15,2%), a harmadik helyre pedig a lehetőséget a kis összeggel való beszállásra (14,5%) választ helyezték. A nem befektetőknél a kis összegű beszállási lehetőség került a második helyre és a kíváncsiság, személyes érdeklődés a harmadikra. Azoknál, akik jelenleg befektetők létrejött egy egyéb kategória is (1%), valamint néhányan az infláció elleni küzdelem adták meg motivációként (1,4%). Az egyéb kategóriában olyan tényezőket adtak meg, mint az ajándékba kapott befektetések, a sok új befektetési lehetőség vonzó hatása, a saját jövő, valamint a szülők jövőjének biztosítása, továbbá a befektetői életstílus kedvelése. A félelem egy jó befektetési lehetőség elszalasztásától szintén inkább a befektető fiatalokra jellemző (6,9%), míg ugyanez csak a nem befektetők 1,1%-át ösztönözné befektetésre. A szülők és családtagok biztatása hasonlóan hat a két csoportra, a befektetők 7,2%-át motiválta ez a befektetésre, a nem befektetők 7,6%-a pedig hamarabb fektetne be, ha bátorítást érkezne a családtagoktól. A barátok és munkatársak motiváló hatását a nem befektetők válaszainak 5,7 százalékában jelent meg, ugyanez a befektetőknél csak 2,8%. A könnyű számlanyitás és hozzáférés a nem befektetők 6,2 százalékát bátorítaná, a befektetőknél ez csupán 3,1% esetében játszott szerepet a kezdeteknél.

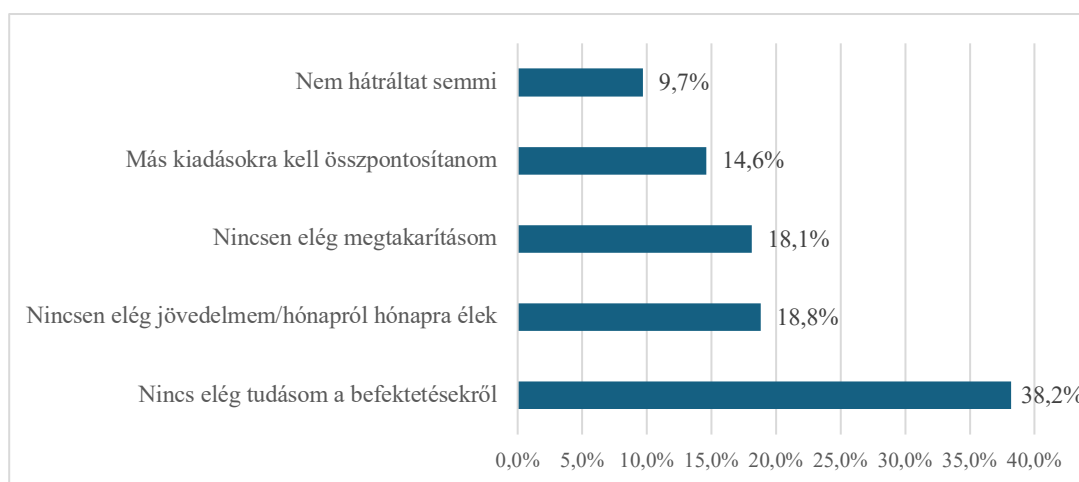
6. ábra Fő befektetési motivációk a magyar fiatalok körében (%)



Forrás: Saját szerkesztés

Azokat a fiatalokat, akik jelenleg nem befektetők főképpen az elégtelen befektetésekkel kapcsolatos tudásuk hátráltatja, 38,2% jelölte ezt a választ. 18,8% nem rendelkezik elég jövedelemmel, ahhoz, hogy pénzt fektessen különböző eszközökbe, 18,1% pedig nem tartja elégnek a megtakarításait ahhoz, hogy befektessen. 14,6% jelenleg más kiadásokra összpontosít, további 9,7% nem érzi úgy, hogy bármi hátráltatná.

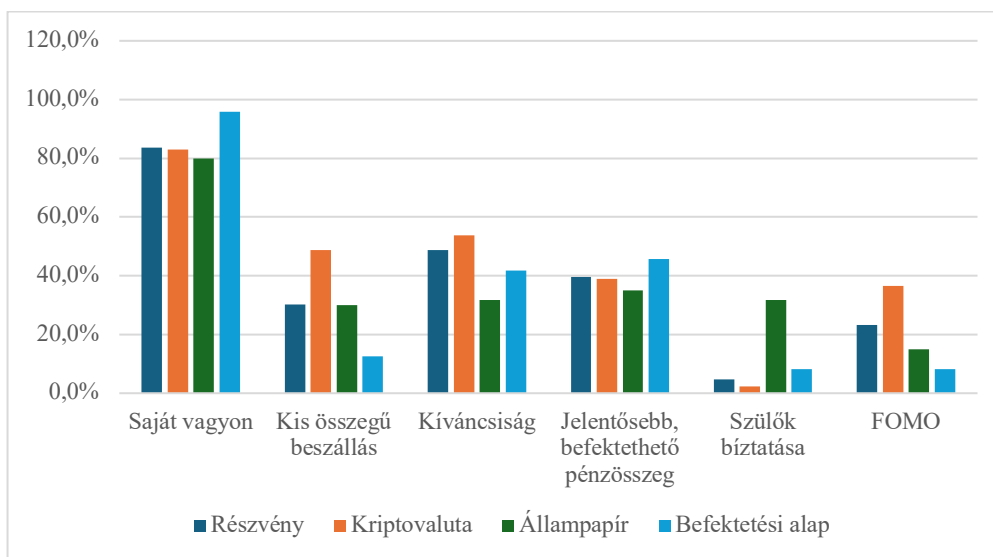
7. ábra A befektetési szándékot korlátozó tényezők (%)



Forrás: Saját szerkesztés

A befektetések típusa és a befektetési motivációk között erős kapcsolatot lehet megfigyelni ($C=0,724$; $\text{sig}<0,001$). Általánosan a legerősebb befektetési motiváció a saját vagyon építése bármely eszköz esetén. Azoknak a befektető fiataloknak 48,8 százaléka, akiket a kis összegű beszállási lehetőség motivált a pénzüik befektetésére kriptovalutát vásárolt, 30,2% részvényeket és további 30% állampapírt. A kíváncsiság, mint motiváció kimagaslóan a kriptovaluták vásárlását ösztönözte (53,7%), valamint a részvény befektetéseket (48,8%). Érdekes, hogy a befektetési alapot választók 41,7 százaléka hivatkozott a kíváncsiságra, mint befektetést motiváló tényezőre. Amennyiben jelentősebb pénzösszeghez jutás indítványozta a befektetési szándékot 45,8% a befektetési alapot választotta, míg 39,5% a részvényeket és 39% a kriptovalutákat. A szülők/családtagok biztatása egy eszköznél, az állampapíroknál jelentett kimagasló motivációs erőt (31,7%). A FOMO hatás, azaz a félelem a nagy hozam elszalasztásától a kockázatosabb befektetési eszközök esetén vehető észre: azok, akiket ez is motivált a befektetésre 36,6%-ban kriptovalutát, míg 23,3% részvényt vásárolt.

8. ábra A befektetési motiváció hatása a választott értékpapírok típusára (%)

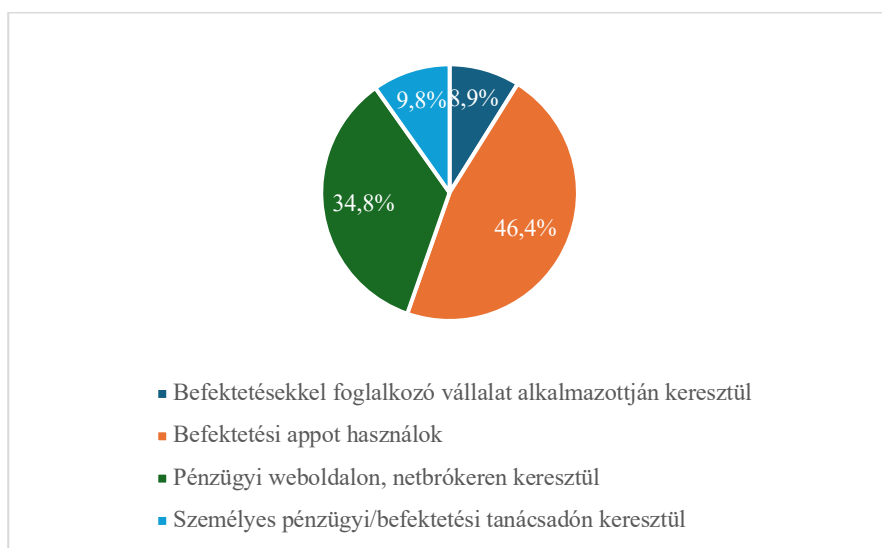


Forrás: Saját szerkesztés

Befektetések kezelése és a befektetési applikációk

A „*Hogyan kezeled a befektetéseidet?*” kérdés arra vonatkozott, hogy az aktívan befektető fiatalok hogyan bonyolítják le a befektetések megvásárlását, eladását és egyéb kezelését. A befektető válaszadók kevesebb, mint fele, 46,4%-a mobilos befektetési applikációt használ erre a célra. Népszerű még körükben a webes netbróker alkalmazása (34,8%), 9,8% személyes pénzügyi/befektetési tanácsadó segítségét veszi igénybe, míg 8,9% befektetésekkel foglalkozó vállalat alkalmazottján keresztül kezeli a befektetéseit

9. ábra A befektetések kezelésére használt lehetőségek megoszlása (%)



Forrás: Saját szerkesztés

Az „Amennyiben mobilos alkalmazást használsz, kaptál-e már rajta keresztül befektetési javaslatot, ajánlatot?” kérdésre 40,2% azt válaszolta, hogy még nem kapott mobilos befektetési applikációtól javaslatot, 27,7% kapott már ilyen, 32,1% pedig nem használ ilyen alkalmazást.

A „Befolyásolta-e a befektetési döntésedet az apptól kapott javaslat?” kérdésre csupán 4,5% válaszolt igennel, 66,1% határozottan nemmel válaszolt. A befektetési applikációkkal kapcsolatos utolsó kérdés a „Vásároltál-e már befektetési terméket a mobilos alkalmazás javaslatára?”. Az előző kérdéshez hasonlóan 6,3% vásárolt már befektetési eszközt erre a javaslatra, míg 65,2% nem. A fennmaradó válaszok, akik nem igent vagy nemet jelöltek nem használnak ilyen alkalmazást. Mivel nagy arányban „Nem” vagy „Nem használok ilyen alkalmazást” szerepel a válaszok között, így nem tudok általános következtetéseket levonni, hogy ezek az alkalmazások mennyire vannak hatással a befektetői magatartásra.

Szülői befektetői háttér és befektetési magatartás

A kérdőív kitért a szülői háttérre is, arra, hogy a válaszadók szüleinek vannak-e vagy voltak-e befektetései, hogy szoktak-e a szülőkkel pénzügyekről és befektetésekről beszélgetni. Továbbá egy hasonló kérdés arról kérdezte őket, hogy a barátaikkal szoktak-e hasonló témákban beszélgetni.

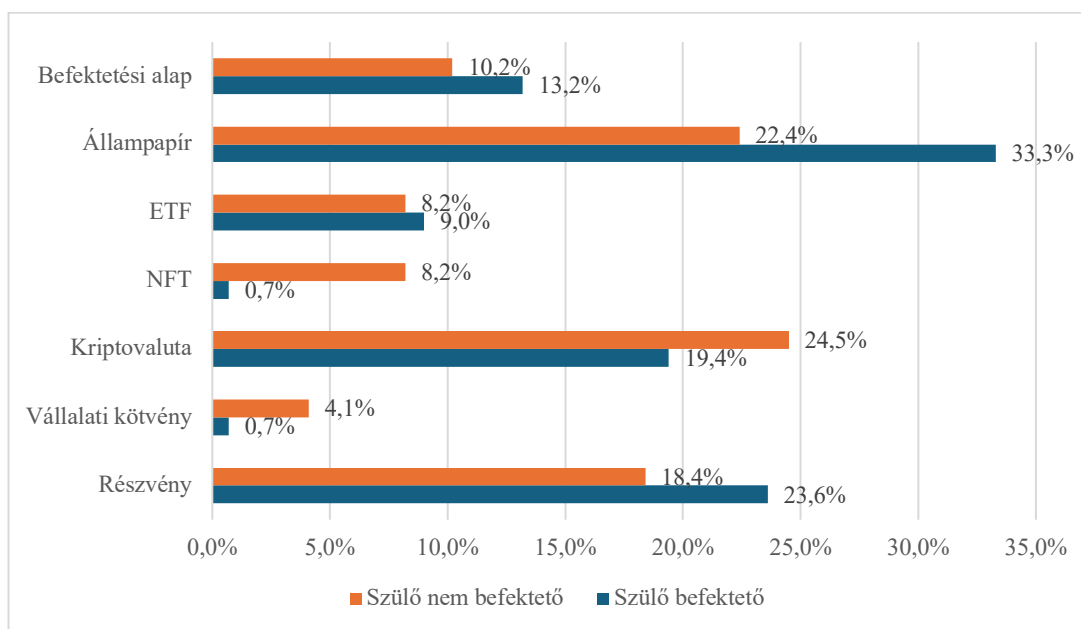
A nem befektető fiatalok 45,8 százaléka válaszolta, hogy a szüleinek vannak vagy voltak befektetései, 29,9 százalék szüleinek nem volt része hasonlóban, további 24,3 százalék nem tud róla, hogy a szüleinek milyen befektetési múltja van. Azok körében, akik aktívan befektetnek 74,1% szüleinek van vagy volt valamilyen befektetése, csupán 19,7% válaszolt nemmel és még kevesebb, 8% nem tud a szülői befektetésekről. A befektető fiatalok 80,4 százaléka, a nem befektetők 61,8 százaléka szokott otthon a szüleivel pénzügyekről és befektetésekről beszélgetni. A befektetések és pénzügyek téma a barátokkal való beszélgetésben is inkább a befektető fiatalokra jellemző (75%), a nem befektetők 58,3 százaléka beszélget ezekről a barátaival.

A szülők befektetői háttére és aközött, hogy a fiatalok (N=256 fő) jelenleg rendelkeznek-e valamilyen befektetési eszközzel erős kapcsolat van ($C=0,293$). A befektető fiatalok körében (n=112 fő), kereszttábla elemzéssel megvizsgálva a kapcsolatot a szülői befektetői múlt és a birtokolt befektetési eszközök típusa között erős kapcsolat figyelhető meg ($C=0,527$). Eszközönként vizsgálva a kapcsolat erőssége összességében minden eszköznél gyenge, viszont néhány esetben magasabb értékek figyelhetők meg. NFT-k tartása esetén $C=0,351$ és vállalati

kötvényeknél $C=0,212$. A vállalati kötvényeket kevesen választották, inkább azok, akiknek a szülei nem befektetők vagy nem tudnak erről. A nem hagyományos pénzügyi befektetési eszközök tartása, mint az NFT-k (8,2%) és a kriptovaluták (24,5%) jellemzőbbek azokra a fiatalokra, akiknek a szülei nem rendelkeznek befektetésekkal.

Azoknál a befektető fiataloknál, akiknek a szülei is befektetők a hagyományos pénzügyi befektetési eszközök birtoklása jellemző. Az állampapír messze a legnépszerűbb körükben (33,3%), ezt követik a részvények (23,6%) és a befektetési alapok (13,2%). Az állampapírok birtoklása és a szülők, mint motivációs tényező között erős és szignifikáns kapcsolat mutatható ki ($C=0,39$; $\text{sig}<0,001$).

10. ábra A szülői befektetési háttér hatása az értékpapírok típusára (%)



Forrás: Saját szerkesztés

Diverzifikáció szempontjából viszont nem mutatkozott különbség azoknál, akiknél a szülők is befektetők. Ugyanúgy átlagosan kétféle befektetési eszközt birtokolnak, mint ahogyan azok is, akiknek nem befektetők a szülei.

Befektetési attitűdök, magabiztosság a pénzügyekben

A 18-30 év közötti fiatalok pénzügyi és befektetési ismereteivel kapcsolatos magabiztosságát, a céljaik elérésének képességét, a generációjukat érintő pénzügyi nehézségek megítélését vizsgáltam több kérdéssel együtt, öt fokozatú Likert-skála segítségével. Az

értékelésnél az állításokra adott pontok átlagait és szórásait vettem figyelembe. (Lásd: 1.Melléklet, 3.Táblázat)

A „*Magabiztos vagyok a pénzügyi/befektetési ismereteimmel kapcsolatban*” állításra átlagosan 2,8 pontot adtak a fiatalok, melyből a befektetők valamivel magasabb, 3,5 pontra értékelték a magabiztosságukat a pénzügyekkel kapcsolatban. Általánosan úgy látszik a pénzügyi tudással és célok elérésével kapcsolatban a befektető fiatalok pozitívabban ítélték meg a helyzetüket, mint azok, akik jelenleg nem rendelkeznek befektetésekkel.

A befektető fiatalok 24 százaléka teljesen egyetért azzal az állítással, hogy többet tud a befektetésekről, mint a szülei. A mintába került fiatalok 66,8 százaléka „*Inkább egyetért*” vagy „*Teljesen egyetért*” azzal, hogy a saját generációjuknak nagyobb pénzügyi/gazdasági kihívásokkal kell szembenéznie, mint az idősebb generációknak. Emellett a befektető fiatalok biztosabbak a képességükben, hogy elérik a pénzügyi céljaikat, mint azok, akik jelenleg nem befektetők.

Szintén a befektető fiataloknál figyelhető meg nagyobb kockázatvállalási hajlandóság, nem jellemző nagy mértékben, de inkább ők azok, akik hajlamosabbak szerencsejátékokkal is játszani. A befektető fiatalok 52,7 százaléka hajlandó magasabb kockázatot vállalni a nagyobb nyereségért és 30,4 százaléka állítja, hogy szokott szerencsejátékkal játszani. Míg a nem befektetők körében a kockázatvállalásra 18,8% hajlandó és 15,3 százalék szokott szerencsejátékkal játszani., Szignifikáns a kapcsolat a kockázatvállalási hajlandóság és a részvények ($H=0,481$; $\text{sig}<0,001$), valamint a kriptovaluták ($H=0,419$; $\text{sig}<0,001$) birtoklása között. Azok a fiatalok, akik hajlandóbbak a nagyobb kockázatot vállalni a magasabb hozamért, jellemzően nem riadnak vissza a kockázatosabb befektetési eszközök tartásától sem.

A FOMO hatás, azaz a félelem attól, hogy kimaradnak egy jó befektetési lehetőségből szintén inkább a befektetésekkel rendelkezőkre jellemző. A kapcsolat erőssége kimutatható ($H=0,47$; $\text{sig}<0,001$), tehát szükséges, hogy valakinek legyen már tapasztalata a befektetésekben ahhoz, hogy azt érezze, ha nem fektet be, elszalasztja a későbbi magas hozamot. A fiatalok átlagosan 2,7 pontra értékelték az öt fokozatú skálán, a befektetéssel rendelkezők 57,1 százaléka egyetértett az állítással.

A pénzügyi magabiztosság és a befektetési eszközök birtoklása között erős kapcsolat figyelhető meg ($H=0,528$). Azok, akik pénzügyek és befektetések terén magabiztosabbak a tudásukban jellemzően azok, akik jelenleg rendelkeznek is valamilyen típusú befektetéssel. Azok a fiatalok, akik részesültek már korábban pénzügyi oktatásban, jellemzően magabiztosabbak a pénzügyi ismereteikben. Keresztábra elemzéssel vizsgálva a kapcsolatot, a korábbi pénzügyi oktatás és a pénzügyi magabiztosság között közepesen erős kapcsolat van

($C=0,26$; $\text{sig}<0,001$). Akik teljesen egyetértettek, vagy inkább egyetértettek az állítással mely szerint „*Magabiztos vagyok a pénzügyi/befektetési ismereteimmel kapcsolatban*” korábban már tettek szert ismeretekre a témában, jellemzően egyetemi, főiskolai tanulmányaik során. Azok, akik elégedetlenebbek jelenlegi ismereteik mértékével, inkább azok a fiatalok, akiknek még soha nem volt része efféle oktatásban.

Heurisztikák és torzítások a befektető fiatalok választásaiban

Ahogy a szakirodalmi áttekintésben is részleteztem, a befektetések kiválasztásában fontos szerepet játszanak a heurisztikák és a kognitív torzítások. A kérdőívben két kérdésblokk foglalta magában azokat az állításokat, melyek a befektetők gondolataiban járhatnak a befektetések kiválasztásakor. Az első blokkban az érzelmekre vonatkozó állítások, a másodikban a reprezentativitási heurisztikára valló kijelentések voltak. Szintén öt fokozatú Likert-skálán lehetett értékelni ezeket az állításokat, az alapján, hogy jellemzően melyik tényezőt veszik figyelembe befektetési döntéseik során.

Úgy gondoltam, hogy ezeknek vizsgálatára csupán a befektetéssel rendelkező fiatalok válaszait vonom be a vizsgálatba, hiszen kizárólag tőlük származhat releváns vélemény a befektetés választási szempontokkal kapcsolatban. Az értékelésnél a Likert-skálák elemzésére faktoranalízist alkalmaztam, főkomponenseket hoztam létre. Ezáltal ismereteket szerezhettem arról, hogy a befektető fiatalok válaszai a befektetések kiválasztásához fontosnak tartott szempontok alapján milyen dimenziók köré csoportosulnak.

A KMO érték ($\text{KMO}=0,775$) és a Bartlett-teszt ($\text{sig}<0,001$) arra engedett következtetni, hogy a változók egymástól nem függetlenek, így érdemes elvégezni a faktoranalízist. Végeredményben négy főkomponenst hoztam létre. A teljes magyarázott varianciahányad 60%-tól elfogadható, mely ebben az esetben megfelelő, hiszen a négy komponens együtt 67%-os információtartalmat őriz meg. A négy főkomponenst az alábbiak szerint neveztem el:

1. Fenntarthatóság
2. Szerethetőség
3. Pozitív megítélés
4. Megbízhatóság

A Fenntarthatóság dimenzióban, olyan befektetés választási szempontok tömörülnek, mint a vállalatok társadalmi felelősségvállalása, továbbá ennek kiemelt jelentőségű figyelembevétele. Jellemzően a hazai, valamint helyi vállalatok által kibocsátott értékpapírokat

vásárlása is ide tartozik, valamint a bizalom abban, hogy ez segíti a helyi gazdaság fejlődését. Az erkölcsi kérdések is ide sorolódnak, mint az olyan vállalatok kerülése, amelyek termékei vagy szolgáltatásai erkölcsileg elfogadhatatlanok (például felnőtt szórakoztatás, dohánytermékek gyártása vagy gyermekmunka alkalmazása esetén). Ezeken túl a személyes értékrendet tükröző befektetési lehetőségek preferenciája is megjelenik.

A második főkomponens a Szerethetőség nevet kapta, hiszen az ebbe a dimenzióba tartozó állítások az érzésekkel kapcsolatosak. A kiválasztásnál ez az olyan vállalatok befektetéseinek választását jelenti, amelyek termékeit szeretik és használják is a befektetői. Olyan eszközök kiválasztási szempontok kapcsolódnak még ide, mint pozitív hírek megjelenése a médiában, tetszetős névvel rendelkező befektetések vagy részvények és az összhang a befektetők személyiségével.

A Pozitív megítélés dimenzió reprezentálja azokat az állításokat, melyek a kockázattal vannak összefüggésben. Ezek az állítások olyan befektetési szempontokat jelölnek, mint a pozitív véleményeket fontossága az eszközválasztásnál, továbbá a bizalom hiányát, azokban a lehetőségekben, amelyek ismeretlenek a befektetők számára. Ide sorolható még az ismert és jóra értékelt vállalatok, eszközök választásának előnyben részesítése.

Utolsó faktorként a Megbízhatóság jelent meg. Ez a dimenzió a nagy, jól ismert befektetési alapok biztonságos befektetési lehetőségeinek választását takarja. Emellett pedig a bizalmat abban, hogy az adott vállalat vagy befektetési eszköz múltbeli hozama jól előre tudja jelezni annak várható jövőbeli teljesítményét is.

Ezek alapján arra következtettek, hogy a kapott dimenziók alapján érdemes lehet további vizsgálatokat végezni a fiatalok befektetési eszköz választását illetően. Érdekes tény, hogy a fenntarthatósági és erkölcsi szempontokat is figyelembe veszi a fiatalabb generáció, a kockázatok, a pozitív megítélés és a biztonság szem előtt tartása mellett.

Nemzetközi és hazai eredmények összehasonlítása

A CFA (2023) kutatás, melyre az empirikus kutatásom jelentős részben támaszkodik négy ország fiataljainak befektetési attitűdjeit vizsgálta és hasonlította össze: Egyesült Államok, Kanada, Egyesült Királyság és Kína. Egy rövid összehasonlítást kívánok tenni az eredeti kutatás eredményei és a saját kutatásom között.

Négy szempontot veszek figyelembe: a preferált befektetési eszközök megoszlását, a pénzügyi információk leggyakoribb forrását, a befektetési motivációt, továbbá a pénzügyi célokat és kihívásokat.

Befektetési eszközök országoként

Magyarország és Kína kivételével minden, a CFA (2023) kutatásában vizsgált országban a kriptovaluták számítanak a legkedveltebb befektetési eszköznek. Hazánkban is az egyik legnépszerűbb eszköz, viszont jól látható, hogy nálunk magasan az állampapír a leggyakrabban választott befektetési eszköz a fiatalok körében. Kína hasonlóképpen eltér, náluk a befektetési alapok és a kereskedelmi bankok által kínált vagyonkezelési termékek (*bank-issued wealth management products*) vezetnek. Látható, hogy a magyar és kínai fiatalok inkább a biztos hozamú eszközöket kedvelik, szemben a kockázatosabb lehetőségekkel.

5. táblázat A legnépszerűbb értékpapírok összehasonlítása országoként (%)

Befektetés típusa	USA	Kanada	Egyesült Királyság	Kína	Magyarország
Kriptovaluta	55%	57%	50%	-	37%
Részvény	41%	41%	26%	32%	38%
Befektetési alap	35%	45%	-	54%	21%
Állampapír	-	-	-	-	54%
Banki vagyonkezelési termékek	-	-	-	41%	-

Forrás: Saját szerkesztés

Pénzügyi információk leggyakoribb forrása

Míg az Egyesült Államokban, Kanadában és az Egyesült Királyságban a leggyakrabban a közösségi médiából és internetes keresőn keresztül tájékozódnak a fiatalok a befektetésekről, náluk a család és a barátok is megjelenik forrásként. Kína teljesen eltérő, az ottani fiatalok a pénzügyi applikációkat használják a befektetési információk megszerzésére, gyakran kérnek pénzügyi szakértőtől tanácsot és tájékozódnak a pénzügyi vállalatoknál. A közösségi média és az internetes kereső csak ezek után jön náluk szóba, családtól és szülőktől nem jellemző a tanácskérés. Magyarországon jellemzően az internetes keresőt használják az információszerzésre, a szülők és a barátok tanácsa nem tartozik a legfontosabb források közé. A fiatalok úgy ítélték, hogy a legfontosabb a pénzügyi szakértők véleménye befektetésekkel kapcsolatban, de csak kevesek veszik igénybe ténylegesen ilyen személy szolgáltatásait. A magyar fiatalok is használnak pénzügyi applikációkat, de nem feltétlenül tartják hasznosnak azok tanácsait.

Motivációk, célok és kihívások

Általánosan mindegyik országban a kíváncsiság, a kis összeggel való belépési lehetőség, a nagyobb befektethető pénzösszeghez jutás motiválta a fiatalokat a befektetésre. Ettől eltér Kanada, ahol a szülői bátorítás is ösztönzőleg hatott a befektetési szándékra, az Egyesült Királyságban és Kínában pedig a FOMO-hatás, azaz félelem, hogy kihagynak valami igazán jó lehetőséget is jelentősen motivációt jelent a pénzügyi befektetésekhez. Magyarország esetében szintén a kíváncsiság és személyes érdeklődés a téma iránt, a jelentősebb befektethető összeghez jutás és a kis összeggel való kezdési lehetőség számít a leggyakoribb motivációnak. Az eredeti kutatástól eltérően fogalmaztam meg még egy lehetséges motivációt, a saját vagyон építését, mely magasan kiemelkedett a magyar fiatalok által megjelölt befektetési motivációk közül.

A legnagyobb pénzügyi cél az összes ország fiataljai esetében az, hogy legyen elég pénzük nyaralásra és utazásra. Nálunk leginkább a nem befektető fiataloknál jelent meg ez célként. Az Egyesült Királyságban a saját otthon vásárlása is egy jelentős cél, csakúgy, mint a magyar fiataloknál, főként azoknál, akiknek jelenleg vannak befektetéseik. Az egyesült államokban és Kínában az időskorra és a váratlan kiadásokra való felkészülés is jelentős pénzügyi cél. Hazánkban inkább a befektetéssel rendelkező fiatalok azok, akik a nyugdíjas korra való felkészülést is célként tűzték ki. A magyar nem befektető fiatalok céljai nagyon hasonlítanak az amerikai fiatalokéhoz, ahol a számlák fizetésének képessége és az, hogy ne keljen hónapról-hónapra élni jelentős cél a pénzügyekkel kapcsolatban.

Kihívásokat tekintve a megélhetés magas költségei és az infláció mindegyik országban komoly kihívást jelent a fiataloknak. Az Egyesült Államokban és Magyarországon a nem befektető fiataloknál a munkavállalási nehézségek és a pénzügyi ismeretek hiánya hátráltatja leginkább a megtakarítások befektetését. Magyarországon csak a befektető fiatalokat jellemezte a gazdasági és piaci viszonyok miatti aggodalom, ugyanez Kínában szintén egy jelentős kihívás az ottani fiatalok számára.

Összességében elmondható, hogy van hasonlóság az öt ország fiataljainak befektetési attitűdjei, pénzügyi céljai és kihívásai között. Magyarország és Kína mutat jelentős eltérést a kedvelt befektetési eszközök esetén, a kínai fiatalok kevésbé kockázatos eszközökbe fektetnek, hazánkban az állampapírok számítanak a legnépszerűbbnek. Amiben hazánk fiataljainak céljai szintén eltérnek, az a saját ingatlan vásárlása, mely a brit fiataloknál is megjelenik. Ez Magyarországon nem meglepő, hiszen a lakosság körében a saját tulajdonú ingatlan számít az egyik legnagyobb értékű befektetésnek, így érthető a fiatalok lakásvásárlási célja. Érdekes továbbá, hogy hazánkban és Kínában is fontosnak tartják a pénzügyi szakemberek véleményét.

Viszont, amíg a kínai fiatalok ténylegesen igénybe veszik a szakértői segítséget, addig hazánkban ez már nem jellemző a befektető fiatalokra.

Hipotézisvizsgálat

Az empirikus kutatásom eredményeit ismertettem az előző fejezetben. Ennek keretében bemutattam a kérdőíves megkérdezésből származó válaszok alapján a magyar 18 és 30 év közötti fiatalok pénzügyi helyzetét, befektetésekkel kapcsolatos attitűdjeit és a befektetésekhez leggyakrabban igénybe vett információs forrásokat. Ezeknek az eredményeknek révén keríték most sort a szakirodalmi áttekintés alapján megfogalmazott hipotéziseim tesztelésére.

H1: *A magyar fiatal befektetők a befektetési döntéseikhez kevésbé veszik igénybe pénzügyi szakértők segítségét, mint a nem szakértői forrásokét.*

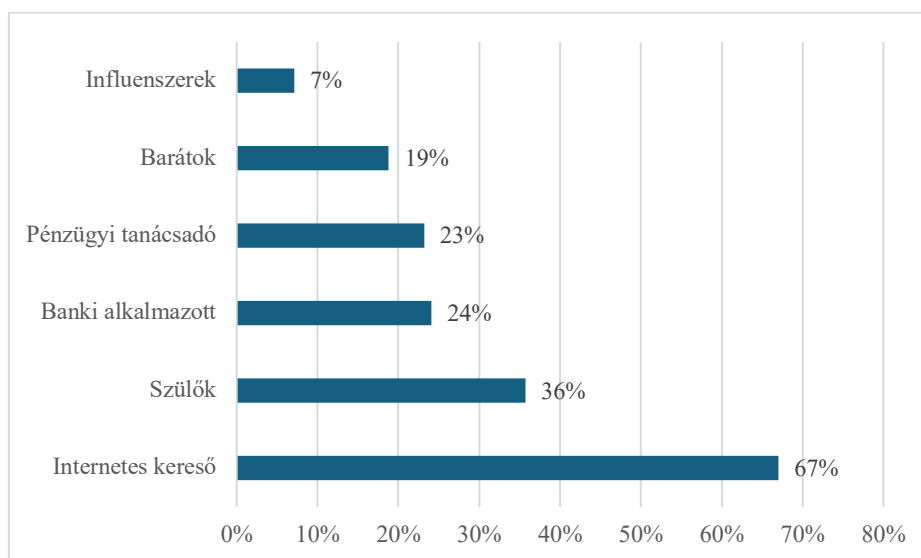
A szakirodalmi áttekintésben azt találtam, hogy a fiatalabb korú befektetőknek kiemelkedően fontos a családjuk és barátaik véleménye, támogatása, de többnyire minden szükséges információt az online platformokon keresztül szereznek meg (CFA, 2023). Ugyanígy az internetes pénzügyi tartalomgyártók és véleményvezérek szerepe is meghatározóvá vált a befektetési eszközök kiválasztásában (Espeute–Preece, 2024). A befolyásoló csoportoknál (lásd 2.2. fejezet) kifejtettem, hogy a szociális hálónak (család, barátok, munkatársak), a pénzügyi tanácsadóknak és az online közösségeknek, influenszereknek milyen befolyásoló hatásai vannak. A nem szakértői források ebben az esetben az internetes keresők és weboldalak, a pénzügyi influenszerek tanácsai és a szülők megkérdezése.

Fontosság alapján egyértelművé vált, hogy mindkét csoport, a befektető és a nem befektető fiatalok is a szakértői tanácsot tartják a legmegbízhatóbbnak. Azonban a befektetési eszközök birtoklása és a szakértői tanács fontosnak tartása között erős kapcsolat mutatkozott ($C=0,312$; $\text{sig}<0,001$). A szakértői forrást fontosnak vagy nagyon fontosnak vélők több, mint 70 százaléka azokból a fiatalokból áll, akiknek nincsenek befektetéseik. Hasonlóképpen a pénzügyi tanácsadó vagy banki alkalmazott tényleges felkeresése tanácskérés szempontjából is a nem befektető csoportra jellemző. A kapcsolat mértéke gyenge, de szignifikáns ($C=0,199$; $\text{sig}<0,001$) a pénzügyi szakértők tanácsait fontosnak tartó és hozzájuk tanácsért forduló fiatalok válaszaiban.

A nem szakértő források esetén az internetes kereső és weboldalak használata a befektetési információk megszerzéséhez a legjellemzőbb a befektető fiatalokra, 33% főként innen informálódik pénzügyi témákban. Szignifikáns a kapcsolat ($C=0,517$; $\text{sig}<0,001$) a befektetési eszközök birtoklása és az internetes kereső használata között a befektetési információk megszerzésére. A mintában szereplő fiatal befektetők ($n=112$ fő) 67 százaléka állítja, hogy így

szerez befektetési információkat. 45,5% követ pénzügyi influenszereket a közösségi médiában, és szintén 45,5% azoknak a befektetőknek az aránya, akik egyáltalán nem bíznak meg a tanácsaikban. A befektető válaszadók több, mint fele (54,5%) szerint nem fontos ezeknek a személyeknek a befektetési tanácsa és csupán 7,1% keresi a tanácsaikat. A szülőktől való befektetési tanácskérésre átlagosan 2,8, míg a barátok keresése befektetési tanácsért átlagosan 2,3 pontot kapott az ötfokozatú Likert-skálán. 35,7 százaléknak szokása a szülőktől tanácsot kérni, a barátokhoz már csak 18,8% fordul tanácsért. Ugyanitt a befektetési tanácsadók megkeresése 2,4 pontot ért, ez 23,2%-ot jelent, akinek szokása szakértő segítséget igénybe venni. Banki alkalmazotthoz is 24,1% szokott befektetési tanácsért fordulni.

11. ábra A fiatal befektetők befektetési információinak forrásai (%)



Forrás: Saját szerkesztés

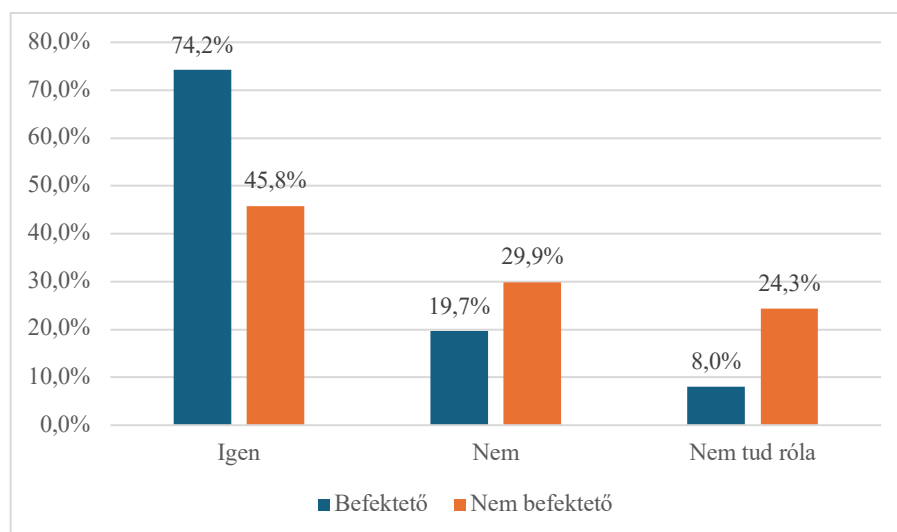
Ezeknek az eredményeknek ismeretében a nullhipotézist elvetem és elfogadom a hipotézist, mely szerint a magyar fiatal befektetők gyakrabban folyamodnak befektetési tanácsért a nem szakértői forrásokhoz. Kutatási eredményeiből kiderült, hogy a befektető fiatalok kimagasló aránya (67%) az interneten szokott befektetési információk után kutatni, további 36% pedig a szüleit kérdezi meg inkább, a szakértők (jelen kutatásban: pénzügyi tanácsadó és banki alkalmazott) felkeresése helyett.

H2: *A szülők befektetői múltja hatással van a fiatalok befektetési attitűdjére.*

Kiindulva a CFA (2023) eredményeiből, mely szerint a fiatalok befektetővé válására, valamint a befektetési attitűdjeikre a szüleik jelentős hatással vannak, fogalmaztam meg ezt a hipotézist. Tekintve, hogy a szülőkkel való beszélgetésekben felmerülnek-e a pénzügyi befektetések témaköre, továbbá, hogy a szülők maguk rendelkeznek-e befektetésekkel, befolyással van a fiatalok befektetésekhez való hozzáállására.

A mintába került magyar fiatalok (N=256 fő) 69,9 százaléka szokott beszélgetni a szülőkkel a pénzügyi befektetésekről, a válaszadók több, mint fele (58,2%) állítja, hogy a szüleinek vannak is befektetései. Különbséget fedeztem fel a nem befektető (n=144 fő) és az aktívan befektető (n=112 fő) fiatalok válaszaiban. Azok, akik jelenleg rendelkeznek befektetésekkel nagyobb arányban rendelkeznek befektető szülőkkel (74,1%) és csak kevesen válaszolták azt, hogy nem tudnak arról, hogy a szüleiknek vannak-e befektetései (8%). A minta befektető fiataljainak 80,4 százaléka szokott otthon beszélgetni a szüleivel a befektetésekről. A kapcsolatvizsgálat erősebb és szignifikáns kapcsolatot jelzett a szülők befektetési aktivitása és a befektetési eszközök birtoklása között ($C=0,293$; $\text{sig}<0,001$). Akiknek a szülei rendelkeznek befektetésekkel, sokkal valószínűbb, hogy jelenleg maguk is befektetők.

12. ábra Szülői befektetői háttér a befektető és a nem befektető fiatalok körében (%)



Forrás: Saját szerkesztés

A Keresztábra-elemzés során a fiatal befektetők (n=112 fő) körében a szülők befektetési múltja és a birtokolt befektetési eszközök típusa közötti kapcsolat erősnek bizonyult ($C=0,527$). Az egyes eszközöket vizsgálva az összefüggés általában gyenge volt, bár néhány esetben magasabb értékek is előfordultak. Az NFT-k birtoklásánál a kapcsolat erőssége $C=0,351$, míg a vállalati kötvényeknél $C=0,212$. A vállalati kötvényeket kevés fiatal választotta, és jellemzően

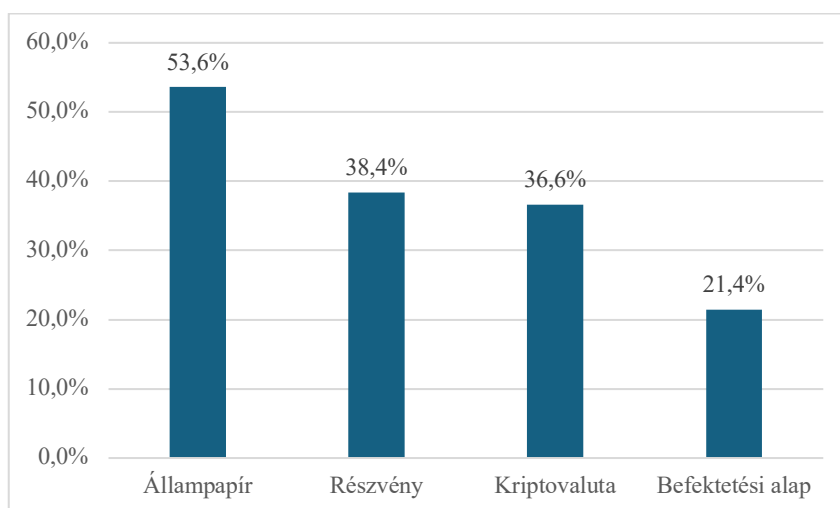
azok, akiknek a szülei nem befektetők vagy nincsenek tisztában szüleik befektetéseivel. Az olyan nem hagyományos pénzügyi eszközök tartása, mint az NFT-k (8,2%) és a kriptovaluták (24,5%), inkább azoknál a fiataloknál fordulnak elő, akiknek a szülei nem rendelkeznek befektetésekkel. Azoknál a fiatal befektetőknél, akiknek a szülei is befektetők, a hagyományos pénzügyi eszközök tartása jellemző. Az állampapírok a legnépszerűbbek körükben (33,3%), amelyeket részvények (23,6%) és befektetési alapok (13,2%) követnek. Az állampapírok birtoklása és a szülők motivációs hatása között szignifikáns összefüggés mutatkozott ($C=0,39$; $\text{sig}<0,001$).

Ezeknek az eredményeknek ismeretében a nullhipotézist elvettem és elfogadom a hipotézist, mely alapján elmondható, hogy a szülők befektetési múltja befolyásoló erővel bír a fiatalok jelenlegi befektetésekkel kapcsolatos attitűdjeire.

H3: *A 18-30 év közötti, magyar kisbefektetők körében az állampapír befektetések nem olyan népszerűek, mint a tőzsdei részvények, a befektetési alapok vagy a kriptovaluták.*

A CFA Institute kutatásából kiderült, hogy a fiatalok körében 2023-ban nagy népszerűségnek örvendtek a kriptovaluták, az egyedi részvények és a befektetési alapok, amelyeket már kisebb befektetésre szánt összeg birtokában is meg tudtak vásárolni (CFA, 2023). Az empirikus kutatásom kezdetekor ugyanezt feltételeztem a magyar fiatalokról is. Magyarországon jelenleg az állampapírok számítanak a legnépszerűbb befektetési eszköznek, ezt jól bizonyítja a 2023-ban történt jelentős növekedés az állampapírok állományában. Az MNB vizsgálatának időszakában a háztartások tulajdonában lévő értékpapírok állománya (tranzakciókból eredően) 370 milliárd forinttal nőtt, melyből 109 milliárd forint állampapír tulajdon, a legnépszerűbb a hosszúlejáratú, forintban kibocsátott állampapírok voltak (MNB, 2024). Empirikus kutatásomban beigazolódott, hogy a magyar lakosság egészéhez hasonlóan, a fiatalok körében is az állampapírok a legnépszerűbb befektetési eszköz. Csak ezt követik a részvények, a kriptovaluták és a befektetési alapok. A befektetésekkel rendelkező fiatalok, átlagosan kétféle értékpapírt tartanak, ezeknek több, mint fele (53,6%) állampapír befektetés. Az egyedi részvények (38,4%) és kriptovaluták (36,6%) aránya a választott pénzügyi befektetési eszközökön belül nem mutat nagy eltérést, mindkettő igazán felkapott a fiatalok körében. A befektetési alapokat kevesebben választották, a három legnépszerűbb értékpapír típushoz viszonyítva (21,4%). Ettől függetlenül ettől a befektetési eszköztől sem zárkoznak el a magyar fiatal befektetők.

13. ábra A legnépszerűbb értékpapírok a magyar fiatalok körében (%)



Forrás: Saját szerkesztés

Kutatási eredményeim alapján harmadik hipotézisem nem igazolódott, így azt elvetem és elfogadom nullhipotézist. Kijelenthetem, hogy a CFA (2023) eredményeitől eltérően, a 18 és 30 év közötti, magyar kisbefektetők körében az állampapír befektetések határozottan népszerűbbek, mint a tőzsdei részvények, a kriptoaluták és a befektetési alapok.

ÖSSZEGZÉS

Kutatásom során arra a kutatási kerestem a választ, hogy *A magyar fiatal kisbefektetők főként melyik forrásból szerzik az információkat a befektetésekhez és mely befolyásoló csoport van a legnagyobb hatással a választott befektetési eszközök típusára?* E kérdés megválaszolása mellett pedig képet szerettem volna kapni, hogy a 18 és 30 év közötti fiatalok milyen attitűdökkel rendelkeznek a befektetések és a pénzügyek terén.

A dolgozat szakirodalmi áttekintésének első fejezetében a téma megalapozásához szükséges fogalmakat és ismereteket tekintettem át. Megfogalmaztam, hogy a dolgozatban mit tekintek befektetésnek és meghatároztam a befektető személy fogalmát is. Érveltem a befektetéselemzés fontossága mellett, majd bemutattam annak két fő módszerét is. Bemutattam, hogy a pszichológia miként kapcsolódik a pénzügyekhez, valamint, hogy hogyan nyert teret a viselkedési pénzügyek, mint egy önálló szakterület a gazdaságtudományokon belül. Végezetül felvázoltam a magyar lakosság általános pénzügyi helyzetét, a hazai pénzügyi és befektetési kultúra legfontosabb ismérveit, kitérve az alacsony pénzügyi tudatosságra, az elégtelen megtakarításokra és a lakossági értékpapírvagyon megoszlására.

A második fejezetben a befektetési döntéseket befolyásoló tényezőket és a befolyásoló csoportokat mutattam be. Bemutattam azokat a heurisztikákat és kognitív torzításokat, melyeket gyakran alkalmaznak a befektetők a befektetések kiválasztására a nagy mennyiségű befektetésekkel kapcsolatos információ feldolgozásának egyszerűsítése okán. Ezt követően kitértem azokra a csoportokra, amelyek szintén hatással lehetnek a befektetési döntésre. Elmagyaráztam, hogy a család, a barátok, a tágabb szociális háló, a pénzügyi tanácsadók, továbbá az online közösségek és a pénzügyi influenszerek miként gyakorolnak befolyást a befektetői döntéshozatalra. Mindezek mellett röviden ismertettem a fiatal befektetők jellemzőit és a befektetési döntéseiket meghatározó tényezőket.

Végül bemutattam a leggyakrabban igénybe vett információs csatornákat és azok torzításait is. Kitértem a szociális hálóban a szóban átadott információk jelentőségére, mely megjelenik az online közösségek komment szekcióiban is. Jellemeztem az online forrásokat, ismertettem a közösségi befektetés lényegét, felhívtam a figyelmet a közösségi médiában könnyen terjedő álhírekre, a tömegek bölcsességében rejlő lehetőségekre és a visszhangkamrák negatív hatásaira.

Empirikus kutatásom eredményei betekintést engedtek a magyar, 18 és 30 év közötti korosztály pénzügyi helyzetébe és befektetési szokásaiba. A kutatás alatt többször

összehasonlítottam a jelenleg befektető és a nem befektető fiatalok attitűdjeit. Általánosságban kiderült, hogy a mintába került magyar fiatalok legtöbbje rendelkezik megtakarított pénzzel, a legtöbben jelenleg tanulnak, de sokan ezzel párhuzamban munkát is vállalnak. A legnagyobb pénzügyi kihívást jelenleg az inflációval való küzdés és a megélhetés magas költségei jelentik. A befektetők legnagyobb pénzügyi célja a saját ingatlan vásárlása, míg a nem befektető fiatalok nyaralásra és kikapcsolódásra gyűjtik a pénzüket. A befektetési motivációknál kimagaslott a saját vagyon építése, valamint a kíváncsiság és a személyes érdeklődés a befektető fiatalok csoportjában. Azokat, akik jelenleg nem rendelkeznek befektetésekkel a befektetésekkel kapcsolatos ismereteik hiánya hátráltatja, megerősítve a szekunder elemzésben tárgyaltakat a magyar lakosság alacsony szintű pénzügyi ismereteiről.

A befektető fiatalok nagy részének a szülei is rendelkeznek befektetésekkel, akikkel szoktak beszélgetni a témában. Ugyan, a kutatásomban azt találtam, hogy inkább a nem befektető fiatalokra jellemzőbb pénzügyekben a szülőket és a szakértőket kérdezni, abban mindkét csoport egyetértett, hogy a szakértőkre hallgatni kell a befektetési döntések meghozatalakor. Ténylegesen azonban, csak kevesen szoktak pénzügyi tanácsadóhoz fordulni. A szülői befektetői háttér hatással van a befektető fiatalok értékpapír preferenciáira: a befektető szülőkkel rendelkezők kevésbé kockázatos befektetési eszközöket tartanak, míg a kriptovaluták inkább azoknál fordulnak elő, akiknek nem befektetők a szülei. Összhangban a magyar lakossággal, a fiataloknál is az állampapírok a legnépszerűbb értékpapírok, ezt követően pedig a részvények és a kriptovaluták, hasonló mértékben. Figyelemreméltó, hogy a kutatásomban arra jutottam, hogy a fiatalok elutasítóak az influenszerek javaslataival, követnek pénzügyi tartalomgyártókat, de nem bíznak meg a javaslataikban. Azok, akik követnek pénzügyi influenszereket a kriptovalutákat, részvényeket és ETF-eket részesítik előnyben, szemben az utóbbi év intenzív állampapírbefektetésre ösztönző reklámjaival. A befektetéssel nem rendelkező fiatalok csak kevés forrásból tájékozódnak befektetési lehetőségekről, míg a befektetők kimagaslóan az internetes keresőn keresztül kutatnak befektetési lehetőségek és információk után. Kutatásomban a faktoranalízis eredményei négy főkomponenst különítettek el, melyből négy fő befektetés választási szempont vált ismertté a fiatalok körében: Fenntarthatóság, szerethetőség, pozitív megítélés és bizalom.

Összességében úgy gondolom választ kaptam a kutatási kérdéseimre, hiszen kiderült, hogy a magyar fiatal befektetők kimagasló arányban az internetes keresőre támaszkodnak a befektetésekkel kapcsolatos információk megszerzéséhez. A választott eszközök típusát csak kis mértékben ugyan, de befolyásolják a pénzügyi influenszerek, míg a szülők befektetői háttére szintén képes meghatározni az választott értékpapírok típusát.

Véleményem szerint a jövőben érdemes lehet feltárni az ellentmondást az influenszer tartalmak elutasítása és azok hatására a választott befektetési eszközök típusára. Feltárássra ajánlom azt is, hogy mivel a befektető fiatalok magabiztosabbak a pénzügyi és befektetési tudásukban, de információik nagy része nem az oktatásból, hanem az internetről származik, miképpen lehetne ezt a hazai pénzügyi tudatosság elősegítésére használni. A faktoranalízis eredményeit is további kutatásra javaslom, a befektető fiatalok befektetésválasztási szempontjainak megismerése okán. Érdemes lehet a későbbiekben fenntarthatósági és erkölcsi szempontok fontosnak ítéletét kutatni a fiatalok befektetési szokásaiban.

Eredményeim átfogó képet adnak a hazai fiatalok pénzügyi helyzetéről és befektetési viselkedéséről, jó kiindulási alapot adva nem csak a későbbi kutatásokhoz, hanem a befektetésekben érdekelt intézmények és személyek számára is, akiknek célja a fiatalok pénzügyi és befektetési ismereteinek elősegítése, ezáltal a magyar lakosság pénzügyi tudatosságának emelése.

IRODALOMJEGYZÉK

- Alexander, R. – Gentry, J. (2013): Using social media to report financial results. *Business Horizons*. 57.
- Ammann, M., – Schaub, N. (2020): Do Individual Investors Trade on Investment-Related Internet Postings? *Management Science* 67(9), 5679–5702. o.
- Arcuri, M. C. – Gandolfi, G. – Russo, I. (2023): Does fake news impact stock returns? Evidence from US and EU stock markets. *Journal of Economics and Business*. 125-126. o.
- Barber, B. M., – Odean, T. (2000): Trading Is Hazardous to Your Wealth: The Common Stock Investment Performance of Individual Investors. *The Journal of Finance*, 55(2), 773–806. o.
- Barber, B. M., – Odean, T. (2007): All That Glitters: The Effect of Attention and News on the Buying Behavior of Individual and Institutional Investors. *Review of Financial Studies*, 21(2), 785–818. o.
- Barber, B. M., – Odean, T. (2013): The behavior of individual investors. In *Handbook of the Economics of Finance* Elsevier. 2, 1533-1570. o.
- Bélyácz, I. (2013): *Van-e még szerepe a benső értéknek a befektetések piaci árazásában?* Székfoglaló előadások a Magyar Tudományos Akadémián. Magyar Tudományos Akadémia, [Budapest]. ISBN 978-963-508-672-6
- Bizzi, L., – Labban, A. (2019): The double-edged impact of social media on online trading: Opportunities, threats, and recommendations for organizations. *Business Horizons*. 62.
- Boldizsár A. – Kékesi Zs. – Kóczyán B. – Sisak B. (2016): A magyar háztartások vagyoni helyzete a HFCS felmérés alapján. *Hitelintézeti Szemle*, 15(4). 115–150. o.
- Bradley, D., – Hanousek Jr., J., – Jame, R., – Xiao, Z. (2021): Place Your Bets? The Market Consequences of Investment Research on Reddit's Wallstreetbets. *MENDELU Working Papers in Business and Economics* 2021-76.
- Briglevics, T. – Hegedűs, A. (2023): A lakossági portfólió változása inflációs környezetben az MNB felmérésének tükrében. *Hitelintézeti szemle*, 22 (2). 145-157. o.

- Brown, J. R., – Ivković, Z., – Smith, P. A., – Weisbenner, S. (2008): Neighbors Matter: Causal Community Effects and Stock Market Participation. *The Journal of Finance*, 63(3), 1509–1531. o.
- Calcagno, R., – Monticone, C. (2013): Financial Literacy and the Demand for Financial Advice. *Journal of Banking & Finance* 50, 63-380. o.
- CFA (2023): *Gen Z and Investing: Social Media, Crypto, FOMO, and Family*, CFA Institute https://rpc.cfainstitute.org/-/media/documents/article/industry-research/Gen_Z_and_Investing.pdf Letöltve: 2024.02.25.
- Chang, M. L. (2005): With a Little Help from My Friends (and My Financial Planner). *Social Forces*, 83(4), 1469–1497. o.
- Chen, H., – De, P., – Hu, Y. (Jeffrey), – Hwang, B. H. (2014): Wisdom of Crowds: The Value of Stock Opinions Transmitted Through Social Media. *The Review of Financial Studies*, 27(5), 1367–1403. o.
- Cho, H., – Choi, G. Y. – Lee, J. (2023): The impact of internet articles on investor trading decisions by investor types: Evidence from Korean stock market. *Finance Research Letters*, 56, article number 104110.
- Clarke, J., – Chen, H., – Du, D., – Hu, Y. J. (2020): Fake News, Investor Attention, and Market Reaction. *Information Systems Research*. 32(1)
- Colonnello, S., – Curatola, G., – Gioffré, A. (2019): Pricing sin stocks: Ethical preference vs. risk aversion. *European Economic Review*, 118, 69–100. o.
- Cookson J. A. – Engelberg, J. E. – Mullins W. (2021): Echo Chambers, *The Review of Financial Studies*, 36(2), 450–500. o.
- Dávid B., – Deliné dr. Pálinkó É., – Gulyás E., – Lamanda G., Mizersák M., – Szabadosné Németh Zs., – dr. Szabó M., Szórádi A. (2007): *Személyes pénzügyek* MNB Budapest, 2007. Elérhető: <https://www.mnb.hu/letoltes/pszafhu-palyamunka-bme.pdf> (Letöltés dátuma: 2024.02.03.)
- Drake, M. S., – Thornock, J. R., – Twedt, B. J. (2017): The internet as an information intermediary. *Review of Accounting Studies*, 22(2), 543–576. o.

- Espeute, S., – Preece, R. (2024): *The Finfluencer Appeal: Investing in the Age of Social Media*, CFA Institute Elérhető: <https://rpc.cfainstitute.org/en/research/reports/2024/finfluencer-appeal> (Elérve: 2024.02.25)
- Fama, E. F. (1970): Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work. *The Journal of Finance*, 25(2), 383. o.
- Farrell, M. – Green, T. – Jame, Russell & Markov, Stanimir. (2021): The Democratization of Investment Research and the Informativeness of Retail Investor Trading. *Journal of Financial Economics*, Elsevier, 145(2), 616-641. o.
- FSCS (2022): *Brits not researching their investments because it's "time consuming" and "complicated"*. Financial Services Compensation Sceme <https://www.fscs.org.uk/media/press/2022/may/brits-not-researching-investments/> Letöltve: 2024.02.23.
- Gavish, L. R., – Qadan, M., – Yagil, J. (2020): Net Buyers of Attention-Grabbing Stocks? Who Exactly Are They? *Journal of Behavioral Finance*, 1–20. o.
- Gong, B., – Pan, D., – Shi, D. (2017): New Investors and Bubbles: An Analysis of the Baosteel Call Warrant Bubble. *Management Science*, 63(8), 2493–2508. o.
- Hámori B., (2003): Kísérletek és kilátások Daniel Kahneman [Experiments and prospects - in connection with Daniel Kahneman's Nobel Prize], *Közgazdasági Szemle* Közgazdasági Szemle Alapítvány, vol. 0(9), 779-799. o.
- Han, B., – Hirshleifer, D. A. – Walden, J. (2018): Social Transmission Bias and Investor Behavior. *Journal of Financial and Quantitative Analysis* 57(1):1-42. o.
- Harsányi, Gy. (2018): Befektetés és nyugdíj-előtakarékosság. *Biztosítás és Kockázat*, 5 (1). 50-61. o.
- Hermansson, C., – Jonsson, S., – Liu, L. (2021): The medium is the message: Learning channels, financial literacy, and stock market participation. *International Review of Financial Analysis*. 79.
- Horváthné Kökény A. – Széles Zs. (2014): Mi befolyásolja a hazai lakosság megtakarítási döntéseit? *Pénzügyi Szemle*, 2014(4): 457–475. o.

- Hu, D. – Jones, C., – Zhang, V., – Zhang, X. (2021): The Rise of Reddit: How Social Media Affects Retail Investors and Short-sellers' Roles in Price Discovery. *Behavioral & Experimental Finance eJournal*
- Hwang, Byoung-Hyoun, (2023): The Impact of Word-of-Mouth Communication on Investors' Decisions and Asset Prices, Handbook of Financial Decision Making, Forthcoming, *Nanyang Business School Research Paper* No. 22-19.
- Investopedia.com (2023): *Investment Analysis: Definition, Types, and Importance*. Elérhető: <https://www.investopedia.com/terms/i/investment-analysis.asp#toc-the-bottom-line>
Letöltve: 2024.02.05.
- Jia, W., – Redigolo, G., – Shu, S., – Zhao, J. (2020): Can social media distort price discovery? Evidence from merger rumors. *Journal of Accounting and Economics*, 101334.
- Kahneman, D., (2013): *Gyors és lassú gondolkodás*. HVG Kiadó. (309-332.o)
- Kecskés, A. (2007): A gazdasági társaságok és a befektetések. In: *Acta Conventus de Iure Civili*, (7). 65-83. o.
- Kedvarin, S., – Saengchote, K. (2023): *Social Media Finfluencers: Evidence from YouTube and Cryptocurrencies*. Elérhető: SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4594081>
- Koenraadt, J., – Martens, T., – Sextroh, C. (2023): Do Firms Listen to Social Media Analysts? Evidence from Seeking Alpha. SSRN Electronic Journal. 10.2139/ssrn.4637619.
- Kovács, T. – Szóka, K. (2020): A pénzügyi kultúra és pénzügyi tudatosság helyzete. In: Kovács, Tamás; Szóka, Károly (szerk.) *XIV. Soproni Pénzügyi Napok: „Gazdaságvédelem és pénzügyi kiutak” pénzügyi, adózási és számviteli szakmai és tudományos konferencia: Konferenciakötet*. Sopron, Magyarország: A Soproni Felsőoktatásért Alapítvány 104-112. o.
- Lakatos, M. (2016): A befektetői túlreagálás empirikus vizsgálata a Budapesti Értéktőzsdén. *Közgazdasági Szemle*, 63 (7-8), 762-786. o.
- Lei, S. (2018): Financial advice and individual investors' investment decisions. *Applied Economics Letters*, 1–4. o.
- Li, Z., – Shi, Y., – Chen, W., – Kargbo, M. (2014): Do Attention-Grabbing Stocks Attract All Investors? Evidence from China. *Emerging Markets Finance and Trade*, 50(sup6), 158–183. o.

- Luo, J., – Subrahmanyam, A. (2019): The affect heuristic and stock ownership: A theoretical perspective. *Review of Financial Economics*, 37(1), 6–37. o.
- Merkle, C. (2022): The Affect Heuristic and Financial Expectations: Risk, Return, and ESG. Working Paper.
- Mittal, S. K. (2019): Behavior biases and investment decision: theoretical and research framework. *Qualitative Research in Financial Markets*. Emerald Group Publishing Limited, vol. 14(2), 213-228. o.
- MNB (2023): *A háztartások pénzügyi adatai*, Magyar Nemzeti Bank https://statisztika.mnb.hu/sw/static/file/A_haztartasok_penzugyi_adatai_2023_HUN.pdf Letöltve: 2024.02.25.
- MNB (2023): *Befektetés, megtakarítás*. MNB. <https://www.mnb.hu/fogyasztovedelem/befektetes-megtakaritas> Letöltve: 2024.02.04.
- MNB (2024): *Értékpapír-statisztika sajtóközlemény 2024. február 7.* Elérhető: <https://statisztika.mnb.hu/sw/static/file/sk-ep-202312-hu.pdf> Letöltve: 2024.02.25.
- Molnár, M. A. (2007): *A magyar tőkepiac vizsgálata pénzügyi viselkedéstani módszerekkel*. Doktori (PhD) értekezés, Budapesti Corvinus Egyetem, Gazdálkodástani Doktori Iskola.
- Myat, K. (2022): Közösségi együttműködés a technológián innen és túl: Robinhood hordája és a Wall Street-i elitklub összezsapása? *Jel-Kép*. 61-74. o.
- Nagy-Kékesi, Zs. (2022): *A magyar háztartások pénzügyi megtakarításai és vagyona a 2008-2009-es válságot követően = Financial savings and wealth of Hungarian households after the 2008–2009 crisis*. Doktori (PhD) értekezés, Budapesti Corvinus Egyetem, Gazdálkodástani Doktori Iskola.
- Naveed, M., – Ali, S., – Iqbal, K. – Sohail, M.K. (2020): Role of financial and non-financial information in determining individual investor investment decision: a signaling perspective, *South Asian Journal of Business Studies*, 9(2), 261-278. o.
- Nyári, Cs. (2022): Magyarországi befektetési lehetőségek. *Deliberationes*, 15 (Klsz.). 66-75. o.
- Pan, X., – Wu, W., – Zhang, X. (2020): Is financial advice a cure-all or the icing on the cake for financial literacy? Evidence from financial market participation in China. *International Review of Financial Analysis*, 101473.

- Papp, T. – Erdős, S. (2021): Az utánzás-alapú dimenzió megjelenése a közösségi kereskedés másolási döntéseiben, *Marketing & Menedzsment*, 55 (Különszám 2), 83–90. o.
- Parveen, S. – Satti, Z. W. – Subhan, Q. – Jamil, S. (2020): Exploring market Overreaction, investors' sentiments and investment decisions in emerging stock market. *Borsa Istanbul Review*. 20 (3), 224-235. o.
- Pedersen, L. H. (2022): Game on: Social networks and markets. *Journal of Financial Economics*, 146(3), 1097-1119. o.
- Piehlmaier, D. M. (2023): The One-Man Show: The Effect of Joint Decision-Making on Investor Overconfidence, *Journal of Consumer Research*, 50(2), 426–446. o.
- Piotrowski, M., – Bünnings, C. (2022): How heuristics in judgement influence the securities investment decision process. *Journal of Financial Services Marketing* 29(3), 1-9. o.
- Póra, A. (2022): Információ a piaci hangulatról. *Információs Társadalom XXII*, 1. szám 81–98. o
- Reichenbach, F., – Walther, M. (2023): Financial recommendations on Reddit, stock returns and cumulative prospect theory. *Digital Finance*. 5.
- Reiter, M., – Di Qing, – Morgen Nations. (2023): Who Uses Social Media for Investment Advice? *Journal of Financial Planning* 37(9), 78–99. o.
- Sachdeva, M., – Lehal, R. (2023): Contextual factors influencing investment decision making: a multi group analysis. *PSU Research Review*.
- Sági J., – Papp E. (2021): Pénzügyi tudatosság – fókuszban a megtakarítási és befektetési szokások In: Sáringer, J. (szerk.): *Fordulópontok és gazdasági növekedés Közép-Európában* Budapest, Magyarország: Aposztróf Kiadó 152. o .117-129., 13. o.
- Sahi, S. K., – Arora, A. P., – Dhameja, N. (2013): An Exploratory Inquiry into the Psychological Biases in Financial Investment Behavior. *Journal of Behavioral Finance*, 14(2), 94–103. o.
- Skagerlund, K., – Forsblad, M., – Slovic, P., – Västfjäll, D. (2020): The Affect Heuristic and Risk Perception – Stability Across Elicitation Methods and Individual Cognitive Abilities. *Frontiers in Psychology*, 11. o.
- Slovic, P., – Finucane, M. L., – Peters, E., – MacGregor, D. G. (2007): The affect heuristic. *European Journal of Operational Research*, 177(3), 1333–1352. o.

- Sumitz, G. A., – Katona, F. (2023): A háztartási szektor vagyonmegoszlásának vizsgálata Magyarországon In: Varga, J.; Csiszárik-Kocsir, Á.; Garai-Fodor, M. (szerk.): *Vállalkozásfejlesztés a XXI. században 2023/1. kötet: Kihívások és lehetőségek a gazdaság eltérő szegmenseinél interdiszciplináris megközelítésben*, Óbudai Egyetem, Keleti Károly Gazdasági Kar 296 p. pp. 17-35., 19 o.
- Tóth-Pajor, Á. (2021): A magyar háztartások portfólió választási preferenciái az időskorban, *Marketing & Menedzsment*, 55(Különszám 2), 47–61. o.
- Tversky, A., – Kahneman, D. (1974): Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases. *Science*, 185(4157), 1124–1131. o.
- Yalcin, K. C., – Tatoglu, E., – Zaim, S. (2016): Developing an instrument for measuring the effects of heuristics on investment decisions. *Kybernetes*, 45(7), 1052–1071. o.

MELLÉKLETEK

1. MELLÉKLET: TÁBLÁZATOK

1.Táblázat

Melyik forrást tartod a legfontosabbnak, ha befektetési tanácsot keresel?								
		Szülők/Családtagok tanácsai	Pénzügyi szakértők tanácsai	Barátaim véleménye	Pénzügyi influenszerek ajánlatai	Közösségi befektetési platformok elemzései (SeekingAlpha, Stocktwits)	Pénzügyi appok tanácsai	Internetes fórumok, podcastok/blogok
Befektető	Átlag	3.22	4.01	2.82	2.34	3.09	2.66	3.33
	Szórás	1.271	0.811	1.109	1.111	1.053	1.095	0.981
Nem befektető	Átlag	3.63	4.40	3.15	2.26	3.06	2.82	3.04
	Szórás	1.057	0.778	0.938	1.002	1.202	1.022	1.010
Összesen	Átlag	3.45	4.23	3.00	2.29	3.07	2.75	3.17
	Szórás	1.170	0.815	1.027	1.050	1.137	1.055	1.005

2. Táblázat

Mennyire jellemzőek rád ezek az állítások?									
		Internetes kereső, weboldalak segítségével kutatok a pénzügyi, befektetési információk után.	Szoktam pénzügyi, befektetési tanácsot kérni szüleimtől/családtagoktól.	Szerintem a pénzügyi applikációk hasznos tanácsokat adnak.	A barátaimhoz szoktam fordulni pénzügyi, befektetési tanácsért.	Az iskolában/egyetemen hasznos pénzügyi ismeretekre tesztek szert.	Megbízom a pénzügyi influenszerek befektetési tanácsaiban.	Pénzügyi tanácsadótól kérek tanácsot pénzügyekkel, befektetésekkel kapcsolatban.	Bankban, banki alkalmazottól kérek pénzügyi, befektetési tanácsot.
Befektető	Átlag	3.63	2.83	2.66	2.27	2.72	1.87	2.42	2.40
	Szórás	1.194	1.375	1.070	1.237	1.275	0.954	1.264	1.255
Nem befektető	Átlag	2.19	2.79	2.52	2.15	2.64	1.82	2.82	2.92
	Szórás	1.231	1.295	1.003	1.099	1.277	0.936	1.372	1.307
Összesen	Átlag	2.82	2.81	2.58	2.20	2.68	1.84	2.64	2.70
	Szórás	1.405	1.328	1.033	1.161	1.274	0.942	1.338	1.308

3. Táblázat

Fiatalok befektetésekkel kapcsolatos attitűdjei								
		Magabiztos vagyok a pénzügyi/befektetési ismereteimmel kapcsolatban	Többet tudok a befektetésekről, mint a szüleim	Képes vagyok elérni a pénzügyi céljaimat	Ha nem fektetek be, tartok attól, hogy elszalasztom a későbbi magas hozamot	Az én generációmnak nagyobb pénzügyi/gazdasági kihívásokkal kell szembenéznie, mint az idősebb generációknak	Hajlandó vagyok magasabb hozamért magasabb kockázatot vállalni	Szoktam szerencsejátékokkal játszani, fogadásokat kötni (pl.: Tippmix, lottó, online fogadás)
Befektető	Átlag	3.51	3.56	3.82	3.38	3.86	3.46	2.39
	Szórás	0.977	1.300	0.862	1.172	1.114	1.208	1.503
Nem befektető	Átlag	2.24	2.29	3.04	2.23	3.83	2.56	1.81
	Szórás	1.039	1.200	1.070	1.089	1.084	1.082	1.275
Összesen	Átlag	2.80	2.85	3.38	2.73	3.84	2.95	2.06
	Szórás	1.191	1.393	1.056	1.262	1.095	1.223	1.407

2. MELLÉKLET: KÉRDŐÍV

Fiatalkok befektetésekkel kapcsolatos véleménye és szokásai

Vannak-e befektetéseitek/szoktál-e pénzt befektetni? (Befektetés = részvény, állampapír, ETF, NFT...stb.)

Igen

Nem

Általános pénzügyi helyzet

Volt-e részed korábban valamilyen pénzügyi képzésben?

Igen, az iskolában (általános vagy közép)

Igen, főiskolán/egyetemen

Igen, szakmai szervezetnél

Igen, a munkáltatómnál

Nem volt részem ilyenben

Egyéb

Rendelkezel-e megtakarított pénzzel?

Igen

Nem

Jelenleg milyen típusú befektetésed van?

Nincs ilyenem

Részvény

Vállalati kötvény

Kriptovaluta

NFT

ETF

Állampapír

Befektetési alap

Egyéb

Mikor kezdted el befektetni?

Még nem kezdtem el

2020 előtt

2020-ban

2020 után

Hány évesen kezdtél el befektetni?

Még nem kezdtem el

18 éves kor előtt

18-20 évesen

20-23 évesen

23-25 évesen

26 év felett

Pénzügyi célok és befektetési motivációk

Főként mi motivált arra, hogy befektesd a pénzed? Kérlek jelöld, hogy melyik volt a legfontosabb indok, amiért elkezdted befektetni! Maximum 3 lehetőséget jelölj!

Még nem vagyok befektető

Lehetőség, hogy kis összeggel is beszálhassak

Kíváncsiság/Személyes érdeklődésem

Hogy saját vagyont építsek

Jelentősebb, befektethető pénzösszeghez jutás

Szülők/Családtagok biztatása

Könnyű számlanyitás, hozzáférés lehetősége

Befektetést ösztönző kampányok, reklámok

Barátok/Munkatársak ajánlása

Félelem attól, hogy kimaradok egy nagyszerű befektetési lehetőségből

Közösségi média influenszer ajánlása

Online fórum ajánlása

Munkáltatóm ajánlása

Mi az, ami hátráltat attól, hogy befektesd a pénzed?

Nincsen elég megtakarításom

Nincsen elég jövedelem/hónapról hónapra élek

Nincs elég tudásom a befektetésekről

Más kiadásokra kell összpontosítanom

Ha még nem vagy befektető, mi motiválna arra, hogy befektesd a pénzed? Maximum 3 lehetőséget jelölj!

Már befektető vagyok

Lehetőség, hogy kis összeggel is beszálhassak

Kíváncsiság/Személyes érdeklődésem

Hogy saját vagyont építsek

Jelentősebb, befektethető pénzösszeghez jutás

Szülők/Családtagok biztatása

Könnyű számlanyitás, hozzáférés lehetősége

Befektetést ösztönző kampányok, reklámok

Barátok/Munkatársak ajánlása

Félelem attól, hogy kimaradok egy nagyszerű befektetési lehetőségből

Közösségi média influenszer ajánlása

Online fórum ajánlása

Munkáltatóm ajánlása

Mi a legnagyobb pénzügyi célod jelenleg?

Hogy képes legyek kifizetni a havi számláimat

Hogy ne kelljen hónapról hónapra élni

Hogy legyen elég pénzem kikapcsolódásra/nyaralásra is

Hogy félre tudjak tenni váratlan helyzetekre

Hogy akkor vonulhassak nyugdíjba, amikor én szeretnék

Félretenni az idős éveimre

Hogy saját ingatlant vásárolhassak

Jelenleg mekkora összegű pénzt tartasz befektetésekben?

Még nincsen befektetésem

50 ezer Ft alatt

100 ezer Ft – 300 ezer Ft

300 ezer Ft – 600 ezer Ft

600 ezer Ft – 1 millió Ft

1 millió Ft-nál nagyobb összeget

Nem szeretném megadni

Kérlek, jelöld be, hogy mennyire értesz egyet az alábbi állítással! (1= Egyáltalán nem értek egyet; 2= Inkább nem értek egyet; 3= semleges; 4= Inkább egyetértek; 5= Teljesen egyetértek)

Azért fektetem be a pénzem, hogy legyen a munkán kívül is valamilyen jövedelemforrásom.

Kérlek, jelöld be, hogy mennyire értesz egyet az alábbi állítással! (1= Egyáltalán nem értek egyet; 2= Inkább nem értek egyet; 3= semleges; 4= Inkább egyetértek; 5= Teljesen egyetértek)

Azért fektetem be a pénzem, hogy a saját vagyonomat növeljem.

Mi jelenti számodra a legnagyobb pénzügyi kihívást mostanában?

A megélhetés magas költségei, infláció

Gazdasági/piaci helyzet

Munkavállalás, jövedelemszerzés

Váratlan kiadások

Alacsony szintű pénzügyi ismeretek

Hiteltörlesztés

Információforrások

Leggyakrabban melyik platformon követsz pénzügyekkel és befektetésekkel kapcsolatos tartalmakat?

YouTube

Internetes kereső, weboldalak

Instagram

Tiktok

Twitter (X)

Reddit

Facebook

Semelyiken

Követsz-e pénzügyi influenszereket, tartalomgyártókat a közösségi médiában?

Igen

Nem

Ha igen, akkor kit követsz, aki szerinted hiteles tartalmat oszt meg?

Saját válasz...

Mennyire jellemző rád az alábbi állítás? (1= Egyáltalán nem jellemző; 2= Inkább nem jellemző; 3= Semleges; 4= Inkább jellemző; 5= Teljesen jellemző)

Gondolkodtam már el befektetési lehetőségen, mert influenszer ajánlotta.

Melyik forrást tartod a legfontosabbnak, ha befektetési tanácsra van szükséged?

(1= Egyáltalán nemfontos; 2= Inkább nem fontos; 3= Semleges; 4= Inkább fontos; 5=Nagyon fontos)

Szülők/Családtagok tanácsai

Pénzügyi szakértők tanácsai

Barátaim véleménye

Pénzügyi influenszerek ajánlatai

Közösségi befektetési platformok elemzése (SeekingAlpha, Stocktwits)

Pénzügyi appok tanácsai

Pénzügyi influenszerek ajánlatai

Internetes fórumok, podcastok/blogok

Mi jelzi számodra, hogy egy online forrás megbízható, hiteles? Maximum 3 lehetőséget jelölj meg!

Ha világosan, érthetően magyarázza el a dolgokat

Ha az ottani információ releváns a számomra

Ha a tartalomgyártó megoszt személyes pénzügyi teljesítményt

Ha nem próbálnak meg nekem eladni valamit

Ha egy szerintem megbízható forrás ajánlotta

Ha ellenőrzött az adott fiók (kék pipával)

Ha a tartalomgyártó az enyémhez hasonló pénzügyi háttérrel rendelkezik

Kérlek, jelöld be, hogy mennyire jellemző rád ez az állítás! (1= Egyáltalán nem jellemző egyet; 2= Inkább nem jellemző; 3= Semleges; 4= Inkább jellemző; 5= Teljesen jellemző)

Arra használok a közösségi médiát, hogy tanuljak a pénzügyekről, befektetésekről.

Mennyire jellemzőek rád ezek az állítások? (1= Egyáltalán nem jellemző; 2= Inkább nem jellemző; 3= semleges; 4= Inkább jellemző; 5= Teljesen jellemző)

Internetes kereső, weboldalak segítségével kutatok a pénzügyi, befektetési információk után.

Szoktam pénzügyi, befektetési tanácsot kérni szüleimtől/családtagoktól.

Szerintem a pénzügyi applikációk hasznos tanácsokat adnak.

A barátaimhoz szoktam fordulni pénzügyi, befektetési tanácsért.

Az iskolában/egyetemen hasznos pénzügyi ismeretekre lehet szert tenni.

Megbízom a pénzügyi influenszerek befektetési tanácsaiban.

Pénzügyi tanácsadótól kérek tanácsot pénzügyekkel, befektetésekkel kapcsolatban.

Bankban, banki alkalmazottól kérek pénzügyi, befektetési tanácsot.

Mobilos befektetési applikációk

Hogyan kezeled a befektetéseidet?

Befektetési appot használok

Pénzügyi weboldalon, netbrókeren keresztül

Személyes pénzügyi/befektetési tanácsadón keresztül

Befektetésekkel foglalkozó vállalat alkalmazottján keresztül

Nincsenek befektetéseim

Amennyiben mobilos alkalmazást használsz, kaptál-e már rajta keresztül befektetési javaslatot, ajánlatot?

Igen

Nem

Nem használok ilyen alkalmazást

Befolyásolta-e a befektetési döntésedet az apptól kapott javaslat?

Igen

Nem

Nem használok ilyen alkalmazást

Vásároltál-e már befektetési terméket a mobilos alkalmazás javaslatára?

Igen

Nem

Nem használok ilyen alkalmazást

Kérlek, jelöld be, hogy mennyire értesz egyet az alábbi állítással! (1= Egyáltalán nem értek egyet; 2= Inkább nem értek egyet; 3= semleges; 4= Inkább egyetértek; 5= Teljesen egyetértek)

Éreztem már úgy, hogy ha most nem fektetek be egy adott eszközbe, akkor kimaradok egy kitűnő lehetőségből.

Családi háttér

A szüleidnek vannak-e/voltak-e befektetései?

Igen

Nem

Nem tudom

Szoktál-e/beszélgettél-e a szüleiddel pénzügyekről, befektetésekről?

Igen

Nem

Szoktál-e/beszélgettél-e a barátaiddal pénzügyekről, befektetésekről?

Igen

Nem

Egyetértesz-e az alábbi állításokkal? (1= Egyáltalán nem értek egyet; 2= Inkább nem értek egyet; 3= semleges; 4= Inkább egyetértek; 5= Teljesen egyetértek)

Magabiztos vagyok a pénzügyi/befektetési ismereteimmel kapcsolatban

Többet tudok a befektetésekről, mint a szüleim

Képes vagyok elérni a pénzügyi céljaimat

Ha nem fektetek be, tartok attól, hogy elszalasztom a későbbi magas hozamot

Az én generációnak nagyobb pénzügyi/gazdasági kihívásokkal kell szembenéznie, mint az idősebb generációknak

Hajlandó vagyok magasabb hozamért magasabb kockázatot vállalni

Szoktam szerencsejátékokkal játszani, fogadásokat kötni (pl.: Tippmix, lottó, online fogadás)

Egyetértesz-e az alábbi állításokkal? (1= Egyáltalán nem értek egyet; 2= Inkább nem értek egyet; 3= semleges; 4= Inkább egyetértek; 5= Teljesen egyetértek)

A szakértői véleményeket, legyen az írott vagy vizuális média, figyelembe kell venni befektetéskor.

A vállalat részvényeit, amelyekről gyakran kedvező hírek jelennek meg a médiában, előnyben részesítem befektetéskor.

Azokba a vállalatokba szeretek befektetni, amelyeknek jó márkánévvel rendelkeznek.

Kockázatos olyan vállalatba befektetni, amelynek nincs jó híre.

Kockázatosnak tartom, hogy viszonylag ismeretlen nyilvános vállalatokba fektessek, ahelyett, hogy ismertekbe fektetnék be.

Azokba a vállalatokba fektetek be, amelyek termékeit kedvelem.

Azokba a vállalatokba fektetek be, amelyek tükrözik a személyes értékeimet.

Inkább helyi vállalkozásokba befektetek, mert az elősegíti a helyi gazdaságot.

Úgy gondolom, hogy a befektetőknek érdemes megvenniük annak cégnek a részvényeit, ahol dolgoznak, ha a vállalat jól működik.

Hiszek abban, hogy saját országom vállalatainak részvényeit kell vásárolni.

Egyetértesz-e az alábbi állításokkal? (1= Egyáltalán nem értek egyet; 2= Inkább nem értek egyet; 3= semleges; 4= Inkább egyetértek; 5= Teljesen egyetértek)

Egy jó vállalat részvénye jó befektetés.

Egy jó vállalat részvénye jól fog teljesíteni.

Egy részvény múltbeli hozama információt nyújt a jövőbeli teljesítményéről.

A technikai elemzés növeli az esélyemet arra, hogy magasabb teljesítményű részvényeket vásároljak.

A vállalat társadalmi felelősségvállalása jelentős szempont számomra befektetéskor.

Egyik fő mutatóm egy vállalatba történő befektetésnél annak társadalmi felelősségvállalása szintje.

Nem fektetek be olyan vállalatokba, amelyek termékeit vagy szolgáltatásait erkölcsileg elfogadhatatlannak tartom (például felnőtt szórakoztatás, dohánytermékek vagy gyermekmunka alkalmazása esetén).

Az befektetőknek nem kellene olyan vállalatokba fektetniük, amelyek más országokba szervezik ki a munkahelyeket.

Az befektetőknek nem kellene olyan cégekbe fektetniük, amelyek külföldre viszik a munkahelyeket.

A nagy, jól ismert befektetési alapok biztonságos befektetések.

Demográfia

Nemed:

Nő/Férfi

Korod:

18-19

20-22

23-25

26-28 év

29-30 év

Legmagasabb iskolai végzettséged?

Általános iskola

Középiskola/Érettségi

Egyetemi alapképzés

Egyetemi mesterképzés

Melyik havi nettó jövedelemkategóriába tartozol?

Nem dolgozom/Nincsen jövedelmem

0-100 ezer Ft

101 ezer Ft – 200 ezer Ft

201 ezer Ft – 300 ezer Ft

301 ezer Ft – 400 ezer Ft

401 ezer Ft felett keresek havonta

Jelenlegi foglalkozásod?

Tanuló

Tanulok és mellette dolgozom

Vállalkozó

Alkalmazott

Munkanélküli

Eltartott

Lakóhelyed

Falu, község

Megyeszékhely

Város

Főváros