

A férfiak magabiztosabbnak tartják magukat a pénzügyek terén, mint a nők

Allianz Hungária Zrt.

- A magyarok mintegy 80 százaléka ugyanannyi vagy kevesebb pénzből él, mint az elmúlt 2-3 évben, és csak 16 százalékuk tudta növelni a pénzügyi tartalékait
- Közel 50 százalékunk tudatosnak tartja magát, ha a pénzügyekről van szó, ám a valóság árnyaltabb képet mutat
- A férfiaknak összességében több a bevétele és a megtakarítása, és magabiztosabban vallják magukat teljes mértékben tudatosnak pénzügyileg, mint a nők
- Többek között ez derül ki az Allianz Hungária áprilisi pénzügyi tudatosságot és megtakarítási szokásokat vizsgáló kutatásából^[1]

A biztosítótársaság nem reprezentatív felmérése szerint a válaszadók 77,4 százaléka ugyanannyi vagy kevesebb bevételből gazdálkodik, mint az elmúlt 2-3 évben, miközben az infláció hatására az életünk lényegesen drágább lett, hiszen márciusban a fogyasztói árak átlagosan 25,2 százalékkal haladták meg az egy évvel korábbit a KSH adatai szerint^[2]. A kitöltők ötödének (22,6%) ezzel párhuzamosan nőtt a bevétele – közel kétszer annyi férfinak, mint nőnek –, az árak emelkedése miatt azonban ez nem feltétlenül jelent pluszban elkölthető pénzt számukra.

„A felmérés eredményeiből azt látjuk, hogy a gazdaságpolitikai kihívások (Covid-19, háború, infláció, stb.) hatással voltak a megtakarításainkra és befektetéseinkre is. A megkérdezettek 17,9 százaléka vallott úgy, hogy a mindennapi megélhetés miatt felélte korábbi megtakarításait, 15,4 százaléknak pedig korábban sem volt és most sincs megtakarítása, ami a 43-58 évesekre jellemző a leginkább. **Csupán 15,8 százalék azok aránya, akik növelni tudták a pénzügyi tartalékaikat**, és 5,4 százalék, akik a hosszú távú, nyugdíjcélú megtakarításaikat is. A nemeket tekintve kirívó, hogy a férfiak közel háromszoros arányban (24,4% vs 9,4%) tudták növelni a tartalékaikat, miközben kétszer annyi nő élte fel a megtakarításait, mint férfi (22,6% vs 11,7%)” – mondta Bencsik Tamás, az Allianz Hungária Zrt. Személybiztosítások Igazgatóságának vezetője.

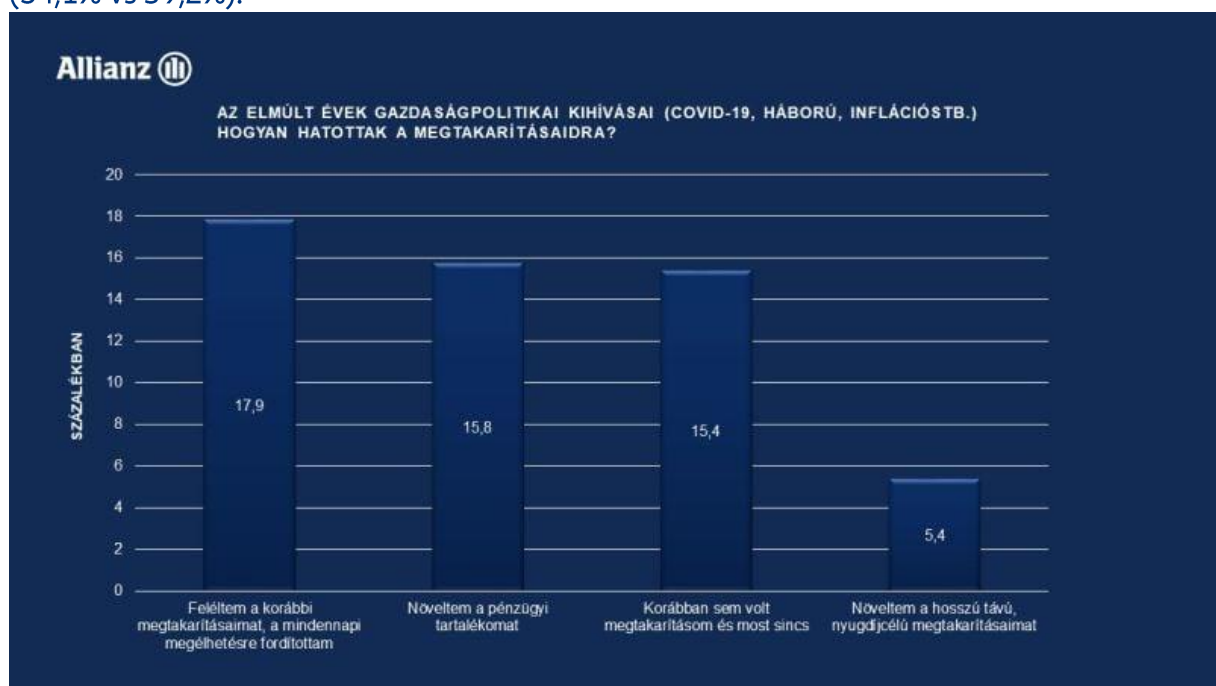
Tudatosabbnak tartjuk magunkat, mint amilyenek vagyunk?

A kitöltők közel fele (49,1%) tudatosnak tartja magát, ha pénzügyekről van szó, de az összes válaszadónak csak 19 százaléka állítja ezt teljes meggyőződéssel. Ennek kapcsán szintén érdekes a nemi megoszlás, a férfiak ugyanis magabiztosabban vallják magukat teljes mértékben tudatosnak, mint a nők (24,2% vs 15,1%). Csupán 11,5 százalék azok aránya, akik inkább nem, vagy egyáltalán nem tartják magukat tudatosnak ilyen téren.

A kutatásban résztvevők gyakorlati tudatosságát tekintve az eredmények árnyalt képet mutatnak. A pénzügyi tervezés fontosságát valamelyest alátámasztja, hogy csaknem 70 százaléknak (67,4%) van vésztartaléka, ám az, hogy tizből több mint 3 embernek viszont nincs, még mindig magas arány. Bízató, hogy a válaszadók háromnegyede (77,1%) alaposan utána néz és összeveti a megtakarítási/befektetési lehetőségeket, biztosítási típusokat mielőtt leköti valamibe a pénzét, illetve biztosítást köt. Közülük 29,7 százalék pedig személyre szabott pénzügyi tanácsot is kér szakembertől, ami a generációk tekintetében a 18-26 évesekre a legjellemzőbb (53,3%), nemek szerint pedig inkább a férfiakra. Ám mintegy minden ötödik megkérdezett egyáltalán nem néz utána az ilyen típusú opcióknak, 4,3 százalék pedig nem is tudja, hol keresse az ezekkel

kapcsolatos információkat. Erre vonatkozóan a nők aránya mindkét esetben magasabb, mint a férfiaké. Ezenkívül a válaszadók több mint fele (52,7%) havonta átnézi a pénzügyi számláit, befektetéseit, biztosításait, minden hatodik válaszadó (16,5%) azonban csak ritkán vagy soha nem követi nyomon ezeket.

A válaszok alapján érdekes kép rajzolódik ki a kockázatkerüléssel kapcsolatban is: **a kitöltők közel fele (47,7%) kockázatkerülőnek tartja magát**, 14 százalékuk teljes mértékben. Azoknak az aránya is magas (39,8%), akik közepesen gondolják magukat annak. A kockázattűrők száma csupán 4,3 százalék. Korosztályi bontásban a 18-26 évesek kerülnek a legkevésbé a kockázatokra, az 59-77 évesek pedig a leginkább. A felmérésből kiderül továbbá, hogy a nők jóval kockázatkerülőbbek, mint a férfiak (54,1% vs 39,2%).



Nem változott sokat a biztosításokhoz való hozzáállás

A megkérdezettek körében a legismertebb öngondoskodási konstrukciók az **életbiztosítás** (71,3%), a **balesetbiztosítás** (59,9%) és az **önálló nyugdíjmegtakarítási formák** (59,5%), valamint az **egészségbiztosítás** (56,3%). A havi fix banki megtakarítást 49,1, az ingatlanbefektetést 47,7 százalék ismeri. Ezt követik a befektetési alapok (44,8%), az otthon tartott készpénz (36,2%), a kriptovaluták (22,6%), illetve az egyéb, értékálló vagy idővel értéknövelő tárgyak (pl. ékszerek, műkincsek, nemesfémek) (22,2%). A kutatás egyúttal arra is rámutat, hogy az élet-, baleset- és egészségbiztosításokat a nők valamivel jobban ismerik, mint a férfiak.

Az Allianz Hungária felmérése azt is vizsgálta, hogy milyen biztosítása, pénztári megtakarítása van jelenleg a magyaroknak. A legtöbben

(68,8%) **lakásbiztosítással** rendelkeznek, ezt követi a **kötelező gépjármű biztosítás** (65,9%) és az **életbiztosítás** (50,9%). **Casco biztosítása** 30,5 százaléknak van, továbbá nyugdíj- és egészségpénztárral a kitöltők negyede rendelkezik (23,7% és 22,6%). A nyugdíj- és az egészségbiztosítás aránya még kevesebb (15,8% és 19,4%). Telefon készülékbiztosítása 11,8 százaléknak van, legmagasabb arányban a huszonéveseknek. 10 százalék felett van azok száma, akiknek semmilyen biztosítása nincs a felsoroltak közül.

„A kitöltők 93,2 százaléka ugyanannyira vagy kevésbé érdeklődik a biztosítások iránt, mint a Covid-időszak előtt, és csak 6,8 százalék azok aránya, akik számára fontosabb lett az ilyen típusú öngondoskodás. Ezenfelül a válaszadók 90 százaléka nem tervez az idén öngondoskodási célú (nyugdíj- vagy megtakarítási célú) biztosítást kötni, pedig az ilyen típusú biztosítások már havi 12 ezer forint befizetéssel is hosszú távon jövedelmező kiegészítői lehetnek az egyéb típusú megtakarításoknak” – tette hozzá a szakember.

Az Allianz szakértői szerint a pénzügyi tudatosság területén minden olyan országban lenne hova fejlődni, ahol a biztosítótársaság jelen van, ráadásul a tudatosság különösen fontos lenne az elmúlt évek tapasztalatai, illetve a jelenlegi gazdasági körülmények mellett. A vállalat ezért március végén Magyarországon is elindította a **„Start making Cents, azaz Az öngondoskodó”** című kampányt, amelynek célja a témára való figyelemfelhívás és ismeretbővítés.

^[1] Forrás: Az Allianz Hungária Zrt. „Mennyire vagy tudatos a pénzügyekben?” elnevezésű online, nem reprezentatív kérdőíves felmérése 2023. március 30. és április 13. között zajlott 279 válaszadó részvételével.

^[2] Forrás: **KSH: 2023. márciusban a fogyasztói árak átlagosan 25,2%-kal haladták meg az egy évvel korábbi.**

A férfiak magabiztosabbnak tartják magukat a pénzügyek terén, mint a nők