

Informacja prasowa

Polki w świecie finansów - niezależne, pewne siebie, wyedukowane i przezorne

W kwestii finansów osobistych, Polki wykazują niezależność i bardzo dobre przygotowanie merytoryczne, przełamując tym samym powszechnie panujące stereotypy. Z jednej strony 37% z nich za cel stawia sobie zakup mieszkania, a 36% marzy o założeniu własnej firmy. Z drugiej stanowią przykład na to, że niezależność i przedsiębiorczość można z powodzeniem łączyć z troską o rodzinę oraz dążeniem do zabezpieczenia jej przyszłości. Między innymi takie wnioski można wyciągnąć z raportu [Pramerica Insight](#).

Wyniki przełamują powszechne przeświadczenie o dominującej roli mężczyzn w świecie finansów i pokazują, że Polki dzięki swojej wiedzy, niezależności oraz wrodzonej przedsiębiorczości stanowią silną grupę świadomych konsumentów rynku finansowego.

Rosnąca rola Polek w świecie finansów

Niemal 40% kobiet deklaruje, że podejmuje samodzielnie decyzje finansowe. Dla porównania odsetek mężczyzn w tym zakresie wynosi 45%, co wskazuje na zbliżony poziom autonomizacji w decydowaniu o własnych lub rodzinnych finansach. Potwierdza to wysoką niezależność i świadomość finansową kobiet oraz ich zaangażowanie w realizację założonych celów. Jednocześnie kobiety częściej niż mężczyźni sięgają po rady najbliższych. Co trzecia kobieta (34%, w porównaniu do 30% mężczyzn) deklaruje, że podejmowane decyzje finansowe konsultuje z innymi członkami rodziny. Polka nieustannie zwiększa swój udział w planowaniu wydatków i inwestycji rodzinnych. Co piąta z ankietowanych kobiet deklaruje, że w ciągu ostatnich lat ich rola w podejmowaniu decyzji finansowych wzrosła. Warto podkreślić, że rola kobiet w zarządzaniu finansami rodzinnymi zwiększa się wraz ze wzrostem rodzinnego dochodu. W gospodarstwach domowych o dochodach powyżej 7000 złotych, dwukrotnie więcej (44%) pań bardziej angażuje się w zarządzanie finansami.

Polka w świecie finansów – świadoma i wykształcona

Podstawą do podejmowania przez kobiety niezależnych decyzji zarówno w kwestii finansów osobistych, jak i rodzinnych jest przygotowanie merytoryczne i dobre wykształcenie. Kobiety, w równym stopniu jak mężczyźni, deklarują bardzo dobre przygotowanie do podejmowania decyzji finansowych (po 13%). Niemal połowa badanych (48% Polek i 50% Polaków) jedynie w niektórych obszarach związanych z finansami potrzebuje pomocy.

Wiedza Polek jest też większa w zakresie zarządzania długami (78% kobiet vs. 72% mężczyzn), zarządzania pieniędzmi (77% vs 75%) oraz oszczędzania i inwestowania w celu sfinansowania edukacji dzieci (50% vs. 47%). Natomiast Panowie wyprzedzają Panie w zakresie wiedzy na temat inwestycji (53% mężczyźni vs. 37% kobiety).

Przezorna jak Polka

W trosce o najbliższych, kobiety przykładają większą wagę do zapewnienia im finansowego zabezpieczenia w razie nieprzewidzianych okoliczności. Ponad 50% Polek, w porównaniu do 42% Polaków, dostrzega wagę indywidualnego ubezpieczenia na życie. Co więcej, kobiety częściej niż mężczyźni przejawiają większą wiarę w znaczenie ochronne tego produktu i częściej uważają, że ubezpieczenie na życie jest niezbędne aby zapewnić ochronę rodzinie zarówno teraz, jak i w przyszłości (74% vs. 69%). Natomiast przy wyborze ubezpieczenia na pierwszym miejscu stawiają zakres ochrony (45%) a dopiero na drugim cenę polisy (44%).

Różnice widać również w podejściu obu płci do kwestii zabezpieczenia emerytalnego. Kobiety nieco częściej niż mężczyźni myślą o swoim życiu po zakończeniu kariery zawodowej. Polki (66% w porównaniu z 64% mężczyzn) stawiają

sobie za cel finansowy utrzymanie dotychczasowego poziomu życia na emeryturze, natomiast 64% kobiet dąży do tego, aby oszczędności wystarczyły na cały okres po ukończeniu pracy (taki sam cel posiada 60% mężczyzn).

Podejście kobiet do finansów nie jest jednakowe i różni się m.in. w zależności od wieku. Młode Polki (25-44 lata) są bardziej otwarte na zakup nowych produktów finansowych, niż te po 44. roku życia (23% vs. 18%), co dowodzi, że mimo młodego wieku posiadają wysoką świadomość finansową. Chętniej też różnicują źródła oszczędności i nie koncentrują się wyłącznie na podstawowych instrumentach finansowych. Prawdopodobieństwo zakupu produktu finansowego wzrasta także wraz z posiadaniem dziecka i idącą za tym troską o przyszłość najbliższych.

– Rola kobiet w świecie finansów nieustannie rośnie. Zrealizowane przez nas badania jasno pokazują, że dzisiejsza Polka jest równym partnerem w rozmowach związanych z finansami. Jej cele są wielowymiarowe, dąży do zapewnienia bezpieczeństwa finansowego sobie, a także najbliższym i choć posiada wystarczającą wiedzę merytoryczną i wykształcenie, by samodzielnie zarządzać finansami rodzinnymi, ceni i uwzględnia zdanie swojego partnera w decyzjach finansowych. Polska branża finansowa coraz częściej docenia tę silną grupę świadomych konsumentek nie tylko oferując produkty dostosowane do nowoczesnych, niezależnych kobiet, ale także dostrzegając ich potencjał w roli pracownic – powiedziała Aneta Podyma-Milczarek, Prezes Zarządu Pramerica Życie TUIR SA. – W Pramerica Życie z dumą mogę przyznać, że 58% zespołu stanowią kobiety, a Zarząd jest w 50% reprezentowany przez Panie.

Polki vs. Amerykanki

Porównując Polki z mieszkankami Stanów Zjednoczonych, dostrzegamy subtelne rozbieżności, choć tak naprawdę nasze rodaczki niewiele różnią się od Amerykanek. Głównym celem, zarówno dla Polek jak i Amerykanek, jest przede wszystkim zabezpieczenie finansowe rodziny. Polki i Amerykanki są również bardzo niezależne i przedsiębiorcze. W USA objawia się to większą koncentracją na zabezpieczeniu przyszłości finansowej i emerytury, zaś w Polsce założeniem własnej firmy (36%) czy zakupem mieszkania (37%).

O badaniu

Badanie rynku polskiego zostało zrealizowane przez IPSOS Sp. z o.o. na podstawie kwestionariusza opracowanego przez Pramerica Życie TUIR SA i Prudential Financial, Inc. Wywiady przeprowadzane były w styczniu i lutym 2017 r. metodą CAPI na próbie 1000 zamożnych i średnio zamożnych Polaków w wieku 25-65 lat z gospodarstw domowych o przychodzie powyżej 4000 zł netto i zamieszkujących miasta wojewódzkie.

Dodatkowe informacje:

Małgorzata Morańska, malgorzata.moranska@pramerica.pl, Tel. (+48) 660 755 238

Pramerica Życie TUIR SA należy do grupy kapitałowej Prudential Financial, Inc. - jednej z największych instytucji finansowych na świecie z ponad 140-letnią historią. W Polsce oferujemy ubezpieczenia na życie o jednym z najszerzych zakresów ochrony.

Na rynku wyróżnia nas wyjątkowa dbałość o Klientów i ich zaufanie a także najwyższe standardy obsługi. Naszym Klientom dajemy realne oparcie finansowe w momencie, gdy tego najbardziej potrzebują, a przez cały okres współpracy chronimy to, co dla nich najważniejsze, pomagając im czerpać więcej z życia. Tworzymy przyjazne i oparte na szacunku środowisko pracy, w którym ambitni i wyjątkowi ludzie mogą się rozwijać, realizować swój potencjał i osiągać sukcesy. Dzięki stabilnym fundamentom - naszym wartościom - towarzyszącym nam w codziennej pracy wspólnie tworzymy firmę, która wspiera klientów w realizacji ich celów życiowych i odpowiada na ich dynamicznie zmieniające się potrzeby. [Więcej na www.pramerica.pl](http://www.pramerica.pl)

Prudential Financial, Inc., spółka zarejestrowana w Stanach Zjednoczonych, nie jest powiązany w żaden sposób z Prudential plc, spółką zarejestrowaną w Wielkiej Brytanii. Więcej informacji na temat PFI można znaleźć na stronie www.prudential.com.

Polka w świecie finansów



RODZINNA

53%

stawia sobie za cel sfinansowanie edukacji dzieci

67%

nie chce stać się obciążeniem finansowym dla rodziny

PRZEZORNA

51%

uważa, że posiadanie ubezpieczenia na życie jest ważne

45%

wybiera ubezpieczenie kierując się zakresem ochrony



WYKSZTAŁCONA

61%

deklaruje, że jest dobrze przygotowana do podejmowania decyzji finansowych lub jedynie w niektórych obszarach związanych z finansami potrzebuje pomocy

39%

podejmuje samodzielne decyzje finansowe

PRZEDSIĘBIORCZA

36%

planuje założyć lub rozwinąć własną firmę

37%

planuje zakup mieszkania

