PRANEŠIMAS ŽINIASKLAIDAI  
2025 m. lapkričio 17 d.

**Skolinimosi įpročiai keičiasi: kam skolinasi vyrai, o kam – moterys?**

**Moterys dažniau skolinasi pinigų namams atnaujinti, o vyrai – automobiliui įsigyti, rodo „Luminor“ banko duomenys. Nors šie skirtumai iš pirmo žvilgsnio tradiciniai, išsamūs duomenys atskleidžia, kad tiek vyrai, tiek moterys tampa vis sąmoningesni finansų planuotojai. Kur link veda ši tendencija, pasakoja „Luminor“ banko Vartojimo paskolų verslo plėtros vadovė Rūta Mylė.**

Nors moterys dažniau ima paskolas prireikus pagerinti būsto kokybę ar komfortą, o vyrai – automobiliui įsigyti, abiejų lyčių finansiniai sprendimai vis labiau panašėja, o moterų įsitraukimas į atsakingą finansų planavimą nuosekliai auga.

„Skolinimosi tikslai šiandien vis labiau atspindi gyvenimo būdą ir vertybes, o ne tradicinius lyčių skirtumus. Vieni renkasi investuoti į aplinką, kuri suteikia komfortą ir stabilumą, kiti – į mobilumą, lankstumą. Tai rodo, kad Lietuvos žmonės, nepriklausomai nuo lyties, vis dažniau skolinimąsi vertina kaip sąmoningą finansinį sprendimą, o ne būtinybę“, – sako R. Mylė.

**Skolinimosi įpročiai keičiasi su amžiumi**

Iki 35 metų amžiaus skolinimosi įpročiai tarp vyrų ir moterų labai panašūs – tiek vieni, tiek kiti sudaro apie ketvirtadalį (24 proc.) paskolų ėmėjų.

Tačiau vyrai dažniau ima paskolas sulaukę 36–45 metų (39 proc., moterų 30 proc.). Kita vertus, moterys aktyviau skolinasi vėlesniame gyvenimo etape: 46–55 m. amžiaus laikotarpiu paskolos ėmėjų moterų dalis siekia 28 proc. (vyrų 24 proc.), o 56–65 m. – 14 proc. (vyrų – 8,5 proc.).

„Skolinimasis vyresniame amžiuje įprastai jau yra racionalesnis ir tikslinis. Sukaupę daugiau gyvenimo ir finansinės patirties, paskolos ėmėjai skolinasi apgalvotai, o ne impulsyviai, pasveria ilgalaikę naudą ir galimą riziką. Pavyzdžiui, vyresni klientai dažniau planuoja brangesnius pirkinius ar didesnius gyvenimo pokyčius, o tai nebėra spontaniški sprendimai. Kitaip tariant, skolinimasis tampa sąmoningu finansų planavimo įrankiu,“ – teigia R. Mylė.

**Daugiau skolinasi išsilavinusios**

Duomenys taip pat rodo, kad paskolas imančių moterų išsilavinimo lygis yra aukštesnis nei vyrų. Pavyzdžiui, net 41 proc. moterų turi magistro laipsnį, o vyrų su tokiu pat išsilavinimu – beveik dvigubai mažiau (26 proc.). Iš kitos pusės, vidurinį išsilavinimą dažniau nurodo vyrai (34,5 proc. vyrų ir 18 proc. moterų).

„Finansinis raštingumas ir gebėjimas priimti apgalvotus skolinimosi sprendimus su išsilavinimu yra susijęs itin glaudžiai. Mūsų duomenys rodo, kad aukštesnio išsilavinimo klientai dažniau linkę planuoti savo biudžetą, aktyviau lygina skirtingų finansų įstaigų pasiūlymus ir domisi paskolos kaina viso laikotarpio metu. Įprastai jiems tai leidžia žengti tvirtesnius finansinius žingsnius“, – pažymi R. Mylė.

**Auga moterų finansinis sąmoningumas**

Nors Lietuvoje vyrai vis dar pasižymi didesnėmis vidutinėmis pajamomis, moterų finansinė elgsena tvirtėja. Jos vis dažniau planuoja ilgalaikius pirkinius, aktyviau domisi paskolų sąlygomis ir siekia geriausių paskolų sąlygų.

„Pavyzdžiui, remiantis šių metų rugsėjį „Luminor“ užsakymu atlikta „Norstat“ apklausa, beveik pusė apklaustų moterų (46 proc.) prieš imdamos paskolą pirmiausia palygina pasiūlymus ir suranda geriausią. Palyginimui, šitaip besielgiančių vyrų yra mažiau (36 proc.). Taip pat dažniau vyrai renkasi ir patį pirmą paskolos pasiūlymą, atsižvelgę tik į greitį ir paprastumą (36 proc., moterų 28 proc.), o kita dalis kreipiasi tiesiai į savo banką, visai nepasidomėję alternatyvomis (9 proc., moterų – 12 proc.)“, – pasakoja ekspertė.

Anot R. Mylės, moterų polinkis iš anksto palyginti pasiūlymus ir įvertinti paskolos sąlygas rodo aukštesnį finansinio planavimo lygį. Tai ne atsargumas, o sąmoningas siekis priimti ekonomiškai pagrįstą sprendimą. Vyrai, savo ruožtu, dažniau vadovaujasi efektyvumo kriterijais – vertina greitį ir paprastumą.

„Abi šios strategijos atspindi du skirtingus požiūrius į riziką: vieni ją linkę sumažinti iš anksto, kiti – valdyti eigoje. Iš finansinės elgsenos perspektyvos, abu modeliai yra racionalūs, tačiau įprastai informacijos palyginimas prieš įsipareigojant leidžia pasiekti geresnius finansinius rezultatus“, – aiškina ji.

Ekspertė priduria, kad apskritai Lietuvos gyventojai, nepriklausomai nuo lyties, vis labiau vertina finansinį savarankiškumą.

„Žmonės nori suprasti, kiek kainuoja jų norai ir finansinis kelias jų link, bei gebėti patys valdyti rizikas. Tai pagirtina tendencija tiek individualiu, tiek platesnius lygmeniu, kadangi taip finansinis sąmoningumas pamažu tampa visuotine vertybe. Lytis čia neturi reikšmės, svarbiausia gebėjimas planuoti, elgtis atsakingai ir žvelgti į finansus kaip į įrankį, skirtą siekti savo tikslų,“ – sako R. Mylė.

**Apie „Luminor“:**

„Luminor“ yra pirmaujantis nepriklausomas bankas Baltijos šalyse ir trečias pagal dydį finansinių paslaugų tiekėjas regione. Mes aptarnaujame asmenų, šeimų ir verslo finansinius poreikius. „Luminor“ siekia gerinti savo klientų ir namų rinkų finansinę sveikatą bei skatinti jų augimą. Daugiau informacijos rasite [čia](https://luminor.ee/investors#financial-calendar).

**Daugiau informacijos:**

Šarūnas Kubilius

„Luminor“ komunikacijos projektų vadovas

Tel.: +370 623 48086

El. p.: [sarunas.kubilius@luminorgroup.com](mailto:sarunas.kubilius@luminorgroup.com)