

Kobiety lepiej kontrolują finanse

Określanie kobiet, jako strażniczek domowego ogniska, przybrało obecnie nowy wymiar. Z badania Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowy wynika, że to właśnie Panie żelazną ręką trzymają domowy budżet, zaś niekontrolowane wydatki to domena przede wszystkim płci „brzydkiej”. Co więcej, wyniki badania łamią kolejne stereotypy - do braku kontroli nad własnym budżetem przyznało się aż dwa razy więcej Panów niż Pań.

Wyniki przeprowadzanego corocznie przez Fundację Kronenberga przy Citi Handlowy badania „Postawy Polaków wobec oszczędzania” wyraźnie pokazują, że w polskich gospodarstwach domowych to kobiety najczęściej odpowiadają za zarządzanie rodzinnym budżetem. Aż 40 proc. z nich twierdzi, że panuje nawet nad najdrobniejszymi wydatkami, a tylko co dziesiąta Polka przyznaje, że nie ma nad nimi kontroli. A co na to Panowie? Z badania wynika, że w ich przypadku, odsetek niepanujących nad własnymi wydatkami jest dwukrotnie wyższy (22 proc.).

Badania pokazują również, że kobiety w Polsce mają bardziej racjonalne podejście do oszczędzania i większe zaufanie do banków, niż mężczyźni. Chętniej niż oni wybierają lokaty (16 proc.) oraz konta oszczędnościowe (13 proc.). Wśród mężczyzn zaś, jako najbezpieczniejsza forma odkładania pieniędzy, dominuje gotówka przechowywana w domu (19 proc.) oraz inwestycje w nieruchomości lub ziemię (17 proc.).

Co więcej, kobiety podchodzą również bardziej konstruktywnie do oszczędzania, m.in. częściej określają czas, w którym chcą odłożyć określoną sumę. Najczęściej o oszczędnościach myślą w perspektywie roku (33 proc.). Mężczyźni częściej decydują się oszczędzać bez ustalania konkretnego czasu (39 proc.). Kolejnym krokiem powinno być wskazanie celu, na który odkładamy co miesiąc część naszych pieniędzy. Z tym jednak zarówno kobiety jak i mężczyźni w Polsce mają problem.

Co czwarty z nas nie określa celu oszczędzania, mówi Krzysztof Kaczmar, Prezes Zarządu Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowy. To powoduje, że odkładanie pieniędzy nie jest naszą mocną stroną. Właśnie określenie celu czy powodu, dla którego oszczędzamy, daje dodatkową motywację do systematyczności, ale również pozwala wybrać najlepsze dla naszych potrzeb produkty finansowe. Od celu, a tym samym czasu i sposobu oszczędzania, należy uzależnić wybór między poszczególnymi produktami oszczędnościowymi.

To co może się okazać zaskakujące to fakt, że mężczyźni nieznacznie częściej od kobiet oszczędzają na „drobne przyjemności”. Robi tak 19 proc. panów i 16 proc. pań.

Dane z badania Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowy "Postawy Polaków wobec oszczędzania":

- 45% ankietowanych kobiet planuje swoje regularne wydatki w perspektywie miesiąca,
- 31% mężczyzn nie planuje żadnych regularnych wydatków w perspektywie miesiąca,
- 13% kobiet przyznaje, że nie panuje nad swoimi wydatkami, podobnie twierdzi 22% mężczyzn,
- 40% kobiet kontroluje nawet najmniejsze, codzienne wydatki,
- 33% kobiet oszczędza w perspektywie roku, natomiast 39% mężczyzn nie ustala konkretnego czasu odkładania pieniędzy,
- 19% mężczyzn i 16% kobiet oszczędza z myślą o „drobnych przyjemnościach”
- 19% mężczyzn twierdzi, że najlepszym sposobem zarządzania nadwyżkami finansowymi jest trzymanie gotówki w domu, tak też uważa 12% kobiet,
- 16% kobiet uznaje, że najbezpieczniejszym sposobem oszczędzania są lokaty, 13% kobiet za najbezpieczniejsze uznaje konta oszczędnościowe.

Dodatkowych informacji udzielają:

Dorota Szostek - Rustecka, Dyrektor Biura Prasowego Citi Handlowy, tel. (+48 22) 690 10 49,
e-mail: dorota.szostekrustecka@citi.com

Krzysztof Kaczmar, Prezes Zarządu Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowy, tel. 501 128 882, e-mail:
krzysztof.kaczmar@kronenberg.org.pl

Działająca od 1996 roku **Fundacja Kronenberga przy Citi Handlowy** wspiera w imieniu Banku prace na rzecz dobra publicznego w obszarach tematycznych takich jak: edukacja, rozwój lokalny i ochrona dziedzictwa kulturowego. Realizowane przez nią działania obejmują m.in. program edukacji finansowej dla uczniów szkół ponadgimnazjalnych *Moje Finanse* organizowany wspólnie z NBP i Fundacją Młodzieżowej Przedsiębiorczości; Wolontariat Pracowniczy (program zaangażowania pracowników Citi Handlowy w wybrane przedsięwzięcia społeczne), konkursy: Mikroprzedsiębiorca Roku i o Nagrodę Banku Handlowego w Warszawie SA za szczególny wkład w rozwój nauki w sferze ekonomii i finansów oraz Nagrodę im. prof. Aleksandra Gieysztorza za osiągnięcia w dziedzinie ochrony polskiego dziedzictwa kulturowego.

Bank Handlowy w Warszawie S.A. to jedna z największych instytucji finansowych w Polsce, oferująca pod marką Citi Handlowy bogaty i nowoczesny asortyment produktów i usług bankowości korporacyjnej, inwestycyjnej i detalicznej. Bank Handlowy obsługuje 20 tys. klientów korporacyjnych i 869 000 klientów indywidualnych poprzez nowoczesne kanały dystrybucji oraz sieć 87 oddziałów. W skład grupy kapitałowej Banku wchodzi takie podmioty jak: Dom Maklerski Banku Handlowego i Handlowy Leasing. Przynależność do Citigroup, największej na świecie instytucji finansowej, zapewnia klientom Banku Handlowego dostęp do usług finansowych w ponad 100 krajach na całym świecie.

Dodatkowe informacje można uzyskać na stronie internetowej www.citihandlowy.pl