

Hádáte sa často v domácnosti o peniaze? Kde ich uložiť, čo nakúpiť a kam investovať? Príčinou môže byť aj to, že ste jednoducho z iného „cesta“. Prieskumy ukazujú, že ženy investujú inak ako muži. **Ženy myslia na to, na aký účel majú financie slúžiť, kým muži považujú investovanie za druh adrenalínového športu.**

[ autorka - Zuzana Voštenáková ]



## Každý investuje po svojom

→ Ženy sú špecifickou cieľovou skupinou – sú empatickejšie, opatrnejšie, uprednostňujú dlhodobé investovanie s istým výnosom a finančnú rezervu nenechávajú na náhodu. Finanční poradcovia, obchodníci, banky i poisťovne by mali uznať, že muži sú z Marsu a ženy z Venuše a prispôbiť tomu aj spôsob komunikácie.

**PRÍSTUP K NÁKUPOM.** Životný štýl žien je rôznorodý – zarábaním peňazí aj nákupnými či investorskými návykmi. Ako hovorí Daniela Čekovská, marketingová manažérka spoločnosti GFK Slovakia, ženy zvyčajne majú pod palcom nákupy pre celú domácnosť. Často tiež rozhodujú pri nákupoch o značkách produktov každodennej spotreby pre všetkých členov rodiny. „Oveľa viac ako muži sa venujú nakupovaniu potravín. Takmer šesťdesiat percent žien na Slovensku nakupu-

je potraviny každý deň alebo väčšinu dní v týždni. Muži nakupujú potraviny oveľa zriedkavejšie.“

Úzko to podľa D. Čekovskej súvisí aj s tým, že ženy oveľa častejšie varia – až 39,3 percenta žien zvykne variť každý deň, prípadne väčšinu dní v týždni, zatiaľ čo iba sedem percent mužov sa venuje vareniu v podobnej intenzite ako ženy. „Iné nákupné zvyklosti sa však netýkajú len potravín, ale aj iného sortimentu. „Ženy majú preto často lepší prehľad o obchodoch a o sortimente, kde možno čo nakúpiť. Taktiež sú v porovnaní s mužmi oveľa náchylnejšie nakupovať veci, aby si urobili radosť a dopriali si. Na druhej strane sa snažia nakupovať výhodne, najčastejšie so zľavou,“ dodáva D. Čekovská.

**ŽENY SÚ OPATRNEJŠIE.** Muži si na rozdiel od žien podľa prieskumu GFK oveľa viac potrpia na značky v spotrebnej elek-

tronike, technológiách, ale aj v športových potrebách. Pre ženy na Slovensku je pomerne dôležitá investícia do vedomostí, teda to, aby boli dobre vzdelané. „Pri investičných a finančných záležitostiach sú opatrnejšie a menej riskujú ako muži. O niečo častejšie potrebujú pri finančných rozhodnutiach pomoc. V každom prípade sú oproti mužom oveľa menej ochotné zadlžiť sa,“ dodáva D. Čekovská.

Tieto skúsenosti potvrdzuje aj Michal Kozub, analytik spoločnosti Home Credit Slovakia. Podiel mužov a žien, ktorí si zaobstarajú spotrebiteľský úver, je zhruba rovnaký. Otázne však je, kto z rodiny rozhoduje o tom, aký výrobok sa kúpi a na koho je nakoniec úverová zmluva napísaná. „Manželia sa väčšinou rozhodujú spoločne s tým, že žena si vyberá napríklad spotrebiče, pri ktorých sa predpokladá, že ich bude používať skôr ona. Dáva preto prednosť spravidla cene, praktickos-

ti a jednoduchosti ovládania. Muži potom majú silnejšie slovo pri nákupe informačných technológií, zvukových systémov, DVD či počítačov. Často u nich rozhoduje značka, moderný dizajn, množstvo funkcií a rôzne „vychytávky“, ktoré ženy často nedokážu oceniť, pretože sa im zdajú z praktického hľadiska zbytočné,“ upresňuje M. Kozub.

**MUŽI VYBERAJÚ SRDCOM.** Túžite v domácnosti investovať do nového rodinného auta s dobrou spotrebou? Vaše nároky z mužského a ženského pohľadu môžu byť rozdielne. Ako dodáva M. Kozub, ženy sa pri výbere auta zaujímajú o to, aká je priemerná spotreba, praktické využitie či veľkosť batožinového priestoru. „Pre mužov je dôležitý výkon, výbava a dojem, ktorý ich auto urobí na okolie. Jednoducho by sa dalo povedať, že ženy si vyberajú auto hlavou, muži srdcom.“

Pri návšteve predajne automobilov sa žena dlho medzi vozidlami prechádza, starostlivo ich porovnáva a nechá si od predajcu všetko podrobne vysvetliť. V duchu skúša s autom zaparkovať v úzkych mestských uličkách a nakoniec si vyberie auto, ktoré stojí presne toľko, koľko si naň dopredu určila. „Muž si pred návštevou predajcu hľadá na internete modely, ktoré sa mu páčia, pravidelne sleduje televízne programy o autách a dáva sa unášať pred-

## » Finanční poradcovia, obchodníci, banky i poisťovne by mali uznať, že muži a ženy pristupujú k peniazom inak

stavou, že by také auto vlastnil. Nie raz potom často minie omnoho viac peňazí, než mal pôvodne v úmysle. Nové auto totiž pre neho predstavuje splnený sen, zatiaľ čo pre ženu skôr praktického pomocníka,“ dodáva M. Kozub.

**ODVAHA INVESTOVAŤ.** Ženy majú väčší prehľad o rodinných výdavkoch ako ich partneri a v praxi zarábajú zhruba o tretinu menej ako ich silnejšie polovičky. Andrea Straková, executive manažérka finančno-poradenskej spoločnosti Partners Group Sk, sa často v praxi stretáva s tým, že ženy majú väčší problém ustrážiť si výdavky ako muži. To sa výraznejšie prejavuje najmä vtedy, ak sú ešte slobodné. Ak ide o matky, respektíve manželky, tie skôr držia rodinnú „kasu“. Zaujímavé je, že vekom sa ciele oboch pohlaví zjednocujú a rodina je často na popredných rebríčkoch ich hodnôt. „Inými slovami, muž chce zabezpečiť často spokojnosť a istotu manželky a rodiny, žena do popredia dáva práve dostatočné zabezpečenie detí, v mladšom veku rieši príjmy cez materskú dovolenku,“ dodáva A. Straková.

Podľa finančných odborníkov ženy zarábajú pri investovaní viac ako muži. A. Straková objasňuje, čo môže byť hlavným dôvodom. „Ženy sú neraz pokojnejšími a disciplinovanejšími investormi. Keď už sa pre nejakú investíciu rozhodnú, vytrvávajú v nej a nemenia ju. Je to spojené aj s tým, že okrem pracovných povinností majú povinnosti aj v domácnosti. Popri starostlivosti o deti majú často aj menej chuti podrobne skúmať svoje investície.“ V tomto prípade preberajú s odvahou „žezlo“ muži – ich presvedčia o vhodnosti investície v mnohých prípadoch práve fakty, kým ich nežnejšie polovičky potrebujú viac informácií a väčší výber daných možností.

**NEDISCIPLINOVANOSŤ „ZABÍJA“.** Základnou chybou pri investovaní je nedisciplinovanosť. Rovnako „tragicky“ to môže dopadnúť u mužov, ako aj u žien. „Ženám radím venovať pozornosť rodinným financiám a nenechať rozhodnutia vždy iba na partnera. Netreba zabúdať na budovanie vlastného kapitálu formou život-

### Ako majú ženy a muži určené finančné ciele?

#### ŽENY

» Sú opatrnejšie a citlivejšie vnímajú riziko investície » Preferujú klasické produkty, napríklad termínované vklady a vkladné knižky » Konzervatívnejšie investujú do podielových fondov či iných cenných papierov » Uprednostňujú napríklad dlhopisové fondy alebo hypotekárne záložné listy » Inklínujú k vytváraniu si finančnej rezervy, potrebujú pocit bezpečia a zabezpečenia » Taktiež viac sporia – dôležité sú pre ne deti, chcú im zabezpečiť budúcnosť bez finančných ťažkostí.

#### MUŽI

» Vnímajú peniaze ako prostriedok na plnenie si svojich snov » Sporia aj oni, ale skôr pre to, aby si mohli kúpiť napríklad auto či nehnuteľnosť » Sú viac „odvážni“ a veľa investujú aj do menej bezpečných produktov » Vyhľadávajú akcie či akciové fondy, aby mohli získať vyššie zhodnotenie peňazí.

PRAMEŇ: Slovenská sporiteľňa

ných poistení, ktoré sú výhradne vašim majetkom aj v prípade rozvodu,“ hovorí A. Straková. Najhorší stav je, ak o rodinných financiách obaja manželia či partneri vôbec nič nevedia a hospodária len podľa toho, ako im vychádzajú peniaze. Odlišnosti medzi mužmi a ženami možno vidieť vo výbere rozdielnej skladby poistení v rámci poisťovnej zmluvy a voľby výšky poisťných súm jednotlivých poistení. Ako hovorí Šimon Kollár, marketingový špecialista Wüstenrot poisťovne, pri uzatváraní poistenia a voľbe poisťných rizík ženy viac myslia na svoju rodinu a zabezpečenie najbližších v prípade vzniku nepredvídanej udalosti. „Muži sa zasa sústreďujú viac na ochranu pred rizikami, ktoré môžu nastať pri ich pracovnej činnosti či pri aktivitách vo voľnom čase. Možno povedať, že viac aj riskujú. Je to vidno najmä pri riešení poisťných udalostí,“ uzatvára Š. Kollár.